

Strategi Menuju Digitalisasi Usaha bagi Pelaku UKM di Kabupaten Kutai Timur

Strategies Towards Business Digitalization for SMEs in East Kutai Regency

Andriawan Kustiawan^{1✉}, Arfiah Busari², Erwin Kurniawan A³, Nurjanana⁴

Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉Corresponding author: andriawan.kustiawan@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM masih kesulitan dalam mengintegrasikan pemasaran digital, platform e-commerce, dan administrasi usaha yang efisien ke dalam kegiatan sehari-hari. Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan UMKM, khususnya dalam manajemen usaha berbasis digital dan teknik promosi online. Program ini menggunakan berbagai metode, termasuk pelatihan terstruktur, lokakarya praktis, dan pendampingan yang berfokus pada pembuatan konten digital, pengelolaan toko online, serta pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, dan marketplace e-commerce. Selain itu, inisiatif ini bertujuan membangun kolaborasi antara pelaku UMKM dan organisasi masyarakat setempat melalui pendampingan dalam inovasi usaha, pengembangan produk, serta akses ke jaringan ekonomi yang lebih luas. Masukan dari peserta menunjukkan bahwa program ini secara signifikan meningkatkan keterampilan mereka, mendorong adopsi solusi digital, dan menumbuhkan harapan untuk dukungan berkelanjutan.

Abstract

Field assessments show that many MSME actors still struggle with integrating digital marketing, e-commerce platforms, and efficient business administration into their daily operations. This community service program is designed to improve MSME capabilities, especially in digital-based business management and online promotion techniques. The program utilizes multiple methods, including structured training, practical workshops, and mentoring sessions focusing on digital content creation, online store setup, and utilization of social media platforms such as Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, and e-commerce marketplaces. Moreover, the initiative aims to foster collaboration among MSME players and local community organizations by providing guidance in business innovation, product development, and access to wider economic networks. Feedback from participants indicated that the program significantly enhanced their skills, encouraged adoption of digital solutions, and raised expectations for continued support.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2026 Andriawan Kustiawan, Arfiah Busari, Erwin Kurniawan A, Nurjanana.

Article history

Received 2026-02-12

Accepted 2026-04-20

Published 2026-06-30

Kata kunci

Digitalisasi;
Kewirausahaan;
UMKM;
Pemasaran Online;
Kutai Timur.

Keywords

Digitalization;
Entrepreneurship;
MSMEs;
Online Marketing;
East Kutai.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat daerah merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung tercapainya pembangunan yang berkelanjutan dan merata. Dalam kerangka pembangunan nasional dan regional, pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi lokal, namun masih dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam pemanfaatan teknologi dan akses pasar. Salah satu upaya yang dinilai relevan untuk menjawab tantangan tersebut adalah melalui penerapan strategi digitalisasi usaha yang terarah dan berkelanjutan (Rachmatsyah, 2025; Rahma et al., 2025; Suhardi & Panjaitan, 2025). UKM tidak hanya berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga mencerminkan potensi ekonomi lokal yang beragam, mulai dari sektor perdagangan, industri kreatif, hingga pengolahan sumber daya berbasis kearifan lokal. Namun demikian, pelaku UKM masih sering mengalami kendala berupa keterbatasan literasi digital, pengelolaan usaha yang belum optimal, minimnya pemanfaatan media pemasaran digital, serta rendahnya daya saing produk di pasar yang lebih luas (Roy & Lestari, 2025; Syahbudi & Ma, 2021).

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dilakukan pendekatan strategis untuk mendorong transformasi usaha konvensional menuju usaha berbasis digital bagi pelaku UKM. Program pengabdian dirancang melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi pemanfaatan teknologi digital guna meningkatkan kapasitas pelaku UKM dalam mengelola usaha secara lebih efisien dan adaptif. Pendekatan kolaboratif dan partisipatif diterapkan agar proses digitalisasi tidak bersifat sesaat, melainkan mampu menciptakan kemandirian dan keberlanjutan usaha (Sitorus et al., 2025). Pengembangan ekonomi daerah berbasis UKM menjadi salah satu strategi penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berdaya saing. Kabupaten Kutai Timur memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, baik dari sektor sumber daya alam, industri rumah tangga, maupun usaha kreatif masyarakat, yang jika dikelola dengan dukungan teknologi digital dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi perekonomian daerah (Achmad et al., 2023). Namun demikian, masih banyak pelaku UKM yang belum sepenuhnya mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas usahanya.

Kabupaten Kutai Timur merupakan wilayah yang memiliki beragam jenis UKM, seperti usaha kuliner lokal, kerajinan, perdagangan, dan jasa. Meskipun potensi tersebut cukup menjanjikan, tantangan yang dihadapi pelaku UKM meliputi keterbatasan kemampuan manajerial, rendahnya pemanfaatan pemasaran digital, kurangnya inovasi produk, serta minimnya pemahaman terhadap ekosistem ekonomi digital. Kondisi ini menyebabkan perkembangan usaha UKM belum optimal dan sulit bersaing di era digital (Budiarto et al., 2018).

Strategi menuju digitalisasi usaha menjadi langkah penting dalam memperkuat kapasitas dan daya saing UKM di tingkat daerah. Digitalisasi tidak hanya membuka peluang pasar yang lebih luas, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengelolaan usaha secara berkelanjutan (Morisson & Fikri, 2025). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada upaya pendampingan dan pelatihan strategis bagi pelaku UKM di Kabupaten Kutai Timur dalam mengadopsi teknologi digital, mengembangkan pemasaran berbasis daring, serta memperkuat manajemen usaha.

Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja usaha UKM, mempercepat transformasi ekonomi digital di tingkat lokal, serta mendukung terciptanya ekosistem UKM yang tangguh dan berkelanjutan sebagai bagian dari pembangunan ekonomi daerah yang inklusif dan berkeadilan.



Gambar 1. Kantor Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Kutai Timur



Gambar 2. Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kutai Timur

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menerapkan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang menempatkan pelaku UKM sebagai subjek utama dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar proses pelaksanaan program tidak bersifat satu arah, melainkan mampu menyesuaikan dengan kebutuhan, kondisi, serta tantangan nyata yang dihadapi oleh pelaku UKM di Kabupaten Kutai Timur (Istanti et al., 2025). Metode ini diharapkan dapat mendorong peningkatan kapasitas usaha dan kemandirian pelaku UKM secara berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai dasar penguatan dan pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan sejumlah capaian konkret dalam mendukung proses transformasi digital usaha bagi pelaku UKM, antara lain:

1) Identifikasi Kondisi dan Potensi UKM Kabupaten Kutai Timur

Melalui kegiatan survei lapangan dan diskusi kelompok terarah, diperoleh

gambaran bahwa pelaku UKM di Kabupaten Kutai Timur memiliki potensi yang cukup besar pada sektor kuliner lokal, usaha perdagangan, kerajinan, serta jasa berbasis rumah tangga, namun pemanfaatan teknologi digital masih belum optimal.

2) Pelatihan Pengelolaan dan Literasi Digital Usaha

Pelaku UKM memperoleh pembekalan terkait pengelolaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, serta pemahaman dasar mengenai pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pelatihan ini meningkatkan wawasan peserta mengenai pentingnya manajemen usaha yang terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan digital.

3) Penerapan Digitalisasi dan Penguatan Identitas Usaha

Peserta diperkenalkan pada penggunaan media sosial dan platform marketplace sebagai sarana pemasaran produk secara daring. Selain itu, dilakukan pendampingan dalam penyusunan identitas usaha, seperti pembuatan logo, deskripsi produk, dan kemasan sederhana, guna meningkatkan daya tarik dan daya saing produk UKM.

4) Pembentukan Jejaring dan Kolaborasi Pelaku UKM

Kegiatan ini turut memfasilitasi terbentuknya wadah komunikasi antar pelaku UKM sebagai sarana berbagi pengalaman, informasi peluang pasar, serta kerja sama dalam promosi dan pengembangan usaha secara bersama-sama.



Gambar 3. Peserta Kegiatan UKM



Gambar 4. Model Perkembangan Usaha

Dampak Kegiatan

Adapun dampak yang dihasilkan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat dari berbagai aspek, baik dari sisi peningkatan kinerja usaha, penguatan ekonomi lokal, perubahan pola pikir pelaku UKM, hingga keterlibatan generasi muda dalam proses pengembangan dan digitalisasi usaha, yang selanjutnya diuraikan sebagai berikut:

- 1) Peningkatan Kinerja dan Pendapatan Usaha
Sebagian pelaku UKM menunjukkan adanya peningkatan penjualan dan pendapatan usaha dalam beberapa bulan setelah kegiatan berlangsung, terutama pada produk yang mulai dipasarkan melalui media sosial dan platform digital, dengan kisaran peningkatan sekitar 10–20 persen.
- 2) Penguatan Kemandirian dan Jejaring Ekonomi Lokal
Terbentuknya jejaring antar pelaku UKM mendorong terciptanya kerja sama dalam penyediaan bahan baku, proses produksi, serta promosi bersama, sehingga aktivitas ekonomi lokal menjadi lebih terkoordinasi dan berkelanjutan.
- 3) Perubahan Pola Pikir dalam Pengelolaan Usaha
Pelaku UKM mulai mengalami pergeseran cara pandang dari usaha berskala kecil yang bersifat informal menuju pengelolaan usaha yang lebih terencana, ditandai dengan penerapan pencatatan keuangan sederhana dan perencanaan usaha jangka menengah.
- 4) Meningkatnya Peran Generasi Muda
Kegiatan ini mendorong keterlibatan generasi muda dalam pengembangan UKM, khususnya pada aspek pemanfaatan teknologi digital, seperti pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, serta pengaturan stok dan pemasaran produk usaha keluarga.



Gambar 5. Pengembangan UKM

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Kutai Timur menunjukkan bahwa penerapan strategi menuju digitalisasi usaha mampu memberikan kontribusi positif terhadap penguatan kapasitas dan daya saing pelaku UKM. Hasil pelaksanaan kegiatan memperlihatkan bahwa sebagian besar pelaku UKM memiliki potensi usaha yang cukup baik, namun masih menghadapi berbagai hambatan, terutama dalam pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi digital, dan pengembangan pemasaran berbasis daring (Nugraha & Nugraha, 2025; Rofiq et al., 2023).

Melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UKM, unsur akademisi, dan pihak terkait di tingkat daerah, kegiatan ini berhasil mengidentifikasi kebutuhan serta tantangan utama yang dihadapi pelaku usaha. Upaya digitalisasi dilakukan melalui pelatihan literasi digital, pendampingan penggunaan media sosial dan marketplace, serta penguatan manajemen usaha dan pencatatan keuangan sederhana. Pendekatan tersebut terbukti mampu meningkatkan pemahaman pelaku UKM terhadap pentingnya transformasi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha (Nasila & Napu, 2024).

Temuan ini sejalan dengan pandangan Mardikanto dan Soebianto (2012) yang menekankan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat sangat ditentukan oleh keterlibatan aktif sasaran program dan penguatan kapasitas yang berkelanjutan. Selain itu, Rahmawati dan Machmuddin (2025) menyatakan bahwa digitalisasi UKM merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi usaha dan memperluas akses pasar, khususnya di tingkat lokal dan regional.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi menuju digitalisasi usaha bagi pelaku UKM di Kabupaten Kutai Timur merupakan langkah yang efektif dan berkelanjutan dalam mendukung pengembangan ekonomi daerah. Model kegiatan ini berpotensi untuk direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa sebagai upaya mempercepat transformasi ekonomi digital dan memperkuat peran UKM dalam pembangunan daerah (Pitono, 2024).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para pelaku UKM di Kabupaten Kutai Timur yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan sambutan positif terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memfasilitasi terlaksananya program, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Tim pengabdian berharap agar kegiatan serupa dapat terus dilaksanakan di Kabupaten Kutai Timur dengan tema dan program yang beragam pada masa mendatang, serta diharapkan para pelaku UKM yang terlibat semakin berkembang dan berhasil dalam menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, G. N., Yulianti, S. D., Sharaha, M., Priandana, M. A., Khatimah, N., Hidayat, A. N., ... Dary, R. W. (2023). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dalam rangka pertumbuhan ekonomi di desa sekitar Ibu Kota Nusantara. *Jurnal Riset Pembangunan*, 6(1), 51–65. <https://jrp.kaltimprov.go.id/index.php/jrp/article/view/181>
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. UGM Press. <https://ugmpress.ugm.ac.id/id/product/ekonomi-bisnis/pengembangan-umkm-antara-konsektual-dan-pengalaman-praktis>
- Istanti, E., Nuroini, I., & Negoro, R. B. K. (2025). Merancang strategi digitalisasi UMKM desa: Pendekatan partisipatif di Desa Terik, Sidoarjo. *Semeru: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 178–187. <https://doi.org/10.55499/semeru.v2i1.1547>
- Lubis, A. S. (2025). Kolaborasi pentahelix berbasis kearifan lokal Marsialapari dalam meningkatkan kinerja UMKM. UMSU Press.
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2012). Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik. Alfabeta.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 di tengah pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124. <https://doi.org/10.37721/je.v22i2.644>
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Muttaqim, H., & Dev, M. E. (2025). Koperasi dan UMKM: Pilar penggerak ekonomi Indonesia. Sada Kurnia Pustaka.
- Nasila, R., & Napu, I. A. (2024). Strategi baru dalam mendukung kewirausahaan sosial untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat marginal di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. *Journal of Education Research*, 5(4), 4853–4867. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.1671>
- Nugraha, D., & Nugraha, N. (2025). Pelatihan digitalisasi pemasaran produk lokal untuk meningkatkan daya saing UMKM Desa Cipakem. *Sinergi dan Transformasi dalam Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 52–60. <https://doi.org/10.33020/sentraabdimas.v1i1.842>
- Pitono, A. (2024). Digitalisasi pemasaran produk usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) oleh Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kota Administrasi Jakarta Utara Provinsi DKI Jakarta (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri). <https://eprints.ipdn.ac.id/19644/>
- Rachmatsyah, T. H. (2025). Pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi untuk optimalisasi UMKM sebagai pilar utama ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 8(1), 164–173. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v8i1.4733>
- Rahma, A. A., Sarita, W. R., & Novita, Y. (2025). Peran usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai pilar kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi lokal. *Journal Education, Sociology and Law*, 1(1), 826–832. <https://publisherqu.com/index.php/edusola/article/view/2318>
- Rahmawati, A., & Machmuddin, N. (2025). Pengaruh faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan (TOE) terhadap adopsi e-commerce dan kinerja bisnis. *Jurnal Visionida*, 11(2). <https://ojs.unida.ac.id/Jvs/issue/current>
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). Meningkatkan daya saing UKM: Perspektif strategis. Universitas Brawijaya Press.
- Roy, J., & Lestari, D. (2025). Peran ekonomi kreatif subsektor kuliner dan kriya dalam menciptakan kesempatan kerja di Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(11). <https://doi.org/10.59141/japendi.v6i11.8720>

- Sitorus, S. A., Liana, T. M. M., & Simanjuntak, A. N. (2025). Optimalisasi komunikasi dan branding untuk UMKM: Upaya go digital melalui pengabdian masyarakat. *Jurnal Medika: Medika*, 4(3), 379–387. <https://jmedika.com/index.php/medika/article/view/246>
- Suhardi, S., & Panjaitan, P. (2025). Analisis strategi dan kebijakan pemerintah daerah dalam perencanaan pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi (JIMBE)*, 3(1), 42–55. <https://doi.org/10.59971/jimbe.v3i1.393>
- Syahrudin, M., & Ma, S. E. I. (2021). Ekonomi kreatif Indonesia: Strategi daya saing UMKM industri kreatif menuju go global (Sebuah riset dengan model pentahelix). Merdeka Kreasi Group.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), Article 18. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Widodo, H. H., Ivantri, M. A., Safarudin, M. S., Suseno, D. A. N., ... & Sose, A. T. (2025). Pengembangan UMKM era digital. Penerbit Budhi Mulia.