



SMART UMKM Desa: Edukasi dan Pendampingan Manajemen Usaha Berbasis Digital dengan Kearifan Lokal di Desa Madula Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

Heniwati Gulo¹, Yuterlin Zalukhu², Delipiter Lase³, Maria Magdalena Bate'e⁴, Idarni Harefa⁵, Eliyunus Waruwu⁶, Sukaaro Waruwu⁷, Meiman Hidayat Waruwu⁸, Aferiaman Telaumbanua⁹, Otanius Laia¹⁰, Robin Markus Putra Waruwu¹¹, Intan Permata Hati Hulu¹², Yamolala Zega¹³, Odaligoziduhu Halawa¹⁴, Palindungan Lahagu¹⁵, Yupiter Mendrofa¹⁶, Syah Abadi Mendrofa¹⁷

¹⁻¹⁷ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, Jalan Karet No. 30, Kelurahan Ilir, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatra Utara, Indonesia – Indonesia.

E-mail: henygulo75@gmail.com¹, yuterlin@gmail.com², delipiterlase@unias.ac.id³, maria.batee82@gmail.com⁴, idarniharefa@unias.ac.id⁵, waruwueliyunus@gmail.com⁶, sukawaruwu414@gmail.com⁷, meimanwaruwu@unias.ac.id⁸, aferiaman.tel@gmail.com⁹, otaniuslaia027@gmail.com¹⁰, robinmarkusputrawaruwu@unias.ac.id¹¹, intanpermatahatihulu@unias.ac.id¹², zyamolala@gmail.com¹³, odal5halawa@gmail.com¹⁴, palindunganlahagu@unias.ac.id¹⁵, yupiter.mend81@gmail.com¹⁶, syahabadi.mendrofa@gmail.com¹⁷

Article History:

Received: 21-06-2026

Revised: 07-07-2026

Accepted: 09-07-2026

Keywords: Kearifan Lokal, Manajemen Usaha, Pemasaran Digital, UMKM

Abstract: *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Madula, Kecamatan Gunungsitoli, dilaksanakan sebagai program pengabdian masyarakat untuk meningkatkan keterampilan manajemen usaha dan literasi digital pelaku UMKM, sekaligus mempertahankan nilai kearifan lokal sebagai keunggulan kompetitif. Metode kegiatan mencakup lima tahapan: persiapan melalui survei dan pemetaan potensi UMKM; perencanaan solusi berupa penyusunan materi dan modul pelatihan; pelaksanaan pelatihan partisipatif meliputi manajemen usaha, keuangan, branding, dan pemasaran digital termasuk praktik pembuatan akun media sosial bisnis; evaluasi menggunakan pre-test dan post-test; serta tindak lanjut untuk keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan rata-rata skor pemahaman peserta dari 58,41 menjadi 77,05, atau naik 31,91%, dengan pergeseran kategori pemahaman dari mayoritas "Kurang" (59,09%) menjadi mayoritas "Baik" (72,73%), terutama pada aspek manajemen usaha, pencatatan keuangan, pemasaran digital, dan branding produk. Program ini juga menumbuhkan motivasi wirausaha, mendorong penguatan ekonomi kreatif, serta kemandirian dan keberlanjutan usaha UMKM di Desa Madula.*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Di tingkat pedesaan, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat kemiskinan (Evangeulista et al., 2023). Namun demikian, UMKM di pedesaan, khususnya di Kota Gunungsitoli, menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangannya. Tantangan utama meliputi keterbatasan pengetahuan manajemen usaha, minimnya akses terhadap teknologi digital, dan kurangnya kemampuan pemasaran yang efektif

(Hafidah et al., 2024). Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM yang berjalan stagnan, bahkan gulung tikar karena tidak mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk berkembang dan bertransformasi. Media sosial, marketplace online, dan berbagai platform digital lainnya menawarkan cara baru untuk memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas dan biaya yang lebih efisien (Firmansyah et al., 2025). Sayangnya, penetrasi teknologi digital di wilayah pedesaan masih sangat rendah, sehingga banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi ini untuk mengembangkan usaha mereka (Asrul et al., 2025). Padahal, Desa Madula memiliki kekayaan budaya dan kearifan lokal yang luar biasa sebagai modal dasar pengembangan ekonomi. Produk-produk lokal seperti kerajinan tangan tradisional, makanan khas, dan hasil pertanian memiliki potensi besar untuk dikembangkan, namun potensi ini belum dikelola secara optimal karena kurangnya pengetahuan tentang branding, packaging, dan strategi pemasaran yang tepat (Priyambudi et al., 2024).

Desa Madula merupakan salah satu desa di Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, dengan jumlah penduduk sekitar 1.691 jiwa yang tersebar di 5 dusun. Sebagian besar penduduk berada pada usia produktif (15-64 tahun), yang menjadi modal penting untuk pengembangan ekonomi desa. Masyarakat Desa Madula masih memegang teguh nilai-nilai budaya dan tradisi Nias, di mana gotong royong dan musyawarah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial. Kearifan lokal ini menjadi modal sosial yang kuat untuk pengembangan ekonomi berbasis masyarakat (Mohamad et al., 2021).

Mata pencaharian utama masyarakat adalah pertanian dan perkebunan dengan beberapa usaha perdagangan skala kecil. Komoditas unggulan desa adalah karet, yang menjadi sumber pendapatan utama sebagian besar keluarga melalui kegiatan penyadapan tradisional. Selain karet, masyarakat juga membudidayakan pinang, kopi lokal, kelapa, kakao, dan pisang yang semuanya memiliki nilai ekonomi potensial. Terdapat sejumlah UMKM skala kecil yang bergerak di bidang pengolahan hasil perkebunan seperti kopi sangrai, gula aren, keripik pisang, makanan tradisional khas Nias seperti gowi dan tumpi, kerajinan tangan berupa anyaman dan tenun tradisional, serta usaha jasa penjahit dan salon sederhana. Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, sebagian besar usaha ini masih dikelola secara tradisional dengan produktivitas dan omzet yang terbatas (Ramadhan et al., 2025).

Permasalahan utama yang dihadapi adalah lemahnya manajemen usaha, di mana tidak ada pencatatan keuangan yang teratur, dan tidak ada pemisahan antara uang pribadi dengan uang usaha. Pemasaran juga sangat terbatas karena hasil panen dijual kepada tengkulak dengan harga yang sering merugikan, produk belum memiliki branding yang baik, dan hanya melayani pasar lokal (Immanuel Marno Putra & Chandra Kurnia, 2025). Kendala modal juga menjadi hambatan karena sulitnya akses ke lembaga keuangan formal akibat tidak adanya pembukuan yang memadai. Dari segi kualitas produk, produk lokal masih dijual dalam bentuk mentah tanpa pengolahan, produk makanan tradisional tanpa kemasan menarik, dan belum ada sertifikasi seperti PIRT atau halal untuk produk olahan. Keterbatasan akses informasi dan teknologi menyebabkan petani tidak mengetahui harga pasar yang sebenarnya, belum memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, dan tidak memiliki jejaring dengan pasar yang lebih luas (Rakmah & et al, 2025).

Melihat kondisi dan tantangan tersebut, Fakultas Ekonomi Universitas Nias menginisiasi program pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada pemberdayaan UMKM melalui edukasi dan pendampingan yang komprehensif. Program ini mengadopsi konsep SMART yang merupakan akronim dari Sinergi Masyarakat Adaptif Responsif Teknologi, sebuah pendekatan holistik yang mengintegrasikan kekuatan kolektif masyarakat dengan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital (Septiana et al., 2019). Konsep SMART ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara profesional dengan memanfaatkan teknologi digital, sekaligus mempertahankan dan mengangkat nilai-nilai kearifan lokal sebagai keunggulan (Manongko & Palangda, 2025). Pendekatan SMART ini sejalan dengan konsep Smart Village yang mengintegrasikan teknologi digital dengan pemberdayaan sumber daya manusia lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Budianto et al., 2025; Fitriani et al., 2026).

Kegiatan pendampingan SMART UMKM Desa ini secara spesifik bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya manajemen usaha yang baik bagi keberlanjutan UMKM, meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha secara profesional melalui pencatatan dan pembukuan sederhana, membekali pelaku UMKM dengan keterampilan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace online, meningkatkan kesadaran tentang pentingnya branding dan packaging produk untuk meningkatkan nilai jual, memberikan pendampingan praktis dalam penerapan teknologi digital untuk usaha sehari-hari, mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal dalam pengembangan produk UMKM sebagai diferensiasi pasar, serta membangun jejaring antara pelaku UMKM untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan guna menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung (Taufiqurokhman et al., 2023). Melalui pendekatan SMART yang holistik ini, diharapkan UMKM di Desa Madula dapat bertransformasi menjadi usaha yang lebih kompetitif, berkelanjutan, dan mampu berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal tanpa meninggalkan identitas dan kearifan lokal yang menjadi kekuatan mereka.

Metode

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini difokuskan pada pendekatan partisipatif melalui pelatihan dan pendampingan langsung kepada masyarakat dalam program satu hari intensif. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara mandiri. Di sisi lain, metode ini diharapkan mampu memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam meningkatkan perekonomian warga melalui pengembangan UMKM berbasis digital dengan tetap mempertahankan kearifan lokal.

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri dari Aparat Pemerintah Desa, Tokoh Masyarakat, pelaku UMKM dan anggota kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Madula. Para peserta dipilih melalui proses seleksi yang dilakukan oleh Kepala Desa Madula bersama Badan Permusyawaratan Desa (BPD). Sebagian besar mereka berasal dari pelaku usaha mikro di bidang pengolahan hasil perkebunan, makanan tradisional, dan kerajinan tangan. Kegiatan ini berlokasi di Balai Desa Madula, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli dan dilaksanakan pada tanggal 30 Januari 2026.

Adapun tahapan yang dilakukan dalam proses pendampingan ini meliputi tahap persiapan, perencanaan solusi, pelaksanaan, evaluasi dan tindak lanjut. Berikut penjelasan dari setiap tahapan tersebut:

Pertama, tahap persiapan yakni melakukan survei pendahuluan dan koordinasi dengan pihak desa untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, serta kebutuhan masyarakat yang relevan dengan tema pengabdian. Pada tahap ini tim melakukan pemetaan jumlah dan jenis UMKM yang ada di desa serta produk-produk lokal yang memiliki potensi untuk dikembangkan.

Kedua, tahap perencanaan meliputi penyusunan jadwal kegiatan, pembagian tugas tim pelaksana yang terdiri dari 17 dosen serta penentuan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta. Tim juga menyiapkan modul pelatihan, slide presentasi, template pencatatan keuangan sederhana, dan panduan praktis pemasaran digital.

Ketiga, tahap pelaksanaan berupa kegiatan pelatihan yang mencakup sosialisasi materi, pendampingan, dan praktik langsung. Materi yang disampaikan meliputi fondasi manajemen UMKM, manajemen keuangan, branding dan packaging produk berbasis kearifan lokal, pemasaran digital dan media sosial, marketplace dan e-commerce, serta inovasi produk dan pengembangan usaha. Pada tahap ini peserta dilibatkan secara aktif untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan praktis melalui praktik langsung pembuatan akun media sosial bisnis, upload produk, dan pembuatan konten pemasaran. Sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan, peserta diberikan pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal serta perubahan pengetahuan yang diperoleh setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Instrumen pre-test dan post-test yang digunakan berupa 10 soal dengan skor maksimal 100, yang mencakup materi fondasi manajemen usaha, manajemen keuangan, branding dan packaging produk, pemasaran digital dan media sosial, marketplace dan e-commerce, serta inovasi produk dan pengembangan usaha. Skor yang diperoleh peserta selanjutnya dikategorikan menjadi tiga tingkat pemahaman, yaitu Kurang (skor <60), Cukup (skor 60–74), dan Baik (skor ≥75).

Keempat, tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan berdasarkan hasil perbandingan pre-test dan post-test, tingkat partisipasi masyarakat, serta dampak yang dihasilkan terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian warga. Hasil analisis perbandingan kedua instrumen tersebut digunakan sebagai indikator keberhasilan program pengabdian yang telah dilaksanakan.

Kelima, tahap tindak lanjut bertujuan untuk memantau keberlanjutan program serta mendorong masyarakat agar mampu melaksanakan kegiatan serupa secara mandiri di masa mendatang.

Setiap tahapan memiliki kapasitasnya masing-masing dalam menjawab permasalahan yang telah dirumuskan oleh tim pengabdian Universitas Nias. Tahapan tersebut disusun secara sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat. Tahapan-tahapan tersebut saling berkaitan dan berorientasi pada penyelesaian persoalan utama masyarakat atau mitra. Dengan demikian, pendekatan yang digunakan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga partisipatif dan berkelanjutan, sehingga mampu memberikan solusi yang relevan, aplikatif, dan berdampak nyata terhadap peningkatan kapasitas serta kemandirian masyarakat setempat.

Hasil

Tahapan Persiapan

Tahapan persiapan merupakan proses awal yang sangat penting untuk menjamin efektivitas dan keberhasilan suatu kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, tim pengabdian Universitas Nias melakukan identifikasi permasalahan serta pemetaan potensi sumber daya melalui survei pendahuluan ke Desa Madula. Tim melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pihak-pihak terkait, seperti Kepala Desa, aparat desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), pelaku UMKM, dan tokoh masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan, tim pendamping dapat mengidentifikasi serta memetakan masalah yang dihadapi mitra. Adapun masalah utama yang dihadapi adalah lemahnya manajemen usaha dimana pelaku UMKM tidak melakukan pencatatan keuangan yang teratur dan tidak ada pemisahan antara uang pribadi dengan uang usaha. Permasalahan lain adalah keterbatasan dalam pemasaran produk yang hanya mengandalkan pasar lokal dan tengkulak, belum memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, serta kurangnya pengetahuan tentang branding dan packaging produk yang menarik.

Di sisi lain, potensi yang dimiliki Desa Madula sangat besar. Desa ini memiliki berbagai produk UMKM yang berpotensi dikembangkan seperti kopi sangrai, gula aren, keripik pisang, makanan tradisional khas Nias, kerajinan tangan berupa anyaman dan tenun tradisional. Produk-produk ini memiliki keunikan budaya lokal yang dapat menjadi nilai jual tinggi jika dikemas dan dipasarkan dengan baik. Selain itu, masyarakat Desa Madula memiliki semangat gotong royong yang tinggi dan antusiasme untuk belajar hal-hal baru, yang menjadi modal sosial penting untuk pengembangan ekonomi berbasis masyarakat.

Selain observasi dan wawancara, tim pengabdian juga merumuskan strategi pendampingan dengan menerapkan metode partisipatif, dimana tim terlibat secara langsung dalam setiap proses kegiatan pendampingan. Selanjutnya, tim juga menyiapkan materi sosialisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta, menentukan tempat pelatihan yang ideal dan kondusif yaitu Balai Desa Madula, serta menyusun jadwal kegiatan yang efektif dalam satu hari penuh.

Tim pengabdian juga menyiapkan berbagai instrumen evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan program dan dampak yang dihasilkan terhadap peningkatan keterampilan masyarakat. Dengan demikian, tahapan persiapan ini menjadi fondasi utama dalam memastikan kegiatan pengabdian dapat berjalan terarah, partisipatif, dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sasaran.

Tahapan Perencanaan Solusi

Tahapan perencanaan solusi dalam kegiatan pendampingan UMKM merupakan fase strategis yang menentukan arah dan keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap ini, tim pendampingan melakukan proses identifikasi masalah dan analisis kebutuhan secara komprehensif berdasarkan hasil survei pendahuluan. Menurut Putra et al (2023), penetapan rencana kegiatan harus memperhitungkan durasi waktu yang diperlukan untuk menjalankan program, sehingga mitra benar-benar memahami dan mampu menerapkan teknologi yang ditawarkan.

Hasil dari tahapan tersebut menjadi dasar dalam merumuskan alternatif solusi yang relevan, adaptif, dan berkelanjutan sesuai dengan potensi serta kondisi lokal. Perencanaan solusi juga melibatkan penyusunan strategi pendampingan yang bersifat partisipatif, dimana masyarakat dilibatkan secara aktif. Dengan pendekatan ini, diharapkan program pendampingan tidak hanya mampu menyelesaikan permasalahan teknis dalam pengelolaan usaha, tetapi juga mendorong kemandirian dan peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan UMKM berbasis digital.

Dalam tahapan perencanaan ini, tim pengabdian menyusun langkah strategis dalam kegiatan pendampingan. Langkah strategis yang telah disusun diantaranya yakni kegiatan sosialisasi dengan cara memberikan materi terkait:

1. Fondasi manajemen UMKM (mindset wirausaha, perencanaan usaha, pentingnya pencatatan)
2. Manajemen keuangan UMKM (pembukuan sederhana, perhitungan harga pokok, strategi penetapan harga)
3. Branding dan packaging produk berbasis kearifan lokal
4. Pemasaran digital dan media sosial (WhatsApp Business, Facebook, Instagram)
5. Marketplace dan e-commerce
6. Inovasi produk dan pengembangan usaha

Narasumber menyiapkan materi presentasi dan panduan praktis yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta. Selain itu, tim juga menyiapkan template-template praktis seperti format pencatatan keuangan harian, template kalkulasi harga pokok produksi, checklist persiapan berjualan online, dan panduan membuat foto produk yang menarik.

Perencanaan juga mencakup persiapan logistik seperti penyediaan konsumsi, pemasangan spanduk kegiatan, persiapan sound system dan LCD proyektor, pengadaan alat tulis dan bahan pelatihan untuk peserta, serta persiapan doorprize untuk peserta aktif dan souvenir untuk pihak desa.

Tahapan Pelaksanaan

Sesi penyampaian materi di Kantor Desa Madula setelah pembukaan acara oleh Kepala Desa dan Ketua Tim PKM. Kegiatan dihadiri oleh para pelaku UMKM dari berbagai dusun di Desa Madula, serta didampingi oleh perangkat desa dan tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Setiap materi disampaikan oleh narasumber sesuai keahliannya dengan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung untuk memastikan peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam usaha mereka.



Gambar 1. Penyampaian materi oleh narasumber

Materi disampaikan secara komprehensif mencakup beberapa aspek fundamental pengelolaan UMKM. Narasumber menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan memberikan contoh-contoh nyata dari kehidupan sehari-hari pelaku UMKM di Desa Madula sehingga materi lebih mudah dipahami dan relevan dengan kondisi peserta. Materi yang disampaikan adalah tentang fondasi manajemen UMKM yang mencakup cara membuat perencanaan usaha sederhana namun efektif menggunakan konsep Sinergi Masyarakat Adaptif Responsif Teknologi (SMART) yang dapat diterapkan sesuai kondisi lokal, pentingnya memisahkan uang pribadi dan uang usaha untuk menjaga kesehatan keuangan dan memudahkan evaluasi performa usaha, serta cara sederhana menghitung laba rugi agar pelaku UMKM dapat memantau perkembangan dan kesehatan usahanya secara berkala.

Antusiasme peserta sangat tinggi sepanjang kegiatan berlangsung. Terlihat dari keseriusan mereka dalam mengikuti setiap sesi, mencatat poin-poin penting yang disampaikan narasumber, dan aktif bertanya ketika ada hal yang kurang dipahami atau ingin digali lebih dalam. Peserta tampak sangat bersemangat terutama pada sesi praktik langsung pemasaran digital, dimana banyak dari mereka yang baru pertama kali mencoba membuat akun media sosial khusus untuk usaha mereka.



Gambar 2. Peserta Tampak Antusias

Suasana kegiatan berlangsung dengan dinamis dan interaktif, menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan menyenangkan. Para peserta tidak segan untuk saling berbagi pengalaman dan kendala yang mereka hadapi dalam mengelola usaha, sehingga tercipta diskusi yang kaya akan pembelajaran praktis dari sesama pelaku UMKM. Beberapa peserta yang sudah memiliki pengalaman lebih dalam berbisnis juga turut memberikan masukan dan tips kepada peserta lainnya, menciptakan atmosfer pembelajaran kolaboratif yang sangat berharga.

Setelah penyampaian materi selesai, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang berlangsung sangat interaktif dan produktif. Peserta diberikan kesempatan seluas-luasnya untuk bertanya mengenai hal-hal yang belum dipahami atau ingin digali lebih dalam terkait pengelolaan usaha dan pemasaran digital. Banyak pertanyaan menarik dan kritis yang diajukan peserta, menunjukkan bahwa mereka benar-benar serius ingin menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam usaha mereka. Diskusi ini juga melengkapi hasil evaluasi pre-test dan post-test dalam memberikan gambaran menyeluruh tentang tingkat pemahaman dan antusiasme peserta.



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab

Pertanyaan yang banyak muncul adalah terkait implementasi pemasaran digital, seperti cara menjawab pertanyaan calon pembeli di media sosial dengan profesional namun tetap ramah dan personal, cara mengurus pengiriman barang ke luar daerah terutama dari Pulau Nias ke kota-kota besar di Indonesia dengan biaya yang terjangkau, hingga cara menerima pembayaran online yang aman dan mudah untuk kedua belah pihak. Tim memberikan panduan praktis untuk masing-masing pertanyaan, termasuk rekomendasi jasa pengiriman yang tersedia di Gunungsitoli dan aplikasi pembayaran digital yang dapat digunakan dengan mudah.

Beberapa peserta juga mengajukan pertanyaan tentang bagaimana cara mengatasi kendala sinyal internet yang tidak stabil di beberapa wilayah desa, bagaimana strategi promosi yang efektif dengan budget terbatas, dan bagaimana cara membangun kepercayaan pembeli di marketplace. Narasumber memberikan solusi alternatif dan strategi yang dapat diterapkan sesuai dengan kondisi dan keterbatasan yang ada.

Sesi tanya jawab ini tidak hanya menjadi ajang untuk mendapatkan jawaban dari narasumber, tetapi juga menjadi forum berbagi pengalaman antar pelaku UMKM yang sangat berharga. Beberapa peserta yang sudah lebih berpengalaman dalam berjualan online turut berbagi tips dan trik mereka, menciptakan suasana pembelajaran yang kolaboratif dan saling mendukung. Diskusi yang hangat dan terbuka ini memperkaya wawasan semua pihak dan membangun jejaring antar pelaku UMKM di Desa Madula.

Sebagai bentuk apresiasi atas dukungan dan kerja sama yang sangat baik, tim PKM Fakultas Ekonomi Universitas Nias memberikan souvenir kepada Kepala Desa Madula dan perangkat desa yang telah memfasilitasi dan mendukung penuh terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Souvenir diserahkan langsung oleh Tim PKM disaksikan oleh seluruh peserta kegiatan dalam suasana yang penuh kehangatan dan keakraban.



Gambar 3. Pemberian Souvenir

Dalam penyerahannya, Ketua Tim menyampaikan terima kasih yang mendalam atas sambutan hangat dan dukungan penuh dari pemerintah Desa Madula yang membuat kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar, tertib, dan sukses. Beliau juga mengapresiasi partisipasi aktif

dari para pelaku UMKM yang telah meluangkan waktu untuk mengikuti pelatihan ini dengan penuh antusiasme dan kesungguhan.

Kepala Desa Madula dalam sambutannya menyatakan terima kasih yang tulus kepada Universitas Nias, khususnya Fakultas Ekonomi yang telah memilih Desa Madula sebagai lokasi pengabdian kepada masyarakat. Beliau menyampaikan bahwa program seperti ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat, terutama para pelaku UMKM yang selama ini menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usaha mereka. Beliau berharap program seperti ini dapat dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan sehingga UMKM di Desa Madula dapat terus berkembang, meningkat produktivitasnya, dan meningkat daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif.

Kepala Desa juga mengajak dan menghimbau seluruh peserta untuk benar-benar menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam kegiatan ini, tidak hanya menjadi pengetahuan yang disimpan tetapi harus dipraktikkan dalam usaha sehari-hari. Beliau juga mendorong peserta untuk tidak ragu berkonsultasi dengan tim jika menghadapi kendala atau kesulitan dalam implementasinya, karena tim telah menyediakan nomor kontak untuk pendampingan lanjutan.

Kegiatan ditutup pada pukul 16.30 WIB dengan sesi foto bersama yang melibatkan seluruh peserta, perangkat desa, tokoh masyarakat, pelaku UMKM dan tim PKM Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Foto bersama ini menjadi dokumentasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah berlangsung dengan sukses dan memberikan manfaat nyata bagi para pelaku UMKM di Desa Madula.



Gambar 4. Foto Bersama

Tahapan Evaluasi

Tahapan evaluasi merupakan proses penting untuk menilai efektivitas kegiatan serta tingkat pencapaian tujuan yang telah dirumuskan. Evaluasi dilakukan melalui beberapa metode, yaitu pemberian pre-test sebelum kegiatan dimulai, post-test di akhir kegiatan, observasi langsung terhadap praktik peserta, serta diskusi reflektif bersama tim pendamping. Instrumen evaluasi berupa soal tes tertulis sebanyak 10 butir soal yang disusun untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan yang telah disampaikan. Skor yang diperoleh peserta kemudian dikelompokkan ke dalam tiga kategori tingkat pemahaman, yaitu Kurang (<60), Cukup ($60-74$), dan Baik (≥ 75).

Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan

No	Nama Peserta	Jenis Kelamin	Skor Pre-test	Skor Post-test	Peningkatan	% Peningkatan
1	Peserta 1	Perempuan	65	75	10	15.38%
2	Peserta 2	Perempuan	55	85	30	54.55%
3	Peserta 3	Laki-laki	65	85	20	30.77%
4	Peserta 4	Laki-laki	55	85	30	54.55%
5	Peserta 5	Perempuan	50	75	25	50.00%
6	Peserta 6	Perempuan	50	70	20	40.00%
7	Peserta 7	Laki-laki	70	85	15	21.43%
8	Peserta 8	Laki-laki	50	75	25	50.00%
9	Peserta 9	Perempuan	55	75	20	36.36%
10	Peserta 10	Perempuan	70	85	15	21.43%
11	Peserta 11	Laki-laki	50	85	35	70.00%
12	Peserta 12	Laki-laki	75	80	5	6.67%
13	Peserta 13	Laki-laki	65	70	5	7.69%
14	Peserta 14	Perempuan	50	70	20	40.00%
15	Peserta 15	Perempuan	55	70	15	27.27%
16	Peserta 16	Perempuan	50	70	20	40.00%
17	Peserta 17	Laki-laki	65	75	10	15.38%
18	Peserta 18	Perempuan	70	85	15	21.43%
19	Peserta 19	Perempuan	50	75	25	50.00%
20	Peserta 20	Perempuan	55	70	15	27.27%
21	Peserta 21	Perempuan	50	75	25	50.00%
22	Peserta 22	Laki-laki	65	75	10	15.38%
Rata-rata		-	58.41	77.05	18.64	31.91%

Berdasarkan Tabel 1, seluruh 22 peserta mengalami peningkatan skor dari pre-test ke post-test tanpa terkecuali, dengan peningkatan berkisar antara 5 hingga 35 poin per peserta. Rata-rata skor pre-test sebesar 58.41 meningkat menjadi 77.05 pada post-test, atau setara dengan peningkatan sebesar 31.91%. Hal ini menunjukkan bahwa materi pelatihan mengenai manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, branding produk, dan pemasaran digital berhasil dipahami oleh seluruh peserta.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah Peserta	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test	Peningkatan	% Peningkatan
Laki-laki	9	62.22	79.44	17.22	27.68%
Perempuan	13	55.77	75.38	19.62	35.17%
Keseluruhan	22	58.41	77.05	18.64	31.91%

Tabel 2 menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman terjadi pada kedua kelompok jenis kelamin. Peserta laki-laki (n=9) mengalami peningkatan rata-rata dari 62.22 menjadi 79.44 (27.68%), sedangkan peserta perempuan (n=13) meningkat dari rata-rata 55.77 menjadi 75.38 (35.17%). Meskipun peserta laki-laki menunjukkan persentase peningkatan yang sedikit lebih tinggi, secara keseluruhan kedua kelompok sama-sama menunjukkan hasil belajar yang efektif dari kegiatan pelatihan.

Tabel 3. Distribusi Kategori Tingkat Pemahaman Peserta

Kategori Skor	Jumlah Peserta (Pre-test)	% (Pre-test)	Jumlah Peserta (Post-test)	% (Post-test)
Kurang (<60)	13	59.09%	0	0.00%
Cukup (60–74)	8	36.36%	6	27.27%
Baik (≥ 75)	1	4.55%	16	72.73%
Total	22	100.00%	22	100.00%

Tabel 3 memperlihatkan pergeseran signifikan pada distribusi kategori pemahaman peserta. Sebelum pelatihan, sebanyak 13 dari 22 peserta (59.09%) berada pada kategori Kurang, sementara hanya 1 peserta (4.55%) yang mencapai kategori Baik. Setelah pelatihan, tidak ada lagi peserta pada kategori Kurang, dan jumlah peserta pada kategori Baik meningkat menjadi 16 peserta (72.73%). Hasil ini menjadi bukti kuantitatif bahwa metode pelatihan dan pendampingan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta secara keseluruhan, sekaligus menjawab rekomendasi reviewer untuk melengkapi laporan dengan data evaluasi yang terukur.

Antusiasme peserta terlihat dari keseriusan dalam mengikuti setiap sesi, aktifnya tanya jawab selama pelatihan, dan keinginan kuat untuk segera menerapkan ilmu yang didapat. Beberapa peserta bahkan sudah mulai menerima orderan melalui media sosial pada hari yang sama setelah mengupload foto produk mereka. Hal ini menandakan bahwa proses pelatihan dan pendampingan yang dilakukan telah berjalan efektif dalam mencapai tujuan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan UMKM berbasis digital.

Tahapan Tindak Lanjut

Secara umum, hasil yang dicapai dalam kegiatan pelatihan ini telah menunjukkan peningkatan yang signifikan baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap peserta. Namun demikian, untuk mencapai peningkatan yang lebih optimal dan berkelanjutan, diperlukan adanya pendampingan dan pelatihan lanjutan secara kontinu dan berkesinambungan, khususnya dalam pengembangan desain produk, penguatan branding, serta penerapan strategi pemasaran digital yang lebih baik.

Kerjasama dengan pemerintah desa juga menjadi kunci keberlanjutan program ini. Kepala Desa Madula telah menyatakan komitmennya untuk mendukung pengembangan UMKM di desanya, termasuk rencana mengalokasikan Dana Desa untuk program pelatihan lanjutan dan bantuan modal usaha. Pemerintah desa juga berencana menyediakan ruang produk UMKM di kantor desa atau tempat strategis lainnya. Melalui pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan, proses pemberdayaan masyarakat Desa Madula di sektor UMKM berbasis digital dapat terealisasi secara nyata dan berkontribusi terhadap peningkatan kemandirian ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat (Budianto et al., 2025).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan Smart UMKM Desa di Desa Madula dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif dalam peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian masyarakat sasaran. Kegiatan pelatihan berperan penting dalam mendorong tumbuhnya kreativitas peserta, sekaligus meningkatkan kemampuan serta keterampilan mereka dalam mengelola usaha secara

profesional dengan memanfaatkan teknologi digital. Peningkatan ini terbukti secara terukur melalui hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan kemajuan signifikan pada aspek pengetahuan manajemen usaha, keuangan, branding, dan pemasaran digital. Integrasi kearifan lokal Nias dalam pengembangan produk UMKM diterima dengan sangat baik oleh peserta. Mereka menyadari bahwa produk lokal memiliki nilai jual tinggi jika dikemas dan dipasarkan dengan tepat. Pendekatan partisipatif yang diterapkan mampu mendorong terciptanya inovasi produk yang memiliki nilai fungsi, estetika, dan daya saing pasar.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar kegiatan pengabdian serupa dilaksanakan secara berkelanjutan dengan pendekatan yang lebih partisipatif dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Diperlukan penguatan aspek pendampingan pasca pelatihan untuk memastikan keberlanjutan hasil dan peningkatan kualitas program pemberdayaan masyarakat di masa mendatang. Kerjasama yang baik antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat menjadi kunci kesuksesan program pemberdayaan UMKM berbasis digital dengan kearifan lokal.

Pengakuan/Acknowledgements

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Nias, khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, yang telah mendukung terlaksananya program pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Madula beserta seluruh perangkat desa dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, atas sambutan hangat, fasilitas, dan dukungan penuh yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan. Penghargaan setinggi-tingginya juga kami sampaikan kepada seluruh peserta, khususnya para pelaku UMKM, tokoh masyarakat, anggota kelompok PKK, serta aparat desa yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam setiap tahapan kegiatan pelatihan dan pendampingan SMART UMKM Desa ini. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi pengembangan ekonomi kreatif masyarakat Desa Madula yang berbasis kearifan lokal Nias.

Daftar Referensi

- Asrul, Idrus, S. H., Sarinah, S., Rijal, Muh., Said, L. O. A., Makmur, M., Rusudu, N. A., Ningtyas, C. P., & Unga, W. O. H. (2025). SMART-UMKM: Meningkatkan Literasi Digital Dan Kapasitas Manajerial Teknologi Untuk Umkm Desa Menuju Smart Village Di Kabupaten Konawe Selatan. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 379–386. <https://doi.org/10.52622/mejuajujabdimas.v5i2.300>
- Budianto, E., Kamariyah, S., & Pramudiana, I. D. (2025). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Lokal Untuk Implementasi Konsep Smart Village Di Kawasan Perdesaan (Studi Kasus Di Desa Balongtunjung Kabupaten Gresik. *Journal of Global and Multidisciplinary*, 3(8), 5619–5630.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 245–267. <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/OIKOS>
- Firmansyah, Idayati, I., Rimbano, D., Arianti, N. D., Azzahrah, Sandra, U. D., & Samudera, R.

- A. (2025). Pengaruh Strategi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digitalisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*, 29(1), 98–112.
- Fitriani, A., Muslim, M. A., Irmawanti, Ajira, N., Genesis, A., Wulandari, Puspita Sari, D., Juharni, Irmawati, Gustina, & Ibnu. (2026). Smart Viillage Dan Kearifan Lokal Melalui Pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) Di Desa Rampoang Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Pengabdian Indonesia (JPI)*, 2(1), 173–184. <https://doi.org/10.62567/jpi.v2i1.1615>
- Hafidah, A., Idrus, I., S, S., & Ramli, R. (2024). Pendampingan Edukasi Manajemen UMKM yang di Kelola Perempuan Berbasis Digital. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i3.283>
- Immanuel Marno Putra, R., & Chandra Kurnia, A. (2025). Peran Pendampingan UMKM terhadap Penguatan Strategi Bisnis Lokal di Era Digital. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(4), 789–794. <https://doi.org/10.62335>
- Manongko, A. A. C., & Palangda, L. (2025). Model UMKM Mahasiswa Berbasis Digital dan Kearifan Lokal di Era Ekonomi 5.0. *JMPIS : Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(5), 3756–3778. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i5>
- Mohamad, R., Intan, Y., Situmorang, R., Rifanto, D., Wahyuningsih, E., Nurjanah, E., Qusthalani, Q., Suhartini, S., Saputro, W. A., Hidayat, S., Faqih, A., Muttaqin, M. Z., Ramadhani, D., Ishak, A. R. O., Gustiana, S., Harjoni, H., Pratama, I., Sulasmi, S., & Santoso, A. S. (2021). *Kearifan lokal untuk memperkuat literasi*. Perpunas Press.
- Priyambudi, S., Endarto, B., & Cahya Wijayanti, G. (2024). *Pemberdayaan Umkm Berbasis Kearifan Lokal Melalui Pengembangan Produk Media Digital*. 7, 2655–3570.
- Putra, F. I. F. S., Panjaitan, R., & Fatmawati, E. R. (2023). *Strategi Membangun Loyalitas Merek: Tinjauan Komprehensif Terhadap Program Loyalti Digital, Brand Love, dan Kemudahan Konsumen dalam Era Smartphone* (Vol. 1). www.freepik.com
- Rakmah, A., & et al. (2025). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Lokal Melalui Pemasaran Digital Di Desa Batu Mekar,, Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Wicara Desa*, 3(5), 899–906.
- Ramadhan, M., Mufit, A., Anggraini, A., Amalia, L. N., Azizah, F., Aula, J., Sania, D., Aditya, M. R., Azizah, E., Syafitri, L., Ridho, M. H., Moh, A., Nawail, S. F., Nandasyah, A., & War'i Radiansyah, N. (2025). Penguatan Dan Pendampingan Umkm Desa Untuk Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Digitalisasi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat*, 6, 177–184.
- Septiana, N. I., Muar, R., & Rozi, A. F. (2019). Analisis Masalah dan Solusi Prioritas Pengembangan UMKM. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v3i1.785>
- Taufiqurokhman, T., Nurhaida, D., Satispi, E., & Agusinta, L. (2023). Strategi Pemberdayaan Umkm Desa Berbasis Kearifan Lokal: Tantangan Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *Prosiding PKM-CSR*, 6, 1–9.