

## SOSIALISASI UMKM BERBASIS DIGITAL KEPADA PELAKU UMKM DI DESA TANAH RAKYAT

**Riswan<sup>\*1</sup>, Syahrul Armadhan<sup>2</sup>, Rizka Efrianti Nasution<sup>3</sup>, Siti Rizki Manurung<sup>4</sup>,  
Clara Apta Ardiningrum<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan Jl. Jend. Ahmad Yani, Kisaran

Email: <sup>\*1</sup> riswanhusin9@gmail.com, <sup>2</sup>syahrularmadhan558@gmail.com,

<sup>3</sup>tinanasution351@gmail.com, <sup>4</sup>sitirizki2365@gmail.com, <sup>5</sup>claraokta26@gmail.com

### ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Kelompok Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Fakultas Ekonomi Universitas Asahan bertujuan untuk mendigitalisasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tanah Rakyat, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan. Melalui sosialisasi dan pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing dan pemasaran produk. Kegiatan diawali dengan observasi kondisi UMKM yang menunjukkan rendahnya akses terhadap teknologi dan internet, serta keterbatasan dalam pemahaman pemasaran digital. Sosialisasi dilanjutkan dengan pelatihan teknis yang mencakup pembuatan konten pemasaran, penggunaan media sosial, dan perangkat lunak manajemen usaha. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan pengetahuan digital peserta, adopsi teknologi dalam operasional UMKM, dan keberhasilan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial. Meskipun terdapat kemajuan yang signifikan, beberapa pelaku UMKM masih menghadapi kendala, seperti akses internet yang terbatas dan literasi digital yang rendah. Oleh karena itu, dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah dan pelatihan tambahan menjadi sangat penting untuk mendorong pertumbuhan UMKM di desa tersebut. Program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan nasional melalui digitalisasi UMKM.

**Kata Kunci:** UMKM, Digitalisasi, Pemasaran Digital, Desa Tanah Rakyat, Sosialisasi

### ABSTRACT

*The community service program conducted by the Community Service Group (PKM) of the Faculty of Economics at Universitas Asahan aims to digitize Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Tanah Rakyat Village, Pulo Bandring District, Asahan Regency. Through socialization and training, participants are provided with an understanding of the importance of utilizing digital technology to enhance competitiveness and product marketing. The activities began with an observation of the UMKM conditions, revealing limited access to technology and the internet, as well as constraints in understanding digital marketing. The socialization was followed by technical training covering marketing content creation, social media usage, and business management software. The results of this program show an increase in participants' digital knowledge, the adoption of technology in UMKM operations, and successful market expansion through social media. Despite significant progress, some UMKM actors still face challenges such as limited internet access and low digital literacy. Therefore, continuous support from local government and additional training is crucial to promote the growth of UMKM in the village. This program not only provides direct benefits to entrepreneurs but also contributes to the development of the local and national economy through UMKM digitalization.*

**Keywords:** MSMEs, Digitalization, Digital Marketing, Tanah Rakyat Village, Socialization

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam menggerakkan perekonomian di Indonesia. UMKM tidak hanya berperan dalam menyediakan lapangan kerja, tetapi juga menyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya keberadaan UMKM dalam menopang perekonomian negara. Selain itu, UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam menciptakan ekonomi yang inklusif dan mengurangi ketimpangan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

UMKM merupakan entitas ekonomi produktif yang biasanya dikelola secara mandiri oleh individu atau kelompok usaha kecil. Banyak dari UMKM ini mengolah sumber daya lokal, seperti yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Tanah Rakyat. Di desa ini, sumber penghasilan yang beragam mulai dari usaha pengolahan bahan mentah hingga kuliner, memberikan potensi besar bagi perkembangan UMKM. Namun, salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran.

Dalam era digital saat ini, promosi melalui platform online telah menjadi salah satu strategi kunci dalam meningkatkan jangkauan dan daya saing usaha. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial, situs web, mesin pencari, dan aplikasi mobile sebagai sarana pemasaran yang efektif. Hal ini mampu meningkatkan interaksi dengan konsumen dan meningkatkan penjualan (Kotler & Keller, 2020). Oleh karena itu, melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Tanah Rakyat, sosialisasi tentang pentingnya digitalisasi bagi UMKM sangat diperlukan.

Namun, selain permasalahan digitalisasi, ada aspek lain yang tidak kalah penting dalam peningkatan daya saing UMKM, yaitu perbaikan pada sisi kemasan produk. Dua produk lokal unggulan dari Desa Tanah Rakyat, yaitu jahe instan dan basreng, menghadapi tantangan dalam hal kemasan. Kemasan produk saat ini dinilai masih sederhana dan kurang menarik, sehingga menyulitkan produk untuk bersaing di pasar yang lebih luas, baik secara online maupun offline.

Kemasan yang kurang menarik tidak hanya mempengaruhi tampilan visual produk, tetapi juga persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Dalam era modern ini, kemasan yang baik memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk. Oleh karena itu, selain pelatihan digitalisasi, program PKM ini juga akan fokus pada pembaruan desain dan kualitas kemasan produk UMKM di Desa Tanah Rakyat. Diharapkan, dengan kemasan yang lebih modern dan informatif, produk-produk ini dapat lebih mudah diterima oleh pasar yang lebih luas.

### **1.2 Tujuan dan Manfaat Pengabdian**

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dampak yang ditimbulkan dari pemanfaatan digitalisasi sebagai media promosi pada pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat.
2. Mengidentifikasi bentuk-bentuk pemanfaatan digitalisasi yang paling efektif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar.
3. Meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya kemasan yang menarik dan informatif sebagai bagian dari strategi pemasaran yang efektif.
4. Membantu pelaku UMKM merancang dan memperbarui kemasan produk, seperti jahe instan dan basreng, agar lebih kompetitif di pasar lokal dan nasional.

Sedangkan manfaat dari kegiatan ini adalah untuk mendukung kegiatan UMKM di Desa Tanah Rakyat dengan memberikan pelatihan digitalisasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk yang lebih inovatif dan menarik. Serta mendukung

pengembangan UMKM di desa sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan melalui pemanfaatan digitalisasi sebagai media promosi. Melalui transformasi digital, UMKM diharapkan mampu bersaing di pasar yang lebih luas serta meningkatkan efektivitas operasional mereka (Hamid, 2021).

### **1.3 Gambaran Umum**

Desa Tanah Rakyat, yang terletak di Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara, memiliki karakteristik geografis pedesaan dengan tantangan infrastruktur digital yang belum optimal. Akses internet terbatas di beberapa wilayah desa menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Tantangan infrastruktur ini membuat pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan usahanya.

Sektor ekonomi utama di desa ini meliputi usaha pengolahan bahan mentah, pertanian, dan kuliner lokal yang berpotensi besar untuk dipasarkan secara luas. Namun, keterbatasan akses pasar membatasi pertumbuhan ekonomi pelaku usaha lokal. Digitalisasi diharapkan menjadi solusi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM, terutama dengan memanfaatkan media sosial.

Melalui digitalisasi, pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat dapat menjangkau konsumen di luar wilayah lokal, baik secara nasional maupun internasional. Pemasaran digital melalui media sosial membuka peluang bagi produk lokal yang sebelumnya hanya beredar di pasar lokal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Program sosialisasi digitalisasi yang dilakukan oleh kelompok PKM bertujuan untuk membantu pelaku UMKM memahami pentingnya digitalisasi dan memanfaatkannya untuk pengembangan usaha secara lebih efisien dan kompetitif.

Selain itu, program ini juga akan fokus pada pembaruan kemasan produk, terutama untuk jahe instan dan basreng. Kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, serta memberikan nilai tambah yang signifikan dalam pemasaran. Dengan demikian, kombinasi antara pelatihan digitalisasi dan pembaruan kemasan diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat.

Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya mampu memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, tetapi juga dapat memperkuat citra produk mereka melalui kemasan yang lebih modern dan menarik. Program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **1.4 Gambaran Masyarakat Sasaran**

Masyarakat mitra dalam program ini adalah para pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat yang sebagian besar belum memiliki keterampilan digital yang memadai. Keterbatasan literasi digital menjadi salah satu tantangan utama dalam adopsi teknologi di kalangan pelaku usaha. Banyak di antara mereka yang belum familiar dengan penggunaan perangkat lunak, dan media sosial sebagai alat pemasaran. Selain itu, biaya untuk mengakses teknologi dan peralatan digital menjadi kendala bagi usaha kecil yang memiliki keterbatasan modal.

Kondisi geografis yang relatif jauh dari pusat kota juga mempengaruhi akses terhadap pelatihan dan pendampingan terkait digitalisasi. Hal ini menyebabkan sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode konvensional dalam pengelolaan usaha mereka, seperti pencatatan keuangan manual dan pemasaran tradisional. Rendahnya pengetahuan dan keterampilan digital ini turut membatasi potensi pertumbuhan usaha lokal.

Program sosialisasi dan pelatihan digitalisasi oleh kelompok PKM Fakultas Ekonomi Universitas Asahan dirancang untuk mengatasi tantangan tersebut. Pelatihan

yang diberikan mencakup penggunaan media sosial. Program ini juga melibatkan bimbingan dalam penggunaan perangkat lunak manajemen bisnis sederhana untuk membantu pelaku usaha mengelola stok, keuangan, dan operasional usaha mereka secara lebih efisien.

Selain itu, program ini juga akan mengedukasi pelaku UMKM mengenai pentingnya pembaruan kemasan produk. Dengan memberikan pengetahuan tentang desain kemasan yang menarik dan informatif, pelaku UMKM dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Kemasan yang baik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen.

Meskipun program ini memberikan banyak manfaat, keberhasilannya sangat bergantung pada dukungan infrastruktur digital yang memadai serta komitmen pemerintah daerah dalam menyediakan akses internet yang lebih baik dan meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Dengan demikian, masyarakat mitra di Desa Tanah Rakyat diharapkan dapat lebih siap menghadapi era globalisasi melalui digitalisasi yang terarah dan berkelanjutan, serta mampu meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Program pengabdian masyarakat oleh kelompok PKM ini dilaksanakan pada tanggal 5 September hingga 2 Oktober 2024, dengan lokasi kegiatan di Desa Tanah Rakyat. Program ini dilaksanakan dengan bekerja sama dengan perangkat desa setempat serta melibatkan berbagai pelaku UMKM lokal. Adapun metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

### **2.1 Observasi**

Pada tahap awal, kelompok PKM melakukan observasi terhadap berbagai kelompok usaha seperti Kelompok Usaha Mekar Sari, Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K), serta pelaku UMKM lainnya di Desa Tanah Rakyat. Selain observasi, kelompok juga melakukan wawancara langsung dengan para pelaku usaha untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait masalah yang mereka hadapi. Pendataan dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha, di mana tim pengabdian memperoleh informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan kinerja UMKM setempat.

### **2.2 Penyuluhan Tentang Pentingnya Digitalisasi bagi UMKM**

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan bagi para pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat. Materi yang disampaikan mencakup pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk, baik melalui media sosial. Selain itu, dijelaskan juga mengenai pengelolaan keuangan yang lebih efektif dengan bantuan perangkat lunak manajemen bisnis (Setiawan, 2020). Para peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana digitalisasi dapat meningkatkan pendapatan usaha dan memperluas pasar. Dalam sesi ini, program juga mengedukasi pelaku UMKM tentang pentingnya pembaruan kemasan produk, yang dapat memberikan daya tarik lebih bagi konsumen.

### **2.3 Pelaksanaan Kegiatan**

Selama pelaksanaan, kelompok PKM mendampingi para pelaku UMKM dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah mereka terima. Inovasi dalam pengolahan produk dan pemasaran digital dilakukan dengan bimbingan langsung, sehingga pelaku UMKM mampu mengadopsi teknologi baru secara bertahap. Pendampingan ini mencakup penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk.

Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong peningkatan pendapatan dan pengembangan pasar melalui optimalisasi penggunaan teknologi digital. Selain itu, kelompok PKM juga memberikan pendampingan dalam hal desain kemasan produk yang menarik, sehingga pelaku UMKM dapat lebih kompetitif di pasar yang lebih luas. Dengan

pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat dapat lebih siap menghadapi tantangan di era digital.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Penyuluhan

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Proses Kegiatan/Pembahasan**

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada sosialisasi digitalisasi UMKM di Desa Tanah Rakyat dilaksanakan dalam beberapa tahapan, dengan setiap tahapan dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka.

##### **3.1.1. Observasi Awal**

Kegiatan diawali dengan observasi mendalam terhadap kondisi UMKM di Desa Tanah Rakyat. Tim PKM mendatangi beberapa pelaku usaha, termasuk kelompok usaha Mekar Sari, UP2K, serta pelaku UMKM lainnya yang berfokus pada produksi kuliner dan kerajinan lokal. Observasi ini memberikan gambaran awal tentang kendala yang dihadapi oleh UMKM, seperti kurangnya literasi digital, keterbatasan akses internet, dan masih dominannya penggunaan metode pemasaran tradisional. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam merancang materi sosialisasi yang lebih tepat sasaran.

##### **3.1.2. Penyuluhan tentang Pentingnya Digitalisasi**

Tahap kedua melibatkan penyuluhan kepada pelaku UMKM mengenai digitalisasi sebagai solusi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Dalam penyuluhan ini, peserta diajarkan mengenai pentingnya penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran untuk menjual produk mereka secara lebih luas. Selain itu, materi tentang dasar-dasar Search Engine Optimization (SEO) dan teknik pembuatan konten visual juga disampaikan agar pelaku UMKM mampu membuat strategi pemasaran yang menarik konsumen. Penyuluhan ini tidak hanya berfokus pada pemasaran digital, tetapi juga menekankan pentingnya kemasan produk yang menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

##### **3.1.3. Pelatihan Teknis Pemasaran Digital**

Setelah penyuluhan, dilanjutkan dengan pelatihan teknis yang lebih mendalam. Pelatihan ini mencakup pembuatan akun media sosial, cara mengunggah produk, menulis deskripsi produk yang menarik, serta penggunaan perangkat lunak manajemen stok dan pencatatan keuangan sederhana. Dalam sesi ini, setiap peserta diberikan pendampingan langsung untuk mempraktikkan ilmu yang telah mereka pelajari. Peserta yang memiliki kendala dalam menggunakan teknologi juga diberikan perhatian khusus agar mampu memahami setiap langkah proses digitalisasi dengan baik. Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan dapat mengimplementasikan digitalisasi secara efektif dalam usaha mereka.

### 3.1.4. Evaluasi dan Pendampingan Berkelanjutan

Selama kegiatan berlangsung, tim PKM melakukan evaluasi berkala untuk melihat perkembangan peserta dalam mengadopsi teknologi digital. Tim memberikan masukan terkait konten pemasaran, strategi harga, serta efisiensi dalam pengelolaan stok dan pencatatan keuangan. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa UMKM benar-benar dapat menerapkan ilmu yang didapat secara efektif dalam operasional harian mereka. Pendampingan berkelanjutan ini juga dilakukan setelah pelatihan, agar pelaku UMKM terus mendapatkan dukungan dalam menerapkan digitalisasi dan inovasi kemasan produk.

### 3.2 Hasil Kegiatan Pengabdian

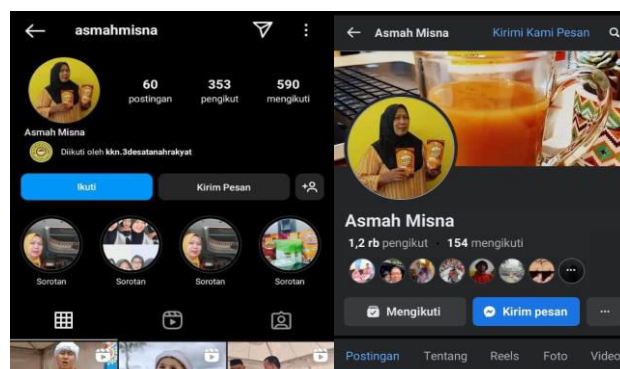
Hasil dari kegiatan sosialisasi ini menunjukkan perkembangan positif dalam penerapan digitalisasi oleh para pelaku UMKM di Desa Tanah Rakyat. Beberapa hasil utama dari program ini antara lain:

Peningkatan Pengetahuan Digital. Peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan mengenai pemasaran digital. Sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku UMKM hanya mengenal pemasaran tradisional dan belum memahami cara kerja platform digital. Setelah pelatihan, peserta mampu mengelola akun media sosial, membuat konten menarik untuk menjual produk mereka, dan memahami prinsip dasar pemasaran digital.



**Gambar 3. Produk Mitra Dengan Kemasan Baru**

Penerapan Teknologi Digital pada UMKM. Sejumlah pelaku UMKM telah mulai menggunakan perangkat lunak manajemen stok dan pencatatan keuangan yang diperkenalkan dalam pelatihan. Penggunaan teknologi ini membantu mereka dalam mengelola operasional usaha dengan lebih efisien, mengurangi kesalahan pencatatan, serta meningkatkan transparansi keuangan.



**Gambar 4. Akun Media Sosial Mitra**

Peningkatan Jangkauan Pasar. Dengan menggunakan media sosial, beberapa pelaku UMKM berhasil menjual produk mereka ke luar daerah Desa Tanah Rakyat. Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi tidak hanya membantu dalam meningkatkan efisiensi, tetapi juga berkontribusi pada perluasan pasar. Pelaku UMKM mulai menjalin kerja sama dengan distributor dan pengecer di kota-kota terdekat, yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan tanpa adanya digitalisasi.

Pemahaman Strategi Pemasaran yang Lebih Baik. Pelaku usaha kini lebih memahami pentingnya branding dan pemasaran yang efektif. Mereka mulai memahami bagaimana konten yang menarik, pemilihan waktu unggah yang tepat, serta interaksi dengan pelanggan dapat meningkatkan engagement dan penjualan produk. Beberapa pelaku UMKM bahkan berhasil menerapkan strategi promosi yang inovatif untuk menarik perhatian konsumen.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perkembangan UMKM di Desa Tanah Rakyat. Melalui sosialisasi dan pelatihan yang tepat, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun strategi pemasaran yang lebih efektif. Beberapa kesimpulan utama dari kegiatan ini adalah:

1. Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM dengan memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial. Pelaku UMKM yang sebelumnya terbatas pada pasar lokal kini mulai dapat menjangkau konsumen di luar daerah mereka.
2. Pelatihan digitalisasi meningkatkan literasi teknologi pelaku UMKM, khususnya dalam hal penggunaan perangkat lunak manajemen usaha. Ini membantu mereka mengelola stok dan keuangan dengan lebih efisien, serta merencanakan strategi pemasaran yang lebih terarah.
3. Adopsi teknologi digital masih menghadapi beberapa kendala, terutama dalam hal akses internet dan tingkat literasi teknologi yang bervariasi di kalangan pelaku UMKM. Beberapa pelaku masih kesulitan dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh, sehingga dukungan berkelanjutan menjadi sangat penting.

Kegiatan ini juga memberikan wawasan bahwa dengan bimbingan yang tepat dan dukungan infrastruktur yang memadai, UMKM di pedesaan memiliki potensi besar untuk berkembang melalui digitalisasi. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan keterampilan digital dan akses terhadap teknologi akan sangat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

##### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil kegiatan dan temuan di lapangan, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya program pelatihan berkelanjutan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah atau lembaga terkait untuk membantu pelaku UMKM terus mengasah kemampuan digital mereka. Pelatihan tidak hanya sebatas penggunaan media sosial, tetapi juga mencakup kemampuan analisis pasar digital, pemasaran online, dan manajemen bisnis berbasis teknologi.
2. Peningkatan infrastruktur digital di Desa Tanah Rakyat sangat diperlukan. Pemerintah daerah perlu bekerja sama dengan penyedia layanan internet untuk meningkatkan akses internet di desa-desa terpencil. Hal ini penting agar digitalisasi bisa diimplementasikan secara optimal dan seluruh pelaku UMKM dapat merasakan manfaatnya.

3. Dukungan modal bagi pelaku UMKM yang ingin mengadopsi teknologi digital perlu ditingkatkan. Banyak pelaku usaha yang masih terbatas dalam hal modal untuk membeli perangkat atau berlangganan layanan digital. Pemerintah atau lembaga keuangan dapat menyediakan program pembiayaan khusus untuk membantu UMKM dalam melakukan transformasi digital, termasuk subsidi untuk pelatihan dan pembelian perangkat.
4. Pemberdayaan komunitas lokal melalui kolaborasi antara UMKM yang lebih maju dengan UMKM pemula dapat membantu penyebaran pengetahuan digital secara merata. Program pendampingan antara UMKM berpengalaman dan pemula dapat mempercepat proses adopsi teknologi dan meningkatkan kolaborasi di antara pelaku usaha di desa. Ini juga dapat menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung.
5. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya digitalisasi melalui kampanye informasi yang melibatkan semua stakeholder, termasuk pemerintah, akademisi, dan media. Dengan pendekatan yang lebih luas, diharapkan masyarakat akan lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi digital dalam usaha mereka.

Dengan implementasi saran-saran di atas, diharapkan UMKM di Desa Tanah Rakyat dapat terus berkembang dan berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian lokal maupun nasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Asahan. (2023). *Laporan Tahunan Pengembangan UMKM di Kabupaten Asahan*. Asahan: Dinas Koperasi dan UKM.
- Hadi, S. (2023). Peran Teknologi Digital dalam Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 45-60. doi:10.5678/jmk.v10i1.1234
- Herman, M. (2023). Kondisi Geografis dan Pengaruhnya terhadap UMKM di Pedesaan. *Jurnal Geografi dan Pembangunan Wilayah*, 8(1), 50-65. doi:10.6789/jgpw.v8i1.1234
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2022). *Strategi Pengembangan UMKM di Era Digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Lestari, P. (2023). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 16(1), 200-215. doi:10.6543/jbm.v16i1.7890
- Muhammad Sendi, 2. G. (2022, desember). Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku Usaha UMKM di Desa Salo Palai. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3, 1068-1077.
- Prasetyo, A. (2023). Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran UMKM. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 14(3), 150-162. doi:10.3456/jti.v14i3.1234
- Pusporini, D. P. (2022, maret). Digitalisasi Manajemen Pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 5, 172-183.
- Rahayu, D. (2022). Pentingnya Pemasaran Digital bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(4), 321-335. doi:10.9876/jie.v15i4.4321
- Sari, R. P. (2023). Digital Marketing: Strategi Efektif untuk Pemasaran UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 205-220. doi:10.1234/jeber.v12i3.5678
- Siti Aisyah, K. R. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *Jurnal Dharmawangsa*, 3, 443-447.
- Suhendra, R. (2023). Tantangan Digitalisasi UMKM di Daerah Pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(2), 78-92. doi:10.1123/jep.v9i2.5678



- Waspada.id. (2023). Dosen UNA Dorong Peningkatan Pemasaran Digital UMKM. *Waspada.id*. Diakses dari <https://www.waspada.id/sumut/dosen-unadorong-peningkatan-pemasaran-digital-umkm/>
- Yulianto, A. (2023). Efektivitas Digitalisasi dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 11(2), 101-115. doi:10.9876/jepd.v11i2.8910