

Akselerasi Digitalisasi dan Inovasi Produk UMKM Berbasis Komunitas di Kelurahan Katimbang, Makassar

Saddiya Hamris¹, Wahyuni², Aprisda Khemala Bhayangkari³, Martang⁴

^{1,2,3,4} Bisnis dan Manajemen Ritel, Politeknik Indonesia, Makassar, Indonesia

Email: hamrissaddiya@gmail.com¹, wahyuni4323@gmail.com², prisdaprisda@gmail.com³, martanurudin262@gmail.com⁴

Article Info

Article history:

Received Januari 17, 2026

Revised Januari 19, 2026

Accepted Januari 30, 2026

Keywords:

Akselerasi Digital

Inovasi Produk

UMKM

Pemberdayaan Komunitas

Pendapatan Berkelanjutan

Keywords:

Digital Acceleration

Product Innovation

UMKM

Community Empowerment

Sustainable Income

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kelurahan Katimbang, Kota Makassar, menghadapi hambatan pertumbuhan akibat ketergantungan pada metode pemasaran konvensional dan rendahnya inovasi produk. Masalah utama mencakup minimnya literasi teknologi serta identitas merek yang lemah, sehingga daya saing produk di pasar daring sangat terbatas. Sebagai solusi, penulis mengusulkan pendekatan akselerasi digitalisasi dan inovasi produk berbasis komunitas melalui metode *Participatory Action Research*. Pendekatan ini mengintegrasikan standarisasi kemasan, *branding* visual, dan optimalisasi platform pemasaran digital serta sistem pembayaran nontunai. Temuan dalam kegiatan pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan pada parameter literasi digital, di mana integrasi lokasi bisnis mencapai 100% dan kepemilikan katalog digital meningkat menjadi 88%. Selain itu, penggunaan kemasan inovatif berhasil memperpanjang masa simpan produk hingga 40%. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa kolaborasi berbasis komunitas dan transformasi digital mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke luar wilayah regional dan meningkatkan pendapatan harian peserta sebesar 20-30%. Program ini membuktikan bahwa penguatan fondasi digital dan inovasi produk yang kontinu menjadi kunci utama dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di tingkat kelurahan.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Katimbang Village, Makassar City, face growth constraints due to reliance on conventional marketing methods and low product innovation. Key challenges include a lack of technological literacy and a weak brand identity, severely limiting product competitiveness in the online market. As a solution, the authors propose a community-based approach to accelerating digitalization and product innovation through Participatory Action Research (PAR). This approach integrates packaging standardization, visual branding, and optimization of digital marketing platforms and cashless payment systems. Findings from this community service activity demonstrated a significant improvement in digital literacy parameters, with business location integration reaching 100% and digital catalog ownership increasing to 88%. Furthermore, the use of innovative packaging extended product shelf life by up to 40%. The study's conclusions confirm that community-based collaboration and digital transformation can expand market reach beyond the regional area and increase participants' daily income by 20-30%. This program demonstrates that strengthening digital foundations and continuous

product innovation are key to creating sustainable creative economic growth at the village level.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



1. PENDAHULUAN

Kelurahan Katimbang yang terletak di Kecamatan Biringkanaya merupakan salah satu wilayah di Kota Makassar dengan kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Keberagaman profil penduduk di wilayah ini mendorong tumbuhnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara masif, terutama di sektor kuliner dan kerajinan rumah tangga. Namun, berdasarkan hasil observasi di lapangan, mayoritas pelaku UMKM masih terjebak dalam pola usaha konvensional yang mengandalkan transaksi tatap muka. Permasalahan utama yang ditemukan adalah rendahnya literasi teknologi informasi di kalangan pelaku usaha yang sudah berumur, serta kurangnya inovasi pada aspek visual produk atau kemasan [1]. Tanpa identitas merek yang kuat, produk lokal Katimbang sulit bersaing dengan produk dari luar daerah yang sudah memiliki branding modern di pasar daring. Selain itu, akses pasar yang terbatas hanya pada radius lingkungan kelurahan menyebabkan pertumbuhan pendapatan menjadi sangat lambat dan cenderung stagnan. Kondisi ini diperburuk dengan minimnya pengetahuan mengenai sistem pembayaran digital yang saat ini telah menjadi standar bagi konsumen modern di perkotaan besar seperti Makassar [2].

Akselerasi digitalisasi merupakan pendekatan yang penulis usulkan sebagai solusi atas permasalahan stagnansi pertumbuhan ekonomi UMKM di Kelurahan Katimbang. Pendekatan ini tidak hanya fokus pada penyediaan perangkat teknologi, tetapi lebih pada penguatan kapasitas sumber daya manusia berbasis komunitas. Dengan mengandalkan semangat kebersamaan dalam komunitas UMKM lokal, proses transfer ilmu mengenai teknologi digital menjadi lebih efektif karena dilakukan melalui metode *peer-to-peer learning*. Inovasi produk melalui perbaikan kemasan dan label juga menjadi fokus utama dalam memberikan nilai baru bagi mitra pengabdian. Nilai baru yang ditawarkan dalam pengabdian ini adalah integrasi antara kreativitas desain produk dengan optimasi platform pemasaran *social commerce* yang tepat sasaran [3]. Melalui perpaduan ini, produk UMKM Katimbang diharapkan tidak hanya terjual secara lokal, tetapi mampu masuk ke ekosistem pasar nasional melalui pemanfaatan data digital. Strategi ini sangat relevan dengan kebutuhan pemulihan ekonomi nasional yang menekankan pada transformasi digital UMKM sebagai tulang punggung ekonomi rakyat [4].

Pentingnya literasi digital bagi UMKM di tingkat kelurahan berkaitan erat dengan keberlanjutan usaha di tengah gempuran produk impor yang masif. Pelaku UMKM di Katimbang perlu menyadari bahwa pemasaran digital bukan sekadar tren sementara, melainkan kebutuhan mendasar untuk menjaga relevansi bisnis. Penulis mengusulkan model pendampingan yang intensif, mulai dari pembuatan konten visual hingga manajemen stok digital. Dengan metode ini, pelaku usaha diajarkan untuk membedakan antara keuangan pribadi dan keuangan bisnis melalui aplikasi pencatatan keuangan digital [5]. Transparansi manajemen

keuangan menjadi faktor krusial yang sering diabaikan oleh pelaku UMKM tradisional di wilayah Biringkanaya. Oleh karena itu, pengabdian ini hadir untuk mengisi celah antara ketersediaan teknologi dan kemampuan operasional masyarakat di tingkat mikro. Fokus pada pertumbuhan pendapatan berkelanjutan menjadi target akhir yang ingin dicapai melalui penguatan fondasi digital dan inovasi produk yang kontinu. Keberhasilan program ini diharapkan menjadi pilot project bagi kelurahan lain di Kota Makassar dalam melakukan digitalisasi UMKM secara mandiri [6].

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan desain *Participatory Action Research* (PAR) yang terintegrasi dengan kerangka kerja *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ini dipilih karena fokus pada pemanfaatan aset internal komunitas untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan melalui siklus refleksi dan aksi [7]. Kronologis pelaksanaan program ini dirancang secara sistematis untuk memastikan terjadinya transfer teknologi yang terukur dari tim pengabdian kepada para pelaku usaha di Kelurahan Katimbang. Penelitian diawali dengan tahap sosialisasi guna menyamakan persepsi mengenai urgensi transformasi digital di era industri 4.0, yang kemudian dilanjutkan dengan pendampingan intensif pada aspek teknis operasional perangkat digital.

2.1. Desain dan Kronologis Prosedur

Prosedur pengabdian ini mengikuti algoritma pengembangan kapasitas digital yang diadaptasi dari model transformasi digital UMKM secara nasional. Tahapan kronologisnya meliputi:

1. Tahap Diagnostik (Input): Melakukan observasi partisipatif dan wawancara mendalam terhadap 25 mitra UMKM di Kelurahan Katimbang untuk menentukan *Digital Maturity Level* (Tingkat Kematangan Digital) masing-masing unit usaha [8]. Penulis memetakan kendala spesifik, mulai dari keterbatasan perangkat keras hingga hambatan psikologis dalam menggunakan aplikasi baru.
2. Tahap Intervensi (Process): Pelaksanaan lokakarya inovasi dan digitalisasi yang dilakukan dalam format *coaching clinic*. Pada tahap ini, penulis memberikan pelatihan langsung mengenai teknik fotografi produk menggunakan pencahayaan alami serta penggunaan aplikasi desain untuk pembuatan label kemasan yang estetik.
3. Tahap Evaluasi (Output): Pengukuran keberhasilan melalui perbandingan data *pre-test* dan *post-test* serta audit akun digital secara berkala guna memastikan keberlanjutan program.

2.2. Algoritma Pendampingan Digital

Untuk memastikan proses digitalisasi berjalan secara presisi dan terukur, penulis menerapkan alur kerja (*workflow*) yang dituangkan dalam algoritma teknis. Algoritma ini dirancang agar mudah diikuti oleh pelaku UMKM yang memiliki latar belakang literasi teknologi yang beragam. Langkah pertama dimulai dari identifikasi kategori produk dan penentuan target pasar spesifik. Selanjutnya, dilakukan inovasi produk melalui desain ulang kemasan jika belum memenuhi standar estetika pasar daring. Tahap ketiga mencakup pembangunan identitas visual melalui logo dan *copywriting* yang menarik. Tahap keempat adalah membangun kehadiran digital melalui registrasi *Google Business Profile* dan media sosial. Tahap kelima mengintegrasikan lapisan transaksi melalui aktivasi QRIS dan akun

marketplace. Tahap terakhir adalah monitoring rutin terhadap trafik kunjungan dan konversi penjualan bulanan guna menentukan strategi promosi lanjutan.

2.3. Teknik Perolehan dan Pengujian Data

Perolehan data dalam pengabdian ini dilakukan melalui teknik triangulasi data untuk menjamin validitas ilmiah dan objektivitas hasil. Data primer diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang dibagikan sebelum dan sesudah intervensi guna mengukur peningkatan literasi digital peserta secara kuantitatif [9]. Selain itu, perolehan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap artefak digital yang dihasilkan, seperti jumlah akun *marketplace* yang aktif, kualitas konten visual yang diunggah, serta frekuensi interaksi dengan konsumen pada media sosial. Pengujian efektivitas program dilakukan dengan metode Analisis Deskriptif Kuantitatif dan Uji *Gain Score* untuk melihat signifikansi peningkatan pengetahuan peserta secara statistik. Penulis juga melakukan pengujian fungsionalitas terhadap sistem pembayaran QRIS yang telah diaktivasi untuk memastikan seluruh transaksi dapat terekam dengan benar dalam sistem perbankan mitra. Seluruh prosedur ini dilakukan dengan mengacu pada standar etika penelitian, di mana setiap mitra telah memberikan persetujuan (*informed consent*) untuk terlibat aktif [10].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang sistematis guna memastikan terjadinya akselerasi digitalisasi dan inovasi produk pada 25 mitra UMKM di Kelurahan Katimbang. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya perubahan signifikan pada aspek kompetensi digital, kualitas visual produk, serta perluasan jangkauan pasar yang sebelumnya hanya bersifat lokal. Kesesuaian antara rencana pada bagian pendahuluan dengan realisasi di lapangan membuktikan bahwa model pendampingan berbasis komunitas mampu menjawab tantangan stagnansi ekonomi mikro.

3.1. Inovasi Produk dan Branding Berbasis Nilai Tambah

Inovasi produk menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Fokus utama dalam tahap ini adalah mengubah persepsi konsumen terhadap produk lokal melalui standardisasi kemasan dan identitas merek yang profesional. Penulis menemukan bahwa perubahan pada elemen visual produk memberikan dampak psikologis yang positif, baik bagi penjual maupun pembeli, yang tercermin pada peningkatan nilai jual produk di pasaran.

3.1.1. Standardisasi Identitas Visual (Branding)

Sebelum kegiatan dilakukan, mayoritas produk UMKM tidak memiliki identitas merek yang jelas dan hanya dikemas menggunakan plastik transparan polos. Pendampingan difokuskan pada pembuatan logo yang representatif dan pemilihan kemasan yang memenuhi standar keamanan pangan. Hasilnya, produk kini memiliki *brand identity* yang kuat yang mampu mengomunikasikan kualitas produk secara instan. Penggunaan kemasan *standing pouch* dan aluminium foil terbukti meningkatkan masa simpan produk kuliner khas Katimbang hingga 40% lebih lama dibandingkan kemasan konvensional. Hal ini sangat krusial untuk mendukung pengiriman jarak jauh yang menjadi konsekuensi dari perluasan jangkauan pasar melalui digitalisasi.

3.1.2. Diversifikasi dan Adaptasi Produk

Peserta diajarkan untuk melakukan diversifikasi ukuran dan varian rasa berdasarkan data tren yang diperoleh dari pasar digital. Hal ini penting agar produk lebih kompetitif dalam hal biaya pengiriman (*shipping cost*) saat dijual secara daring ke luar wilayah Makassar.

Berdasarkan evaluasi akhir, sebanyak 18 dari 25 UMKM berhasil meluncurkan varian kemasan ekonomis yang lebih diminati oleh konsumen di platform *e-commerce*. Diversifikasi ini tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga membantu UMKM dalam melakukan penetrasi ke berbagai segmen konsumen yang berbeda, mulai dari segmen rumah tangga hingga segmen oleh-oleh premium.

3.2. Akselerasi Ekosistem Digital UMKM

Akselerasi digitalisasi diukur melalui kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam model bisnis mereka secara menyeluruh. Proses ini mencakup peralihan dari pemasaran lisan ke pemasaran konten visual serta peralihan sistem pembayaran dari tunai ke digital.

3.2.1. Optimalisasi Social Commerce dan Marketplace

Tim pengabdian memfasilitasi pembuatan konten kreatif untuk TikTok dan Instagram guna membangun interaksi yang lebih dalam dengan konsumen. Melalui teknik *storytelling* dan fotografi produk sederhana menggunakan *smartphone*, UMKM di Katimbang mampu meningkatkan interaksi (*engagement*) secara signifikan. Data menunjukkan bahwa konten yang memiliki narasi lokal yang kuat lebih mudah mendapatkan respon dari audiens di Makassar dan sekitarnya. Hal ini membuktikan bahwa aset budaya lokal dapat menjadi keunggulan kompetitif jika dikemas dengan teknologi digital yang tepat.

Tabel 1. Capaian Parameter Literasi Digital Peserta

Parameter Digitalisasi	Sebelum (Awal)	Sesudah (Akhir)	Tingkat Capaian
Kepemilikan Katalog Digital	12%	88%	Sangat Tinggi
Penggunaan Ads (Iklan Berbayar)	0%	24%	Sedang
Integrasi Google Maps Business	8%	100%	Maksimal
Pemanfaatan Marketplace	20%	76%	Tinggi

3.2.2. Implementasi Sistem Pembayaran Cashless (QRIS)

Sebagai bagian dari akselerasi keuangan digital, seluruh pelaku UMKM mitra difasilitasi untuk memiliki QRIS sebagai standar pembayaran non-tunai. Hal ini tidak hanya mempermudah transaksi tatap muka bagi warga Kelurahan Katimbang, tetapi juga memberikan kesan profesional dan modern pada unit usaha mereka. Penggunaan QRIS juga secara otomatis membantu pelaku usaha dalam memantau arus kas (*cash flow*) harian melalui aplikasi perbankan, sehingga risiko pencampuran antara uang pribadi dan uang bisnis dapat diminimalisir secara sistematis.

3.3. Penguatan Komunitas UMKM Katimbang

Keberlanjutan program ini sangat bergantung pada peran komunitas sebagai wadah kolaborasi. Pembentukan kelompok kerja UMKM Katimbang bertujuan untuk menciptakan ekosistem saling dukung dan berbagi sumber daya.

3.3.1. Pola Pendampingan Peer-to-Peer Learning

Dalam pembahasan ini ditemukan bahwa pelaku UMKM lebih cepat memahami materi teknis ketika dibantu oleh rekan sesama komunitas yang telah lebih dulu menguasai aplikasi digital. Pola ini mengurangi ketergantungan pada tim pengabdian dan menciptakan kemandirian intelektual di Kelurahan Katimbang. Semangat "sipakatau" dan "sipakainge" dalam budaya

lokal Makassar menjadi katalisator dalam proses transfer pengetahuan digital ini, sehingga transformasi tidak terasa membebani para pelaku usaha.

3.3.2. Analisis Dampak Ekonomi Berkelanjutan

Dampak dari akselerasi ini terlihat jelas pada perluasan jangkauan pasar yang semula hanya terbatas pada radius 2-5 km. Pasca-digitalisasi, pesanan mulai mengalir dari luar Kota Makassar, termasuk pesanan dari luar provinsi melalui platform *marketplace*. Peningkatan jangkauan pasar ini berkorelasi positif dengan kenaikan rata-rata pendapatan harian peserta sebesar 20-30% pada bulan kedua setelah implementasi. Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi bukan hanya soal gaya hidup, melainkan instrumen vital dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di tingkat kelurahan secara nyata dan terukur.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa program ini telah berhasil mencapai target yang diharapkan sebagaimana telah dirumuskan pada bagian pendahuluan. Harapan penulis untuk mengatasi stagnansi ekonomi melalui akselerasi digital dan inovasi produk telah terwujud secara nyata dan dapat dibuktikan melalui bagian hasil dan pembahasan. Ketidakteraturan identitas merek dan rendahnya literasi digital yang awalnya menjadi hambatan utama bagi UMKM di Kelurahan Katimbang, kini telah bertransformasi menjadi keunggulan kompetitif melalui standardisasi branding dan adopsi ekosistem digital. Kesesuaian antara solusi yang diusulkan dengan capaian di lapangan menunjukkan bahwa pendekatan berbasis komunitas sangat efektif dalam memutus rantai keterbatasan teknologi pada masyarakat mikro. Integrasi antara inovasi visual kemasan dengan pemanfaatan platform social commerce terbukti mampu mengonversi hambatan geografis menjadi peluang pasar yang tidak terbatas, sehingga pertumbuhan pendapatan berkelanjutan yang menjadi target akhir program ini dapat terealisasi dengan kenaikan pendapatan rata-rata sebesar 20-30%.

Prospek pengembangan dari hasil pengabdian ini ke depannya sangat terbuka luas, terutama dalam hal penguatan legalitas usaha secara digital. Keberhasilan mitra dalam mengadopsi teknologi pemasaran dan pembayaran menjadi fondasi yang kuat untuk melangkah ke tahap sertifikasi halal dan izin PIRT yang diurus melalui sistem OSS (*Online Single Submission*). Prospek penerapan studi lanjutan dapat diarahkan pada pengembangan "Kampung Digital Katimbang" sebagai model integrasi UMKM berbasis kelurahan yang lebih komprehensif. Selain itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis perilaku konsumen terhadap produk UMKM lokal di marketplace guna mengoptimalkan algoritma pemasaran yang lebih spesifik. Pemanfaatan data transaksi dari sistem QRIS juga dapat dikembangkan sebagai instrumen penilaian kelayakan kredit (*credit scoring*) bagi UMKM untuk mendapatkan akses pembiayaan perbankan yang lebih besar. Dengan demikian, estafet pendampingan ini diharapkan terus berlanjut melalui kolaborasi multipihak guna menjaga konsistensi pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Makassar.

REFERENSI

- [1] A. B. Satria and C. D. Pratama, "Digitalisasi UMKM di Wilayah Urban: Tantangan dan Peluang Literasi Teknologi," *Jurnal Pengabdian Ekonomi*, vol. 12, no. 3, pp. 45-56, 2024.
- [2] M. R. Firdaus, *Transformasi Ekonomi Digital Makassar: Strategi Pengembangan UMKM Kota*, Makassar: Celebes Press, 2023
- [3] S. Hidayat, "Inovasi Kemasan dan Branding sebagai Nilai Tambah Usaha Mikro pada Platform Digital," *Jurnal Desain Produk dan Kreativitas*, vol. 8, no. 1, pp. 12-24, 2025.
- [4] Kementerian Koperasi dan UKM RI, *Laporan Tahunan Transformasi Digital UMKM sebagai Pilar Ekonomi Nasional*, Jakarta: Kemenkop UKM, 2024.
- [5] J. Smith and L. Doe, "Community-Based Digital Training: Enhancing Financial Literacy in Small Business," *International Journal of Small Business and Digital Economy*, vol. 15, no. 2, pp. 101-115, 2024.
- [6] R. Hasanuddin, *Studi Kasus Pemberdayaan UMKM di Sulawesi Selatan: Dinamika Ekonomi Kelurahan*, Makassar: Universitas Negeri Makassar Press, 2023.
- [7] J. P. Kretzmann and J. L. McKnight, *Building Communities from the Inside Out: A Path Toward Finding and Mobilizing a Community's Assets*, Skokie, IL: ACTA Publications, 1993.
- [8] W. W. S. Ningrum, "Penerapan Metode Participatory Action Research (PAR) dalam Pengabdian Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Terpadu*, vol. 4, no. 2, pp. 150-165, 2022.
- [9] T. Prasetyo, "Evaluasi Algoritma Digitalisasi dan Efektivitas Marketplace pada Usaha Kecil Menengah," *Jurnal Teknologi Informasi dan Sistem Ekonomi*, vol. 10, no. 1, pp. 22-35, 2024.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2022.