

IMPLEMENTASI PLATFORM DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM LADY SALON

**Nurhasanah¹, Bela Astuti¹, Khairul Abdi Sinuraya², Zuriah Br Saragih¹,
Rama Ade¹**

¹Manajemen, Universitas Royal

²Sistem Informasi, Universitas Royal

email: *nurhasanahmanurung3@gmail.com

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in driving economic growth and employment. However, low digital platform utilization remains a major obstacle to enhancing MSME competitiveness, particularly amidst the rapidly evolving digital economy. This Community Service (PKM) activity aims to optimize the use of digital platforms to enhance the competitiveness of MSMEs, particularly those at Lady Salon. The methods used include digital education and training, mentoring on the use of social media and e-commerce, and evaluating the implementation of digital platforms by MSMEs at Lady Salon. The results of the activity indicate an increase in the knowledge and skills of MSMEs in utilizing digital platforms, an increase in marketing reach, and an improvement in service competitiveness in a broader market. This activity is expected to encourage MSMEs at Lady Salon to adapt to digital transformation sustainably.

Keywords: digital platforms, MSMEs, competitiveness, digital economy, Asahan

ABSTRAK : Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Namun, rendahnya pemanfaatan platform digital masih menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan platform digital sebagai upaya meningkatkan daya saing UMKM terutama pada Lady Salon. Metode yang digunakan meliputi edukasi dan pelatihan digital, pendampingan penggunaan media sosial dan e-commerce, serta evaluasi penerapan platform digital oleh pelaku UMKM Lady Salon. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital, peningkatan jangkauan pemasaran, serta perbaikan daya saing pelayanan di pasar yang lebih luas. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong UMKM pada Lady Salon untuk beradaptasi dengan transformasi digital secara berkelanjutan.

Kata kunci: Platform Digital, UMKM, Daya Saing, Ekonomi Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan mendasar dalam sistem perekonomian global maupun lokal. Digitalisasi mendorong lahirnya berbagai platform digital yang memudahkan proses komunikasi, pemasaran, transaksi, dan distribusi produk baik barang maupun jasa. Platform digital seperti media sosial, marketplace, dan layanan pembayaran digital kini menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis modern (Humaira, 2025). Perkembangan ekonomi digital semakin berkembang berkat kemajuan teknologi di seluruh dunia (Nurhasanah et al., 2025). Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap bertahan dan memiliki daya saing di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan Masyarakat (Nasional & Kepada, n.d.). UMKM berkontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja serta menjadi penggerak utama ekonomi daerah. Di Kabupaten Asahan, UMKM berkembang di berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan, perdagangan, dan jasa. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga sebagai penopang ketahanan ekonomi daerah. Oleh karena itu, penguatan UMKM menjadi salah satu kunci dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Umkm et al., n.d.). Namun, UMKM di Kabupaten Asahan masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam meningkatkan daya saing

usaha. Persaingan yang semakin ketat, baik dengan pelaku usaha berskala besar maupun produk dari luar daerah, menuntut UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pengelolaan usaha (Arioen & Dekasari, 2025). Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah masih rendahnya pemanfaatan platform digital dalam kegiatan usaha. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan peluang pengembangan usaha belum dimanfaatkan secara optimal.

Optimalisasi platform digital sebenarnya memberikan peluang yang sangat besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing. Melalui media sosial, UMKM dapat memperkenalkan produk secara lebih luas, membangun citra merek, serta berinteraksi langsung dengan konsumen. Selain itu, pemanfaatan marketplace memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik. Platform pembayaran digital juga mempermudah proses transaksi dan meningkatkan kenyamanan konsumen. Dengan pemanfaatan platform digital yang optimal, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan nilai tambah produk.

Meskipun demikian, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan platform digital secara optimal. Rendahnya literasi digital, keterbatasan keterampilan teknologi, serta minimnya pendampingan menjadi kendala utama dalam proses digitalisasi UMKM di Asahan. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami strategi pemasaran

digital, pembuatan konten yang menarik, serta pengelolaan akun media sosial dan marketplace secara efektif. Kondisi ini menyebabkan platform digital belum memberikan dampak maksimal terhadap peningkatan daya saing UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya yang terencana dan berkelanjutan untuk mengoptimalkan pemanfaatan platform digital bagi UMKM terutama dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kali ini difokuskan ke Lady Salon. Melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan yang tepat, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan kemampuan digital, mengubah pola pikir menjadi lebih adaptif terhadap teknologi, serta memanfaatkan platform digital sebagai strategi utama dalam pengembangan usaha. Optimalisasi platform digital diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan daya saing UMKM, memperluas akses pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan di era digital (Strategi Optimalisasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing, 2025).

METODE

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada Jln. Ahmad Yani Graha Asahan Indah No 25 C Kel. Sei Renggas Kec. Kota Kisaran Barat Kab. Asahan. Adapun sasaran kegiatan yang dilakukan yaitu UMKM Lady Salon baik secara terkhusus kepada pemiliknya maupun kepada seluruh karyawan Lady Salon itu sendiri. Kegiatan ini

berlangsung mulai jam 08.00 hingga 12.00 Wib.

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada Lady Salon yaitu dengan teknik sosialisasi kepada pemilik maupun seluruh karyawan Lady Salon. Adapun sosialisasi yang dilakukan dalam bentuk edukasi dimana terdiri dari tiga tahap kegiatan dimana diantaranya mulai tahap persiapan, dilakukan survei awal untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh Lady Salon.

Selanjutnya pada pelaksanaan, kegiatan ini diawali dengan pemaparan materi tentang implementasi platform digital dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM Lady Salon. Tahap terakhir adalah sesi tanya jawab yang diberikan kesempatan bagi pemilik maupun karyawan Lady Salon untuk mengajukan pertanyaan serta berdiskusi berdasarkan ulasan materi yang dibagikan.

PEMBAHASAN

Konsep dan Karakteristik Platform Digital

Platform digital merupakan sistem berbasis teknologi informasi yang memungkinkan terjadinya interaksi, pertukaran informasi, dan transaksi secara daring. Platform digital hadir dalam berbagai bentuk, seperti media sosial, marketplace, website, aplikasi mobile, serta sistem pembayaran digital. Perkembangan platform digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan bisnis, dari yang semula berbasis tatap muka menjadi berbasis teknologi (Asrah et al., 2024).

Bagi UMKM, platform digital memiliki karakteristik utama berupa kemudahan akses, biaya yang relatif rendah, serta jangkauan pasar yang luas. Media sosial berfungsi sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen, marketplace sebagai tempat transaksi jual beli, sementara platform pembayaran digital mempermudah proses transaksi. Pemanfaatan platform digital secara terintegrasi memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi usaha dan memperluas pangsa pasar tanpa harus memiliki infrastruktur fisik yang besar.



Gambar 1. Melakukan Tes Pengetahuan terhadap materi yang disampaikan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peranan sangat penting dalam struktur perekonomian nasional maupun daerah. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga berperan dalam pemerataan pendapatan dan pengurangan angka kemiskinan. Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, UMKM menjadi pilar utama yang menopang aktivitas ekonomi

masyarakat, terutama di wilayah yang belum memiliki industri besar.

Di Kabupaten Asahan, UMKM berkembang dalam berbagai sektor usaha seperti kuliner, kerajinan tangan, perdagangan, pertanian olahan, dan jasa. Keberadaan UMKM memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan memperkuat ketahanan ekonomi daerah. Namun demikian, UMKM juga memiliki berbagai keterbatasan yang menghambat pengembangan usaha, antara lain keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya manajemen usaha, serta minimnya pemanfaatan teknologi Informasi (Informatika, 2025). Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM sulit berkembang dan kurang mampu bersaing dengan pelaku usaha yang telah menerapkan sistem bisnis modern.

Konsep Daya Saing dalam UMKM

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha dalam menciptakan keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya. Dalam konteks UMKM, daya saing tidak hanya ditentukan oleh harga produk, tetapi juga oleh kualitas, inovasi, pelayanan, dan kemampuan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diharapkan Lady Salon memiliki daya saing tinggi cenderung mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.



Gambar 2. Foto Sesi bersama dengan peserta kegiatan

Peningkatan daya saing UMKM menjadi semakin penting di era globalisasi dan digitalisasi, di mana persaingan tidak lagi bersifat lokal, melainkan regional dan global. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi dan platform digital. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan efisiensi operasional.

Digitalisasi sebagai Transformasi UMKM

Digitalisasi UMKM merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek kegiatan usaha. Digitalisasi mencakup penggunaan platform digital dalam pemasaran, penjualan, pencatatan keuangan, hingga pengelolaan hubungan dengan konsumen. Transformasi digital memungkinkan UMKM untuk beroperasi secara lebih modern, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Meskipun digitalisasi menawarkan berbagai manfaat, implementasinya tidak selalu berjalan dengan mudah. Banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala berupa

rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, serta minimnya pendampingan. Oleh karena itu, peran pemerintah, akademisi, dan lembaga terkait sangat diperlukan untuk mendorong dan mendukung proses digitalisasi UMKM secara berkelanjutan.

Hubungan Platform Digital dengan Peningkatan Daya Saing UMKM Lady Salon

Pemanfaatan platform digital memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan daya saing UMKM. Platform digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta membangun kepercayaan melalui ulasan dan testimoni. Selain itu, platform digital juga membantu UMKM dalam mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan efisiensi usaha (Muna et al., 2025). Optimalisasi platform digital dapat meningkatkan daya saing UMKM dan hal ini sangat tepat untuk peningkatan Lady Salon melalui peningkatan kualitas promosi, kemudahan transaksi, serta pengelolaan usaha yang lebih baik. Dengan strategi digital yang tepat, diharapkan Lady Salon dapat bersaing tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di tingkat nasional bahkan internasional.

Peran Stakeholder dalam Optimalisasi Platform Digital UMKM

Optimalisasi pemanfaatan platform digital oleh UMKM tidak dapat dilakukan secara mandiri. Diperlukan peran berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, akademisi, komunitas, dan sektor swasta. Pemerintah dapat menyediakan kebijakan dan fasilitas pendukung, akademisi berperan dalam edukasi dan pendam

pingan, sementara sektor swasta dapat memberikan akses teknologi dan pasar (Fachri et al., 2025). Sinergi antar stake holder ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem digital yang mendukung peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Asahan.

SIMPULAN

Optimalisasi platform digital berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Asahan. Melalui pemanfaatan marketplace, media sosial, dan layanan digital lainnya, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta membangun citra usaha yang lebih profesional. Digitalisasi juga membantu UMKM dalam pengelolaan usaha yang lebih efisien dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Namun, penerapan platform digital oleh UMKM di Asahan masih belum sepenuhnya optimal karena keterbatasan literasi digital, keterampilan pemasaran online, serta kurangnya pendampingan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan agar UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dan berkelanjutan. UMKM diharapkan lebih aktif meningkatkan kemampuan digital dan memanfaatkan platform online secara konsisten. Pemerintah daerah perlu memperkuat program pelatihan dan pendampingan digital bagi UMKM. Lembaga terkait seperti perguruan tinggi dan komunitas usaha diharapkan turut mendukung pengembangan UMKM berbasis digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arioen, R., & Dekasari, Y. (2025). Peningkatan Daya Saing Umkm Melalui Optimalisasi Digital Marketing Dan Pelabelan Produk. 3(1), 28–35.
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Aras , Kecamatan Air Putih , Kabupaten Batubara. 7(September).
- Fachri, H., Simbolon, S., Akbar, M., Pane, S., Saleh, K., Siregar, M., Prayogi, A., Sugianto, R. A., & Wahyuni, R. (2025). Sosialisasi Digital Marketing Pada Umkm Keripik Selasih Di Kelurahan Sentang , Kecamatan Kisaran Timur , Asahan.
- Humaira, N. A. (2025). Transformasi Umkm Di Era Ekonomi Digital 2025 : Strategi Inovatif Menuju Kemandirian Dan Daya Saing Global. 1(1), 1–10.
- Muna, A., Ausat, A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi Sistem Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm : Analisis Sinergi Inovasi Digital Dan Fenomena Fomo Dalam Dinamika Pasar. 14.
- Nasional, S., & Kepada, P. (N.D.). Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Lppm) Universitas Negeri Medan Tahun 2024.
- Nurhasanah, N., Yuma, F. M., Dahriansah, D., Harahap, R. D., & Hasibuan Dani, A. R. (2025). Perekonomian Diera Digital Dengan Model Pembelajaran Pendahuluan . Disipl. 5(1), 348–353.
- Strategi Optimalisasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing. (2025). 4(2), 2664–2668.
- Umkm, E., Desa, D. I., & Sari, P. (N.D.). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan. 18–24.