


Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo

A. Yuniarti^{1*}

Program Studi Manajemen, Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamadukkelleng, Jl. Bososwa Utara No. 1 Palaguna, Sengkang, Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan, 90971, Indonesia
E-mail: andiyuniarti75@gmail.com

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 01 Sept 2023

Revised: 01 Sept 2023

Accepted: 01 Sept 2023

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM, Adaptasi Digital UMKM.

Keywords: MSME Empowerment, MSME Digital Adaptation.



ABSTRACT

UMKM memegang peran penting dalam memajukan perekonomian nasional dan memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Namun, sektor ini sering kali menghadapi hambatan, khususnya dalam hal adaptasi digital dan perizinan, yang belum mendapatkan solusi yang memadai. Sebagai respons terhadap hal ini, dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mengedukasi dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemberdayaan UMKM, khususnya di Kelurahan Limpomajang. Penelitian yang dijabarkan dalam artikel ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dengan pelaku UMKM, dan studi literatur dari berbagai sumber. Salah satu hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi kepada UMKM yang bergerak di berbagai bidang industri. Sosialisasi ini menyoroti kebutuhan untuk memberdayakan UMKM, dengan fokus pada peningkatan kapabilitas sumber daya manusia, seperti pelatihan digitalisasi penjualan dan proses perizinan. Sebagai hasilnya, UMKM menjadi lebih terinformasi tentang strategi promosi online, metode pembayaran non-tunai, dan pentingnya memiliki perizinan yang tepat. Harapannya, kegiatan ini akan memberikan manfaat jangka panjang bagi perkembangan UMKM di Kelurahan Limpomajang.

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) play a crucial role in advancing the national economy and have the potential to improve the quality of life of the community. However, this sector often faces challenges, especially in terms of digital adaptation and licensing, which have yet to receive adequate solutions. In response to this, community service activities are conducted with the aim of educating and raising awareness of the importance of empowering MSMEs, especially in the Limpomajang Village. The research described in this article is conducted using a descriptive qualitative approach, collecting data through observation, interviews with MSME actors, and literature studies from various sources. One of the outcomes of this community service is the socialization to MSMEs operating in various industrial sectors. This socialization emphasizes the need to empower MSMEs, focusing on enhancing human resource capabilities, such as sales digitalization training and licensing processes. As a result, MSMEs are better informed about online promotion strategies, non-cash payment methods, and the importance of having the proper licenses. It is hoped that this activity will provide long-term benefits for the development of MSMEs in Limpomajang Village, Majauleng Subdistrict, Wajo District.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: A. Yuniarti (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo, 2(1) 299-306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur ekonomi nasional. Istilah "UMKM" merujuk pada entitas bisnis produktif yang dikelola oleh individu atau organisasi, yang memiliki pendapatan yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam Undang-Undang. UMKM tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia, baik di daerah pedesaan maupun perkotaan, dan memiliki peran yang sangat penting dan dinamis dalam perekonomian.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Soleha, dkk., pada tahun 2022 menegaskan bahwa UMKM memiliki peran esensial dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi secara mandiri, tetapi juga memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017 yang menunjukkan bahwa UMKM mendominasi struktur bisnis di Indonesia dengan 62,9 juta unit, atau sekitar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha.

Dalam konteks perekonomian, UMKM telah memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap pendapatan negara. Pada tahun 2017, UMKM menyumbang sekitar 60,34% dari total pendapatan negara. Bahkan, pada tahun 2011, UMKM mencatatkan kontribusi sebesar 61,9% terhadap pendapatan domestik, sebuah angka yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kontribusi sektor usaha besar yang hanya sebesar 38,1%. Kontribusi ini dapat dilihat dari data Produk Domestik Bruto (PDB) yang berasal dari pembayaran pajak.

Namun, peran UMKM tidak hanya terbatas pada kontribusi ekonomi. UMKM juga memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan menjadi penyelamat bagi masyarakat sekitar, terutama dalam situasi krisis ekonomi. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sudaryanto & Rahma pada tahun 2019 menegaskan bahwa UMKM berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan menjadi salah satu solusi dalam mengatasi masalah pengangguran.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam struktur ekonomi dan ketenagakerjaan di Indonesia. Dari segi ketenagakerjaan, UMKM menunjukkan dominasinya dengan menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja nasional. Sebagai perbandingan, sektor Usaha Besar hanya mampu menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja. Angka ini menunjukkan betapa signifikannya peran UMKM dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Namun, peran UMKM tidak hanya terbatas pada penyerapan tenaga kerja. UMKM juga telah terbukti sebagai pilar utama dan pendukung kekuatan perekonomian bangsa. Hal ini terlihat jelas saat Indonesia menghadapi krisis moneter pada tahun 1997-1998. Pada periode tersebut, total sektor usaha di Indonesia mencapai 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, 99,9% atau sekitar 56.534.590 unit merupakan UMKM, sedangkan hanya 0,01% atau 4.968 unit yang termasuk dalam kategori usaha besar. Meskipun menghadapi krisis yang parah, UMKM mampu bertahan dan bahkan tetap beroperasi dengan baik. Sebaliknya, banyak usaha besar yang mengalami kesulitan dan bahkan bangkrut karena memiliki sistem yang capital intensive, yang membuat mereka lebih rentan terhadap guncangan ekonomi.

Ketahanan UMKM dalam menghadapi krisis dapat diatribusikan kepada beberapa faktor. Salah satunya adalah kemandirian UMKM dalam beroperasi. Meskipun sering kali hanya memiliki modal dan aset yang terbatas, UMKM tetap mampu memproduksi dan beroperasi. Hal ini berbeda dengan usaha besar yang memerlukan modal besar dan sering kali bergantung pada pinjaman atau modal asing.

Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitriani & Sultan (2019), UMKM di Indonesia memiliki posisi yang kuat dalam persaingan bisnis. Meskipun hanya mengandalkan modal yang relatif kecil, UMKM mampu bersaing dan bahkan mendominasi beberapa sektor bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki keunggulan kompetitif dan fleksibilitas yang memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan berbagai kondisi pasar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Wajo menunjukkan potensi yang signifikan dalam perekonomian lokal. Namun demikian, banyak UMKM di daerah ini yang belum beroperasi dengan optimal. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya adopsi digitalisasi. Banyak UMKM di Kabupaten Wajo yang masih beroperasi secara konvensional, hanya berjualan secara offline tanpa melakukan promosi penjualan. Selain itu, kualitas presentasi produk juga menjadi perhatian, dengan banyak UMKM yang menggunakan kemasan sederhana seperti plastik,

yang kurang menarik bagi konsumen. Hal ini membuat UMKM di daerah ini kurang kompetitif, terutama saat bersaing dengan bisnis online yang semakin marak.

Observasi di Kelurahan Limpomajang menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi UMKM tidak hanya sebatas digitalisasi. Masalah perizinan usaha juga menjadi hambatan bagi banyak pelaku UMKM. Banyak dari mereka yang belum memiliki perizinan usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK). Padahal, perizinan usaha merupakan salah satu aspek legal yang penting bagi UMKM untuk dapat beroperasi dengan sah dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Penelitian oleh Soleha, dkk. (2022) menegaskan bahwa UMKM saat ini menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan. Sayangnya, belum ada perhatian serius dari pemerintah dalam mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM menjadi sangat penting untuk meningkatkan kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional.

Pemberdayaan UMKM bukan hanya berkaitan dengan peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga melibatkan aspek-aspek lain seperti pelatihan, promosi, dan pembentukan iklim usaha yang kondusif. Dalam konteks ini, program "Sosialisasi Pemberdayaan UMKM" yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Limpomajang menjadi sangat relevan. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya adopsi digitalisasi dan legalitas usaha. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya, membangun kepercayaan publik, melindungi usahanya, dan menghadapi masalah hukum dengan lebih baik.

Dalam kesimpulannya, UMKM di Kabupaten Wajo memiliki potensi yang besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan. Oleh karena itu, upaya pemberdayaan melalui sosialisasi dan pendidikan menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan optimal, sejalan dengan perkembangan zaman dan tuntutan pasar.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif deskriptif. Dalam dunia penelitian, metode kualitatif adalah pendekatan yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena tertentu melalui interpretasi teks atau narasi. Menurut Sugiyono (2012), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena seperti persepsi, perilaku, tindakan, motivasi, dan lainnya dari subjek penelitian. Pendekatan ini menekankan pada deskripsi holistik yang disampaikan dalam bentuk bahasa dan kata-kata.

Selanjutnya, pendekatan deskriptif, seperti yang dijelaskan oleh Moleong (2010), bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai situasi atau kondisi objek penelitian sebagaimana adanya. Dalam konteks artikel ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi UMKM di Kelurahan Limpomajang.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil pengabdian masyarakat di Kelurahan Limpomajang, khususnya UMKM. Sedangkan data sekunder diperoleh dari kepustakaan, termasuk jurnal ilmiah, artikel, dan buku yang relevan dengan topik penelitian. Proses analisis data melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kelurahan Limpomajang, tiga metode utama digunakan:

1. Metode Observasi: melalui metode ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi UMKM di Kelurahan Limpomajang. Selama proses observasi, peneliti mencatat segala permasalahan dan temuan yang dilihatnya.
2. Metode Wawancara: metode ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi lebih mendalam dari pelaku UMKM. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian dan memahami perspektif pelaku UMKM.
3. Metode Sosialisasi: merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya pemberdayaan. Dalam sosialisasi ini, tim pengabdian masyarakat membahas berbagai aspek terkait pemberdayaan UMKM, termasuk tantangan dan peluang yang ada.

Dengan demikian, melalui kombinasi ketiga metode tersebut, peneliti berupaya untuk memahami kondisi, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Limpomajang,

serta memberikan rekomendasi dan solusi untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di daerah tersebut.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting sebagai tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. Namun, berdasarkan penelitian yang dilakukan di Kelurahan Limpomajang, terdapat beberapa tantangan signifikan yang dihadapi oleh UMKM di daerah tersebut.

1. Pemasaran Produk yang Belum Jelas: pemasaran merupakan salah satu aspek krusial dalam menjalankan usaha. Tanpa strategi pemasaran yang jelas dan efektif, produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM akan sulit untuk mencapai target pasar yang diinginkan. Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan visibilitas produk, membangun reputasi merek, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.
2. Keterbatasan Alternatif Pembayaran: dengan perkembangan teknologi, konsumen kini menginginkan fleksibilitas dalam melakukan transaksi. Keterbatasan metode pembayaran dapat menghambat pelanggan potensial yang lebih memilih untuk bertransaksi dengan metode pembayaran tertentu, seperti digital atau non-tunai.
3. Kurangnya Inovasi Packaging: kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran. Kemasan yang menarik dan sesuai dengan tren saat ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
4. Ketidakmerataan Perizinan dan Legalitas: Perizinan dan legalitas usaha adalah aspek fundamental yang menentukan legitimasi suatu usaha di mata hukum dan konsumen. UMKM yang tidak memiliki perizinan yang jelas dapat menghadapi risiko hukum dan kehilangan kepercayaan konsumen.

Dalam konteks ini, pemberdayaan dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang bertujuan untuk memberikan individu atau kelompok kemampuan dan sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan kapasitas dan potensi mereka. Seperti yang dikutip dari Pigg dalam Fuadi, dkk., 2021, pemberdayaan mencakup pemberian keterampilan, pembentukan relasi, pembinaan sikap, dan pemanfaatan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Dengan memahami tantangan-tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Limpomajang, tim pengabdian masyarakat memiliki misi untuk memberdayakan UMKM melalui serangkaian sosialisasi dan pendampingan. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan UMKM alat, pengetahuan, dan sumber daya yang diperlukan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dan pada akhirnya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar.

Sosialisasi Pemasaran Produk Secara Online

Dalam upaya pemberdayaan UMKM, integrasi teknologi digital menjadi poin penting yang harus dikenalkan kepada pemilik UMKM. Transformasi digital dalam bisnis, khususnya bagi UMKM, termasuk di dalamnya promosi produk melalui platform online. Di era saat ini, pemilik UMKM diharapkan mampu memasarkan produknya di berbagai platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, edukasi mengenai pentingnya pemberdayaan UMKM saat ini juga menekankan informasi mengenai teknik promosi online dan bagaimana cara memasarkan produk di marketplace atau e-commerce.

Di Indonesia, UMKM mencakup 59,2% dari total usaha, namun hanya sekitar 8% atau sekitar 3,79 juta yang telah memanfaatkan teknologi digital, menurut Fuadi, dkk. (2021). Angka ini masih rendah mengingat perkembangan industri dan digital saat ini. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat berinisiatif untuk memulai sosialisasi digitalisasi di Kelurahan Limpomajang. Sosialisasi ini bertujuan untuk mengedukasi tentang manfaat teknologi dan konektivitas digital dalam memudahkan transaksi, mengingat banyak UMKM di Limpomajang yang belum memaksimalkannya. Fuadi, dkk. (2021) berpendapat bahwa dengan memperkenalkan ekonomi digital dan memberikan pendampingan, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, baik melalui penjualan offline maupun online, yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis mereka. Sehingga, inisiatif pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi dan mendidik UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih besar.

Promosi secara online ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat menjangkau pangsa pasar secara lebih meluas. Produk yang dijual oleh UMKM tidak hanya dijual untuk masyarakat dan konsumen di wilayah tersebut saja melainkan memiliki potensi untuk laris terjual dan dikirim ke berbagai daerah di Indonesia bahkan skala internasional. Hal inilah yang menjadikan pelaku UMKM harus mengetahui strategi promosi yang bisa dilakukan secara offline ataupun online dalam rangka meningkatkan penjualan. Secara offline dapat dilakukan dengan melakukan pemasangan banner dan pamflet yang memuat keunggulan produk maupun hal-hal yang sifatnya persuasif misalnya diskon dan penawaran. Sementara untuk promosi online bisa dilakukan dengan membuat iklan pada media sosial atau menggunakan fitur ads yang tersedia di sejumlah media sosial serta membuat video konten berjualan. Selama ini, pelaku UMKM di Kelurahan Limpomajang masih awam dengan strategi promosi penjualan secara online dan masih gagap teknologi dalam berjualan online sehingga dibutuhkan adanya edukasi dan pendampingan ini. Sosialisasi yang menekankan pada strategi promosi ini bisa memungkinkan pelaku UMKM bergerak ke arah perubahan yaitu mencapai digitalisasi ekonomi.

Selain menyediakan pelatihan langsung tentang metode dan taktik promosi, ada dorongan kuat bagi UMKM untuk menjadi bagian dari sebuah komunitas sosial di Kabupaten Wajo yang khusus didedikasikan untuk UMKM. Komunitas ini bukan hanya sekedar tempat berkumpul dan berbagi, tetapi juga berfungsi sebagai platform strategis untuk memfasilitasi penjualan melalui e-commerce dan membimbing UMKM dalam adaptasi ke era digital. Lebih jauh lagi, komunitas ini diharapkan dapat menjadi jembatan bagi UMKM yang mungkin menghadapi hambatan seperti akses internet yang tidak merata, kurangnya pemahaman tentang teknik pemasaran terbaru, atau tantangan operasional lainnya. Dengan menyediakan sumber daya, pelatihan, dan dukungan, komunitas ini bertujuan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Selain itu, keberadaan komunitas ini juga dapat memfasilitasi kolaborasi antar UMKM, memungkinkan mereka untuk berbagi best practices, inovasi, dan strategi bisnis. Dalam jangka panjang, komunitas ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas individual dari setiap UMKM, tetapi juga memperkuat ekosistem UMKM secara keseluruhan di Kabupaten Wajo, mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

Sosialisasi Pengenalan Transaksi Pembayaran Cashless

Dalam konteks industri 4.0 saat ini, kita menyaksikan sebuah transformasi teknologi yang belum pernah terjadi sebelumnya, di mana digitalisasi telah meresap ke hampir semua aspek kehidupan kita. UMKM, sebagai salah satu pilar ekonomi, tidak lagi memiliki pilihan selain untuk beradaptasi dan berinovasi di tengah gelombang digitalisasi ini. Menurut data dari Tetra Pax Index pada tahun 2017, Indonesia memiliki 143,2 juta pengguna internet, dan menariknya, angka ini terus meningkat dari waktu ke waktu. Pertumbuhan pengguna internet ini menandakan sebuah peluang besar bagi sektor keuangan. Dengan kemunculan teknologi finansial atau fintech, ada upaya konkret untuk memanfaatkan momentum ini. Fintech menyajikan solusi inovatif dalam bentuk produk keuangan yang dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai layanan keuangan, mulai dari pinjaman, investasi, hingga pembayaran. Dengan demikian, fintech tidak hanya memperkuat inklusi keuangan di Indonesia tetapi juga mendukung UMKM dalam menghadapi era digital yang dinamis ini.

Di tengah kemajuan teknologi yang pesat, banyak pelaku bisnis yang telah memanfaatkan teknologi finansial, atau yang lebih dikenal dengan fintech, sebagai bagian dari strategi mereka untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital saat ini. Fintech menyediakan berbagai platform pembayaran digital, seperti Gopay, Ovo, Dana, dan Shopeepay. Menariknya, platform-platform ini menggunakan teknologi QRIS untuk memfasilitasi transaksi, sebuah inovasi yang dijelaskan oleh Setiawan & Mahyuni (2020). Keunggulan dari metode pembayaran ini terletak pada kemudahannya, memberikan konsumen pengalaman transaksi yang lebih efisien, cepat, dan tanpa perlu khawatir dengan masalah kembalian uang.

Lebih dari sekedar alat pembayaran, fintech telah menjadi instrumen penting yang memungkinkan bisnis untuk bertransformasi ke arah digital, membuka peluang untuk ekspansi dan pertumbuhan. Namun, meskipun potensinya yang besar, masih ada sejumlah UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini. Sebagai contoh, sebagian besar UMKM di Kelurahan Limpomajang masih belum mengintegrasikan fintech ke dalam operasional mereka. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada tantangan dan hambatan yang perlu diatasi untuk memastikan bahwa semua UMKM dapat memanfaatkan keuntungan dari digitalisasi dan inovasi teknologi finansial.

Dengan demikian, dilakukan sosialisasi mengenai metode pembayaran fintech seperti alternatif pembayaran QRIS sebagai transaksi cashless. Pengenalan alternatif pembayaran ini dilakukan agar pelaku UMKM dapat menyediakan lebih banyak model pembayaran ketika melakukan transaksi jual beli produk UMKM.

Pemanfaatan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran termasuk pemberdayaan UMKM yang dapat meningkatkan produktivitas UMKM. Saat ini, tidak seluruh pelaku UMKM di Kelurahan Limpomajang menerapkan alternatif pembayaran ini. Untuk itu, sosialisasi pentingnya pemberdayaan ini dilakukan agar pelaku usaha bisa mulai mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sosialisasi pemberdayaan UMKM yang memuat sosialisasi terkait QRIS ini sejalan dengan usaha pemerintah dalam menyikapi perkembangan teknologi informasi yang perkembangannya begitu pesat. Sosialisasi ini dilangsungkan dengan memperkenalkan QRIS, cara pembuatan, dan prinsip transaksi kepada pelaku UMKM kelurahan Limpomajang agar bisa mengetahui manfaat dan keuntungan model pembayaran QRIS di era saat ini. Hal ini sejalan dengan Pracoyo, dkk. (2022) yang menyatakan bahwasanya model QRIS melakukan pengembangan dari industri sistem pembayaran dimana menjalin kerjasama dengan Bank Indonesia dalam rangka memudahkan, mempercepat, dan menjaga keamanan proses transaksi melalui QR Code. QR Code ini yaitu kode matriks 2 dimensi yang tersusun atas penanda tiga pola persegi di sudut kiri bagian bawah, sudut kanan dan kiri atas, mempunyai modul hitam berbentuk persegi, titik maupun piksel dengan kemampuan melakukan penyimpanan terhadap data karakter, alfanumerik, maupun simbol. Adanya perkembangan teknologi digital yang semakin pesat ini memang mendorong seluruh sektor usaha bisa beradaptasi pada digitalisasi termasuk UMKM.

Pemberdayaan UMKM terkait Inovasi Produk dan Packaging yang sesuai Perkembangan Zaman

Pengenalan mengenai pentingnya pemberdayaan UMKM bertujuan untuk mendorong para pelaku usaha agar terus berinovasi, khususnya dalam hal produk dan kemasannya, agar sesuai dengan selera konsumen saat ini. Untuk dapat bersaing, UMKM harus selalu memperbarui dan memperkaya produk mereka dengan fitur atau keunggulan yang membedakannya dari kompetitor. Inovasi produk menjadi kunci untuk pertumbuhan dan kesuksesan bisnis. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat berkomitmen untuk mengedukasi masyarakat, terutama UMKM, tentang pentingnya inovasi baik dalam produk maupun strategi penjualan. Menurut Anekawati, dkk. (2021), di Indonesia terdapat banyak UMKM dengan berbagai jenis produk, mulai dari makanan, minuman, kerajinan, dan lainnya. Dengan keragaman produk yang ada, inovasi menjadi hal esensial untuk membedakan satu produk dari yang lainnya.

Inovasi produk ini juga bisa berbentuk ide dalam membuat packaging produk yang sesuai dengan perkembangan zaman atau kekinian. Kemasan produk menjadi nilai tambah penting bagi produk yang dijual oleh UMKM. Selain menarik, packaging produk juga harus memenuhi standarisasi produk dan kemasan. Oleh karena itu, sosialisasi ini dilakukan sekaligus dengan pendampingan pemberdayaan UMKM agar pelaku usaha mengetahui standarisasi produk dan kemasan beserta ide packaging produk yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini sehingga bisa meningkatkan minat pembeli dalam melakukan pembelian. Packaging yang dimaksud juga berkaitan dengan pembuatan merek dan logo produk UMKM dimana masih banyak pelaku UMKM yang minim pengetahuan akan hal ini. Padahal logo juga merek ini bisa menjadi branding bagi produk UMKM sebagai identitas usaha.

Sosialisasi Pentingnya Memiliki Kejelasan Legalitas

Perizinan dan legalitas juga aspek penting yang disampaikan dalam sosialisasi mengenai pentingnya pemberdayaan UMKM. Dalam hal ini, pelaku UMKM diharapkan bisa memiliki kesadaran untuk mendaftarkan izin usaha dan legalitas usaha seperti memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB). Adanya perizinan dan legalitas ini bisa memberi perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan mengikuti sejumlah program yang diadakan oleh pihak pemerintah (Soleha, dkk., 2022).

Legalitas usaha menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh masyarakat. Oleh karena itu, dilakukan sosialisasi pemberdayaan UMKM dengan fokus membuka mindset pelaku UMKM agar mendaftarkan usahanya sehingga mempunyai izin yang jelas. Legalitas ini termasuk aspek penting bagi perusahaan maupun badan usaha sebab menjadi jati diri terkait sahnya atau legalitas sehingga memperoleh pengakuan dari masyarakat. Legalitas usaha ini bisa mendorong peningkatan UMKM yang lebih maju ke depannya. Legalitas usaha misalnya IUMK dianggap menjadi solusi peningkatan

UMKM pada wilayah Limpomajang sehingga diharapkan seluruh pelaku usaha dapat secepatnya mengurus izin dan legalitas tersebut.

Faktor legalitas ini wujudnya kepemilikan izin usaha seperti akte pendirian usaha dan surat izin lainnya menyesuaikan bidang usaha masing-masing. Meskipun skala mikro, UMKM juga harus memiliki izin usaha dan legalitas yang mumpuni. Terdapatnya legalitas dan perizinan ini bisa membuat masyarakat memiliki kenyamanan ketika menjalankan usahanya sekaligus mengembangkannya.

Hasil yang didapatkan ketika sosialisasi pemberdayaan UMKM yaitu pelaku usaha memahami upaya yang dilakukan dalam memberdayakan UMKM seperti peningkatan promosi, penggunaan model pembayaran cashless, inovasi produk dengan packaging kekinian, serta mengetahui pentingnya legalitas dan perizinan usaha. Pelaku UMKM di Kelurahan Limpomajang diharapkan bisa memperoleh informasi yang dapat mengembangkan usahanya sehingga dapat lebih maju secara berkelanjutan. Dari kegiatan pengabdian masyarakat ini pola pemikiran pelaku UMKM juga dapat berubah sehingga tidak hanya berfokus menjual produk sebanyak-banyaknya saja, melainkan berusaha fokus dalam melakukan pengembangan kualitas usaha agar UMKM lebih diberdayakan. Berdasarkan sejumlah pelaksanaan sosialisasi dan pemberdayaan yang dilakukan terhadap UMKM tersebut dapat membentuk iklim yang lebih kondusif, menguatkan potensi UMKM dalam menjual produknya, meningkatkan kualitas usaha juga bisa mengarahkan UMKM pada pemanfaatan teknologi sehingga potensi usahanya lebih maksimal.

KESIMPULAN

Dalam era digital saat ini, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang. Untuk tetap relevan dan kompetitif, UMKM harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, seperti meningkatkan pemasaran produk secara online dan mengadopsi metode pembayaran inovatif seperti QRIS. Selain itu, penting bagi UMKM untuk terus berinovasi, khususnya dalam pengembangan produk dan desain kemasan yang sesuai dengan selera konsumen saat ini. Namun, adaptasi dan inovasi ini harus didukung dengan pemahaman yang kuat mengenai legalitas dan perizinan usaha, agar UMKM dapat beroperasi dengan lancar dan meminimalkan risiko. Melalui berbagai sosialisasi dan pelatihan, diharapkan UMKM dapat memaksimalkan potensinya, berkontribusi lebih banyak pada perekonomian nasional, dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Di masa depan, ada kebutuhan untuk memperkuat aspek pengelolaan keuangan dalam program pemberdayaan UMKM, mengingat pentingnya manajemen keuangan yang baik untuk kesuksesan dan keberlanjutan usaha. Kesimpulan dapat bersifat generalisasi temuan sesuai permasalahan penelitian, dapat pula berupa rekomendasi untuk langkah selanjutnya.

REFERENSI

- Agustina, T., Ahmad Mukhtar, B., Huda, M., Maselena, A., & Hashim, A. (1991). Management Effect Of Business And Personal Relationship For Managing A Business. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(11), 2020.
- Anekawati, A., Yuliaslina, R., Isdiantoni, I., Syahril, S., Purwanto, E., & Hidayatullahman, M. (2021). Pemberdayaan Umkm Di Kecamatan Ra'As Melalui Pendampingan Standarisasi Produk Dan Kemasan. *Jurnal ABDIRAJA*, 4(1), 23–29. <https://doi.org/10.24929/adr.v4i1.1273>
- Akbar, A., & Irfani, I. (2022). Analisis Pemanfaatan Digital Marketing terhadap Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 226-232.
- Akbar, A., & Ilyas, H. (2022). Analisis Kinerja Keuangan pada PT. Unilever Indonesia Tbk. yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2).
- Djemma, S. A., & Mukhtar, A. (2022). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Profesionalisme Kerja dan Disiplin Kerja Sebagai Faktor Peningkatan Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Dan Pertanahan Kabupaten Wajo. *Precise Journal of Economic*, 1(2), 51-64.
- Djemma, S. A., & Bakti, A. (2023). Pengaruh Modal Sendiri Terhadap Perolehan Sisa Hasil Usaha (SHU) pada Koperasi Simpan Pinjam Mandiri Pratama (KSP-MP) Kabupaten Wajo. *Precise Journal of Economic*, 2(1), 1-7.

- 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>
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Pracoyo, A., Paulina, P., Wijaya, E., Bagasworo, W., & Rofianto, W. (2022). Sosialisasi QRIS Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas UMKM Provinsi DKI Jakarta Article History. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v4i1.534>
- Purwanto, A. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Instagram dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas di Toko Faiswi Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 383-394.
- Purwanto, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Memilih Produk Telkomsel. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 380-388.
- Salman, A. B., Jamaluddin, A., & Bakti, A. (2022). Pengaruh Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirta Danau Tempe Kabupaten Wajo. *Precise Journal of Economic*, 1(2), 31-50.
- Salman, A. B. (2022). Analisis Kinerja Keuangan dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba pada Mandala Finance Kabupaten Wajo. *Precise Journal of Economic*, 1(1), 49-53.
- Satiadharma, M. (2023). Peran Kewirausahaan Sosisal dalam Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 226-235.
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>
- Soleha, E., Rulianti, E., & Maria, F. (2022). Sosialisasi Pemberdayaan Umkm “Umkm Bangkit Bersinergi.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v1i1.165>
- Yuniarti, A., & Muhtamar, A. (2022). Pengaruh Self Efficacy dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Sengkang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 375-384.
- Yuniarti, A., Hartono, K., & Nurwirum, N. (2023). Pengaruh Sikap Relatif dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Lucki Cell Pompanua Kabupaten Bone. *Precise Journal of Economic*, 2(1), 42-50.
- Yuniarti, A., Nurwana, A., & Jamaluddin, A. (2023). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN PAMMANA KABUPATEN WAJO. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 34-40.