

Pendampingan *Onboarding* Digital untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif UMKM Kuliner Pariwisata Teluk Tomini

Muzdalifah¹, Siti Pratiwi Husain², Ikhlas Ul Aqmal³

^{1,2,3} Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Corresponding Author:

Nama Penulis : Siti Pratiwi Husain

E-mail: pratiwi.husain@ung.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM kuliner pariwisata dalam menerapkan ekonomi kreatif melalui onboarding digital di kawasan Teluk Tomini, khususnya Desa Botutonuo. Metode yang digunakan meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi melalui pendekatan edukasi, pelatihan, serta pendampingan secara langsung kepada masyarakat. Kegiatan diawali dengan pretest, dilanjutkan pemberian materi, praktik pengolahan produk, serta posttest untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha berbasis ekonomi kreatif dan digitalisasi. Sebanyak 85% peserta mampu memahami konsep dan mulai mengaplikasikan inovasi produk kuliner berbasis hasil perikanan lokal. Kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM serta berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat di kawasan pariwisata.

Kata kunci - onboarding digital, ekonomi kreatif, UMKM, kuliner, pariwisata

Abstract

This community service activity aims to improve the understanding and capability of culinary tourism MSMEs in implementing creative economy through digital onboarding in the Teluk Tomini area, especially Botutonuo Village. The method used includes preparation, implementation, and evaluation stages through education, training, and direct assistance. The activity begins with a pretest, followed by material delivery, product processing practices, and a posttest to measure participants' understanding. The results show an increase in knowledge and skills of the community in managing creative economy-based and digitalized businesses. About 85% of participants were able to understand and begin applying product innovation based on local fishery resources. This activity contributes to improving MSME competitiveness and has the potential to increase community income in tourism areas.

Keywords - digital onboarding, creative economy, MSMEs, culinary, tourism

PENDAHULUAN

Perkembangan kehidupan ekonomi dan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan, dari ekonomi berbasis sumber daya menuju ekonomi berbasis pengetahuan, kreativitas, dan informasi. Dalam era ekonomi modern, ide, dan pengetahuan sumber daya manusia menjadi faktor produksi utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Kondisi ini melahirkan konsep ekonomi kreatif sebagai pendekatan baru dalam menciptakan nilai tambah. Sektor ekonomi kreatif, khususnya subsektor kuliner, berperan penting dalam menghasilkan nilai ekonomi melalui tiga elemen utama, yaitu kreativitas, inovasi, dan penemuan sebagaimana dijelaskan oleh Muzdalifah et al. (2020).

Di era digitalisasi, pola konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan dari sistem konvensional menuju ekosistem digital. Transformasi ekonomi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara fundamental, terutama dengan meningkatnya penggunaan e-commerce, layanan berbasis sharing economy, serta metode pembayaran digital yang semakin mempermudah transaksi (Amory et al, 2025). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Salim et al. (2025), yang menyatakan bahwa transformasi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat Indonesia secara signifikan, didorong oleh perkembangan e-commerce dan digitalisasi layanan keuangan. Pemerintah Indonesia melalui program Bangga Buatan Indonesia terus mendorong pelaku UMKM untuk melakukan *onboarding* digital agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan daya saing di tengah kompetisi global yang semakin ketat. Oleh karena itu, penerapan ekonomi kreatif menjadi sangat penting, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dalam menciptakan kemandirian ekonomi serta meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian nasional yang berperan dalam pemerataan pendapatan, peningkatan pertumbuhan ekonomi, serta stabilitas ekonomi (Republik Indonesia, 2008). Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam menghadapi perkembangan digitalisasi yang sangat pesat. Oleh karena itu, upaya pemberdayaan UMKM perlu didukung melalui penerapan teknologi dan digitalisasi dalam berbagai aspek usaha, mulai dari proses produksi hingga distribusi. Platform digital berpotensi untuk meningkatkan kesadaran pelanggan dan memperluas pasar, membuatnya lebih dikenal oleh masyarakat umum (Arrizal dan Sofyantoro, 2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi di era digital memerlukan usaha berkelanjutan, peningkatan frekuensi promosi, serta penggunaan media yang mudah diakses masyarakat luas (Aqmal, et al., 2025). Hal serupa dikemukakan Aqmal dan Mattoasi (2024) bahwa UMKM perlu melakukan upaya berkelanjutan, meningkatkan frekuensi pemasaran, dan memanfaatkan media promosi yang mudah diakses konsumen.

Provinsi Gorontalo merupakan salah satu daerah dengan potensi UMKM yang cukup besar dan tersebar di berbagai sektor usaha. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif perlu dipahami dan diterapkan sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi era digitalisasi sebagaimana dijelaskan oleh Khotimah et al. (2020). Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2021) menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta. Sementara itu, jumlah UMKM di Provinsi Gorontalo terakhir di tahun 2021 berjumlah 94.829 (Dinas Koperasi UKM Perindustrian Provinsi Gorontalo, 2021).

Seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata, khususnya di kawasan Teluk Tomini, pelaku usaha kuliner di daerah wisata seperti Desa Botubarani memiliki peluang besar dalam mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif. Pemerintah daerah bersama Dinas Koperasi dan Usaha Mikro turut berperan dalam memfasilitasi UMKM melalui penyediaan lapak kuliner di kawasan wisata. Dengan adanya fasilitas tersebut, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian lokal secara berkelanjutan.

Selain itu, berbagai penelitian terdahulu juga memperkuat pentingnya digitalisasi dalam pengembangan UMKM. Muzdalifah et al. (2020) menyatakan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan adaptabilitas UMKM terhadap perubahan pasar. Mawardah et al. (2026) menyebutkan bahwa pola konsumsi telah beralih dari model tradisional ke model digital yang lebih cepat, aksesibel, dan berbasis data. Khotimah et al. (2020) menegaskan bahwa digital marketing berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar. Arrizal dan Sofyantoro (2020) menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis inovasi dapat meningkatkan nilai tambah produk. Hal ini sejalan dengan penelitian Amaliah et al. (2020) yang menekankan pentingnya kreativitas dalam menciptakan diferensiasi produk. Nurfadliyah, et al. (2023) menemukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat guna meningkatkan nilai ekonomi produk.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan upaya strategis melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan onboarding digital bagi pelaku UMKM kuliner di kawasan Teluk Tomini. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan ekonomi kreatif berbasis digital guna meningkatkan daya saing dan pendapatan masyarakat.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan meliputi survei lokasi, koordinasi dengan pemerintah desa, serta penyusunan materi pelatihan. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM kuliner. Metode yang digunakan meliputi pretest untuk mengukur pengetahuan awal, penyampaian materi terkait ekonomi kreatif dan digitalisasi, praktik pengolahan produk, serta posttest untuk mengevaluasi hasil pelatihan. Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan dan merancang keberlanjutan program berdasarkan kendala yang dihadapi peserta.

Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat partisipatif dan aplikatif, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam proses diskusi dan praktik langsung. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan hasil pretest dan posttest untuk mengukur tingkat peningkatan pemahaman peserta. Indikator keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan peningkatan pengetahuan, keterampilan peserta dalam mengolah produk, serta kemampuan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Dengan pendekatan ini, diharapkan kegiatan pengabdian tidak hanya bersifat sementara, tetapi mampu memberikan dampak berkelanjutan terhadap pengembangan UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Realisasi Rencana Aksi

1. Tahapan Persiapan

Tahapan persiapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kolaboratif diawali dengan survei lokasi serta koordinasi dengan mitra, yaitu aparat Desa Botutonuo. Kegiatan survei dilakukan melalui wawancara kepada aparat desa dan beberapa perwakilan masyarakat. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait tingkat pendapatan, jumlah UMKM, serta pengelolaan operasional usaha yang dijalankan oleh masyarakat setempat.

Hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat Desa Botutonuo masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai konsep ekonomi kreatif dan penerapannya dalam kegiatan usaha. Hal ini disebabkan oleh minimnya sosialisasi dan edukasi terkait ekonomi kreatif, sehingga berdampak pada rendahnya inovasi produk dan kurang optimalnya peningkatan pendapatan masyarakat.

Selain itu, ditemukan bahwa sebagian besar produk UMKM yang dihasilkan cenderung homogen dan belum memiliki diferensiasi yang jelas. Kondisi ini menyebabkan rendahnya daya saing antar pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa edukasi dan pelatihan yang berfokus pada pengembangan kreativitas dan inovasi produk berbasis potensi lokal. Upaya ini diharapkan mampu mendorong terciptanya produk yang unik, bernilai tambah, serta memiliki daya tarik yang lebih tinggi di pasar.

Tahap persiapan juga mencakup pengurusan administrasi dengan pihak mitra, koordinasi internal tim pengabdian, serta penyusunan materi pelatihan. Selain itu, tim merancang instrumen evaluasi berupa pretest dan posttest untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Instrumen ini disusun secara sistematis agar hasil evaluasi yang diperoleh dapat menggambarkan secara objektif efektivitas pelaksanaan kegiatan.

Pemberian Edukasi dan Pendampingan

Kegiatan edukasi dan pendampingan diawali dengan sambutan dari Kepala Desa Botutonuo yang menyampaikan apresiasi kepada tim pengabdian masyarakat. Selanjutnya, ketua tim menyampaikan tujuan dan manfaat kegiatan bagi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan digitalisasi.



Gambar 1.
Sambutan Kepala Desa Botutonuo

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan yang dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM kuliner. Sebelum pemberian materi, peserta diberikan pretest untuk mengukur tingkat pengetahuan awal terkait ekonomi kreatif dan pemanfaatan teknologi digital.

1. Metode Ceramah

Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi terkait konsep ekonomi kreatif dan digitalisasi UMKM. Materi disampaikan oleh narasumber, Dr. Andi Yusniar, yang menjelaskan pentingnya inovasi produk, strategi pemasaran digital, serta penerapan onboarding digital dalam meningkatkan daya saing usaha.

Hasil pretest menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman yang rendah terhadap konsep ekonomi kreatif dan digitalisasi usaha. Setelah penyampaian materi, dilakukan diskusi interaktif untuk memperkuat pemahaman peserta.



Gambar 2.

Pemberian Edukasi Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi oleh Pemateri

2. Metode Partisipatif

Metode partisipatif dilakukan dengan melibatkan peserta secara aktif dalam praktik pengolahan produk dan pengembangan ide usaha. Peserta diberikan contoh produk kuliner berbasis ekonomi kreatif dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang memiliki nilai tambah dan potensi pasar.

Melalui kegiatan ini, peserta didorong untuk menciptakan produk yang inovatif, memiliki diferensiasi, serta bernilai ekonomi tinggi. Keterlibatan aktif peserta menunjukkan adanya peningkatan minat dan motivasi dalam mengembangkan usaha berbasis kreativitas.

Setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai, peserta diberikan posttest untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman. Hasil posttest menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta dibandingkan sebelum pelatihan, terutama dalam aspek pemahaman ekonomi kreatif, inovasi produk, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran.

Evaluasi Kegiatan

Tahap Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi didasarkan pada hasil pretest dan posttest, observasi selama kegiatan, serta umpan balik dari peserta. Pendekatan evaluasi ini digunakan untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai capaian program secara kuantitatif dan kualitatif.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, khususnya dalam hal pemahaman konsep ekonomi kreatif, kemampuan mengembangkan produk inovatif, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Berdasarkan hasil posttest dan observasi, sebanyak 85% peserta telah mampu memahami konsep ekonomi kreatif dan mulai mengaplikasikan inovasi produk kuliner berbasis hasil perikanan lokal.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi digital sebagian peserta, serta keterbatasan sarana pendukung usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan yang lebih intensif dan berkelanjutan agar hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara optimal. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya juga diperlukan untuk memperkuat keberlanjutan program.



Gambar 3.
Foto bersama

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Desa Botutonuo. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, masyarakat tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengembangan usaha. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa:

Desa Botutonuo, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango memiliki potensi besar di sektor perikanan yang menjadi basis pengembangan UMKM, khususnya dalam pengolahan hasil perikanan menjadi produk kuliner untuk dipasarkan di kawasan pariwisata. Namun, pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan pemahaman terkait pemanfaatan ekonomi kreatif dan digitalisasi, sehingga produk yang dihasilkan cenderung homogen, kurang memiliki diferensiasi, dan berdampak pada rendahnya daya saing serta pendapatan masyarakat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan telah meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat terkait konsep dan penerapan ekonomi kreatif. Masyarakat mulai mampu mengolah produk usaha menjadi kuliner khas yang memiliki nilai tambah serta berpotensi dikembangkan melalui strategi *onboarding* digital. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Botutonuo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Gorontalo (UNG) yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Apresiasi juga diberikan kepada pemerintah Desa Botutonuo serta seluruh peserta, khususnya para pelaku UMKM kuliner di kawasan wisata, atas partisipasi, waktu, dan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Dukungan tersebut sangat berkontribusi terhadap kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan program pendampingan ini.

Ke depan, diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti ini dapat terus dilaksanakan secara berkelanjutan sebagai upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis digital serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, T. H., Mattoasi, M., & Bokingo, A. H. (2019). Pengembangan Social Entrepreneurship Berbasis Budaya Lokal Menuju Kemandirian pada Panti Asuhan Al Amanah Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 5(2), 75-84.
- Amory, J. D. S., Mudo, M & J. Rhena. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.
- Aqmal, I. U., & Mattoasi. (2024). Pemasaran Konten untuk Meningkatkan Kesadaran Merek UMKM Desa Botutonuo. *Sosiologi Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 120-124.
- Aqmal, I. U., Danial, H. P., & Nurfadliah, N. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Di Era Digital Sebagai Sarana Promosi MI Muhammadiyah Cabang Kota Utara Kota Gorontalo. *Civic Education Law and Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 3(1), 171-177.
- Dinas Koperasi UKM Perindustrian Provinsi Gorontalo. (2021). *Data Jumlah UMKM Di Provinsi Gorontalo Tahun 2021*.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Data UMKM Indonesia*. Tersedia pada: <https://kemenkopukm.go.id/>
- Khotimah, S., Purwanti, A. S., & Taufiq, M. (2021). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Marketing Digital di Era Revolusi Industri 4.0. *In Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed*. 10. 1.
- Mawardah, W., Safitroh, H., & Setiyoko, D. T. (2026). Analisis Transformasi Pola Konsumsi Masyarakat pada Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 22031-22035.
- Muzdalifah, L., Novie, M., & Zaqiyah, S. (2020, October). Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era New Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo. *In Seminar Nasional Sistem Informasi* (Vol. 2020, p. 20).
- Nurfadliah, N., Djamalu, Y., Manteu, S. H., haji Jafar, C. P. S., Adjie, Z., Aqmal, I. U., ... & Asri, A. M. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan Energi Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Istri Nelayan Melalui Pembuatan Ikan Asin Siap Saji. *Journal of Indonesian Community Service*, 1-4.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Salim, D. R., Safitri, H., Nuriansyah, F., & Hakam, L. I. (2025). Transformasi pola konsumsi masyarakat indonesia di era digital: Implikasi terhadap keberlanjutan ekonomi dalam perspektif sdg 12. *Jurnal Ekonomis*, 18(1).