

Pendampingan Inovatif Penerapan *Less Contact Economy* Sebagai Respons Terhadap Dampak Pandemi

Adi Putra^{*1}, Arniwita², Agesha Marsyaf³ Oscar Dwi Syahputra⁴

^{1,4}, Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jambi

^{2,3} Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jambi

*e-mail: adiputra@umjambi.ac.id

Abstract

This community service program aims to empower Small and Medium Industries (SMEs), particularly the Dodol Kentang enterprises in Kerinci-Jambi, through the application of the Less Contact Economy (LCE) approach, which emphasizes the use of digital technology across the business value chain. The program covers five main aspects, namely marketing and market access, product and packaging innovation, efficiency in ordering and payment, effective distribution, and capacity building through digital training, with implementation methods including preliminary surveys, program design, training, mentoring, and participatory evaluation. The results show significant improvements in the digital capabilities of the partners, their familiarity with non-cash payment methods, and their expanded access to markets through digital platforms. Product and packaging innovations were also enhanced, with the number of active e-commerce accounts increasing from 5 to 18, the use of QRIS digital payment systems rising from 20% to 35%, and product variations growing from 3 to 9, tripling the available options. These findings indicate that the LCE approach is relevant in fostering SMEs' adaptation to changing consumer behavior in the digital era while simultaneously strengthening the sustainability of their businesses.

Keywords: SMEs, Less Contact Economy, digitalization, empowerment

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) khususnya Usaha Dodol Kentang di Kerinci-Jambi, melalui penerapan Less Contact Economy (LCE) yang menekankan pemanfaatan teknologi digital dalam rantai bisnis. Program PKM ini mencakup lima aspek utama yaitu pemasaran dan akses pasar, inovasi produk dan pengemasan, efisiensi pemesanan dan pembayaran, distribusi yang efisien, serta peningkatan kapasitas melalui pelatihan digital. Metode pelaksanaan meliputi survei awal, penyusunan program, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi partisipatif. Hasil dari PKM menunjukkan adanya peningkatan kemampuan digital mitra, mengenal metode penggunaan pembayaran non-tunai, serta perluasan akses pasar melalui platform digital. Inovasi produk dan kemasan juga mengalami perbaikan, dari 5 menjadi 18 akun e-commerce yang aktif, sementara penggunaan sistem pembayaran digital QRIS dari 20% menjadi 35% begitu juga dari sisi produk, variasi yang ditawarkan yang hanya sekitar 3 varian produk menjadi 9 varian, atau naik tiga kali lipat. Pendekatan LCE terbukti relevan dalam mendorong adaptasi IKM terhadap perubahan perilaku konsumen di era digital, sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha.

Kata kunci: IKM, Less Contact Economy, digitalisasi, pemberdayaan

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang mulai merebak pada akhir tahun 2019 dan kemudian menyebar ke seluruh dunia telah menyebabkan kekacauan di sektor ekonomi secara global. Gangguan tersebut meliputi penurunan aktivitas produksi, terganggunya rantai pasok global, serta pembatasan mobilitas yang berdampak signifikan terhadap sektor usaha, khususnya UMKM (Naseer, Khalid, Parveen, & Abbass, 2020). Dampak negatif pandemi ini tidak hanya dirasakan oleh industri besar, tetapi juga oleh pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) di Indonesia (Fiona & Rahmayanti, 2022). Pandemi Covid-19 yang berkepanjangan telah membawa dampak serius bagi IKM, antara lain penurunan nilai penjualan, kesulitan dalam permodalan, terhambatnya distribusi barang dan jasa, kesulitan memperoleh bahan baku, serta penurunan produksi. Bahkan, beberapa usaha terpaksa tutup, yang mengakibatkan terjadinya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) (Bahauddin & Setiawan, 2023).

Untuk mengurangi dampak pandemi Covid-19, pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan di sektor ekonomi, termasuk program pemulihan ekonomi nasional. Program-program tersebut meliputi subsidi bunga pinjaman bagi IKM, restrukturisasi kredit, pemberian jaminan modal kerja, serta insentif perpajakan yang ditujukan untuk memperkuat modal IKM (Nuryamah, 2022). Selain itu, pemerintah juga memberikan insentif perpajakan untuk mengurangi beban karyawan IKM dan berupaya meningkatkan kapasitas pelaku IKM melalui program pelatihan, workshop, serta pendampingan. Pemerintah telah meluncurkan berbagai program di sektor keuangan yang didukung oleh sistem pemberdayaan yang lebih efektif melalui pelatihan, workshop, dan pendampingan bagi IKM (Wijaya, 2022).

Program-program pemberdayaan IKM yang dilaksanakan oleh pemerintah tersebut telah dirasakan manfaatnya oleh para pelaku IKM, terutama mereka yang mampu memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi digital yang terus berkembang. (Hanafi, Bondan, Nur, Tahniul, & Imtiyan, 2025) mengemukakan, penggunaan digital marketing telah membantu petani dan pedagang dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Strategi digital marketing yang efektif telah diidentifikasi dan dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan hasil penjualan komoditas lainnya. Namun, pertumbuhan IKM saat ini masih belum merata. IKM di wilayah perkotaan cenderung tumbuh dan berkembang lebih cepat, sedangkan di daerah, pertumbuhan masih terkendala oleh lemahnya infrastruktur dan kurangnya dukungan teknologi. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa model yang diterapkan pada saat itu belum tepat dan belum mampu menekan efek pandemi yang dirasakan oleh IKM. Selanjutnya menurut (Diana, 2024) salah satu model pemberdayaan untuk pengembangan IKM yaitu melalui pendekatan *Model Less Contact Economy (LCE)*, dimana model ini dirancang dengan fokus pada pengurangan interaksi fisik antara produsen dan konsumen, serta peningkatan penggunaan teknologi digital. Model ini juga didukung teknis pemberdayaan yang baik berdasarkan tujuan, sasaran, kebutuhan konsumen, sehingga produk yang dihasilkan, tingkat harga, dan distribusi mampu memperkuat IKM.

Program pemberdayaan pada kelompok IKM melalui penerapan model LCE juga bertujuan untuk meminimalisir kontak fisik antara produsen dan konsumen, serta mengoptimalkan teknologi digital dalam setiap aspek bisnis, dari pemasaran hingga distribusi (Iqbal, 2022)(Iqbal, 2022) Pemberdayaan IKM melalui model *LCE* ini secara terperinci terdiri dari: *Pertama* Pemberdayaan SDM IKM dan pengembangan keterampilan Teknologi; *Kedua* Pelatihan, pendampingan dan transfer teknologi penggunaan sistem informasi terintegrasi berbasis aplikasi Android dan aplikasi *e-commerce*; *Ketiga* Pendampingan dan monitoring penerapan teknologi sebagai tindak lanjut keberlangsungan kegiatan (Abdianto, 2025). Penetapan strategi pemberdayaan pada kegiatan PKM model *LCE* merujuk pada tujuan pelaksanaan PKM yaitu untuk pencapaian Indeks Kinerja Utama Universitas seperti: IKU 2 (Mahasiswa Mendapatkan Pengalaman di Luar Kampus); IKU 3 (Dosen Berkegiatan di Luar Kampus); IKU 5 (Hasil Kerja Dosen Digunakan oleh Masyarakat atau Industri); IKU 6 (Program Studi Bekerjasama dengan Mitra); IKU 7 (Kelas yang Kolaboratif dan Partisipatif); IKU 8 (Program Studi Berstandar Internasional) (Sianturi, 2023).

Pada kegiatan PKM ini team dari Universitas Muhammadiyah Jambi menekan permasalahan dalam pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) khususnya pada produk usaha Dodol Kentang, serta berbagai tantangan yang mempengaruhi pertumbuhannya di era digital yang semakin kompetitif saat ini. Beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku IKM pada usaha dodol kentang saat ini seperti pada aspek: 1). Pemasaran dan Akses Pasar, masalah keterbatasan dalam akses pasar dan kurangnya kemampuan pemasaran digital mengakibatkan produk mereka sulit mencapai konsumen yang lebih luas karena masih bergantung pada metode pemasaran tradisional; 2). Inovasi Produk dan Pengemasan yang masih kurang bervariasi sehingga belum optimal untuk menarik konsumen di pasar yang lebih luas; 3). Proses pemesanan dan pembayaran yang masih manual menyebabkan keterlambatan dan ketidaknyamanan bagi konsumen. Ini juga berdampak pada efektivitas operasional IKM, yang dapat menurunkan

kepuasan pelanggan; 4). Keterbatasan dalam distribusi dan logistik menyebabkan produk Dodol Kentang sulit mencapai konsumen tepat waktu, terutama untuk pengiriman ke luar daerah. Ini juga menimbulkan masalah dalam menjaga kualitas produk selama proses pengiriman; dan 5). Masih minimnya pengetahuan dan keterampilan digital di kalangan pelaku IKM menjadi hambatan utama dalam penerapan teknologi modern (Putra, 2024).

2. METODE

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian Masyarakat ini, mempergunakan pendekatan sistematis melalui penerapan model *Less Contact Economy (LCE)* yang bertujuan membantu mengatasi permasalahan-permasalahan yang dialami Industri Kecil dan Menengah (IKM) pada produk usaha Dodol Kentang di desa Lubuk Nagodang, Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci. Durasi kegiatan selama 8 bulan hingga pelaporan akhir dengan peserta kegiatan sebanyak 40 pelaku IKM Dodol Kentang, selanjutnya dilakukan evaluasi program menggunakan kuesioner dan wawancara secara langsung dengan pelaku usaha dan Mitra dari Disperindag Kabupaten Kerinci. Penerapan model *LCE* oleh team PKM Universitas Muhammadiyah Jambi juga diselaraskan dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi yang berfokus pada pemberdayaan IKM, sehingga memberikan dampak positif yang lebih luas bagi mitra dan institusi pendidikan (Rulianti & Nurpribadi, 2023). Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan survei awal, penyusunan program, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi partisipatif. Penjelasan setiap tahapan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah dan Survei Lapangan.

Tahap awal dimulai dengan observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha IKM untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam aspek pemasaran, inovasi produk, distribusi, serta kapasitas manajerial dan digital. Survei ini juga mencakup analisis SWOT sederhana untuk mengetahui potensi dan tantangan mitra.

2. Perencanaan Program dan Penyusunan Materi

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, tim menyusun rencana kegiatan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan implementasi teknologi tepat guna. Materi pelatihan disusun menyesuaikan kebutuhan mitra, meliputi: (1) pemasaran digital dan akses pasar, (2) inovasi produk dan kemasan, (3) sistem pemesanan dan pembayaran digital, (4) efisiensi distribusi/logistik, dan (5) pelatihan digitalisasi usaha.

3. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan dilaksanakan secara langsung (tatap muka) dalam beberapa sesi pertemuan yang terstruktur dan berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku IKM di berbagai aspek penting. Setiap sesi dirancang untuk menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya serta mendorong transformasi digital dan efisiensi usaha. Adapun bentuk kegiatan yang dilakukan meliputi:

- Pelatihan dan workshop pemasaran digital menggunakan media sosial dan e-commerce. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra terhadap strategi pemasaran digital. Materi yang disampaikan mencakup pemanfaatan platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai media promosi, serta pelatihan pembuatan akun dan pengelolaan toko daring di marketplace lokal. Peserta juga diajarkan teknik penulisan caption yang menarik, penggunaan hashtag yang relevan, serta strategi upload konten secara konsisten.
- Pendampingan inovasi produk dan desain kemasan yang sesuai dengan selera pasar. Dalam sesi ini, mitra diberikan bimbingan mengenai pengembangan varian produk berdasarkan preferensi konsumen, serta peningkatan estetika dan fungsionalitas kemasan. Kegiatan ini juga mencakup diskusi tentang tren kemasan ramah lingkungan,

desain label yang informatif dan menarik, serta penambahan elemen branding seperti logo, tagline, dan informasi kontak digital.

- Penerapan sistem pemesanan berbasis formulir online dan pembayaran digital (QRIS). Untuk mendukung efisiensi transaksi, tim memperkenalkan formulir pemesanan menggunakan Google Form atau aplikasi pesan instan yang dilengkapi fitur katalog produk. Pembayaran digital melalui QRIS diperkenalkan dan dipraktikkan langsung agar mitra terbiasa dengan sistem pembayaran non-tunai yang praktis dan tercatat secara otomatis.
- Pendampingan pemetaan rute distribusi dan logistik melalui kerja sama dengan jasa kurir lokal.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi distribusi produk. Tim membantu mitra mengidentifikasi rute pengiriman terbaik, menganalisis biaya distribusi, serta membangun komunikasi awal dengan jasa pengiriman seperti ojek online dan ekspedisi lokal. Simulasi pengemasan produk untuk pengiriman jarak jauh juga dilakukan guna mengurangi risiko kerusakan produk.

- Peningkatan kapasitas pelaku IKM melalui pelatihan pembuatan konten promosi digital dan pencatatan keuangan sederhana.

Mitra dibekali keterampilan dasar dalam membuat konten promosi visual menggunakan aplikasi berbasis smartphone, seperti Canva atau CapCut. Selain itu, pelatihan pencatatan keuangan sederhana dengan format excel atau buku kas digital diberikan agar pelaku usaha mampu memantau arus kas, menghitung laba-rugi, dan membuat perencanaan keuangan yang lebih baik.

Setiap sesi diikuti dengan sesi tanya-jawab dan praktik langsung oleh peserta, serta dokumentasi hasil kegiatan untuk keperluan evaluasi dan publikasi. Keaktifan peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan menjadi indikator keberhasilan awal dari proses pemberdayaan ini.

4. *Monitoring dan Evaluasi*

Monitoring dilakukan melalui kuisioner evaluasi, wawancara lanjutan, dan dokumentasi perkembangan kegiatan. Penilaian hasil sementara juga dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan dalam hal peningkatan pengetahuan, keterampilan digital, dan jangkauan pasar.

5. *Pendekatan Kolaboratif dan Partisipatif*

Kegiatan ini menekankan pada partisipasi aktif mitra sebagai subjek kegiatan, bukan hanya sebagai objek pelatihan. Pendekatan kolaboratif antara tim pelaksana dan mitra usaha memastikan keberlanjutan dampak dan keterlibatan penuh dari pelaku IKM dalam setiap tahapan kegiatan.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan penerapan Model *Less Contact Economy* (LCE) melibatkan peran aktif mitra yaitu Industri Kecil Menengah (IKM) Dodol Kentang dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kerinci. Pelibatan mitra dimulai pada tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Adapun bentuk partisipasi mitra dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Keterlibatan dalam Perencanaan Strategis:

Mitra PKM dilibatkan sejak tahap awal dalam penyusunan rencana kegiatan PKM dan Diskusi. Mitra juga ikut mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan utama yang dihadapi oleh IKM Dodol Kentang, serta menentukan prioritas solusi yang sesuai.

2. Penyediaan Data dan Informasi:

Mitra berperan aktif dalam menyediakan data dan informasi terkait operasional IKM, seperti data produksi, pemasaran, serta tantangan yang dihadapi selama pandemi COVID-19. Data yang didapatkan menjadi dasar bagi tim PKM dalam merancang dan mengimplementasikan strategi yang efektif.

3. Partisipasi dalam Pelatihan dan Penerapan Teknologi:

Mitra PKM berpartisipasi dalam sesi pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh tim PKM. Pelatihan ini meliputi penggunaan teknologi digital, platform e-commerce, serta strategi pemasaran digital yang sesuai dengan konsep LCE. Partisipasi mitra diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuan mitra dalam menerapkan model LCE di IKM Dodol Kentang.

4. Penerapan Hasil Kajian di Lapangan:

Mitra PKM menjadi pihak yang menerapkan hasil kajian dan rekomendasi yang diberikan oleh tim PKM. Partisipasi aktif mitra sangat penting untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan dapat diimplementasikan secara efektif dan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha IKM Dodol Kentang.

5. Evaluasi dan Umpan Balik:

Pada tahapan setelah kegiatan, mitra PKM terlibat dalam proses evaluasi untuk menilai keberhasilan dan efektivitas program. Umpan balik dari mitra akan menjadi bahan evaluasi bagi tim PKM dalam menyusun rekomendasi perbaikan dan pengembangan program lebih lanjut.

6. Penyebarluasan Hasil dan Pembelajaran:

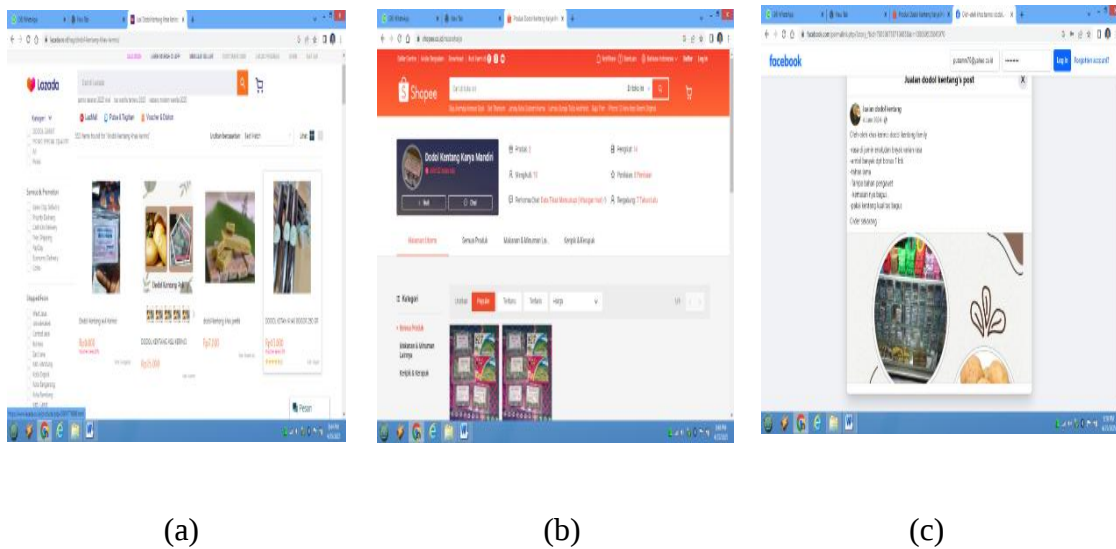
Mitra PKM juga berperan dalam penyebaran hasil dan pembelajaran dari kegiatan PKM ini kepada komunitas IKM lainnya, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi pengembangan IKM di daerah tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan dilaksanakan, pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital. Tercatat hanya terdapat 5 akun e-commerce yang aktif, sementara penggunaan sistem pembayaran digital QRIS baru mencapai 20% dari total transaksi. Dari sisi produk, variasi yang ditawarkan masih sangat terbatas, hanya sekitar 3 varian produk dengan volume penjualan rata-rata 200 unit per bulan, serta jangkauan pemasaran masih terfokus di 1 wilayah saja. Setelah kegiatan berjalan, terjadi peningkatan signifikan. Jumlah akun e-commerce aktif bertambah menjadi 18 akun, atau meningkat lebih dari 260%. Pemanfaatan QRIS melonjak hingga 35% dari seluruh transaksi, menandakan adopsi sistem pembayaran digital semakin meluas. Dari sisi inovasi, jumlah varian produk meningkat menjadi 9 varian, atau naik tiga kali lipat. Dampaknya, volume penjualan bulanan naik menjadi 550 unit, serta jangkauan pemasaran meluas hingga ke 4 wilayah provinsi berbeda, memperlihatkan adanya pertumbuhan pasar yang nyata.

a. Pemasaran dan Akses Pasar

Kegiatan pendampingan yang dimulai dengan penyampaian materi tentang pemasaran produk, telah menghasilkan peningkatan kesadaran pelaku usaha pada IKM Dodol Kentang di Desa Lubuk Nagodang, Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci terhadap memahami pentingnya pemasaran dengan menggunakan aplikasi digital. Setelah Tim pengabdian masyarakat memperkenalkan dan membantu pelaku usaha membuat akun media sosial bisnis (Instagram dan Facebook) serta beberapa platform e-commerce saat ini beberapa pelaku IKM telah menggunakan produk pemasaran digital seperti :



Gambar 1. (a) Flatform Lazada, (b). shopee , dan (c) Facebook milik anggota IKM

b. Inovasi Produk dan Pengemasan

Dalam upaya menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing produk, tim pengabdian kepada masyarakat memberikan penguatan teknis mengenai inovasi produk usaha pada IKM Dodol Kentang di Desa Lubuk Nagodang, Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci. Beberapa inovasi pada IKM berdasarkan preferensi konsumen dan telah didiskusikan yaitu penambahan varian rasa, ukuran kemasan. Desain kemasan yang lebih informatif dan menarik, serta dengan penambahan label gizi, logo halal, serta informasi kontak digital.



Gambar 2. (d) Studi Pembuatan Kemasan, (e) Jenis Kemasan Produk saat ini serta (f) Logo halal di Produk

c. Efisiensi Proses Pemesanan dan Pembayaran

Tim PKM Universitas Muhammadiyah Jambi beserta Mitra dari Disperindag Kerinci, juga telah memperkenalkan penggunaan aplikasi pesan instan untuk sistem pemesanan berbasis formulir online dan QR code, untuk yang mempermudah proses pencatatan pesanan. Sistem ini juga diharapkan dapat terintegrasi dengan metode pembayaran digital Pada kegiatan ini

pelaku usaha mengikuti pelatihan penggunaan formulir online seperti e-wallet (OVO, Dana, dan QRIS).



(g)



(h)

Gambar 3. (g) Pelatihan dan Pengenalan formulir online seperti e-wallet (OVO, Dana, dan QRIS), (i) pelatihan system keuangan berbasis digital

d. Distribusi dan Logistik yang Efisien

Dalam aspek distribusi, tim PKM melaksanakan FGD dengan Pemerintah Daerah, perbankan, untuk melakukan pemetaan wilayah pemasaran dan mengidentifikasi rute pengiriman paling efisien. Tim juga menjalin komunikasi dengan penyedia jasa logistik lokal seperti JNE untuk mendapatkan penawaran harga yang kompetitif. IKM juga di arahkan untuk menggunakan jasa kurir lokal dan ekspedisi yang lebih tepat waktu dan hemat biaya dibandingkan sebelumnya.



(i)



(j)

Gambar 4. (i), FGD dengan Rumah UMKM untuk distribusi serta pihak Perbankan, (j) workshop pemasaran dan logistik

e. Peningkatan Kapasitas melalui Pelatihan dan Pemberdayaan Digital

Pelatihan peningkatan kapasitas SDM pelaku IKM Dodol Kentang meliputi pelatihan pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta pembuatan konten promosi menggunakan smartphone. Mitra usaha yaitu IKM Dodol Kentang di Desa Lubuk Nagodang, Kecamatan Siulak Kabupaten Kerinci, juga diberikan bahan pelatihan yang dapat dipelajari secara mandiri. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kapasitas manajerial pelaku usaha agar lebih mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.



(k)



(l)



(m)

Gambar 5. (k) Pelatihan kelayakan Usaha dengan Disperindag, (l) Pelatih Kemitraan dan (m) FGD Pengembangan Usaha

f. Target capaian PKM

Target capaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bagi pelaku usaha dan Tim pengabdian Masyarakat UM Jambi telah tercapai. Adapun luaran dan target capaian dari kegiatan PKM ini diuraikan seperti pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel .1
Luaran dan target Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

No.	Luaran	Target Capaian	Indikator Utama (IKU)	Kinerja Terkait	Target Capaian IKU
1	Peningkatan akses pasar IKM melalui digitalisasi pemasaran	41 IKM Dodol Kentang memiliki akses ke platform e-commerce	Semua IKM Dodol Kentang	mempertgunakan platform digital (e-commerce)	80% IKM Dodol Kentang menggunakan platform digital
2	Peningkatan kapasitas SDM Pengelola IKM Dodol Kentang	Pelatihan kepada 41 orang pengelola IKM Dodol Kentang	Semua SDM Pengelola IKM Dodol Kentang	yang telah mengikuti pelatihan	Minimal 90% peserta pelatihan dapat menggunakannya untuk pengembangan Usaha
3	Penurunan Biaya operasional Usaha	Pengurangan biaya operasional Usaha sebesar 15%	Penurunan sejumlah Total biaya operasional produksi dan distribusi Usaha		15% pengurangan biaya operasional pada 90% IKM
4	Dokumentasi hasil kegiatan dan publikasi ilmiah	Publikasi ilmiah di jurnal terakreditasi	Jumlah publikasi ilmiah terkait pengabdian kepada masyarakat		1 artikel di jurnal terakreditasi nasional
5	Pengakuan SKS bagi mahasiswa yang terlibat	Pengakuan SKS untuk mahasiswa yang terlibat dalam program	Jumlah SKS yang diberikan kepada mahasiswa yang terlibat		3 SKS untuk 1 mahasiswa yang terlibat

g. Kendala Kegiatan

Dalam setiap pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), kendala seringkali menjadi tantangan, dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari keterbatasan sumber

daya hingga hambatan metodologis yang rumit serta faktor-faktor eksternal lainnya seperti perubahan kebijakan, perubahan kondisi lingkungan, atau bahkan peristiwa penting dapat mengganggu jalannya kegiatan. Kendala-kendala tersebut dapat diselesaikan oleh team pelaksana pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Muhammadiyah Jambi serta dari mitra Kegiatan

Tabel 2.
Beberapa Kendala dan Solusi Pelaksanaan PKM

No	Kesulitan/Kedala	Keterangan	Alternatif Solusi
1	Keterbatasan Waktu	Waktu yang terbatas bisa mengakibatkan kegiatan PKM tidak maksimal	Menyusun schedul PKM yang tepat sehingga luaran yang didapatkan dapat maksimal
2	Keterbatasan sarana penunjang PKM	Kurangnya sarana mengakibatkan hambatan dalam Searching referensi dari Jurnal bereputasi International	Kampus memiliki langganan Jurnal-jurnal bereputasi International seperti scopus WOS dan lain-lain
3	Keterbatasan Sumberdaya Manusia	Perlu Sumberdaya Manusia (SDM) yang ahli pendukung kegiatan PKM	Kampus meningkatkan kompetensi SDM Khususnya Dosen dengan mengundang nara sumber yang memahami PKM
4	Hambatan Publikasi	Waktu yang lama untuk publikasi pada jurnal PKM yang terakreditasi	Menyusun schedul yang tepat

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada IKM Dodol Kentang telah menunjukkan dampak yang positif dan nyata dalam proses pemberdayaan pelaku usaha lokal. Melalui serangkaian pelatihan tatap muka, workshop, dan sesi pendampingan langsung, kegiatan ini berhasil membekali mitra dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk menjawab tantangan usaha di era digital. Pada aspek pemasaran dan akses pasar, para pelaku IKM mulai memahami pentingnya promosi melalui media sosial dan e-commerce. Mereka telah dilatih untuk membuat akun bisnis, menyusun konten promosi yang menarik, serta mengelola komunikasi dengan pelanggan secara digital. Hal ini secara perlahan meningkatkan jangkauan pemasaran produk mereka, yang sebelumnya terbatas hanya pada area lokal.

Tidak hanya berhenti pada promosi, kegiatan ini juga mendorong terjadinya inovasi produk dan pengemasan. Para peserta didorong untuk mengeksplorasi cita rasa baru dan memperbaiki tampilan kemasan agar lebih menarik dan sesuai dengan preferensi pasar modern. Desain label, informasi produk, serta identitas visual mulai diperhatikan sebagai bagian dari upaya branding yang lebih profesional. Selanjutnya, dari segi efisiensi proses pemesanan dan pembayaran, tim pengabdian memperkenalkan sistem pemesanan berbasis formulir online dan pembayaran digital melalui QRIS. Hal ini memberikan kemudahan baik bagi penjual maupun konsumen, serta membantu IKM dalam pencatatan transaksi secara lebih rapi dan efisien.

Pada aspek distribusi dan logistik, mitra didampingi dalam memetakan rute distribusi yang efektif dan menjalin kerja sama awal dengan jasa kurir lokal. Dengan begitu, waktu dan biaya pengiriman dapat ditekan, serta jangkauan pasar dapat diperluas ke luar wilayah setempat. Dalam upaya peningkatan kapasitas digital, mitra diberikan pelatihan pembuatan konten promosi

menggunakan aplikasi sederhana di ponsel pintar, serta pelatihan pencatatan keuangan yang mudah dipahami. Hal ini bertujuan agar para pelaku IKM tidak hanya mampu memproduksi, tetapi juga mengelola usahanya dengan pendekatan manajerial yang lebih modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah atas dukungan pendanaan melalui Program RISETMU 2024, yang menjadi kunci keberhasilan kegiatan PKM bersama mitra IKM Dodol Kentang. Kegiatan meliputi pelatihan digital marketing, inovasi produk, pengemasan, distribusi, dan pencatatan keuangan digital. Apresiasi juga diberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jambi atas dukungan administratif, fasilitas, dan moral yang membantu menjembatani dunia akademik dengan kebutuhan riil UMKM. Sinergi ini tidak hanya memungkinkan terlaksananya program dengan baik, tetapi juga memperkuat komitmen Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pengabdian kepada masyarakat. Diharapkan kerja sama ini berlanjut untuk mendukung pemberdayaan umat dan pembangunan bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdianto, D. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Teknologi Tepat Guna Untuk Meningkatkan Produksi Minyak Kemiri, *4*(3), 137–148.
- Bahauddin, M., & Setiawan, I. G. A. (2023). Dampak Pandemi terhadap Omset Usaha Mikro Kecil dan Menengah : Analisis Review, *2*, 35–39.
- Diana, Lady. (2024). View of Less Contact Economy Through Digital Marketing In The MSME Industry.pdf. INNOVATIF: Journal Of Sosial Science Research.
- Fiona, F., & Rahmayanti, D. (2022). Analisis Dampak Pandemi COVID-19 Bagi UMKM dan Implementasi Strategi Digital Marketing., *17*(2), 298–322.
- Hanafi, Y., Bondan, D., Nur, K., Tahniul, A., & Imtihan, A. T. (2025). Pendampingan Penggunaan Digital Marketing dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Komoditas Teh , Durian dan Beras Mentik, *6*(2), 121–127.
- Iqbal, M. (2022). Digital Transformation for UMKM : Strategies for Building Branding and Marketing Based on Digital Platforms in Pinangsori Village. *WEALT*, *01*(02), 47–54.
- Naseer, S., Khalid, S., Parveen, S., & Abbass, K. (2020). COVID- outbreak : Impact on global economy, *(5)*.
- Nuryamah, E. (2022). Implementasi Kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional Dalam Meningkatkan kinerja UMKM, *8*(2), 41–50.
- Putra, A. (2024). View of Analisis Kelayakan Industri Kecil Menengah Melalui Pendekatan Swot_ Studi Pada Usaha Dodol Kentang Lubuk Nagodang.pdf. Jambi: Jurnal Development.
- Rulianti, E., & Nurpribadi, G. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Hegarmukti Cikarang Pusat Jurnal Lentera Pengabdian : Erina Rulianti , Giri Nurpribadi, *01*(04), 425–432.
- Sianturi, L. (2023). Program Kemahasiswaan Dalam Pemenuhan Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi -Best Practice, (February). <https://doi.org/10.51622/pengabdian.v4i1>
- Wijaya, S. (2022). Sosialisasi Insentif Perpajakan UMKM ditanggung pemerintah pada masa Pandemi COVID-19, *2*(1), 92–97.