



Digitalisasi dan Pemberdayaan UMKM di Desa Sipodeceng: Strategi Peningkatan Skala Usaha dan Keberlanjutan Ekonomi Desa

Mursalim Nohong ✉ Departement Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar, Email: mursalimnohong@fe.unhas.ac.id

Andi Tenri Harahap Departement Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar, Email: andi.t.harahap@unhas.ac.id

Andi Iqra Pradipta Natsir Departement Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar, Email: iqrapradipta@unhas.ac.id

Muhammad Try Dharsana Departement Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar, Email: trydarsana@unhas.ac.id

Naufal Muhammad Aksah Departement Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar, Email: naufalmaksah05@gmail.com

Muhammad Rais Rahmat Departement Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Email: mrarisrahmat@gmail.com

Bahtiar Herman Departement Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Email: bahtiarherman@feb.umsrappang.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha dan pemasaran digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya literasi keuangan, keterbatasan dalam menyusun perencanaan usaha, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas akses pasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis project-based learning (PBL) yang meliputi tahapan persiapan, pelatihan literasi kewirausahaan dan keuangan, pendampingan pemasaran digital melalui marketplace dan media sosial, serta pembentukan komunitas “UMKM Digital Sipodeceng” sebagai wadah keberlanjutan. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu menyusun business plan sederhana, mengadopsi pencatatan kas harian, serta membuka akun marketplace dengan katalog produk digital. Selain itu, terjadi peningkatan signifikan skor literasi manajerial dan pemisahan keuangan usaha–rumah tangga. Keberadaan komunitas UMKM Digital Sipodeceng dan penguatan peran BUMDes Padaidi menjadi strategi kelembagaan untuk menjaga keberlanjutan program. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan profesionalisme, daya saing, dan kemandirian UMKM desa, sekaligus mendukung agenda nasional digitalisasi ekonomi dan inklusi keuangan.

Kata Kunci: *UMKM, literasi keuangan, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat, BUMDes*

Abstract

This community service program aims to enhance the business management capacity and digital marketing skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sipodeceng Village, Baranti Sub-district, Sidenreng Rappang Regency. The key challenges faced by local MSMEs include low financial literacy, limited ability to prepare business plans, and insufficient utilization of digital technologies to expand market access. The program employed a participatory approach based on project-based learning (PBL), encompassing the stages of preparation, entrepreneurship and financial literacy training, digital marketing assistance through marketplace platforms and social media, and the establishment of the “Digital MSME Sipodeceng” community as a sustainability mechanism. Results indicate that most participants successfully developed simple business plans, adopted daily cash recording practices, and created marketplace accounts with complete digital product catalogues. Moreover, there was a significant increase in managerial literacy scores and the proportion of MSMEs separating household and business finances. The formation of the Digital MSME Sipodeceng community and the strengthened role of BUMDes Padaidi serve as institutional strategies to ensure program continuity. Therefore, this initiative has proven effective in fostering professionalism, competitiveness, and independence among rural MSMEs, while simultaneously supporting the national agenda on economic digitalization and financial inclusion.

Keywords: *MSMEs, financial literacy, digital marketing, community empowerment, village-owned enterprises*

Copyright (c) 2025 Mursalim Nohong

✉ Corresponding author :

Email Address : mursalimnohong@fe.unhas.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun sebagai penggerak ekonomi lokal. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lebih dari 64 juta unit UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun demikian, meskipun kontribusinya signifikan, UMKM masih menghadapi berbagai kendala yang berhubungan dengan keterbatasan sumber daya, rendahnya literasi keuangan, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Rendahnya kapasitas manajerial dan lemahnya akses terhadap pasar yang lebih luas menyebabkan banyak UMKM sulit bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah dinamika persaingan bisnis yang semakin ketat (Purnomo, 2025).

Salah satu permasalahan mendasar adalah rendahnya literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2021 melaporkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 38,03%, dengan tingkat inklusi keuangan sebesar 76,19%. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar masyarakat sudah memiliki akses terhadap layanan keuangan, hanya sebagian kecil yang benar-benar memahami prinsip dasar pengelolaan keuangan yang sehat. Rendahnya literasi keuangan ini berdampak pada pola pengambilan keputusan yang tidak rasional, pencatatan keuangan yang tidak sistematis, serta sulitnya memisahkan keuangan pribadi dan usaha. Akibatnya, pelaku UMKM kerap mengalami kesulitan dalam menjaga likuiditas, mengatur arus kas, serta merencanakan ekspansi usaha secara tepat (Thaha, 2024).

Selain literasi keuangan, aspek pemasaran digital juga menjadi tantangan besar bagi UMKM. Laporan Google dan Temasek (2020) menunjukkan bahwa hanya sekitar 8% pelaku usaha mikro dan kecil di Indonesia yang telah mengadopsi strategi pemasaran digital. Padahal, digitalisasi pemasaran menjadi salah satu kunci untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan memperkuat keberlanjutan usaha di era ekonomi berbasis teknologi. Ketidakmampuan dalam memanfaatkan platform digital seperti marketplace, media sosial, atau website resmi menyebabkan produk-produk lokal kesulitan bersaing dengan produk serupa yang lebih cepat beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Kondisi ini mengakibatkan UMKM, khususnya di pedesaan, terjebak dalam lingkaran ekonomi subsisten dengan jangkauan pemasaran yang terbatas (Alfarizi, 2023).

Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap) merupakan salah satu wilayah dengan potensi besar di sektor UMKM, namun menghadapi berbagai persoalan serupa. Sebagian besar usaha di desa ini bergerak di bidang perdagangan, kuliner, dan kerajinan rumah tangga, tetapi dikelola dengan sistem manajemen tradisional. BUMDes Padaidi yang menjadi salah satu motor penggerak ekonomi desa belum sepenuhnya mampu mengoptimalkan peran sebagai fasilitator pengembangan usaha masyarakat. Rendahnya kapasitas manajerial pengurus BUMDes, keterbatasan teknologi, serta lemahnya akses ke jaringan pemasaran modern menjadikan banyak potensi usaha lokal belum tergarap secara maksimal.

Kondisi tersebut menegaskan adanya kesenjangan besar antara peluang ekonomi dan kemampuan pengelolaan usaha di tingkat desa. Rendahnya literasi keuangan menyebabkan pelaku UMKM tidak memiliki laporan keuangan sederhana yang dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Di sisi lain, minimnya keterampilan digital membatasi ruang gerak UMKM dalam memperluas jaringan pemasaran, padahal era digital memberikan peluang akses pasar yang jauh lebih luas, tidak hanya di tingkat regional tetapi juga nasional (Amanah, 2025). Jika kondisi ini tidak segera diatasi, maka pelaku UMKM desa berisiko tertinggal dalam arus transformasi digital, yang pada gilirannya dapat melemahkan daya saing daerah.

Untuk menjawab tantangan tersebut, program pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Sipodeceng dirancang dengan pendekatan partisipatif dan berorientasi pada solusi praktis. Kegiatan ini mengintegrasikan pelatihan literasi kewirausahaan, manajemen keuangan sederhana, dan pemasaran digital. Pendekatan ini mengacu pada prinsip *project-based learning* (PBL) yang memungkinkan peserta belajar melalui praktik langsung, mulai dari penyusunan business plan, pencatatan keuangan, hingga pembuatan akun marketplace dan strategi promosi digital. Selain itu, program ini tidak hanya memberikan pelatihan satu kali, tetapi juga pendampingan berkelanjutan melalui pembentukan komunitas “UMKM Digital Sipodeceng” yang berfungsi sebagai wadah berbagi pengalaman, konsultasi, dan penguatan kapasitas secara kolektif.

Selain memberikan kontribusi pada pemberdayaan masyarakat desa, kegiatan pengabdian ini juga memiliki nilai strategis dalam mendukung agenda nasional digitalisasi ekonomi dan peningkatan inklusi keuangan. Program ini sejalan dengan arah kebijakan pemerintah dalam mendorong UMKM agar mampu beradaptasi dengan era transformasi digital (Sintiawati, 2025; Gursida, 2025). Lebih jauh, kegiatan ini memperkuat peran perguruan tinggi, khususnya Universitas Hasanuddin, sebagai pusat pengembangan ilmu

pengetahuan yang tidak hanya menghasilkan teori, tetapi juga solusi aplikatif bagi masyarakat. Dengan melibatkan mahasiswa sebagai *agent of change*, kegiatan ini menjadi wahana pembelajaran nyata yang mempertemukan teori dengan praktik, serta memperkuat hubungan timbal balik antara kampus dan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat ditegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pemasaran digital merupakan kebutuhan mendesak bagi UMKM di Desa Sipodeceng. Program pengabdian ini tidak hanya berupaya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu mendorong lahirnya UMKM yang lebih profesional, adaptif terhadap teknologi, dan berdaya saing tinggi, sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi desa dan pencapaian kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

METODOLOGI

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang, menggunakan pendekatan partisipatif yang mengedepankan keterlibatan aktif masyarakat, pemerintah desa, serta pemangku kepentingan terkait. Metode ini dipilih untuk memastikan program benar-benar menjawab kebutuhan nyata di lapangan sekaligus mendorong keberlanjutan setelah kegiatan selesai. Secara garis besar, metodologi pelaksanaan terdiri atas tiga tahap utama, yaitu: **(1) persiapan, (2) implementasi kegiatan, dan (3) evaluasi serta tindak lanjut.**

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan survei kebutuhan (*need assessment*) terhadap pelaku UMKM, calon wirausaha muda, dan pengurus BUMDes Padaidi. Survei ini dilakukan melalui wawancara singkat, diskusi kelompok terarah, dan observasi langsung untuk mengidentifikasi permasalahan utama terkait manajemen usaha, pencatatan keuangan, serta keterbatasan pemanfaatan teknologi digital. Hasil survei kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan kurikulum pelatihan dan rancangan modul, sehingga materi yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan mitra. Selain itu, koordinasi intensif juga dilakukan bersama pemerintah desa dan dinas terkait untuk memastikan dukungan kelembagaan serta kelancaran pelaksanaan program.

2. Tahap Implementasi Kegiatan

Tahap implementasi dilakukan secara bertahap melalui beberapa rangkaian kegiatan utama:

a. Pelatihan Literasi Kewirausahaan dan Keuangan

Peserta diberikan pemahaman tentang penyusunan *business plan* sederhana, pencatatan kas harian, hingga simulasi laporan laba rugi. Materi disampaikan melalui kombinasi ceramah interaktif, studi kasus, dan diskusi kelompok.

b. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital

Peserta dilatih untuk membuka dan mengelola akun marketplace (Shopee, Tokopedia), membuat katalog digital produk, serta merancang strategi branding melalui media sosial. Pendampingan juga mencakup pembuatan konten promosi (foto, video, deskripsi produk), serta simulasi penggunaan iklan berbayar skala mikro.

c. Sosialisasi Literasi Keuangan Rumah Tangga berbasis TIK

Kegiatan ini menekankan pentingnya pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, pengaturan anggaran keluarga, serta pemanfaatan aplikasi keuangan digital sederhana.

d. Pembentukan Komunitas “UMKM Digital Sipodeceng”

Sebagai bentuk keberlanjutan, peserta yang telah mengikuti pelatihan difasilitasi untuk bergabung dalam komunitas lokal. Komunitas ini menjadi wadah belajar bersama, berbagi pengalaman, serta akses konsultasi dan pendampingan secara berkelanjutan.

Metode pelaksanaan dalam setiap kegiatan menggunakan prinsip *project-based learning (PBL)*, di mana peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga langsung mempraktikkan keterampilan baru melalui simulasi dan proyek kecil yang relevan dengan usaha masing-masing.

3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi kegiatan dilakukan secara formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui monitoring kehadiran, keterlibatan peserta, dan kualitas hasil kerja (misalnya draft business plan, akun marketplace yang telah aktif, katalog digital). Evaluasi sumatif dilakukan pada akhir program dengan menilai peningkatan kapasitas peserta melalui kuesioner, wawancara, dan observasi terhadap implementasi keterampilan yang telah diperoleh.

Selain itu, tindak lanjut disusun dalam bentuk rencana keberlanjutan komunitas UMKM Digital Sipodeceng. Tim pengabdian bersama pemerintah desa dan pengurus BUMDes akan mengawal agar komunitas ini tetap aktif, serta menghubungkannya dengan program dinas terkait untuk memperluas jaringan usaha dan akses pasar.



Gambar 1. Implementasi Kegiatan

HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang dengan capaian yang cukup signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM maupun penguatan kelembagaan desa. Secara umum, kegiatan telah berhasil menjangkau tiga puluh pelaku usaha yang sebagian besar bergerak pada sektor pangan olahan, fesyen, kerajinan, dan usaha jasa kecil. Tingkat kehadiran peserta selama kegiatan mencapai lebih dari 90% pada setiap sesi, menandakan adanya antusiasme dan komitmen yang kuat untuk mengikuti program secara berkelanjutan. Hal ini penting karena partisipasi aktif peserta merupakan salah

satu indikator keberhasilan dalam program pengabdian berbasis pemberdayaan masyarakat.

Dari sisi keluaran pembelajaran, mayoritas peserta telah mampu menghasilkan dokumen perencanaan usaha yang lebih sistematis. Sebanyak dua puluh tujuh UMKM atau 90% peserta berhasil menyusun *business plan* sederhana yang memuat perhitungan biaya, strategi pemasaran, serta estimasi pendapatan. Selain itu, dua puluh enam peserta mulai menerapkan format pencatatan kas harian dan rekap mingguan, yang sebelumnya jarang dilakukan secara konsisten. Penerapan pencatatan ini merupakan capaian penting karena menjadi langkah awal bagi pelaku usaha untuk memahami kondisi keuangan mereka secara lebih objektif, serta sebagai dasar dalam pengambilan keputusan manajerial yang lebih tepat.

Kegiatan pelatihan pemasaran digital juga menunjukkan perkembangan yang menjanjikan. Sebanyak dua puluh empat UMKM telah berhasil membuka akun di platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Dari jumlah tersebut, dua puluh peserta telah melengkapi akun mereka dengan katalog produk digital yang memuat deskripsi, foto, harga, dan jumlah stok. Total unggahan produk mencapai lebih dari dua ratus SKU, dengan rata-rata delapan produk per UMKM. Proses digitalisasi katalog ini tidak hanya menandai adopsi teknologi, tetapi juga memperlihatkan pergeseran budaya pemasaran dari yang semula konvensional menjadi berbasis platform daring.

Lebih jauh, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha juga mengalami peningkatan signifikan. Sebanyak dua puluh delapan UMKM telah mengaktifkan atau mengoptimalkan halaman usaha di media sosial, dengan dua puluh dua di antaranya konsisten melakukan unggahan minimal dua kali dalam seminggu. Perubahan ini berdampak pada peningkatan interaksi antara pelaku usaha dengan calon konsumen, terutama melalui pesan langsung (*direct message*) yang mulai digunakan sebagai kanal layanan pelanggan. Bahkan, beberapa peserta telah mempraktikkan penggunaan skrip balasan standar untuk mempercepat respons terhadap pertanyaan pelanggan, yang menunjukkan adanya peningkatan profesionalisme dalam pengelolaan komunikasi usaha.

Indikator kuantitatif yang diukur melalui instrumen evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan. Skor Indeks Pengetahuan Manajerial (IPM) yang diukur melalui kuis sepuluh butir meningkat dari rata-rata 41,3 sebelum pelatihan menjadi 69,2 setelah pelatihan. Selain itu, proporsi UMKM yang memisahkan keuangan usaha dari keuangan rumah tangga meningkat dari 27% sebelum intervensi menjadi 63% pada evaluasi pertengahan program. Temuan ini mengindikasikan bahwa program tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga mendorong perubahan perilaku nyata dalam pengelolaan usaha.

Pada level kelembagaan, terbentuknya komunitas “UMKM Digital Sipodeceng” menjadi capaian penting yang dihasilkan dari kegiatan ini. Komunitas tersebut berfungsi sebagai forum bersama untuk saling berbagi pengalaman, melakukan pendampingan sebaya (*peer learning*), serta menjaga kesinambungan praktik yang telah diperoleh dalam pelatihan. Selain itu, BUMDes Padaidi ditetapkan sebagai simpul layanan pendukung dengan menyediakan fasilitas mini *studio box* untuk foto produk, menjadi *admin* kios digital desa, serta bertindak sebagai penghubung ke dinas terkait. Adanya struktur

kelembagaan ini diharapkan mampu memperkuat daya tahan dan keberlanjutan program setelah masa intervensi formal berakhir.

Meski demikian, pelaksanaan kegiatan tidak terlepas dari berbagai tantangan. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan jaringan internet di jam tertentu, keterbatasan perangkat gawai pada sebagian peserta, serta perbedaan tingkat literasi digital yang cukup lebar di antara pelaku UMKM. Namun, kendala ini dapat dimitigasi melalui strategi alternatif, seperti penjadwalan unggahan konten pada jam-jam dengan sinyal stabil, penggunaan perangkat bersama yang difasilitasi oleh BUMDes, serta *cluster mentoring* yang memfasilitasi peserta dengan kemampuan lebih tinggi untuk mendampingi peserta dengan kemampuan yang masih terbatas.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan memperlihatkan bahwa kegiatan pengabdian ini telah memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan keterampilan digital pelaku UMKM. Capaian berupa penyusunan dokumen usaha, adopsi pencatatan keuangan, pembukaan akun marketplace, dan konsistensi promosi digital menjadi bukti bahwa intervensi yang dilakukan telah berhasil mengubah perilaku usaha ke arah yang lebih profesional. Keberadaan komunitas UMKM Digital Sipodeceng dan keterlibatan BUMDes Padaidi menambah nilai strategis karena menjamin adanya mekanisme keberlanjutan. Dengan capaian ini, tahap akhir program diharapkan dapat memfokuskan diri pada optimalisasi performa kanal digital, penguatan jejaring usaha, serta pengukuran dampak ekonomi yang lebih terukur melalui indikator nilai transaksi dan keberlanjutan pemasaran.

PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan program pengabdian di Desa Sipodeceng menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kapasitas manajerial, keterampilan digital, serta penguatan kelembagaan UMKM. Temuan ini sejalan dengan konsep *capacity building* dalam pemberdayaan masyarakat (Mafriningsianti, 2024), di mana intervensi berbasis literasi kewirausahaan dan digitalisasi usaha terbukti mampu mendorong transformasi perilaku pelaku UMKM. Peningkatan skor Indeks Pengetahuan Manajerial (IPM) dan adopsi praktik pencatatan kas yang lebih disiplin mengindikasikan adanya pergeseran dari pola pengelolaan usaha tradisional menuju pendekatan yang lebih sistematis dan berbasis data. Hal ini sejalan dengan temuan Santoso (2023) bahwa literasi keuangan yang memadai merupakan prasyarat utama bagi pengambilan keputusan ekonomi yang lebih rasional dan berkelanjutan.

Adopsi platform digital, baik marketplace maupun media sosial, menegaskan relevansi teori *Diffusion of Innovation* (Rogers, 2014) dalam konteks pengembangan UMKM desa. Inovasi berupa penggunaan kanal digital diterima lebih cepat oleh peserta yang memiliki kesiapan teknologi dan dukungan komunitas, sedangkan adopsi berjalan lebih lambat pada peserta dengan keterbatasan perangkat dan literasi digital. Hal ini menunjukkan pentingnya peran lingkungan sosial dalam mempercepat penyebaran inovasi, sebagaimana diperkuat oleh pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) yang menekankan faktor dukungan sosial, ekspektasi kinerja, dan kondisi fasilitasi sebagai determinan adopsi teknologi. Fakta bahwa lebih dari 80% peserta telah memiliki akun marketplace aktif membuktikan bahwa faktor-faktor tersebut dapat dioptimalkan melalui intervensi yang tepat.

Dari perspektif pemberdayaan ekonomi lokal, terbentuknya komunitas “UMKM Digital Sipodeceng” dan penguatan peran BUMDes Padaidi memberikan landasan kelembagaan yang menjamin keberlanjutan program. Hal ini sejalan dengan pendekatan *community-based development*, di mana lembaga lokal berperan sebagai penghubung antara pelaku usaha dan sumber daya eksternal. Keberadaan BUMDes sebagai simpul layanan bersama memungkinkan terciptanya sistem dukungan kolektif, misalnya melalui penyediaan fasilitas *studio box* foto produk, administrasi katalog desa, hingga advokasi ke dinas terkait (Thaha, 2024). Dengan demikian, intervensi yang semula berfokus pada individu UMKM berkembang menjadi gerakan kolektif yang meningkatkan daya tawar desa dalam rantai nilai ekonomi.

Selain itu, peningkatan literasi keuangan dan pemasaran digital peserta memiliki implikasi yang lebih luas terhadap agenda nasional. Zaini (2023) menekankan pentingnya literasi keuangan digital sebagai salah satu instrumen inklusi keuangan. Program di Desa Sipodeceng secara praktis mendukung agenda ini dengan mengarahkan peserta untuk memisahkan keuangan usaha dari rumah tangga serta menggunakan aplikasi pencatatan keuangan berbasis digital. Sementara itu, digitalisasi pemasaran yang dilakukan melalui marketplace dan media sosial berkontribusi pada implementasi kebijakan pemerintah terkait transformasi digital UMKM sebagaimana tercermin dalam *Making Indonesia 4.0* serta strategi nasional digitalisasi ekonomi. Dengan demikian, program ini tidak hanya berdampak pada level mikro, tetapi juga mendukung pencapaian indikator pembangunan nasional.

Namun demikian, program ini juga menghadapi tantangan yang perlu dicermati. Keterbatasan infrastruktur internet dan variasi literasi digital di kalangan peserta menimbulkan kesenjangan kecepatan adopsi. Hal ini mengingatkan pada temuan Affini (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital memiliki karakteristik berbeda dengan literasi keuangan konvensional, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih adaptif dan kontekstual. Strategi *cluster mentoring* yang diterapkan dalam program ini menjadi salah satu bentuk solusi efektif, karena mampu memanfaatkan *peer learning* sebagai mekanisme akselerasi transfer pengetahuan.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa integrasi antara pelatihan kewirausahaan, literasi keuangan digital, dan pemasaran berbasis teknologi merupakan kombinasi intervensi yang relevan dan efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di pedesaan. Program di Desa Sipodeceng memberikan bukti empiris bahwa intervensi yang terstruktur, partisipatif, dan berorientasi pada keberlanjutan kelembagaan dapat menghasilkan perubahan nyata baik pada level individu, komunitas, maupun kebijakan. Dengan hasil ini, Desa Sipodeceng dapat dijadikan sebagai model replikasi program serupa di desa-desa lain yang memiliki karakteristik dan tantangan sejenis.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat di Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang, berhasil menunjukkan bahwa integrasi literasi kewirausahaan, pengelolaan keuangan sederhana, dan pemasaran digital mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM sekaligus memperkuat kelembagaan lokal. Capaian berupa penyusunan *business plan*, penerapan pencatatan kas harian, adopsi

akun marketplace dan media sosial bisnis, serta peningkatan skor literasi manajerial membuktikan bahwa intervensi partisipatif berbasis *project-based learning* dapat mendorong perubahan perilaku usaha ke arah yang lebih profesional dan adaptif terhadap teknologi. Selain itu, terbentuknya komunitas “UMKM Digital Sipodeceng” dan optimalisasi peran BUMDes Padaidi memperlihatkan model kelembagaan yang menjamin keberlanjutan program. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak nyata bagi individu dan komunitas desa, tetapi juga berkontribusi terhadap agenda nasional digitalisasi ekonomi dan inklusi keuangan, sekaligus mempertegas peran perguruan tinggi sebagai penggerak transformasi sosial-ekonomi berbasis pengetahuan.



Gambar 2. Pelaksana dan Peserta Pengabdian

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang, beserta seluruh pelaku UMKM dan pengurus BUMDes Padaidi yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Dukungan penuh dari Dinas Perdagangan serta Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Sidenreng Rappang juga sangat berarti dalam memperlancar pelaksanaan program ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Hasanuddin atas fasilitasi pendanaan dan bimbingan yang diberikan, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana sesuai rencana. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada para mahasiswa pendamping yang telah menjadi agen perubahan di lapangan serta berperan aktif dalam memastikan keberhasilan program. Semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan kapasitas UMKM di Desa Sipodeceng maupun daerah lainnya.

Referensi:

- Affini, D., Shiratina, A., & Setyaningrum, R. (2024). Improving the Sustainability of MSMEs Businesses Through Digital Business Development in Tegal Parang Urban Village, Mampang Prapatan Sub-District, South Jakarta. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.38142/ahjpm.v3i2.1116>.
- Alfarizi, M., Widiastuti, T., & , N. (2023). Exploration of Technological Challenges and Public Economic Trends Phenomenon in the Sustainable Performance of Indonesian Digital MSMEs on Industrial Era 4.0. *Journal of Industrial Integration and Management*. <https://doi.org/10.1142/s2424862223500045>.
- Amanah, R., Widodo, N., Ngatikoh, S., & Mangole, A. (2025). Implementation of Community Empowerment through Creative Industry: Pandan Weaving MSME in Grenggeng Village, Karanganyar. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*. <https://doi.org/10.30595/pssh.v22i.1521>.
- Google dan Temasek. (2020). E-Conomy SEA 2020: Resilient and Riding the Digital Wave. <https://www.bain.com/contentassets/42942d8c14ab44b2a542f94120a25f1c/economy-sea-2020-report.pdf>
- Gursida, H., Herdiyana, H., Muharam, H., Pranowo, A., Hanan, S., & Hadiyat, Y. (2025). Implementation of Management Practices in MSMEs' Village for Business Performance and Sustainability Improvement: A Case Study in Bantargadung Village, Bantargadung Sub-District, Sukabumi Regency, West Java.. *Jurnal Kabar Masyarakat*. <https://doi.org/10.54066/jkb.v3i1.2930>.
- Mafriningsianti, E. (2024). The Transformation Of Economics And Innovation In The Digital Village In The Development Of MSMEs Advanced Classes. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*. <https://doi.org/10.53067/ijomral.v3i4.244>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan.
- Purnomo, S., & Purwandari, S. (2025). A Comprehensive Micro, Small, and Medium Enterprise Empowerment Model for Developing Sustainable Tourism Villages in Rural Communities: A Perspective. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su17041368>.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.
- Santoso, H., Priatna, W., Wijaya, A., & Nugroho, D. (2023). Strengthening the Resilience and Competitiveness of MSMEs for Digital Independence of Tourism Villages Through Marketing Communication in Pesudukuh Village, Bagor District, Nganjuk Regency, East Java. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i01-03>.
- Sintiawati, N., Hilmi, M., Nine, K., Fernanda, N., Istiqlal, M., Azmi, E., Yulistia, R., & Ilyas, A. (2025). Training on "E-Commerce and Digital Marketing Designs" (E- Codigimark) to Support the System Economy Village as a Form of Community Empowerment in Puger Kulon Village, Jember Regency. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v8i1.5605>.
- Thaha, R. R. H., Amir, A. A., & Sumardi, F. R. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Hidroponik Di Lorong La'latang Kecamatan Tallo Kota Makassar. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 448-456.
- Zaini, A., Zawawi, A., Auwalia, A., Lisnawati, I., Aini, S., & Fakhruddin, M. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Digital Marketing di Desa Tenggulun Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan. *Opportunity Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.55352/opportunity.v1i2.779>.