



Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pengembangan dan Pemanfaatan Inovasi Produk Lokal Yang Berkelanjutan di Desa Massamaturu, Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar

Tasrik ^(1*), Imran ⁽²⁾, Budiandriani ⁽³⁾ Serlin ⁽⁴⁾

^(1,2,3,4) Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

Received: 2026, 05,25 Accepted: 2026, 07,05

Available online: 2026, 08, 12

*Corresponding author.

E-mail addresses: tasrik.tasrik@umi.ac.id

Kata Kunci :

Potensi lokal; inovasi; digitalisasi;keberlanjutan; daya saing UMKM.

Copyright © 2026 Celebes
Journal of Community Services.
All rights reserved.

Abstrak

Tujuan: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat daya saing UMKM melalui pengembangan dan pemanfaatan inovasi produk lokal secara berkelanjutan. Metode Pelaksanaan: Program dilaksanakan melalui pelatihan, pendampingan, dan digitalisasi usaha yang berorientasi pada pemanfaatan potensi lokal. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan inovasi, akses teknologi, dan jangkauan pasar. Evaluasi difokuskan pada perubahan pengetahuan, keterampilan, kualitas produk, pemanfaatan teknologi digital, dan penerapan prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan usaha. Hasil dan Pembahasan: Kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengembangkan inovasi, memperbaiki kualitas produk, dan memperluas akses pasar melalui platform digital. Peserta juga mulai mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam proses produksi dan pengelolaan usaha. Implikasi: Penguatan kapasitas melalui inovasi dan digitalisasi merupakan strategi efektif dalam membangun keunggulan kompetitif UMKM secara berkelanjutan. Program lanjutan perlu diarahkan pada pendampingan intensif, penguatan jejaring pemasaran, serta evaluasi berkala untuk mendukung pembangunan ekonomi daerah yang inklusif.

Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan perkembangan positif di tengah dinamika ekonomi global dan nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga menunjukkan adaptasi dalam menghadapi perubahan pasar, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital. Tren digitalisasi UMKM semakin menguat seiring dengan penetrasi internet dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi daring (Hadi et al., 2022).

Beberapa sektor UMKM menunjukkan prospek pertumbuhan yang menjanjikan, antara lain sektor kuliner lokal berbasis pangan sehat, fesyen etnik dan modest fashion, produk herbal dan kosmetik alami, kriya berbasis limbah kreatif, serta usaha pertanian perkotaan (urban farming) (Fitriani & Hasanah, 2023). Selain itu, UMKM berbasis ekonomi kreatif, seperti kerajinan tangan, aksesoris dari bahan daur ulang, dan produk digital kreatif juga mengalami pertumbuhan signifikan dengan permintaan pasar domestik dan ekspor yang terus meningkat (Rahmawati et al., 2022).

Tren lain yang muncul adalah meningkatnya kesadaran pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip keberlanjutan pada proses produksi dan pengemasan produk, seiring dengan permintaan konsumen akan produk ramah lingkungan (Sari & Maemunah, 2022). Program pemberdayaan dan pendampingan dari pemerintah, akademisi, dan lembaga swasta juga turut mendorong transformasi UMKM menuju digitalisasi, diversifikasi produk, serta integrasi ke dalam ekosistem rantai pasok industri nasional (Afriyadi et al., 2021).

Namun demikian, tantangan masih dihadapi oleh UMKM dalam hal peningkatan kualitas produk, manajemen usaha, dan keterhubungan dengan pasar yang lebih luas. Oleh sebab itu, strategi inovasi berbasis potensi lokal dan digitalisasi menjadi langkah penting dalam memperkuat daya saing UMKM untuk beradaptasi dengan pasar domestik maupun global serta mendukung pembangunan ekonomi daerah secara inklusif dan berkelanjutan.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Solusi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan perkembangan positif di tengah dinamika ekonomi global dan nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07%, tetapi juga menyerap 97% tenaga kerja nasional, sehingga menjadi pilar penting dalam mendukung ketahanan ekonomi masyarakat di berbagai daerah. Di tengah ketidakpastian ekonomi global pascapandemi, UMKM di Indonesia mampu menunjukkan resiliensi dengan melakukan adaptasi terhadap perubahan pasar, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital dan platform daring sebagai saluran pemasaran dan distribusi produk (Utami et al., 2024).

Tren digitalisasi UMKM semakin menguat dengan adanya peningkatan penetrasi internet yang mencapai 78,19% pada tahun 2024, serta masifnya penggunaan media sosial oleh UMKM untuk promosi dan transaksi daring (Hadi et al., 2022). Studi oleh Prabowo et al. (2023) dalam Heliyon menegaskan bahwa digitalisasi mendorong peningkatan efisiensi operasional dan perluasan akses pasar UMKM, yang berimplikasi pada kenaikan omzet penjualan hingga 25–30% pada UMKM yang aktif memanfaatkan e-commerce dan media sosial secara konsisten. Data dari BPS (2024) juga menunjukkan tren pertumbuhan penjualan UMKM secara nasional yang meningkat sebesar 9,2% pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya, terutama pada sektor makanan-minuman dan fesyen lokal.

Beberapa sektor UMKM saat ini menunjukkan prospek pertumbuhan yang menjanjikan, antara lain sektor kuliner berbasis pangan sehat dan lokal, modest fashion dan fesyen etnik, produk herbal dan kosmetik alami, kriya berbasis limbah kreatif, serta usaha pertanian perkotaan (urban farming) (Fitriani & Hasanah, 2023). Sektor-sektor ini mengalami pertumbuhan permintaan domestik dan membuka peluang ekspor dengan preferensi pasar global terhadap produk berbasis keberlanjutan dan kearifan lokal (Rahmawati et al., 2022). Selain itu, UMKM berbasis ekonomi kreatif seperti kerajinan tangan, aksesoris berbahan daur ulang, serta produk digital kreatif juga menunjukkan tren positif seiring meningkatnya minat konsumen terhadap produk dengan nilai estetika dan ramah lingkungan (Suhartini et al., 2023).

Tren lain yang berkembang dalam ekosistem UMKM adalah meningkatnya kesadaran pelaku usaha dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan pada proses produksi, pengemasan, hingga distribusi produk. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya permintaan konsumen akan produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, yang menjadi salah satu nilai tambah dalam meningkatkan daya saing UMKM (Sari & Maemunah, 2022). Program pemberdayaan dan pendampingan yang dilakukan pemerintah, akademisi, maupun lembaga swasta juga turut mendorong transformasi UMKM menuju digitalisasi, diversifikasi produk, dan integrasi ke dalam ekosistem rantai pasok industri nasional (Afriyadi et al., 2021; Prasetyo et al., 2024).

Meskipun menunjukkan perkembangan yang positif, UMKM di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan terkait dengan peningkatan kualitas produk, efisiensi manajemen usaha, akses pembiayaan, dan keterhubungan dengan pasar yang lebih luas, baik domestik maupun global (Tambunan, 2022). Oleh karena itu, strategi penguatan inovasi berbasis potensi lokal serta percepatan digitalisasi usaha menjadi langkah penting dalam memperkuat daya saing UMKM. Strategi ini dapat membantu UMKM beradaptasi dengan dinamika pasar, sekaligus mendukung pembangunan ekonomi daerah secara inklusif dan berkelanjutan (Putra & Sutanto, 2023).

Dengan demikian, penguatan inovasi dan digitalisasi berbasis potensi lokal tidak hanya menjadi kebutuhan adaptasi UMKM di era industri 4.0, tetapi juga menjadi strategi untuk meningkatkan omzet penjualan UMKM secara nasional. Pendekatan ini selaras dengan upaya pemerintah dalam mendorong UMKM untuk maju dan berdaya saing global dalam mendukung target Indonesia menjadi negara yang siap menghadapi tantangan kedepan.

Metode Pelaksanaan

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menjelaskan secara terstruktur kondisi masyarakat dan wilayah terkait penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fokus penelitian ini pada identifikasi potensi lokal, inovasi produk, pemasaran digital, dan keberlanjutan usaha. Pendekatan ini dipilih karena dapat menghasilkan data numerik yang mudah dianalisis secara statistik sebagai dasar pengambilan keputusan (Sugiyono, 2016; Prasetyo et al., 2022).

Tujuan penggunaan pendekatan kuantitatif deskriptif adalah memberikan gambaran tentang pemahaman dan praktik inovasi produk serta pemasaran digital yang dijalankan masyarakat peserta program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Data diperoleh menggunakan kuesioner dan survei tertutup berdasarkan indikator variabel penelitian, seperti potensi lokal, inovasi produk, pemanfaatan media digital untuk pemasaran, serta penerapan prinsip usaha berkelanjutan (Afriyadi et al., 2021).

Penelitian ini melibatkan 20 responden yang merupakan pelaku UMKM dan masyarakat peserta program PKM di lokasi penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan responden yang aktif mengikuti PKM dan memiliki usaha berbasis potensi lokal. Data dianalisis dengan statistik deskriptif melalui distribusi frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata untuk setiap variabel. Analisis ini bertujuan mengetahui kesiapan masyarakat dalam menerapkan inovasi dan pemasaran digital sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dan penguatan program PKM secara berkelanjutan (Fitriani & Hasanah, 2023).

Hasil dan Pembahasan

Distribusi Responden berdasarkan Usia, Pendidikan dan Pekerjaan

Tabel 1. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
------	-----------	------------

20-25	5	25%
26-30	8	40%
30-35	4	20%
35>	3	15%
20		100%

Sumber : data diolah 2025

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berada pada rentang usia 26–30 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 40% dari total responden. Kelompok usia ini mendominasi partisipasi dalam penelitian, yang dapat mengindikasikan bahwa rentang usia tersebut berada pada fase produktif dan adaptif terhadap program pemberdayaan. Selanjutnya, responden usia 20–25 tahun menempati urutan kedua dengan jumlah 5 orang (25%), diikuti oleh kelompok usia 30–35 tahun sebanyak 4 orang (20%). Sementara itu, responden yang berusia di atas 35 tahun merupakan kelompok dengan persentase paling sedikit, yakni 15% atau sebanyak 3 orang.

Tabel 2. Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SLTP	3	15%
SLTA	13	65%
Sarjana	4	20%
20		100%

Sumber : data diolah 2025

Hasil tabulasi pada Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA), yaitu sebanyak 13 orang atau 65% dari total responden. Persentase ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah menempuh pendidikan menengah yang secara umum memungkinkan mereka memahami berbagai informasi dasar dalam program pemberdayaan masyarakat.

Responden yang memiliki latar belakang pendidikan sarjana berjumlah 4 orang (20%). Sementara itu, responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) berjumlah 3 orang (15%). Jumlah responden dengan pendidikan tinggi tergolong lebih rendah, yang dapat menunjukkan tidak ada keterbatasan partisipasi dari kelompok berpendidikan

Tabel 3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Petani	8	40%
Pegawai	3	15%
Siraswasta	3	15%
Ibu Rumah Tangga	6	30%
20		100%

Sumber : data diolah 2025

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel, mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai petani, yaitu sebanyak 8 orang atau 40% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian masih menjadi mata pencaharian utama bagi masyarakat di wilayah penelitian.

Kondisi ini dapat menjadi pertimbangan penting dalam merancang program pemberdayaan yang relevan dengan kegiatan agraris.

Sebanyak 6 orang responden (30%) berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Keterlibatan mereka dalam kegiatan pemberdayaan menunjukkan potensi pentingnya peran perempuan dalam komunitas, khususnya dalam aspek sosial dan ekonomi rumah tangga.

Sementara itu, responden yang berprofesi sebagai pegawai dan wiraswasta masing-masing berjumlah 3 orang atau 15%. Meskipun proporsinya lebih kecil, keberadaan kelompok ini mencerminkan adanya keragaman sumber penghasilan dalam masyarakat.

Variasi pekerjaan responden memberikan gambaran mengenai latar belakang sosial ekonomi yang dapat memengaruhi pola partisipasi, kebutuhan, dan penerimaan terhadap program intervensi atau pelatihan.

Analisis Deskriptif

Variabel X terdiri atas 5 indikator yang diukur melalui jawaban "Yes" (1) dan "No" (0) dari 20 responden (N = 20). Setiap jawaban "Yes" diberi skor 1, dan "No" diberi skor 0. Total skor menunjukkan jumlah responden yang menjawab "Yes" untuk setiap indikator.

Tabel 4. Variabel X1 (Potensi)

Indikator	Freq. Perc.	Yes	No	N	Total Score
		1	0		
X1.1	Frekuensi	9	11	20	9
	Persentase	45%	55%		
X1.2	Frekuensi	16	3	20	16
	Persentase	80	0.15		
X1.3	Frekuensi	11	9	20	11
	Persentase	55%	45%		
X1.4	Frekuensi	7	13	20	7
	Persentase	35%	65%		
X1.5	Frekuensi	8	12	20	8
	Persentase	40%	60%		
Total Score					51

Sumber : data diolah 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa **indikator X1.2 mendapatkan nilai tertinggi**, yaitu **16 orang (80%)** menjawab "Yes". Artinya, sebagian besar responden melihat adanya potensi yang kuat pada aspek ini, menjadikannya indikator paling menonjol dalam variabel Potensi.

Selanjutnya, **indikator X1.3 mendapat 11 jawaban "Yes" (55%)**, dan **X1.1 memperoleh 9 jawaban "Yes" (45%)**. Kedua indikator ini menunjukkan **tingkat penerimaan sedang**, artinya cukup banyak responden yang mengakui adanya potensi, meskipun belum mayoritas.

Sementara itu, **indikator X1.4 dan X1.5 mendapat skor lebih rendah**, yaitu masing-masing hanya **7 (35%)** dan **8 (40%)** responden yang menjawab "Yes". Ini menunjukkan bahwa potensi pada kedua aspek ini belum dirasakan kuat oleh sebagian besar responden, sehingga perlu ditingkatkan.

Secara keseluruhan, **skor total untuk variabel Potensi adalah 51 dari maksimal 100**, yang berarti tingkat potensi yang dirasakan berada pada kategori **sedang**. Rata-rata skor per indikator adalah **10,2**, dan rata-rata skor per responden sebesar **2,55 dari 5 poin**.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden melihat adanya potensi dalam beberapa aspek, terutama pada indikator X1.2. Namun, **pengakuan terhadap potensi masih belum merata**,

terutama pada indikator X1.4 dan X1.5 yang memperoleh skor rendah. Oleh karena itu, dibutuhkan **upaya peningkatan potensi** secara menyeluruh, seperti pelatihan, penyuluhan, dan program pemberdayaan yang bisa mendorong penguatan potensi di tingkat masyarakat.

Tabel 5. Variabel X2 (Inovasi)

Indikator	Freq. Perc.	Yes	No	N	Total Score
		1	0		
X2.1	Frequensi	4	16	20	4
	Persentase	20%	80%		
X2.2	Frequensi	7	13	20	7
	Persentase	35	0.65		
X2.3	Frequensi	2	18	20	2
	Persentase	10%	90%		
X2.4	Frequensi	3	17	20	3
	Persentase	15%	85%		
X2.5	Frequensi	6	14	20	6
	Persentase	30%	70%		
Total Score					22

Sumber : data diolah 2025

Hasil analisis data variabel **X2 (Inovasi)** menunjukkan bahwa **indikator X2.2** memperoleh **skor tertinggi**, yaitu **7 dari 20 responden**, menunjukkan tingkat penerimaan inovasi paling tinggi di antara lima indikator. Namun, angka ini hanya mencerminkan **35% responden** yang menjawab "Yes", sehingga mayoritas responden (65%) belum menyetujui atau merasakan inovasi pada aspek ini.

Sebaliknya, **indikator X2.3** mencatat **skor terendah**, yaitu **2 poin** atau hanya **10% dari responden**. Hasil ini menunjukkan bahwa penerimaan terhadap inovasi pada indikator tersebut sangat rendah dan perlu mendapat perhatian lebih, baik dalam hal pemahaman maupun penerapannya.

Secara keseluruhan, **total skor variabel X2 adalah 22 dari 100**, atau hanya **22% dari nilai maksimal** yang dapat dicapai. Rata-rata skor per indikator adalah **4,4**, dan rata-rata skor per responden adalah **1,1 dari 5 poin**. Temuan ini menunjukkan bahwa **tingkat inovasi secara umum masih rendah**, sehingga diperlukan upaya peningkatan melalui strategi yang lebih tepat dan terarah agar inovasi dapat diterima dan diimplementasikan lebih luas. Indikator **X2.2** memperoleh **skor tertinggi**, yaitu **7 dari 20 responden** (35%), menandakan bahwa aspek inovasi yang diukur oleh indikator ini lebih banyak disetujui dibanding indikator lainnya. Meskipun demikian, nilai ini belum mewakili mayoritas responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa penerimaan terhadap inovasi dalam indikator X2.2 masih tergolong sedang.

Tiga indikator lainnya, yakni **X2.3, X2.4, dan X2.5**, masing-masing memperoleh **skor yang sama sebesar 6 poin** atau setara dengan **30% responden** yang menyetujui pernyataan pada indikator tersebut. Ini menunjukkan bahwa tingkat penerimaan terhadap inovasi pada ketiga aspek tersebut masih relatif rendah dan belum mencapai separuh populasi responden.

Sementara itu, **indikator X2.1** menunjukkan skor terendah, yaitu hanya **4 poin** atau **20% dari total responden**, mengindikasikan bahwa aspek inovasi dalam indikator ini paling sedikit mendapatkan persetujuan dari responden.

Secara keseluruhan, **total skor untuk variabel X2 adalah 29 dari skor maksimal 100** (hasil dari 20 responden × 5 indikator), atau setara dengan **29% dari potensi skor tertinggi**. Jika dirata-ratakan, **setiap indikator memiliki skor rata-rata sebesar 5,8**, dan **rata-rata skor per responden adalah 1,45 dari 5 poin**.

Dapat disimpulkan bahwa tingkat inovasi yang dirasakan atau dijalankan oleh responden masih berada pada **kategori rendah hingga sedang**. Tidak satu pun indikator yang memperoleh dukungan mayoritas responden, yang menandakan bahwa penerapan inovasi belum sepenuhnya merata dan diterima secara luas. Oleh karena itu, diperlukan **intervensi strategis untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan implementasi inovasi**, baik melalui pelatihan, penyuluhan, maupun penguatan sistem yang mendukung budaya inovatif di lingkungan responden.

Tabel 6. Variable X3 (Digitalisasi)

Indikator	Freq.	Perc.	Yes	No	N	Total Score
			1	0		
X3.1	Frequensi		4	16	20	4
	Persentase		20%	80%		
X3.2	Frequensi		7	13	20	7
	Persentase		35	0.65		
X3.3	Frequensi		4	16	20	4
	Persentase		20%	80%		
X3.4	Frequensi		5	15	20	5
	Persentase		25%	75%		
X3.5	Frequensi		4	16	20	4
	Persentase		20%	80%		
Total Score						24

Sumber : data diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis, indikator X3.2 memperoleh nilai tertinggi, dengan 7 responden (35%) menjawab "Yes". Ini menunjukkan bahwa aspek digitalisasi dalam indikator tersebut paling banyak diakui keberadaannya, meskipun belum mencapai separuh dari jumlah responden.

Indikator lainnya menunjukkan tingkat persetujuan yang lebih rendah. Indikator X3.1, X3.3, dan X3.5 masing-masing hanya disetujui oleh 4 responden (20%), sedangkan X3.4 oleh 5 responden (25%). Artinya, sebagian besar responden belum merasakan atau melihat langsung penerapan digitalisasi dalam aspek-aspek tersebut.

Secara keseluruhan, total skor variabel Digitalisasi adalah 24 dari 100 poin, dengan rata-rata 4,8 poin per indikator dan 1,2 poin per responden dari total 5 indikator. Ini menunjukkan bahwa tingkat digitalisasi masih sangat rendah.

Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi di kalangan responden belum optimal. Hanya sebagian kecil yang menyatakan setuju terkait akses, pemanfaatan, atau penguasaan teknologi digital. Oleh karena itu, perlu dilakukan pelatihan, sosialisasi, dan peningkatan infrastruktur digital agar manfaatnya dapat dirasakan lebih luas oleh masyarakat.

Tabel 7. Variabel X4 (Keberlanjutan)

Indikator	Freq. Perc.	Yes	No	N	Total Score
		1	0		
X3.1	Frequensi	4	16	20	4

	Persentase	20%	80%		
X3.2	Frequensi	4	16	20	4
	Persentase	20	0.8		
X3.3	Frequensi	5	15	20	5
	Persentase	25%	75%		
X3.4	Frequensi	5	15	20	5
	Persentase	25%	75%		
X3.5	Frequensi	6	14	20	6
	Persentase	30%	70%		
Total Score					24

Sumber data: diolah 2025

Variabel X4 (Keberlanjutan) diukur melalui lima indikator yang mencerminkan persepsi responden terhadap keberlanjutan program atau kegiatan yang diamati. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator X4.5 mendapat skor tertinggi, yaitu 6 responden (30%) menjawab "Yes". Disusul oleh indikator X4.3 dan X4.4 dengan masing-masing 5 responden (25%), serta X4.1 dan X4.2 yang hanya mendapat 4 responden (20%).

Secara keseluruhan, tingkat persetujuan masih rendah karena tidak ada indikator yang disetujui oleh lebih dari separuh responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum melihat keberlanjutan secara nyata, baik dari sisi pelaksanaan, dampak, maupun keberlanjutan jangka panjang program.

Dari total skor, variabel X4 hanya memperoleh 24 poin dari maksimum 100 poin. Rata-rata skor per indikator adalah 4,8, dan rata-rata per responden hanya 1,2 dari total 5 poin. Ini menggambarkan persepsi responden terhadap keberlanjutan masih sangat rendah.

Hasil ini menunjukkan bahwa keberlanjutan sebagai bagian penting dari program belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat atau kelompok sasaran. Rendahnya tingkat persetujuan dapat disebabkan oleh lemahnya perencanaan jangka panjang, kurangnya pemantauan, atau minimnya keterlibatan komunitas dalam menjaga keberlanjutan. Karena itu, dibutuhkan penguatan strategi melalui kerja sama, peningkatan kapasitas, dan kebijakan yang lebih fleksibel agar program dapat berjalan terus dan memberikan manfaat dalam jangka panjang

Simpulan dan Rekomendasi

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel potensi merupakan fondasi strategis dalam mendukung penguatan program pemberdayaan masyarakat. Namun demikian, persepsi responden terhadap keberadaan dan pemanfaatan potensi tersebut belum merata di seluruh indikator, menunjukkan adanya kesenjangan dalam pengenalan maupun pengembangan sumber daya lokal. Sementara itu, rendahnya capaian pada variabel inovasi dan digitalisasi mencerminkan masih terbatasnya kapasitas adaptif masyarakat dalam menghadapi dinamika perubahan, baik dari sisi pengetahuan maupun akses terhadap teknologi. Ketidaksiapan ini secara langsung berimplikasi pada persepsi yang rendah terhadap keberlanjutan program yang sedang dijalankan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu program pemberdayaan masyarakat memerlukan integrasi yang sinergis antara penguatan potensi lokal, penerapan inovasi yang kontekstual, pemanfaatan teknologi digital secara efektif, serta perumusan strategi keberlanjutan yang inklusif dan kolaboratif.

Referensi :

- Afriyadi, F., Purnomo, A., & Prasetyo, B. (2021). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia*, 1(2), 123-131.
- Fitriani, N., & Hasanah, A. (2023). Peluang Bisnis UMKM Kuliner dan Fesyen Etnik dalam Peningkatan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan*, 5(1), 11-19.
- Hadi, S., Prasetyo, B., & Wibowo, S. (2022). Transformasi Digital UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 3(1), 45-53.
- Rahmawati, I., Dewi, P., & Maulana, M. (2022). Urban Farming sebagai Model Usaha UMKM Berbasis Keberlanjutan Lingkungan di Kota Besar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 10(2), 101-112.
- Sari, R. N., & Maemunah, I. (2022). Analisis Faktor Penghambat Pengembangan UMKM Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 89-96.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan Tahunan Kinerja UMKM Indonesia Tahun 2023. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Afriyadi, F., Purnomo, A., & Prasetyo, B. (2021). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia*, 1(2), 123-131.
- Prasetyo, B., Putri, D. N., & Wulandari, T. (2022). Penerapan Metode Kuantitatif dalam Analisis Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 3(2), 77-85.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.