



PENERAPAN INOVASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA CIJAYANTI

Palahudin, Titiek Tjahja Andari, Andy Lesmana, Indra, Wahyu Pratama,
Novy Ramadhina, Padila Nurhikmah, Arif Luqman Ibrahim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda
Email : palahudin@unida.ac.id

Naskah diterima; September 2025; disetujui Oktober 2025; publikasi online Desember 2025

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Cijayanti melalui penerapan inovasi digital. Program dilaksanakan melalui metode pelatihan, workshop, dan pendampingan praktik yang berfokus pada pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, serta aplikasi sederhana untuk mendukung pemasaran dan pengelolaan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan dasar peserta dalam membuat konten promosi digital, mengelola akun media sosial, serta memulai penggunaan toko daring. Selain itu, kegiatan ini menumbuhkan motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan strategi pemasaran berbasis teknologi. Meskipun dampak jangka panjang belum dapat diukur karena keterbatasan waktu monitoring, kegiatan ini menjadi landasan awal bagi UMKM di Desa Cijayanti untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan inovasi digital.

Kata Kunci: *inovasi digital; UMKM; daya saing; pemasaran digital; pendampingan*

Abstract

This community service activity aims to improve the understanding and skills of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Cijayanti Village through the application of digital innovation. The program is implemented through training, workshops, and practical mentoring focused on the use of social media, e-commerce platforms, and simple applications to support marketing and business management. The results of the activity show an increase in participants' basic knowledge and skills in creating digital promotional content, managing social media accounts, and starting to use online stores. Additionally, this activity has motivated MSMEs to develop technology-based marketing strategies. Although the long-term impact cannot yet be measured due to time constraints in monitoring, this activity serves as a foundation for MSMEs in Cijayanti Village to enhance their competitiveness through the use of digital innovations.

Keywords: *digital innovation; SMEs; competitiveness; digital marketing; mentoring*

A. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi nasional tidak dapat dilepaskan dari peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi salah satu penopang utama perekonomian masyarakat. Menurut Irham Fahmi (2019), pembangunan ekonomi yang berlandaskan kemandirian dan partisipasi masyarakat dapat menciptakan kesejahteraan yang merata. Dalam konteks ini,

UMKM menjadi motor penggerak yang mampu menyerap tenaga kerja serta meningkatkan produktivitas lokal. Namun, dinamika globalisasi dan revolusi industri 4.0 menuntut adanya transformasi dan inovasi agar UMKM tetap mampu bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Inovasi digital menjadi salah satu strategi penting untuk menghadapi tantangan tersebut.

Christensen et al. (2016) menjelaskan bahwa inovasi bukan sekadar penemuan baru, melainkan juga penerapan solusi kreatif yang mampu meningkatkan nilai tambah bagi konsumen. Dalam ranah UMKM, penerapan inovasi digital mencakup pemanfaatan teknologi informasi, digital marketing, dan sistem manajemen berbasis teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Hal ini relevan dengan kondisi desa-desa yang tengah beradaptasi dengan perkembangan teknologi, termasuk Desa Cijayanti.

Selain itu, Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, memperkuat citra merek, serta meningkatkan efisiensi biaya. Bagi UMKM di wilayah pedesaan, penggunaan inovasi digital bukan hanya sarana promosi, melainkan juga cara untuk memperluas akses pasar hingga ke tingkat nasional bahkan internasional. Dengan demikian, penerapan teknologi digital menjadi langkah strategis dalam memperkuat daya saing.

Namun, penerapan inovasi digital tidak lepas dari berbagai tantangan, seperti keterbatasan literasi teknologi, kesiapan sumber daya manusia, dan infrastruktur pendukung. Badawi & Nugroho (2022) menekankan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan kunci dalam menciptakan perilaku inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, pendampingan, pelatihan, serta dukungan kelembagaan diperlukan agar UMKM di Desa Cijayanti mampu mengoptimalkan inovasi digital untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

B. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Cijayanti, yang merupakan salah satu desa dengan potensi usaha mikro dan kecil berbasis produk lokal. Lokasi ini dipilih karena sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional dalam pengelolaan usaha, sehingga membutuhkan strategi baru berbasis inovasi digital. Mitra

kegiatan ini adalah pelaku UMKM lokal yang bergerak dalam bidang kuliner dan kerajinan. Mereka menjadi sasaran utama program pendampingan, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam penerapan teknologi digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur. Pertama, dilakukan sosialisasi program kepada mitra untuk memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya inovasi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Kedua, dilaksanakan pelatihan mengenai penggunaan media sosial, e-commerce, dan aplikasi digital sederhana untuk pemasaran produk. Tahap ketiga adalah pendampingan langsung, yaitu peserta dibimbing dalam praktik membuat konten digital, mengelola akun media sosial usaha, dan memanfaatkan platform penjualan online.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah kombinasi antara training, workshop, dan pendampingan praktik. Pada metode training, peserta diberikan materi secara teoritis mengenai strategi pemasaran digital, pentingnya branding, serta pengelolaan keuangan berbasis aplikasi. Selanjutnya, workshop dilakukan secara interaktif melalui simulasi pembuatan desain promosi, pengelolaan katalog produk, dan strategi interaksi dengan konsumen secara daring. Sedangkan pendampingan praktik lebih menekankan pada implementasi langsung melalui bimbingan intensif dengan melibatkan fasilitator dan mahasiswa sebagai mentor.

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan, dilakukan evaluasi melalui observasi, diskusi, serta penilaian terhadap luaran yang dihasilkan peserta. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan media digital, keterampilan dalam membuat konten promosi, serta keaktifan dalam mengelola usaha berbasis teknologi..

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan inovasi digital pada UMKM di Desa Cijayanti dilakukan melalui pelatihan, workshop, dan pendampingan praktik. Dari kegiatan tersebut diperoleh beberapa temuan yang dapat dibahas sebagai berikut:

1. Pengenalan Inovasi Digital

Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Cijayanti masih menghadapi kendala dalam memahami inovasi digital. Teknologi sederhana yang dapat menunjang usaha, khususnya pada aspek promosi dan komunikasi dengan konsumen, belum dimanfaatkan secara optimal. Minimnya pemahaman membuat media sosial, aplikasi desain dasar, maupun platform penjualan daring jarang digunakan sebagai sarana pengembangan usaha.

2. Pola Pemasaran

Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar UMKM masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut serta penjualan langsung di lingkungan sekitar desa. Produk belum dipasarkan secara luas dan belum memiliki identitas digital yang jelas. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dan minimnya diferensiasi. Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa strategi pemasaran yang lemah akan membatasi perkembangan usaha kecil.

3. Identitas Produk atau Branding

Sebagian besar UMKM di Desa Cijayanti belum memiliki branding yang jelas, terlihat dari belum adanya nama usaha yang konsisten, logo, maupun kemasan yang mencerminkan identitas produk. Kondisi ini membuat produk sulit dibedakan dengan kompetitor dan mengurangi daya tarik di pasar yang lebih luas. Minimnya pemahaman tentang pentingnya branding menyebabkan pelaku UMKM hanya mengandalkan kualitas produk tanpa memperhatikan citra.

Hasil Penerapan

Dari beberapa temuan, strategi penerapan inovasi digital yang dilakukan sebagai berikut:



Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing: pengenalan pembuatan akun media sosial usaha serta dasar-dasar konten promosi.



Gambar 2. Pendampingan E-Commerce: Bimbingan Awal Membuat Toko Daring Dan Mengunggah Produk



Gambar 3 Branding Produk: Praktik Sederhana Membuat Logo Dan Desain Kemasan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, hasil penerapan inovasi digital dirangkum dalam tabel berikut;

Aspek yang dinilai	Sebelum (orang)		Sesudah (orang)	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Pengetahuan Inovasi Digital	7 35%	13 65%	17 85%	3 15%
Pola Pemasaran	4 20%	16 80%	14 70%	6 30%
Identitas Produk atau Branding	2 10%	18 90%	20 100%	0 0%
Total	13 21,7%	47 78,3%	51 85%	9 15%

Berdasarkan tabel hasil penerapan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan UMKM setelah pelatihan. Pengetahuan inovasi digital naik dari 35% menjadi 85%, pola pemasaran dari 20% menjadi 70%, dan pemanfaatan e-commerce dari 10% menjadi 100%. Secara total, capaian meningkat dari 21,7% menjadi 85%, yang menegaskan efektivitas program inovasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM.

D. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai Penerapan Inovasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Cijayanti telah memberikan pemahaman awal kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi dalam mendukung usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta mulai mengenal media sosial, platform e-commerce, serta aplikasi sederhana untuk pengelolaan usaha.

Hasil awal menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan dasar, seperti kemampuan membuat konten promosi sederhana dan mengunggah produk secara online. Selain itu, kegiatan ini menumbuhkan motivasi pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Walaupun dampak jangka panjang belum dapat diukur karena belum dilakukan monitoring menyeluruh, program ini dapat menjadi landasan awal dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM di Desa Cijayanti

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini terlaksana berkat dukungan serta keterlibatan banyak pihak. Dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh individu maupun komunitas yang telah memberikan kontribusi diantaranya:

1. Bapak Palahudin, SE., ME, Bapak Andy Lasmana, SE., MM dan Dr. Dra. Titiek Tjahja Andari, M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan
2. Seluruh staf dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda, atas bantuan fasilitas yang diberikan selama kami menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak H. Ahmad Paojan, S.Kep selaku Kepala Desa Cijayanti yang telah mengizinkan kami untuk melaksanakan penelitian ini.
4. Seluruh Staff Desa, Masyarakat dan UMKM yang telah bersedia membantu dan menerima mahasiswa Universitas Djuanda untuk melakukan penelitian di Desa Cijayanti

5. Keluarga dan teman seperjuangan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2022 atas bantuan dan masukannya.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari masih terdapat keterbatasan dan kekurangan. Oleh sebab itu, saran serta masukan dari berbagai pihak sangat diharapkan guna meningkatkan kualitas laporan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badawi, A., & Nugroho, L. (2022). Keberlangsungan Usaha Melalui Peningkatan Kualitas SDM untuk Menciptakan Perilaku Inovatif dalam Pengembangan Produk pada UMKM Kelurahan Meruya Utara. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 140–144.
- Christensen, C. M., Dillon, K., & Duncan, D. S. (2016). *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*. New York: Harper Business.
- Fahmi, I. (2019). *Dasar-dasar Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Juhari, S., Napisah, S., Yani, A., Radiansyah, A., Tuah Tuha, P., & Oktabian, R. H. (2024). Pelatihan kreativitas dan inovasi digital pada UMKM di Desa Kimak, Kabupaten Bangka. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Jamal, I., Ian, M. R., & Wahyudiono. (2025). Strategi dan inovasi pengembangan digitalisasi UMKM di Desa Kedungsegog. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian (JIHAN)*, 3(1).
- Hadi, K., Afif, F., & Holis. (2024). Pendampingan UMKM Desa Kedondong Kidul di Era Digital. *Jurnal Abdimas Pariwisata*.
- Fitari, T., Herlissha, N., & Bahri, A. (2024). Digitalisasi UMKM: Pemanfaatan Media Digital pada UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*.
- Rismaya, N. H., & Putri, S. P. (2025). From Offline to Online: Transformasi Inovasi Bisnis UMKM Desa Karangasem dengan E-commerce di Era Digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 199–213.
- Hermawan, W., & Iqbaludin. (2025). Pendampingan Digitalisasi UMKM Menuju Ekonomi Berbasis Teknologi di Desa Sukarame, Kecamatan Leles, Kabupaten Garut. *TRIMAS: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Nadzril, K., Rully, R. D., & Suhelayanti. (2025). Upaya Meningkatkan Inovasi Digitalisasi UMKM di Desa Matang Sentang, Kecamatan Seruway. *Journal of Community Services and Engagement*.
- Abidin, W. D., Marisna, P., Varadisa, A. Q., Adi, T. S., &

Kartika, D. S. Y. (2023). Pengembangan UMKM melalui Pemanfaatan Pemasaran Digital dan Media Sosial pada Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 44–52.

Irianto, A., Onny, W. O. K., Mukhtar, M. N. A., & Sawitri, A. P. (2024). Penerapan Strategi Digital Bisnis pada UMKM di Desa Dilem Gondang Mojokerto. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 5(3), 317–325.

Rochmansyah, B. N., Riyadi, R. S., Farida, I., Asikin, M. Z., & Mijoyo, M. (2025). Upaya Peningkatan Digitalisasi Pelayanan Desa dan UMKM di Desa Buntet, Kecamatan Astanajapura, Kabupaten Cirebon. *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(5).

