

Sinergi Relasi Sosial dan Inovasi Digital dalam Pemberdayaan UMKM Sebuah Studi Komunitas Naik Kelas Lampung

Imam Mahmud¹, Erna Rochana², Aziz Ahmad³, Teuku Fahmi⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

imam.mahmud@fisip.unila.ac.id¹, erna.rochana@fisip.unila.ac.id², azis.ahmad@fisip.unila.ac.id³,
teuku.fahmi@fisip.unila.ac.id⁴

Abstract

The research examines the empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) that are often hampered by challenges in the business management process, adoption of digital technology and limited social networks. Aiming to analyze the relationship between social relations and digital innovation on MSME empowerment, the research study focuses on the strategic role of the Lampung Upscale MSME Community as a partner supporting the development of MSMEs in Lampung Province. A descriptive qualitative approach was used with data collected through observation, interviews and documentation of activities carried out by the community. The results showed that the Lampung Upscale MSME Community has 227 members (215 micro, 12 small, and 0 medium) spread across 11 districts or cities with the highest dominance of MSMEs engaged in the food sector. This community conducts social media management training and capacity building for MSME products offline or online, as well as providing assistance and market access among members. The utilization of social relations and digital innovation has proven effective in supporting various community activities, thus increasing the competitiveness of MSMEs in Lampung. However, the results of the study identified that the social network that was built was not fully optimal due to the obstacles of a wide area coverage and weak coordination between local, central and community government institutions, making it difficult for MSME actors to recognize the role of each stakeholder in the program that MSME actors wanted to encourage.

Keywords: Social Relation, Digital Innovation, MSME Empowerment

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang memiliki peran penting dalam sistem perekonomian Indonesia (Al Farisi & Fasa, 2022). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, adanya peran UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2025). Pada sektor pangan adanya UMKM juga menjadi aktor utama dalam mendukung ketahanan pangan lokal melalui penyediaan produk makanan olahan, distribusi hasil pertanian, hingga pemenuhan konsumsi harian masyarakat (Rifai & Mychelisda, 2023).

Realitasnya pada era persaingan yang semakin kompetitif, UMKM harus menghadapi berbagai tantangan yang harus segera dituntaskan seperti keterbatasan dalam manajemen usaha, akses permodalan, serta rendahnya penguasaan teknologi digital (Damuri et al., 2022). Banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan cara-cara konvensional dalam produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan (Mu'as, 2024).

Keterbatasan UMKM tersebut semakin terlihat ketika pandemi COVID-19 terjadi di Indonesia, sehingga UMKM yang tidak mampu beradaptasi dengan teknologi digital mengalami penurunan omzet drastis bahkan gulung tikar (Mellinia et al., 2023). Hingga saat pandemi sudah selesai pun masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan dalam mengelola usahanya. Selain itu juga, di tengah tantangan globalisasi dan percepatan transformasi digital, UMKM kerap dihadapkan pada persoalan manajemen usaha, keterbatasan akses teknologi, serta lemahnya jaringan sosial dan dukungan kelembagaan. Situasi ini semakin kompleks di daerah-daerah yang memiliki keterbatasan infrastruktur dan kapasitas sumber daya manusia seperti Provinsi Lampung.

Sebagai respons atas situasi tersebut, muncul berbagai inisiatif komunitas yang bertujuan memperkuat kapasitas pelaku UMKM. Salah satunya adalah Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung yang berdiri pada tahun 2021. Komunitas ini beranggotakan 227 pelaku UMKM, dengan dominasi pelaku usaha pangan, dan beroperasi di 11 kabupaten/kota di Provinsi Lampung. Komunitas ini memberikan pelatihan pengelolaan media sosial, pendampingan usaha, fasilitasi perizinan, serta memfasilitasi jejaring antar pelaku usaha. Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung menjadi wadah peningkatan kapasitas pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner, fashion, agribisnis dan lainnya. Komunitas UMKM Naik Kelas menyediakan berbagai pelatihan, seperti digital marketing, pengemasan produk, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta strategi branding (Astuti et al., 2023). Tidak hanya itu komunitas ini juga mendorong terbangunnya jejaring sosial antar pelaku usaha yang saling mendukung dalam berbagi pengalaman, akses pasar, izin usaha dan kolaborasi produk.

Namun, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa efektivitas program komunitas belum optimal. Hambatan koordinasi antara pengurus pusat dan daerah serta tumpang tindih program pemerintah menyebabkan kebingungan di kalangan pelaku UMKM. Meskipun demikian, relasi sosial antaranggota komunitas serta penggunaan platform digital untuk edukasi dan promosi usaha dinilai memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha.

Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah belum optimalnya pemberdayaan UMKM yang tergabung dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung akibat lemahnya koordinasi program, kurangnya pemahaman terhadap aspek legalitas usaha, serta terbatasnya infrastruktur pendukung inovasi digital. Padahal, komunitas ini telah berupaya menjalankan berbagai program pelatihan dan pendampingan sejak 2021 dengan pendekatan berbasis relasi sosial dan digitalisasi. Selain itu, pelaku UMKM juga dihadapkan pada situasi kompleks seperti pengalihan usaha karena ketidaksesuaian minat atau kebutuhan ekonomi yang berubah, serta kebingungan terhadap peran dan manfaat berbagai program dari pemerintah maupun lembaga pemberdayaan yang lain.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini merencanakan pendekatan analitis yang menitikberatkan pada sinergi antara kekuatan relasi sosial dan pemanfaatan inovasi digital sebagai strategi pemberdayaan yang efektif. Relasi sosial yang kuat antaranggota komunitas tentu diharapkan dapat mendorong kolaborasi dan pertukaran

pengetahuan, sementara pemanfaatan teknologi digital yang diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Selain itu, penelitian ini mencoba merumuskan bagaimana model pemberdayaan yang tepat dapat dikembangkan di tengah ketimpangan kapasitas dan koordinasi antara pelaku komunitas dan pemerintah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana sinergi antara relasi sosial dan inovasi digital berkontribusi terhadap pemberdayaan UMKM dalam konteks Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung? Dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran strategis komunitas dalam membentuk ekosistem pemberdayaan UMKM melalui kekuatan jaringan sosial dan teknologi digital, serta mengidentifikasi kendala dan peluang penguatan kapasitas UMKM di tingkat lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam studi pembangunan komunitas dan pemberdayaan berbasis teknologi, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan di daerah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan Masyarakat dan Relasi Sosial

Konsep pemberdayaan masyarakat berangkat dari narasi yang menyatakan bahwa kelompok atau individu dapat meningkatkan kapasitas dan pengaruhnya dalam kehidupan sosial melalui penguasaan terhadap sumber daya, informasi, dan keterampilan. Menurut (Mardjono et al., 2022), pemberdayaan adalah suatu proses yang memberikan kesempatan kepada individu atau kelompok untuk memperoleh kontrol terhadap kehidupan mereka. Dalam konteks UMKM adanya pemberdayaan berarti peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya secara mandiri, mengakses pasar, dan memanfaatkan teknologi untuk memperluas jaringan usaha. Pemberdayaan juga mencakup peran lembaga atau komunitas yang berfungsi sebagai fasilitator pengembangan kapasitas dan sumber daya bagi pelaku UMKM (Pahrijal et al., 2024).

Relasi sosial adalah hubungan timbal balik antara individu dalam kelompok sosial yang dapat membentuk jaringan kepercayaan, norma, dan solidaritas sosial, sehingga dalam hal inilah modal sosial (*social capital*) diartikan hasil dari relasi sosial yang kuat, yang kemudian dapat digunakan untuk mendorong kolaborasi dan efektivitas kolektif (Arifin et al., 2021). Dalam konteks komunitas UMKM, relasi sosial memainkan peran penting dalam menciptakan ruang kolaboratif, berbagi informasi, dan membangun solidaritas antar pelaku usaha. Sehingga adanya jaringan sosial yang kuat juga mendorong pelaku UMKM untuk saling mendukung, seperti berbagi pengalaman, berbagi akses pasar, hingga berkolaborasi dalam bentuk usaha bersama (Fitrawan & Sari, 2021).

Inovasi Digital UMKM

Inovasi digital dalam UMKM adalah serangkaian upaya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk memperkuat daya saing dan memperluas jangkauan

pasar. Menurut (Sifwah et al., 2024), teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk bertransformasi dan menjadi lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen melalui media sosial, marketplace, serta platform e-commerce, yang secara langsung berpengaruh pada peningkatan omzet dan efisiensi usaha. Dalam kerangka pemberdayaan komunitas, pelatihan dan pendampingan digital menjadi aspek penting untuk memastikan pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi secara efektif.

Studi dari (Prakoso et al., 2023) menegaskan bahwa penggunaan platform digital seperti halnya pemanfaatan marketplace, media sosial, dan aplikasi manajemen keuangan dapat membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional. Namun demikian bentuk penelitian yang dilakukan ini masih ditemukan berbagai kendala mulai dari rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, hingga sikap skeptis terhadap perubahan.

Penelitian Terdahulu

Sejumlah studi sebelumnya memberikan kontribusi penting bagi pemahaman topik ini. Penelitian tentang pemberdayaan UMKM telah banyak dilakukan, baik dari perspektif ekonomi, sosial, psikologi maupun teknologi. Seperti halnya dengan penelitian dilakukan oleh Fitrawan & Sari (2021) telah menunjukkan bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM sangat dipengaruhi oleh keterlibatan dalam jaringan sosial yang mampu mendorong pertukaran informasi, pembelajaran bersama serta adanya pembentukan rasa percaya antar pelaku usaha. Relasi sosial ini disebut sebagai modal sosial yang memainkan peran penting dalam kelangsungan usaha kecil di tengah persaingan yang dinamis (Arifin et al., 2021). Sejalan dengan penelitian tersebut, Purnomo dkk. (2024) juga memaparkan bahwa transformasi digital pada UMKM dapat peningkatan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan profitabilitas. Meskipun proses peningkatan yang terjadi kerap kali mengalami keterbatasan sumber daya, keterampilan teknis yang tidak memadai, dan masalah keamanan data yang menjadi problematika panjang yang belum diselesaikan. Namun pada akhirnya modal sosial dalam komunitas UMKM mampu membentuk tindakan kolektif melalui solidaritas, kepercayaan, dan kerja sama antaranggota alasannya karena komunitas tidak hanya berfungsi sebagai wadah ekonomi, tetapi juga menjadi ruang penguatan kesejahteraan kolektif pelaku UMKM (Suyatna dan Yuda, 2021).

Studi-studi pendahuluan tersebut peneliti menemukan bahwa selain pelatihan teknis, faktor yang memperkuat perubahan perilaku usaha adalah dukungan sosial yang muncul dari sesama anggota komunitas. Interaksi sosial terjalin saling memberi masukan, berbagi pasar, bahkan melakukan promosi silang untuk dapat berkolaborasi dalam membangun jaringan sosial. Fakta ini menunjukkan adanya korelasi antara kualitas relasi sosial dan keberhasilan adopsi inovasi digital. Temuan awal dalam penelitian ini juga menjadi dasar untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana dinamika relasi sosial dan proses

digitalisasi berjalan dalam konteks komunitas UMKM, khususnya pada komoditas pangan yang menjadi fokus utama penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, juga belum banyak studi yang secara khusus membahas sinergi antara relasi sosial dan inovasi digital dalam konteks komunitas UMKM di daerah seperti Lampung. Padahal, komunitas UMKM Naik Kelas Lampung menunjukkan potensi sebagai model pemberdayaan yang menarik untuk diteliti lebih dalam, terutama dalam konteks keterbatasan koordinasi lintas lembaga dan tantangan keberlanjutan program yang dapat dijalankan. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam mengembangkan strategi pemberdayaan komunitas UMKM berbasis relasi sosial dan inovasi digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam dinamika pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung. Lokasi penelitian dipusatkan di Provinsi Lampung, khususnya di Kota Bandar Lampung dan wilayah sekitarnya tempat aktivitas komunitas berlangsung. Pemilihan dari adanya lokasi ini didasarkan pada keberadaan komunitas yang aktif serta keragaman karakteristik pelaku UMKM di dalamnya.

Informan penelitian dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dalam kegiatan Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung. Informan terdiri atas pengurus komunitas, pelaku UMKM anggota komunitas, serta pihak pendamping atau fasilitator kegiatan pemberdayaan UMKM. Secara keseluruhan penelitian dilakukan dengan melibatkan 12 informan yang terdiri dari 3 pengurus komunitas, 7 pelaku UMKM aktif, dan 2 pendamping kegiatan. Kriteria informan yang diambil ialah aktif dalam mengikuti program komunitas minimal satu tahun selain itu pernah mengikuti pelatihan digitalisasi UMKM terlibat dalam aktivitas jejaring sosial komunitas.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengikuti kegiatan pelatihan, forum diskusi, dan pameran usaha yang difasilitasi oleh komunitas. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi mengenai pengalaman personal, relasi antar anggota, serta persepsi terhadap dampak komunitas. Dokumentasi diperoleh dari materi pelatihan, grup komunikasi komunitas, serta unggahan media sosial resmi komunitas.

Data yang terkumpul dianalisis dengan metode analisis tematik, yakni mengidentifikasi pola, tema dan kategori dari data hasil wawancara dan observasi (Sitasari, 2022). Proses analisis dari tema yang dipilih diawali dengan transkrip wawancara, kemudian dilanjutkan dengan coding awal untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul yakni yang berhubungan dengan sinergi relasi sosial adanya inovasi digital yang dikembangkan oleh Komunitas Naik Kelas Lampung, dan pemaknaan terhadap temuan berdasarkan teori pemberdayaan, relasi sosial, dan inovasi digital. Adapun untuk

menjamin validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pengurus komunitas, anggota UMKM, dan juga pendamping program guna memastikan konsistensi data yang didapatkan. Sementara triangulasi metode dilakukan melalui perbandingan hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi kegiatan komunitas. Selain itu juga adanya peneliti juga menerapkan member checking dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan interpretasi data kepada beberapa informan utama untuk kemudian memastikan kesesuaian makna dan mengurangi bias penafsiran peneliti.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Komunitas dan Profil Keanggotaan

Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung merupakan bagian dari jaringan nasional Komunitas UMKM Naik Kelas yang terbentuk secara mandiri pada masa pandemi COVID-19 sebagai bentuk respons atas keterpurukan pelaku usaha. Komunitas ini di Lampung beranggotakan lebih dari 227 UMKM yang tersebar di 11 kabupaten/kota, dengan mayoritas berasal dari sektor pangan dan skala usaha mikro.

Komunitas ini juga telah menerapkan struktur organisasi yang cukup rapi, dengan ketua wilayah, beberapa wakil ketua bidang, dan pendamping kabupaten. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Komunitas, Firman Jaya, SH, komunitas ini fokus pada pelatihan, fasilitasi akses pasar, serta pendampingan perizinan. Program-program utama yang digagas di antaranya pelatihan media sosial, branding produk, pelatihan sertifikasi halal, dan pembentukan klaster usaha.



Gambar 4.1: Forum Komunitas Naik Kelas Lampung

Relasi Sosial dalam Komunitas

Relasi sosial dalam komunitas menjadi fondasi utama dalam pemberdayaan UMKM. Berdasarkan hasil penelitian oleh (Arifin et al., 2021), menyatakan bahwa jaringan relasi sosial yang saling percaya mampu meningkatkan efektivitas kolaborasi dan memperkuat ketahanan usaha.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa hubungan antar anggota komunitas cenderung erat. Mereka saling berbagi informasi, pengalaman, serta menjalin kerja sama antar pelaku usaha. Adanya telaah tersebut memberikan pemahaman bahwa praktik saling membantu dalam promosi produk menunjukkan terbentuknya relasi sosial berbasis solidaritas dan kepercayaan antar anggota komunitas yang ada. Hubungan tersebut menjadi bagian modal sosial yang memungkinkan pelaku UMKM memperoleh akses informasi, dukungan pasar, dan penguatan kapasitas usaha secara kolektif. Kondisi ini juga memperlihatkan bahwa pemberdayaan UMKM tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kekuatan jaringan sosial yang terbangun dalam komunitas. Misalnya saja pelaku usaha pengemasan membantu UMKM pangan dalam pengemasan produk yang lebih menarik. Kolaborasi ini tidak hanya mempercepat proses adaptasi usaha terhadap kebutuhan pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan daya saing.

Salah satu anggota komunitas mengatakan; "Kami jadi tahu siapa yang bisa bantu desain kemasan, siapa yang biasa bantu buat *barcode*, jadi kami nggak jalan sendiri." Hal ini menunjukkan bahwa komunitas menjadi ruang interaksi sosial yang bernilai ekonomi. Namun demikian, adanya relasi sosial masih terkendala oleh lemahnya koordinasi pusat dan daerah. Beberapa anggota menyatakan bingung terhadap peran pengurus daerah dan pusat karena tidak ada kejelasan arah kegiatan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa meskipun relasi horizontal (antar anggota) cukup kuat, relasi vertikal dalam struktur organisasi perlu diperbaiki agar permasalahan tersebut tidak terjadi berulang kali yang dapat melunturkan kepercayaan anggota UMKM Naik Kelas lainnya.

Implementasi Inovasi Digital

Inovasi digital menjadi salah satu strategi pemberdayaan yang diandalkan oleh komunitas. Hal ini sesuai dengan temuan Prakoso et al., (2023) yang menyatakan bahwa transformasi digital dalam jaringan sosial dapat dibentuk dan memperkuat kapabilitas komunitas. Adanya pelatihan digital yang dilakukan komunitas, seperti pengelolaan media sosial, branding produk digital, dan promosi daring, terbukti membantu sebagian pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar. Informan menyatakan bahwa pelatihan daring sangat membantu karena "lebih fleksibel dan bisa diulang kembali melalui rekaman."

Namun meskipun demikian tidak semua anggota dapat mengikuti pelatihan secara optimal. Hambatan literasi digital yang ada masih cukup tinggi. Sehingga banyak pelaku usaha yang belum memahami algoritma media sosial atau kesulitan memproduksi konten

pemasaran. Realitas tersebut menunjukkan adanya kesenjangan digital di antara anggota komunitas.

Salah satu responden juga menyampaikan; "Saya ikut pelatihan Instagram, tapi karena belum biasa, tetap bingung mau posting apa dan kapan waktu agar banyak yang melihat dagangan saya". Kondisi ini menunjukkan perlunya pelatihan lanjutan dan pendampingan berbasis mentoring sehingga akan memberikan dampak yang nyata untuk para pelaku UMKM. Analisis dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelatihan digital dilakukan Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung tidak hanya berfungsi sebagai transfer keterampilan teknis, tetapi juga menjadi arena pembentukan kapasitas sosial pelaku UMKM dalam Upaya menghadapi transformasi ekonomi digital. Dalam perspektif sosiologi pemberdayaan adanya aktivitas tersebut menunjukkan adanya proses peningkatan modal sosial dan adaptasi kolektif terhadap perubahan pola pasar berbasis teknologi digital.

Keterlibatan Pemerintah dan Tantangan Koordinasi

Temuan menarik dalam penelitian ini adalah rendahnya efektivitas kolaborasi antara komunitas dan pemerintah. Hal ini terjadi karena banyak program pemberdayaan dari pemerintah tidak terkoordinasi dengan baik, sehingga kemudian pelaku UMKM merasa bingung terhadap jenis bantuan dan prosedurnya untuk mendapatkan bantuan yang dibutuhkan.

Beberapa anggota yang menjadi informan penelitian juga menyampaikan bahwa mereka pada umumnya lebih memahami informasi dari sesama anggota komunitas ketimbang dari instansi formal. Hal ini mengindikasikan bahwa peran komunitas sebagai agregator informasi menjadi penting, namun juga perlu untuk menggarisbawahi lemahnya komunikasi antar aktor Pembangunan juga menunjukkan sisi negatif yang harus segera untuk diselesaikan.

Sinergi Relasi Sosial dan Inovasi Digital dalam Pemberdayaan UMKM

Jika merujuk pada studi (Arifin et al., 2021) tentang pentingnya modal sosial dalam pemberdayaan UMKM (Prakoso et al., 2023) tentang digitalisasi UMKM melalui e-katalog komunitas, maka hasil studi ini memperkuat bahwa pemberdayaan UMKM yang efektif membutuhkan kombinasi antara kepercayaan sosial dan kemampuan teknologi.

Sinergi antara relasi sosial dan inovasi digital dalam Komunitas UMKM Naik Kelas Lampung terbukti menciptakan ekosistem pemberdayaan yang lebih inklusif dan adaptif. Relasi sosial antaranggota memungkinkan terciptanya kepercayaan, solidaritas, dan kolaborasi dalam bentuk kerja sama antar pelaku usaha yang saling melengkapi. Misalnya, pelaku usaha kuliner bekerja sama dengan penyedia jasa pengemasan, atau pelaku usaha batik menggandeng desainer lokal untuk meningkatkan nilai tambah produk.

Sementara itu, inovasi digital digunakan sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar dan efisiensi operasional. Melalui pelatihan pengelolaan media sosial dan penggunaan marketplace, UMKM lebih siap bersaing di era digital. Pelatihan tersebut tidak hanya meningkatkan pemahaman teknis, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk berpikir strategis tentang branding dan promosi digital.

Namun, pemberdayaan ini belum sepenuhnya merata. Masih ditemukan kesenjangan dalam pemanfaatan inovasi digital di kalangan anggota. Beberapa anggota belum memiliki pemahaman dasar tentang algoritma media sosial, belum mampu menghasilkan konten promosi yang menarik, atau bahkan belum memahami penggunaan *platform e-commerce*

Di sisi lain, relasi sosial juga menghadapi tantangan dalam struktur koordinasi antara pengurus pusat dan daerah yang belum sinkron. Tumpang tindih program antara komunitas dan instansi pemerintah juga menimbulkan kebingungan dalam pelaksanaan kegiatan. Beberapa informan menyatakan bahwa pelaku UMKM merasa lebih nyaman dan terbantu dengan informasi yang diberikan komunitas daripada informasi dari instansi pemerintah yang cenderung birokratis.

Meski begitu, studi ini menegaskan bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM tidak bisa bergantung hanya pada satu aspek. Diperlukan sinergi yang erat antara relasi sosial dan inovasi digital, yang didukung oleh koordinasi yang solid antara komunitas, pemerintah, dan sektor lainnya. Penguatan kapasitas komunitas sebagai fasilitator, sekaligus sebagai mediator informasi dan inovasi, menjadi kunci strategis dalam membangun daya saing UMKM yang berkelanjutan di Lampung.

5. PENUTUP

Penelitian ini mengungkap bahwa sinergi antara relasi sosial dan inovasi digital memiliki peran penting dalam pemberdayaan UMKM, khususnya dalam konteks Komunitas UMKM Naik Kelas di Provinsi Lampung. Relasi sosial terbukti membentuk jejaring kolaboratif antar pelaku usaha, yang memungkinkan terciptanya solidaritas, pertukaran informasi, dan dukungan emosional dalam menjalankan usaha. Sementara itu, inovasi digital hadir sebagai sarana akselerasi yang memungkinkan UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat identitas merek melalui platform digital. Kombinasi kedua aspek ini telah menciptakan ekosistem pemberdayaan yang inklusif dan responsif terhadap tantangan zaman. Namun, tantangan berupa ketimpangan literasi digital di kalangan anggota serta lemahnya koordinasi antar pemangku kepentingan masih menjadi hambatan dalam optimalisasi program. Oleh karena itu, upaya ke depan perlu difokuskan pada penguatan kapasitas literasi digital UMKM, penguatan struktur koordinasi antara pusat dan daerah, serta integrasi program-program pemberdayaan pemerintah dengan inisiatif komunitas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam bagaimana struktur kekuasaan dalam komunitas dan dinamika relasi antar pemangku kepentingan dapat mempengaruhi efektivitas pemberdayaan UMKM dalam konteks lokal lainnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Arifin, G., Trinugraha, Y. H., & Nurhadi, N. (2021). Solidaritas dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7(2), 112–126.
- Astuti, W., Mazia, L., Prasetyo, J. H., Sarasati, F., Dabi, J., Maharani, S., Leksmono, N. H., Samiaji, D. R., & Fathurahman, D. (2023). Optimalisasi digital marketing sebagai media informasi dan pemasaran produk bagi anggota komunitas UMKM Naik Kelas. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(1), 1–11.
- Damuri, Y. R., Aswicahyono, H., Hirawan, F., Setiati, I., & Simanjuntak, I. (2022). *Langkah Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Covid-19*. JSTOR.
- Fitrawan, D. D., & Sari, M. M. K. (2021). Penguatan Modal Sosial Umkm Batik Jetis Sidoarjo Dalam Mempertahankan Usaha Di Era Pandemi Covid-19. *Journal Of Civics And Moral Studies*, 6(2), 32–46.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. Ekon.Go.Id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Mardjono, R., Narindro, L., Qamar, A. S., Sari, S., Maulana, A., & Jubaidah, I. (2022). Pemberdayaan UMKM Komunitas OK OCE Menggunakan Media Digital. *Abdimas Universal*, 4(1), 49–58.
- Mellinia, S. P., Setyorini, C. T., & Budiarti, L. (2023). Strategi Pemulihan UMKM Kuliner Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(4), 805–817.
- Mu'as, A. (2024). Strategi Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Pedesaan: Studi Kualitatif Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10(2), 9–16.
- Pahrijal, R., Ardhiyansyah, A., Budiman, D., Rahmawati, Y. D., Hermawan, I., Juniarso, A., & Gumelar, T. M. (2024). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan: Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Komunitas di Desa Cikahuripan Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pengabdian West Science*, 3(04), 350–360.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301-312.

- Prakoso, S. T., Amalina, N., Erikawati, C., Aisah, N., & Danuari, A. (2023). Manajemen Pengetahuan Bisnis dalam Transformasi Digital Sebagai Sinergi Internal Process Collaboration. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 775–783.
- Rifai, B., & Mychelisda, E. (2023). Model Percepatan Adopsi Teknologi Digital Industri Makanan Minuman Berbasis Potensi Lokal Menuju Industri 4.0 Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Nasional. *TheJournalish: Social and Government*, 4(5), 211–231.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal analisa konten dan analisa tematik dalam penelitian kualitatif. *Forum Ilmiah*, 19(1), 77–84.
- Suyatna, H., & Yuda, T. K. (2021). Connecting beyond ‘Community’: Recasting the power of social capital on collective action in Indonesian MSMEs. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 5(1), 1–26.