



Sosialisasi Upaya Peningkatan Kemampuan Bersaing UMKM di Era Digital Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan

Zulkifli Siregar¹, Nur M Ridha Tarigan², Venny Fraya Hartin Nst³, Doly Muhendy Wijaya⁴, Ekas Mibari Puspitasari⁵, Azaman⁶, Boy Rizky Tumanggor⁷

Program Studi Manajemen^{1,2}, Program Doktor Ilmu Manajemen^{3,4,5,6,7}
Universitas Islam Sumatera Utara

e-mail: zulkifli@fe.uisu.ac.id¹, nur.mridha@fe.uisu.ac.id², vennyfraya@gmail.com³,
dolymuhendywijaya@gmail.com⁴, ekaspita1717@gmail.com⁵,
azamanparapat1974@gmail.com⁶, tumanggorboy@gmail.com⁷

Abstrak

Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui kegiatan Sosialisasi Upaya Peningkatan Kemampuan Bersaing Umkm Di Era Digital bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan yaitu untuk memberikan penyadaran pentingnya memulai UMKM, bagaimana mengembangkan UMKM dan digital marketing, mengikuti perkembangan zaman. Metode sosialisasi dilakukan dengan dua tahapan yaitu pemaparan materi langsung dan pendampingan. Peserta kegiatan sebanyak 20 pelaku usaha UMKM Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Sosialisasi UMKM berhasil membantu warga dan para pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan bagaimana memulai UMKM, bagaimana mengembangkan UMKM dan bagaimana pemasarannya serta cara digital marketing untuk lebih meningkatkan omset penjualan. Peserta mampu memahami materi seputar UMKM. Warga mendapatkan keterampilan penggunaan media sosial dan website penjualan untuk digital marketing. Untuk kepuasan peserta sosialisasi terlihat dari kehadiran dan antusiasme peserta sosialisasi yang sangat antusias selama kegiatan sosialisasi.

Kata Kunci: *Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Sosialisasi.*

Abstract

The purpose of the Community Service (PkM) activity, which involved socializing efforts to improve the competitiveness of MSMEs in the digital era, for residents of Pinang City, South Labuhan Batu Regency, was to raise awareness of the importance of starting MSMEs, how to develop MSMEs and digital marketing, and keep up with current developments. The socialization method was carried out in two stages: direct presentation of material and mentoring. Twenty MSME entrepreneurs participated in the activity. The results showed that the MSME Socialization successfully helped residents and MSME entrepreneurs gain knowledge on how to start MSMEs, how to develop MSMEs, how to market them, and how to use digital marketing to further increase sales turnover. Participants were able to understand the material related to MSMEs. Residents gained skills in using social media and sales websites for digital marketing. The satisfaction of the participants was evident in the high attendance and enthusiasm of the participants throughout the socialization activity.

Keywords: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Socialization.*

PENDAHULUAN

Civitas akademika perguruan tinggi memiliki peranan tidak hanya dalam bidang Pendidikan di Perguruan Tinggi (PT) juga diharapkan memiliki kepekaan terhadap masyarakat. Salah satu kebutuhan masyarakat pada bidang ekonomi yaitu kebutuhan untuk mampu mencukupi kebutuhan ekonominya sendiri. Terdapat beberapa cara bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya dengan berwirausaha sendiri atau dengan mendirikan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu elemen penting untuk mengembangkan perekonomian masyarakat Desa (Putri, 2022). Apalagi bagi masyarakat yang tinggal di pedesaan, ada banyak sekali dari warga masyarakat yang bekerja sebagai petani, nelayan, atau mendirikan UMKM.

Tiap daerah memiliki UMKM. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis (Sarfiah; Sudati et al., 2019). Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan dalam rangka memperdayakan UMKM dalam situasi pandemi Covid-19. Terdapat beberapa skema perlindungan UMKM yang dilakukan pemerintah yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku UMKM miskin dan rentan (b) intensif pajak bagi UMKM (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM (d) Perluasan Pembiayaan Model Kerja UMKM (e) Penyediaan Penyangga Produk (Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, 2021). Hal ini menunjukkan begitu pentingnya UMKM bagi perekonomian nasional.

Peningkatan dan pengembangan UMKM merupakan tanggung jawab seluruh masyarakat dan pemerintah. Termasuk tanggung jawab civitas akademika untuk mengembangkan UMKM yang ada di sekitarnya. Perlu adanya sosialisasi, pengembangan dan pendampingan terhadap UMKM yang sudah berjalan maupun bagi UMKM yang baru merintis usahanya. Sosialisasi UMKM yang diberikan kepada para pemilik UMKM di suatu daerah memberikan dampak perekonomian pelaku UMKM meningkat sehingga mereka mampu untuk mempertahankan kehidupannya (Farizki et al., 2020). Meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pemasaran diharapkan dapat membantu mitra untuk memperoleh pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mitra sebagai pelaku UMKM (Susanto et al., 2020). Sosialisasi ini diharapkan memberikan manfaat serta bekal pada peserta dalam melanjutkan usahanya, dan dapat memasarkan produknya ke tingkat yang lebih luas lagi dan dikenal banyak masyarakat luas (Yuliani, 2020).

Sesuai dengan perkembangan zaman, digitalisasi menjadi suatu keharusan di setiap aspek kehidupan. Bidang perekonomian merupakan suatu bidang yang tidak bisa lepas dari digitalisasi. Penggunaan internet, konten digital, dan digital marketing adalah suatu hal yang harus dipelajari oleh pelaku-pelaku ekonomi saat ini, termasuk bagi para pelaku UMKM. Pengembangan

UMKM digital telah menjadi alternatif penyelamatan sekaligus pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia (Arianto, 2021). Peran komunitas sosial memberikan kontribusi serta solusi terhadap permasalahan yang dihadapi untuk menekan kesenjangan arus digitalisasi antara desa dan kota (Fuadi et al., 2021). Karena itu penting adanya tim ahli yang mampu mengurangi kesenjangan arus digitalisasi.

Pendampingan dalam manajemen kewirausahaan dan digital marketing untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Herniwati, 2021). Adanya program pengabdian masyarakat yang memberikan sosialisasi mampu memotivasi para pelaku UMKM masyarakat agar menggunakan internet dan media social untuk meningkatkan omset mereka (Muhazir et al., 2019). Digitalisasi UMKM diharapkan mampu meningkatkan omset pelaku UMKM khususnya UMKM di daerah sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka dan berkontribusi bagi perekonomian nasional.

Pemberian sosialisasi literasi digital marketing dan manajemen usaha khususnya yang berkaitan dengan desain produk dan pemasaran digital atau digital marketing bagi pelaku UMKM memiliki dampak yang positif bagi pelaku UMKM agar dapat mengelola usahanya menjadi lebih baik dan memperluas market pasar sehingga dapat mendukung perkembangan dan kemajuan usaha yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat (Febriani, 2021). Hasil kegiatan sosialisasi mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai UMKM (Atsar, 2021). Dengan adanya kegiatan sosialisasi, pengembangan UMKM dan pendampingan UMKM mampu memberikan dampak perkembangan dan kemajuan usaha UMKM. Karena itu tim pengabdian berusaha memberikan kegiatan sosialisasi bagi desa yang membutuhkan.. Sehingga dapat dilakukan analisa kinerja bisnis mereka. Serta dapat melihat prospek bisnis mereka ke depan (Bakri Katti & Mutmainah, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu ada Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Manfaat pendampingan dalam bidang teknologi dan pendidikan yaitu meningkatkan pengetahuan tentang inovasi teknologi, meningkatkan keterampilan dan adanya output berupa produk atau teknologi hasil pendampingan (Rangkuti et al., 2019). Pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan wawasan dalam menggunakan media-media tertentu (Areni, 2019; Khadijah, 2020). Dampak lain kegiatan ini yaitu memberikan kemungkinan kolaborasi dengan peserta pelatihan sehingga mampu memberi solusi kebutuhan masyarakat (Siregar et al., 2019; Sutamrin et al., 2022). Kegiatan sosialisasi ini sangat penting untuk mengembangkan UMKM warga

METODE

Dalam Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan, peserta kegiatan terdiri atas 20 orang warga masyarakat Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Warga yang ikut berpartisipasi sebagai peserta kegiatan merupakan warga yang memiliki UMKM.

Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan dilakukan dengan beberapa tahapan. Kegiatan sosialisasi terdiri atas dua tahapan yaitu pemaparan materi langsung dan pendampingan. Pemaparan materi dilakukan selama 1 hari penuh, sejak pagi hingga sore hari. Penyampaian materi dilakukan secara pleno melalui presentasi yang disertai dengan praktek langsung/demonstrasi (Rahma & Rizkiyani, 2019). Dalam pengabdian ini, pemaparan materi dilakukan secara pleno dan praktek langsung bagaimana manfaat dan strategi usaha yang penting bagi UMKM.

Pendampingan dilakukan sambil berjalannya usaha UMKM selama warga desa membutuhkan. Dalam kegiatan pendampingan, mitra berperan sebagai pelaku utama dalam penyelesaian dan pengembangan UMKM. Mitra yang memiliki masalah sehingga sangat diperlukan keterlibatan mitra dalam pemecahan masalah (Oktradiksa, 2019).

Analisis keberhasilan kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan observasi kemampuan peserta memahami materi, partisipasi peserta atau mitra kegiatan, dan antusias peserta. Hal tersebut dapat dilihat dari kehadiran peserta dan bagaimana mereka merespon sosialisasi, baik dengan pertanyaan yang mereka ajukan atau dengan komentar dan cerita pengalaman UMKM mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan berlangsung sejak tanggal 24 Nopember 2025. Peserta kegiatan dari pelaku UMKM yang sebanyak 20 orang Pelaku Usaha UMKM. Kegiatan Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan ini bekerja sama dengan mahasiswa program doktoral Universitas Islam Sumatera Utara. Dalam kegiatan sosialisasi terdapat pemaparan materi UMKM oleh narasumber yang merupakan tim pengabdi.



Gambar 1. Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan



Gambar 2. Tinjauan langsung tim PKM ke UMKM

Materi-materi dalam sosialisasi UMKM terdiri dari digital marketing, manfaat strategi digital marketing dalam usaha, contoh digital marketing, strategi memulai usaha, dan strategi pengembangan usaha. Untuk materi digital marketing, konsepnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Materi Digital Marketing

Adapun untuk materi manfaat strategi digital marketing dalam usaha, beberapa manfaatnya yaitu membantu meningkatkan penjualan, lebih hemat biaya, targeting market menjadi lebih mudah serta komunikasi dengan konsumen lebih mudah.

Strategi memulai usaha menggunakan model pengembangan usaha yaitu Perencanaan, Pelatihan, Tindakan dan Evaluasi. Dan strategi pengembangan usaha dengan tiga langkah dasar, yaitu mengikuti perkembangan teknologi salah satunya dengan membuka toko online, membuat alokasi dana yang bertujuan untuk menjaga kestabilan modal usaha dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan cara pemberian bonus atau penyelesaian pesanan lebih cepat.

Kegiatan Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan berjalan dengan lancar dan mampu membuat seluruh peserta antusias terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Beberapa peserta mengajukan pertanyaan yang menunjukkan ketertarikan mereka terhadap materi yang dipaparkan.



Gambar 4. Beberapa contoh hasil usaha UMKM Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan

Berdasarkan hasil observasi, terlihat bahwa warga sudah mulai membuat akun dan mulai belajar media sosial serta website marketing sebagai modal untuk digital marketing. Selama kegiatan sosialisasi dan setelah kegiatan, warga terkadang masih bertanya hal-hal yang belum dikuasai, seperti pada penggunaan media social dan cara digital marketing. Keberlanjutan kegiatan pengabdian dapat dilakukan jika masyarakat masih membutuhkan kegiatan tersebut (Bamusbama et al., 2019). Pada kegiatan Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan, masih ada keberlanjutan program dengan pendampingan digital marketing. UMKM yang memiliki pertanyaan terkait usaha UMKMinya atau ingin lebih aktif dalam digital marketing, dapat bertanya langsung.

SIMPULAN

Sesuai dengan temuan dalam hasil dan pembahasan, program pengabdian kepada masyarakat dalam kegiatan Sosialisasi UMKM bagi Warga Sekitaran Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan berhasil membantu warga dan para pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan bagaimana memulai UMKM, bagaimana mengembangkan UMKM dan bagaimana pemasarannya serta cara digital marketing untuk lebih meningkatkan omset penjualan. Peserta mampu memahami materi seputar UMKM. Warga mendapatkan keterampilan penggunaan media sosial dan website penjualan untuk digital marketing. Untuk kepuasan peserta sosialisasi terlihat dari kehadiran dan antusiasme peserta pelatihan yang sekaligus pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtias, N. M. A. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa

- Pandemi. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.
- Areni, I. S. (2019). Pengenalan Pembelajaran Interaktif Berbasis Game di SDN 14 Bonto- Bonto Kabupaten Pangkep. *Panrita Abdi-Jurnal ...*, 3(2), 177–183. <http://journal-old.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi/article/view/6551>
- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Atsar, A. (2021). Sosialisasi Kegiatan Sosialisasi Umkm Mewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5), 1202–1210. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i5.4142>
- Bakri Katti, S. W., & Mutmainah, M. (2020). Sosialisasi Pentingnya Pembukuan Umkm Sederhana Dan Tahapan Penyusunan Studi Kelayakan Usaha. *Jurnal Daya-Mas*, 5(2), 58–60. <https://doi.org/10.33319/dymas.v5i2.48>
- Bamusbama, W. D., Tambrauw, K., Barat, P., Inggris, P. B., Keguruan, F., & Muhammadiyah, U. (2019). Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengajaran Calistung bagi dirumuskan permasalahan berikut (1). Masyarakat Kampung Bano perlu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan Calistung demi peningkatan kehidupan yang lebih baik . (2). *Perlunya T. 9*, 195–199.
- Farizki, F. I., Salamah, R., Mutiah, T. S. R., Wardhani, W. K., & Siddi, P. (2020). Sosialisasi Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 620. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.3374>
- Febriani, R. (2021). Sosialisasi Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Keripik Ciping Desa Sukawana Curug Kota Serang. *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 194–202. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v3i2.1551>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Herniwati, L. S. S. Z. D. D. G. F. A. S. I. N. J. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Dan Bimbingan Teknis Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, Vol 2, No 2 (2021) Abdi Masyarakat Humanis. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/IAMH/article/view/10755/7011>
- Khadijah, K. (2020). Peningkatan Pengetahuan Mengoptimalkan Pembelajaran dengan Alat Peraga Teorema Pythagoras. *Equals*, 3(1), 21–29. <https://doi.org/10.46918/eq.v3i1.581>
- Muhazir, A., Fauziah, R., Agus, R. T. A., & Alfitri, A. (2019). Sosialisasi UM KM GO Digital untuk Meningkatkan Omset Menggunakan Internet dan Media Sosial Pada UMKM Sei Kepayang Kanan. 1(2), 9–25.
- Oktradiksa, A. (2019). PKU bagi MI Muhamamdiyah Rambeanak 2 Kabupaten Magelang. *Publikasi Pendidikan UNM*, 9(3), 227–231.

<https://ojs.unm.ac.id/pubpend/article/view/8616>

- Putri, E. P. (2022). Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Sosialisasi Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Desa Minggirsari, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. Universitas, 204-212.
- Rahma, A., & Rizkiyani, F. (2019). Peningkatan Pemahaman Guru PAUD Tentang Kebencanaan melalui Pembelajaran Sains. *Publikasi Pendidikan*, 9(3), 254. <https://doi.org/10.26858/publikan.v9i3.10023>
- Rangkuti, M. A., Manurung, I. F. U., Tarigan, N., Panggabean, D. D., Irfandi, I., Harahap, M. H., & Syah, D. H. (2019). Pendampingan Guru-Guru Sekolah Dasar Mendesain Pembelajaran Tematik Berbasis Alat Peraga Di Kecamatan Medan Helvetia. *Publikasi Pendidikan*, 9(3), 232. <https://doi.org/10.26858/publikan.v9i3.10296>
- Sarfiah; Sudati, Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Siregar, J. H., Anwar, C., & Sangaji, M. (2019). Pelatihan Pengelolaan Aplikasi Sistem Informasi Bagi Warga Kelurahan Sawah Baru, Tangerang Selatan. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 343. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4167>
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Sutamrin, S., Rahman, A., Rusli, R., Ahmar, A. S., & Khadijah, K. (2022). Optimization of Digital-Based Library Services in MAN 1 Bulukumba. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 454-463. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1336>
- Yuliani, N. R. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan Bagi Kelompok Umkm Guna Meningkatkan Motivasi Dalam Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 4(1), 84-87. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i1.1884>