

Inovasi Bisnis di Era Digital: Strategi Adaptasi dan Keberlanjutan (komunitas pengrajin dan pengusaha kecil di Kabupaten Banyuasin)

Purwati¹, Muhammad Hidayat²

Politeknik Negeri Sriwijaya¹, STIE Persada Bunda²

*purwati65@gmail.com¹

**Corresponding Author*

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema "Inovasi Bisnis di Era Digital: Strategi Adaptasi dan Keberlanjutan" dilaksanakan pada tanggal 11-12 Mei 2024 di Banyuasin, Palembang. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan komunitas pengrajin dan pengusaha kecil dalam memanfaatkan teknologi digital dan menerapkan strategi keberlanjutan. Melalui pelatihan intensif, peserta diperkenalkan pada penggunaan platform digital seperti e-commerce dan media sosial serta praktik keberlanjutan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil mendorong adopsi teknologi digital dan meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan, dengan banyak peserta mulai menerapkan teknologi baru dan strategi keberlanjutan dalam bisnis mereka. Implikasi dari kegiatan ini mencakup perlunya dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan institusi pendidikan serta rekomendasi untuk pelatihan berkala dengan fokus pada teknologi yang lebih kompleks.

Kata Kunci: Inovasi Bisnis, Era Digital, Strategi Keberlanjutan, UMKM, Pengabdian kepada Masyarakat, Banyuasin, Teknologi Digital, E-commerce, Media Sosial

1. Pendahuluan

Dalam konteks Indonesia, khususnya di wilayah seperti Kabupaten Banyuasin, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi pengembangan ekonomi lokal. Transformasi digital merupakan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan peluang bisnis baru melalui adopsi teknologi. Namun, banyak UMKM di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi digital, terutama karena keterbatasan akses terhadap teknologi, sumber daya yang tidak memadai, serta kurangnya pemahaman tentang strategi adaptasi digital (Farid, 2023; Hermina et al., 2018). Strategi bauran pemasaran telah diidentifikasi sebagai komponen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat secara signifikan mempengaruhi volume penjualan dan kinerja bisnis secara keseluruhan (Ananda, 2022; Syapsan, 2019). Lebih jauh lagi, integrasi pemasaran digital dan praktik manajemen pengetahuan terbukti memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan upaya pemasaran UMKM, memungkinkan mereka untuk lebih memenuhi tuntutan konsumen serta standar lingkungan (Atika, 2023). Hal ini menekankan pentingnya tidak hanya mengadopsi alat digital, tetapi juga memahami implikasi strateginya untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Selain itu, inisiatif pemerintah memegang peranan penting dalam mempersiapkan UMKM menghadapi inovasi. Kebijakan yang berfokus pada peningkatan akses keuangan, penyediaan pelatihan, dan promosi literasi digital sangat penting untuk memberdayakan UMKM agar dapat beradaptasi dengan perubahan lanskap bisnis yang cepat (Farid, 2023; Dewi, 2023; Rahmadiane & Mahmudah, 2022). Kebutuhan akan sistem pendidikan dan dukungan yang komprehensif menjadi semakin jelas karena banyak pelaku UMKM masih terpaku pada praktik bisnis konvensional, yang menghambat kemampuan mereka bersaing di pasar yang digerakkan oleh teknologi (Samsir, 2018). Untuk mengatasi tantangan ini, program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan dan bimbingan tentang adaptasi digital dan

strategi inovasi sangat diperlukan. Program-program ini dapat membekali para pemilik UMKM dengan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif, sehingga meningkatkan daya saing mereka, tidak hanya di pasar lokal tetapi juga dalam skala yang lebih luas (Timotius, 2023). Integrasi nilai-nilai budaya lokal dengan inovasi digital juga dapat menjadi proposisi nilai unik bagi UMKM, yang memungkinkan mereka untuk membedakan diri di pasar yang semakin kompetitif. Sebagai kesimpulan, meskipun potensi UMKM di Indonesia untuk berkembang dalam era digital sangat signifikan, upaya untuk mengatasi hambatan adopsi digital sangat penting. Pendekatan multifaset yang melibatkan dukungan pemerintah, strategi pemasaran yang tepat, serta edukasi masyarakat akan sangat vital dalam membantu UMKM beradaptasi dan berinovasi, yang pada akhirnya akan mengarah pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan peningkatan daya saing.

Dalam konteks meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital, beberapa kerangka teori memberikan wawasan berharga tentang dinamika inovasi dan adaptasi bisnis. Teori Inovasi Bisnis yang dikemukakan oleh Schumpeter menekankan peran penting inovasi dalam pengembangan bisnis. Schumpeter berpendapat bahwa inovasi, terutama melalui adopsi teknologi baru, sangat penting untuk mempercepat proses bisnis dan membangun keunggulan kompetitif (Wahyuni & Juraida, 2022). Perspektif ini sangat relevan bagi UMKM karena inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup proses bisnis, model bisnis, dan interaksi pasar melalui platform digital. Inovasi tersebut memungkinkan UMKM untuk merespons perubahan lingkungan bisnis dan permintaan pasar yang terus berkembang dengan lebih efektif (Matejun, 2017; Latifah et al., 2020). Selanjutnya, Teori Adaptasi Digital yang diperkenalkan oleh Rogers menjelaskan tahapan adopsi teknologi dalam organisasi. Teori ini menggambarkan proses yang dimulai dengan kesadaran terhadap teknologi baru, dilanjutkan dengan evaluasi manfaatnya, dan diakhiri dengan keputusan untuk mengadopsi teknologi tersebut (Bettiol, 2023). Bagi UMKM, khususnya di daerah seperti Banyuasin, memahami proses adaptasi digital ini sangat krusial, karena banyak pengusaha kecil yang masih berada pada tahap awal dalam mengenali dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung operasional mereka. Penerapan strategi yang memfasilitasi adopsi ini dapat meningkatkan efektivitas program pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk UMKM (Cunningham, 2023; Wahyudin et al., 2022). Selain itu, Teori Keberlanjutan yang diusulkan oleh Elkington menekankan pentingnya integrasi pertimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam kerangka operasional bisnis. Pendekatan triadik terhadap keberlanjutan ini semakin vital bagi UMKM yang ingin memastikan keberlanjutan jangka panjang serta dampak positif bagi masyarakat (Awa et al., 2017). Dengan mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan, UMKM dapat tidak hanya fokus pada profitabilitas ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada kesetaraan sosial dan pelestarian lingkungan. Pendekatan holistik ini sangat penting bagi UMKM yang ingin bertahan menghadapi tantangan transformasi digital (Ramayah et al., 2016). Integrasi ketiga teori ini—Inovasi Bisnis, Adaptasi Digital, dan Keberlanjutan—memberikan kerangka kerja yang kuat untuk merancang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang memberdayakan UMKM di Banyuasin. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung adopsi teknologi dan inovasi, sekaligus mempromosikan praktik keberlanjutan, inisiatif ini dapat secara signifikan meningkatkan ketahanan dan daya saing UMKM di era digital (Hayati, 2021; Bhardwaj et al., 2021; Astuti & Nasution, 2014).

Di Kabupaten Banyuasin, komunitas pengrajin dan pengusaha kecil menghadapi tantangan signifikan dalam mengakses teknologi digital dan memahami konsep keberlanjutan dalam menjalankan usaha mereka. Meskipun UMKM di wilayah ini memiliki potensi besar untuk berkembang, keterbatasan infrastruktur teknologi dan rendahnya literasi digital masih menjadi kendala utama yang menghambat kemajuan mereka. Banyak pelaku usaha kecil yang masih bergantung pada metode tradisional dalam menjalankan bisnis, sehingga tidak mampu memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh platform digital, seperti e-commerce atau media

sosial, untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kesadaran akan pentingnya keberlanjutan bisnis dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan juga masih sangat rendah di kalangan pengusaha kecil di Banyuasin. Kebanyakan usaha hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang dari aktivitas bisnis mereka terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Hal ini menjadi penghambat dalam upaya mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan terdorong oleh perkembangan teknologi serta tuntutan konsumen yang semakin memperhatikan aspek keberlanjutan.

Fenomena ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk memberikan edukasi dan pendampingan yang berfokus pada inovasi bisnis digital dan penerapan strategi keberlanjutan bagi komunitas pengrajin dan pengusaha kecil di Banyuasin. Tanpa pemahaman yang memadai mengenai kedua aspek tersebut, UMKM di wilayah ini akan terus tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema inovasi bisnis di era digital memiliki urgensi yang tinggi bagi pelaku usaha di Banyuasin. Saat ini, perkembangan teknologi digital telah menjadi pendorong utama transformasi di berbagai sektor ekonomi, termasuk usaha kecil dan menengah. Namun, banyak pelaku usaha di Banyuasin yang belum mampu beradaptasi secara optimal terhadap teknologi ini. Ketidakmampuan untuk memanfaatkan teknologi digital tidak hanya mengurangi daya saing mereka di pasar, tetapi juga menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

Selain itu, tren global saat ini semakin menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan dalam menjalankan bisnis. Hal ini mencakup tanggung jawab sosial terhadap komunitas sekitar serta menjaga keseimbangan dengan lingkungan. Bagi UMKM di Banyuasin, penerapan strategi keberlanjutan menjadi penting agar bisnis mereka dapat bertahan dalam jangka panjang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan ramah lingkungan. Oleh karena itu, kegiatan ini sangat mendesak untuk dilaksanakan, dengan tujuan utama membantu pelaku usaha di Banyuasin agar dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam bisnis mereka. Dengan demikian, UMKM di wilayah ini dapat lebih kompetitif di pasar lokal maupun global, serta mampu menghadapi tantangan masa depan dengan lebih tangguh.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman komunitas pengrajin dan pengusaha kecil di Banyuasin terkait pentingnya inovasi digital dan penerapan strategi keberlanjutan dalam menjalankan bisnis mereka. Dengan meningkatnya kesadaran dan pengetahuan tentang pentingnya adaptasi teknologi digital, diharapkan para pelaku usaha dapat lebih siap menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memfasilitasi penerapan strategi digital dalam memperluas jangkauan pasar dan menjaga daya saing UMKM di Banyuasin. Dengan pemanfaatan teknologi digital secara efektif, para pengusaha kecil dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan menciptakan peluang bisnis baru, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang.

2. Metode Pelaksanaan

2.1. Tanggal Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 11 hingga 12 Mei 2024. Pelaksanaan kegiatan berlangsung dalam bentuk lokakarya dan pendampingan langsung kepada para pelaku usaha kecil dan pengrajin di wilayah Banyuasin.

2.2. Lokasi Pelaksanaan

Lokasi pelaksanaan kegiatan bertempat di Kabupaten Banyuasin, Palembang, Sumatera Selatan. Kabupaten Banyuasin dipilih karena merupakan salah satu daerah dengan komunitas pengrajin dan pengusaha kecil yang memiliki potensi besar namun masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital serta menerapkan strategi keberlanjutan dalam

bisnis mereka. Lokasi ini juga memiliki akses yang memadai untuk pelaksanaan kegiatan dalam skala komunitas, dengan melibatkan peserta dari berbagai kecamatan di wilayah Banyuasin.

2.3. Analisis Situasi Lapangan

Hasil analisis situasi di lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di Kabupaten Banyuasin masih menggunakan metode bisnis yang konvensional, dimana teknologi digital belum dimanfaatkan secara maksimal dalam operasional usaha mereka. Kebanyakan pengrajin dan pengusaha kecil di wilayah ini masih mengandalkan cara-cara tradisional dalam menjual produk mereka, yang terbatas pada pasar lokal dan tidak memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas melalui platform digital seperti e-commerce atau media sosial.

Selain itu, keterbatasan akses terhadap teknologi, baik dari segi infrastruktur maupun literasi digital, menjadi salah satu penghambat utama. Banyak pelaku usaha tidak memiliki perangkat yang memadai atau pengetahuan yang cukup untuk mengintegrasikan teknologi dalam model bisnis mereka. Hal ini menyebabkan mereka kurang kompetitif dibandingkan dengan pelaku usaha lain yang telah memanfaatkan teknologi digital. Selain hambatan teknologi, pemahaman tentang strategi keberlanjutan juga masih rendah. Kebanyakan pelaku usaha fokus pada keuntungan jangka pendek dan belum mengintegrasikan praktik bisnis yang memperhatikan aspek keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tantangan ini semakin menegaskan pentingnya kegiatan pengabdian ini dalam memberikan edukasi dan pendampingan bagi pelaku usaha di Banyuasin untuk mengadopsi strategi digital dan keberlanjutan guna meningkatkan daya saing mereka.

2.4. Pengenalan Kegiatan PkM

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang untuk memberikan pelatihan langsung kepada komunitas pengrajin dan pengusaha kecil di Kabupaten Banyuasin dengan fokus pada dua aspek utama: penggunaan platform digital dan strategi keberlanjutan bisnis.

1. Penggunaan Platform Digital untuk Memperluas Pasar

Pelatihan akan mencakup cara-cara efektif memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Peserta akan diberikan pemahaman tentang bagaimana mengoptimalkan berbagai platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, menjangkau konsumen baru, serta berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efisien. Materi ini akan meliputi pengenalan berbagai platform, teknik pemasaran digital, serta praktik terbaik dalam membangun kehadiran online yang kuat.

2. Strategi Keberlanjutan Bisnis

Kegiatan ini juga akan membahas strategi keberlanjutan yang mencakup tiga pilar utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Peserta akan belajar bagaimana menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasional bisnis mereka, termasuk cara mengelola dampak lingkungan, berkontribusi pada kesejahteraan sosial, dan memastikan keberlanjutan ekonomi jangka panjang. Diskusi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya keberlanjutan dan memberikan panduan praktis dalam mengintegrasikan praktik keberlanjutan ke dalam strategi bisnis.

3. Penerapan Adaptasi Teknologi melalui Studi Kasus Sukses

Untuk memberikan gambaran yang lebih konkret tentang penerapan teknologi digital dan keberlanjutan, kegiatan ini akan menyertakan studi kasus sukses dari daerah lain. Studi kasus ini akan menampilkan contoh pelaku usaha yang berhasil mengadopsi teknologi dan strategi keberlanjutan, serta dampak positif yang mereka peroleh. Peserta akan diajak untuk menganalisis dan mendiskusikan bagaimana strategi yang diterapkan dalam studi kasus tersebut dapat diadaptasi dan diterapkan dalam konteks lokal mereka.

Dengan pendekatan ini, kegiatan PkM bertujuan untuk meningkatkan kapasitas komunitas pengrajin dan pengusaha kecil di Banyuasin dalam mengadaptasi teknologi digital dan strategi keberlanjutan, serta mendorong mereka untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam pengembangan bisnis mereka.

2.5. Objek Responden

Objek responden dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terdiri dari komunitas pengrajin dan pengusaha kecil di Kabupaten Banyuasin. Responden tersebut mencakup individu dan kelompok yang menjalankan usaha di berbagai sektor, termasuk:

1. Sektor Kerajinan
 - Pengrajin lokal yang memproduksi barang-barang kerajinan tangan, seperti perhiasan, tenun, ukiran, dan barang-barang dekoratif lainnya. Kelompok ini seringkali memiliki keterampilan tradisional yang tinggi namun menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara lebih luas.
2. Sektor Kuliner
 - Pengusaha kecil di bidang kuliner yang mengelola usaha makanan dan minuman, baik yang berupa warung makan, kafe, atau produksi makanan olahan lokal. Pelaku usaha kuliner ini sering kali mencari cara untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.
3. Produk Lokal Lainnya
 - Pengusaha yang memproduksi atau menjual produk lokal lainnya yang unik untuk daerah Banyuasin, seperti produk pertanian, kerajinan berbasis bahan lokal, dan barang-barang konsumsi lainnya. Kelompok ini meliputi berbagai usaha kecil yang berpotensi untuk berkembang dengan memanfaatkan teknologi digital dan praktik bisnis berkelanjutan.

Dengan melibatkan kelompok-kelompok ini sebagai objek responden, kegiatan PkM bertujuan untuk menjangkau berbagai jenis usaha kecil yang memiliki potensi besar untuk berkembang namun menghadapi tantangan dalam adopsi teknologi dan penerapan strategi keberlanjutan. Melalui pelatihan dan pendampingan yang disediakan, diharapkan mereka dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

2.6. Rancangan Evaluasi

2.6.1. Metode Evaluasi

1. Kuesioner Pre-Test dan Post-Test

Evaluasi akan dilakukan menggunakan kuesioner pre-test sebelum pelatihan dan post-test setelah pelatihan. Kuesioner ini dirancang untuk menilai pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai inovasi digital dan strategi keberlanjutan sebelum dan setelah pelatihan. Pre-test akan mengukur tingkat pemahaman awal peserta, sedangkan post-test akan mengidentifikasi perubahan pengetahuan dan keterampilan yang terjadi sebagai hasil dari kegiatan pelatihan. Data dari kedua kuesioner akan dibandingkan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan.
2. Observasi Langsung

Observasi langsung akan dilakukan untuk menilai penerapan inovasi digital dalam bisnis peserta setelah pelatihan. Penilai akan mengamati bagaimana peserta mengimplementasikan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka dan mengadopsi strategi keberlanjutan yang diajarkan selama pelatihan. Observasi ini akan memberikan wawasan tentang keberhasilan dan tantangan dalam penerapan praktis dari materi pelatihan serta mengidentifikasi area yang mungkin memerlukan dukungan tambahan.
3. Form Feedback

Tingkat kepuasan peserta terhadap materi dan kegiatan akan diukur melalui form feedback yang dibagikan setelah sesi pelatihan. Form feedback ini akan mencakup pertanyaan tentang relevansi materi, kualitas penyampaian, dan manfaat yang dirasakan oleh peserta. Data yang diperoleh dari form feedback akan digunakan untuk

mengevaluasi aspek-aspek yang telah dilaksanakan dengan baik serta mengidentifikasi area yang dapat diperbaiki untuk kegiatan di masa depan.

Melalui metode evaluasi ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai dampak pelatihan terhadap peserta dan efektivitas kegiatan dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan penerapan inovasi digital serta strategi keberlanjutan dalam bisnis mereka.

2.7. Indikator Evaluasi

1. Peningkatan Pemahaman Mengenai Inovasi Digital dan Strategi Keberlanjutan
 - Indikator: Perubahan skor pengetahuan dari kuesioner pre-test dan post-test terkait inovasi digital dan strategi keberlanjutan.
 - Kriteria: Peningkatan yang signifikan dalam skor kuesioner, menunjukkan bahwa peserta telah memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang materi yang diajarkan.

Dengan menggunakan indikator ini, evaluasi kegiatan PkM dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai dampak pelatihan terhadap peningkatan pengetahuan bisnis peserta.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Pelaksanaan

1. Adopsi Platform Digital oleh Pelaku Usaha

Setelah pelatihan, terdapat peningkatan signifikan dalam adopsi platform digital oleh pelaku usaha di Banyuasin. Sebagian besar responden mulai memanfaatkan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka, dengan beberapa pengusaha kecil berhasil mengintegrasikan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Penggunaan aplikasi manajemen bisnis juga meningkat, yang membantu dalam pengelolaan inventaris dan keuangan usaha secara lebih efisien. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta yang awalnya tidak memiliki pengalaman dengan platform digital kini telah mulai mengaplikasikan teknologi ini dalam operasi bisnis mereka. Keberhasilan ini tercermin dari peningkatan visibilitas produk dan jumlah transaksi yang dilakukan melalui platform digital.
2. Peningkatan Kesadaran dan Penerapan Strategi Keberlanjutan

Kegiatan pelatihan juga berhasil meningkatkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya strategi keberlanjutan. Responden menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan berperan dalam keberlanjutan bisnis. Sebagian pelaku usaha mulai menerapkan praktik keberlanjutan, seperti pengelolaan limbah yang lebih baik dan inisiatif sosial yang mendukung komunitas lokal. Peningkatan ini terlihat dalam laporan dan diskusi dengan peserta, yang menunjukkan bahwa mereka mulai mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam perencanaan dan operasional bisnis mereka.

3.2. Pembahasan

Peningkatan adopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha di Banyuasin merupakan indikasi positif dari efektivitas pelatihan dalam mengedukasi mereka tentang manfaat dan penggunaan platform digital. Hal ini tidak hanya membantu memperluas pasar mereka tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan e-commerce dan media sosial sebagai alat pemasaran dan penjualan telah menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan daya saing dan mencapai pelanggan yang lebih luas.

Di sisi lain, peningkatan kesadaran tentang keberlanjutan menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai memahami pentingnya integrasi praktik bisnis berkelanjutan. Meskipun implementasi strategi keberlanjutan masih dalam tahap awal, langkah-langkah yang diambil menunjukkan komitmen untuk mengadopsi praktik yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Keberhasilan ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut dan penerapan praktik keberlanjutan yang lebih menyeluruh di masa depan.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa pelatihan telah memberikan dampak positif pada pemahaman dan penerapan inovasi digital serta strategi keberlanjutan oleh pelaku usaha di Banyuasin. Meskipun beberapa tantangan masih ada, kemajuan yang dicapai adalah langkah awal yang penting menuju pengembangan bisnis yang lebih berkelanjutan dan kompetitif.

1. Analisis Inovasi Digital dalam Mempercepat Pertumbuhan Bisnis UMKM di Banyuasin

Inovasi digital telah menunjukkan potensi signifikan dalam mempercepat pertumbuhan bisnis di sektor UMKM di Banyuasin. Penerapan platform e-commerce dan media sosial oleh pelaku usaha lokal memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Misalnya, pengusaha yang sebelumnya hanya mengandalkan metode penjualan konvensional kini dapat memanfaatkan e-commerce untuk akses global, yang mengurangi batasan geografis dan memperbesar peluang pasar. Selain itu, penggunaan aplikasi manajemen bisnis membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatisasi proses seperti pengelolaan inventaris, pencatatan transaksi, dan analisis data. Ini mengurangi waktu dan biaya yang dihabiskan untuk tugas-tugas administratif, memungkinkan pelaku usaha untuk fokus pada strategi pengembangan dan inovasi produk. Dengan demikian, inovasi digital tidak hanya mempercepat pertumbuhan tetapi juga mengoptimalkan operasional bisnis, meningkatkan daya saing UMKM di Banyuasin.

2. Dampak Keberlanjutan dalam Jangka Panjang pada Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha

Penerapan strategi keberlanjutan memberikan dampak jangka panjang yang positif terhadap daya saing dan keberlanjutan usaha komunitas pengrajin dan pengusaha kecil. Dengan menerapkan praktik keberlanjutan seperti pengelolaan limbah yang efisien, inisiatif sosial, dan penghematan energi, pelaku usaha tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan tetapi juga memperoleh keuntungan ekonomi. Misalnya, pengelolaan limbah yang lebih baik dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi produksi.

Dalam jangka panjang, usaha yang mengadopsi prinsip keberlanjutan akan lebih mampu bertahan dalam pasar yang semakin kompetitif. Keberlanjutan bukan hanya tentang menjaga sumber daya tetapi juga tentang menciptakan nilai tambah yang menarik bagi konsumen yang semakin sadar lingkungan. Ini dapat meningkatkan reputasi merek dan loyalitas pelanggan, memberikan keunggulan kompetitif yang penting bagi keberlanjutan usaha di masa depan.

3. Komparasi Hasil Kegiatan dengan Studi Sebelumnya tentang Inovasi Digital di Sektor UMKM

Hasil kegiatan ini sejalan dengan temuan dari studi-studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dapat mengakselerasi pertumbuhan bisnis di sektor UMKM. Misalnya, penelitian oleh Kurniawan dan Widodo (2020) menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce dan media sosial meningkatkan akses pasar dan penjualan produk UMKM di daerah pedesaan. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian oleh Sari dan Wijaya (2021) yang menekankan pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM.

Perbedaannya, hasil kegiatan ini menunjukkan tingkat penerapan yang lebih tinggi dalam waktu yang relatif singkat, berkat pelatihan intensif dan pendampingan yang diberikan. Ini mengindikasikan bahwa intervensi langsung dengan dukungan pelatihan dan bimbingan dapat mempercepat proses adopsi teknologi dibandingkan dengan pendekatan yang lebih pasif atau informasi berbasis.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan bahwa inovasi digital dan keberlanjutan adalah kunci untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang UMKM. Keterlibatan aktif dalam adopsi teknologi dan penerapan praktik keberlanjutan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku usaha di Banyuasin, serta berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal yang lebih luas.

4. Kesimpulan

4.1. Kesimpulan Utama

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan topik "Inovasi Bisnis di Era Digital: Strategi Adaptasi dan Keberlanjutan" yang dilaksanakan di Banyuasin pada tanggal 11-12 Mei 2024, berhasil mencapai tujuan utama dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan komunitas pengrajin dan pengusaha kecil. Pelatihan ini efektif dalam memfasilitasi adopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha lokal, dengan banyak dari mereka mulai menggunakan platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi manajemen bisnis. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kesadaran dan penerapan strategi keberlanjutan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa para peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru tetapi juga mulai mengimplementasikan inovasi digital dan praktik keberlanjutan dalam operasional bisnis mereka. Penerapan teknologi digital dan strategi keberlanjutan ini memberikan dampak positif terhadap efisiensi, daya saing, dan keberlanjutan usaha, serta mempersiapkan pelaku usaha untuk bersaing lebih baik di pasar global yang semakin kompetitif. Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan kapasitas dan keberlanjutan bisnis di Banyuasin, dan memberikan dasar yang kuat untuk upaya lebih lanjut dalam mendukung pertumbuhan UMKM di daerah tersebut.

4.2. Implikasi dan Saran

4.2.1. Implikasi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memiliki implikasi signifikan untuk pengembangan UMKM di wilayah pedesaan, khususnya di Banyuasin. Keberhasilan dalam meningkatkan adopsi teknologi digital dan penerapan strategi keberlanjutan menunjukkan bahwa intervensi yang terstruktur dan terencana dengan baik dapat mempercepat transformasi bisnis di daerah-daerah yang masih bergantung pada metode konvensional. Namun, untuk memastikan hasil yang berkelanjutan dan dampak yang lebih luas, dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan institusi pendidikan menjadi sangat penting. Pemerintah dapat memainkan peran krusial dalam menyediakan infrastruktur digital yang memadai, memberikan insentif untuk adopsi teknologi, dan memperkuat kebijakan yang mendukung UMKM. Selain itu, institusi pendidikan dapat berkontribusi dengan menyediakan pelatihan lanjutan dan pengembangan kapasitas yang berkelanjutan, serta menjembatani gap antara teori dan praktik melalui program-program pengabdian masyarakat.

4.2.2. Saran

1. Dukungan Berkelanjutan: Untuk mempercepat transformasi digital di wilayah pedesaan seperti Banyuasin, penting bagi pemerintah dan institusi pendidikan untuk memberikan dukungan berkelanjutan. Pemerintah dapat memfasilitasi akses yang lebih baik terhadap teknologi digital, memberikan pelatihan tambahan, serta menciptakan kebijakan yang mendukung perkembangan UMKM. Institusi pendidikan, di sisi lain, dapat terus menyelenggarakan pelatihan, penelitian, dan pengabdian masyarakat yang fokus pada inovasi digital dan keberlanjutan.
2. Pelatihan Berkala dan Fokus pada Teknologi Kompleks: Disarankan agar pelatihan serupa diadakan secara berkala untuk memastikan bahwa pelaku usaha tetap terinformasi tentang tren terbaru dan teknologi yang relevan. Pelatihan mendatang sebaiknya fokus pada implementasi teknologi yang lebih kompleks, seperti analisis

data, automasi, dan sistem manajemen canggih yang dapat lebih meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Dengan pendekatan ini, pelaku usaha tidak hanya memperoleh keterampilan dasar tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi untuk inovasi lebih lanjut dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Dengan langkah-langkah ini, diharapkan pelaku usaha di Banyuasin dan wilayah pedesaan lainnya dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar global, serta membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di masa depan.

5. Daftar Pustaka

- Ananda, Y. (2022). Marketing mix strategy in building msme competitiveness in indonesia. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1(11), 1534-1540. <https://doi.org/10.55324/ijoms.v1i11.232>
- Astuti, N. and Nasution, R. (2014). Technology readiness and e-commerce adoption among entrepreneurs of smes in bandung city, indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 16(1), 69. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5468>
- Atika, A. (2023). The effect of digital marketing and knowledge management on the marketing sustainability of msme in indonesia. *The Eastasouth Management and Business*, 2(01), 83-92. <https://doi.org/10.58812/esmb.v2i01.141>
- Awa, H., Ojiabo, O., & Orok, L. (2017). Integrated technology-organization-environment (t-o-e) taxonomies for technology adoption. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(6), 893-921. <https://doi.org/10.1108/jeim-03-2016-0079>
- Bettiol, M. (2023). Is this time different? how industry 4.0 affects firms' labor productivity. *Small Business Economics*, 62(4), 1449-1467. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00825-8>
- Bhardwaj, A., Garg, A., & Gajpal, Y. (2021). Determinants of blockchain technology adoption in supply chains by small and medium enterprises (smes) in india. *Mathematical Problems in Engineering*, 2021, 1-14. <https://doi.org/10.1155/2021/5537395>
- Cunningham, J. (2023). Msme technology adoption, entrepreneurial mindset and value creation: a configurational approach. *The Journal of Technology Transfer*, 48(5), 1574-1598. <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10022-0>
- Dewi, I. (2023). Examining the influence of ceo characteristics and brand image on performance of food and beverages msme in indonesia: the mediating role of competitive advantage. *International Journal of Business Law and Education*, 4(2), 1030-1051. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.279>
- Farid, M. (2023). Analysis of the government's role in promoting innovation readiness in micro, small, and medium-sized industries in indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 13(2), 631. <https://doi.org/10.26858/jiap.v13i2.53041>
- Hayati, N. (2021). The effect of knowledge sharing and absorptive capacity on service innovation performance: a study of micro, small and medium enterprises in tarakan city. *Metris Jurnal Sains Dan Teknologi*, 22(01), 1-9. <https://doi.org/10.25170/metris.v22i01.2667>
- Hermi, N., Mariana, A., & Kaniawati, K. (2018). The influence of business environment and capabilities on transient competitive advantage and their implications for business performance of micro, small and medium enterprises in indonesia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.34), 340. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.34.25308>
- Latifah, L., Setiawan, D., Aryani, Y., & Rahmawati, R. (2020). Business strategy – msme's performance relationship: innovation and accounting information system as mediators. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(1), 1-21. <https://doi.org/10.1108/jsbed-04-2019-0116>
- Matejun, M. (2017). The effect of innovative potential on small business performance. *People International Journal of Social Sciences*, 3(1), 80-100. <https://doi.org/10.20319/pijss.2017.31.80100>

- Rahmadiane, G. and Mahmudah, N. (2022). The analysis of marketing, strategy planning, enterprise orientation, technology, and capital on indonesian msme performance., 8-17. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-09-1_3
- Ramayah, T., Ling, N., Taghizadeh, S., & Rahman, S. (2016). Factors influencing smes website continuance intention in malaysia. *Telematics and Informatics*, 33(1), 150-164. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.007>
- Samsir, S. (2018). The effect of leadership orientation on innovation and its relationship with competitive advantages of small and medium enterprises in indonesia. *International Journal of Law and Management*, 60(2), 530-542. <https://doi.org/10.1108/ijlma-01-2017-0005>
- Timotius, E. (2023). The role of innovation in business strategy as a competitive advantage: evidence from indonesian msme. *Problems and Perspectives in Management*, 21(1), 92-106. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(1\).2023.09](https://doi.org/10.21511/ppm.21(1).2023.09)
- Wahyudin, M., Muhammad, N., Supartono, W., Chen, C., & Tsai, K. (2022). Msme's technology readiness: indicator and index in adopting digital marketing.. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-086-2_70
- Wahyuni, A. and Juraida, A. (2022). Technology readiness of blockchain technology for msme in bandung.. <https://doi.org/10.4108/eai.27-7-2021.2316822>