

Pemanfaatan Potensi *E-Commerce* pada Peningkatan Keragaman Bisnis Lokal di Sulawesi Selatan; Perspektif Transformasi Digital

M Nasar¹, T Salsabila²

¹⁻² Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Parahikma Indonesia (IPI) Gowa

E-mail: nazardaeng029@gmail.com¹, tertiasalsabila03@gmail.com²

Abstrak. Pengabdian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pemanfaatan *e-commerce* dapat memperkuat keragaman bisnis dalam ekonomi lokal di Sulawesi Selatan. Penggunaan perspektif transformasi digital, pengabdian ini menganalisis peran dan dampak *e-commerce* dalam mendorong pertumbuhan dan keberagaman sektor bisnis di wilayah tersebut. Metode pengabdian yang digunakan kualitatif deskriptif melalui analisis data sekunder (dokumen atau literatur). Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penerapan *e-commerce* telah memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas keragaman bisnis di ekonomi lokal Sulawesi Selatan. Melalui platform *e-commerce*, pelaku usaha lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengatasi hambatan geografis yang sebelumnya membatasi aksesibilitas. Selain itu, *e-commerce* juga memungkinkan pelaku usaha untuk menawarkan produk dan layanan secara *online*, meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan konsumen. Pengabdian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan *e-commerce* untuk memperkuat keragaman bisnis. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan infrastruktur teknologi, kepercayaan konsumen terhadap transaksi *online*, serta kurangnya pemahaman dan keterampilan digital di kalangan pelaku usaha lokal. Oleh karena itu, rekomendasi kebijakan dan strategi diperlukan untuk memperkuat ekosistem *e-commerce*, termasuk investasi dalam infrastruktur digital, pelatihan dan pendidikan digital, serta regulasi yang mendukung perkembangan *e-commerce* di Sulawesi Selatan. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang potensi dan tantangan dalam memanfaatkan kekuatan *e-commerce* untuk mendorong keragaman bisnis di ekonomi lokal. Temuan pengabdian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi dan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung transformasi digital dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Sulawesi Selatan.

Kata kunci: *E-Commerce*; Keberagaman Bisnis; Transformasi Digital; Sulawesi Selatan

Abstract. This dedication aims to investigate how the utilization of *e-commerce* can strengthen business diversity in the local economy in South Sulawesi. Using a digital transformation perspective, this dedication analyzes the role and impact of *e-commerce* in driving the growth and diversity of business sectors in the region. The dedication method used is descriptive qualitative through secondary data analysis (documents or literature). The results show that the implementation of *e-commerce* has made a significant contribution in expanding business diversity in the local economy of South Sulawesi. Through *e-commerce* platforms, local businesses can reach a wider market and overcome geographical barriers that previously limited their accessibility. In addition, *e-commerce* also enables businesses to offer products and services *online*, improving operational

efficiency and expanding consumer reach. This study also identified several challenges faced in the utilization of e-commerce to strengthen business diversity. These include limited technological infrastructure, consumer trust in online transactions, and a lack of digital understanding and skills among local businesses. Therefore, policy recommendations and strategies are needed to strengthen the e-commerce ecosystem, including investment in digital infrastructure, digital training and education, and regulations that support the development of e-commerce in South Sulawesi. This dedication is expected to provide a better understanding of the potential and challenges in harnessing the power of e-commerce to drive business diversity in the local economy. The findings of this dedication can serve as a basis for the development of more effective strategies and policies to support digital transformation and inclusive economic growth in South Sulawesi.

Keywords: E-Commerce; Business Diversity; Digital Transformation; South Sulawesi

1. Pendahuluan

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis dan ekonomi global [1]. Proses ini merupakan suatu perubahan yang mendalam dalam cara bisnis dan organisasi beroperasi sebagai akibat dari adopsi teknologi digital. Pada era digital, transformasi menjadi suatu keharusan bagi bisnis yang ingin tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif [2]. Transformasi digital melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengubah proses bisnis, model operasional, interaksi dengan pelanggan, dan cara kerja organisasi secara keseluruhan [3].

Transformasi digital memiliki hubungan erat dengan ekonomi, karena telah mengubah lanskap bisnis dan menciptakan peluang baru. Proses adopsi teknologi digital yang dilakukan, menjadikan bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan lapangan kerja baru, mengubah cara berinteraksi dengan pelanggan, dan mendorong inovasi serta pengembangan produk [4]. Transformasi digital juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan melalui peningkatan produktivitas dan akses ke pasar yang lebih luas. Adaptasi dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam mencapai kesuksesan ekonomi dan daya saing yang berkelanjutan [5].

Melalui transformasi digital, bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan proses bisnis, memperbaiki pengambilan keputusan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik [6]. Selain itu, transformasi digital juga membuka peluang baru dalam hal inovasi, kolaborasi, dan pengembangan produk dan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Salah satu aspek penting dari transformasi digital adalah perkembangan pesat *e-commerce*, proses bisnis dilakukan secara elektronik melalui platform *online* [7]. *E-commerce* telah mengubah cara orang berbelanja, berinteraksi dengan pelanggan, dan melakukan transaksi bisnis.

Di Indonesia, pertumbuhan *e-commerce* juga tidak bisa diabaikan. Negara ini mengalami peningkatan signifikan dalam penggunaan *e-commerce*, dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat dan adopsi teknologi yang semakin meluas [8]. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Hasil survei penetrasi internet yang dirilis oleh APJII menunjukkan tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%. Terdapat peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Angka ini menunjukkan bahwa hampir 80% penduduk Indonesia telah menggunakan layanan internet. Pada konteks ini, peningkatan sebesar 1,4% menunjukkan adanya peningkatan keberlanjutan dalam adopsi dan penggunaan internet di Indonesia.

E-commerce telah membuka peluang baru bagi pelaku bisnis, terutama dalam hal memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan keterlibatan pelanggan [9]. *E-commerce* memiliki urgensi yang besar dalam ekonomi Indonesia. Pertumbuhan yang pesat dalam industri *e-commerce* di Indonesia telah menciptakan peluang besar bagi bisnis untuk memperluas pasar [10]. Populasi Indonesia yang lebih dari 270 juta penduduk, memiliki potensi pasar yang sangat besar. Berdasarkan data Bank Indonesia transaksi *online* atau *e-commerce* di Indonesia mencapai nilai total sebesar Rp 453,75 triliun sepanjang tahun 2023. Sebagian besar dari nilai transaksi tersebut digunakan untuk membeli 3,71 miliar barang.

E-commerce memungkinkan bisnis untuk mencapai konsumen di seluruh negara, baik di perkotaan maupun di daerah pedesaan yang terpencil. Selain itu, peningkatan aksesibilitas internet dan adopsi teknologi yang meluas telah mengurangi hambatan fisik dan geografis dalam bertransaksi [11]. Hal ini memungkinkan bisnis untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. *E-commerce* juga memberikan peluang bagi bisnis untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui pengalaman belanja yang personal, informasi produk yang lengkap, dan layanan pelanggan yang lebih baik [12]. Pertumbuhannya juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja di berbagai sektor, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, *e-commerce* juga meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis melalui otomatisasi proses operasional [13].

Akan tetapi, meskipun potensi *e-commerce* yang besar, implementasinya dalam bisnis lokal di beberapa daerah di Indonesia masih terbatas. Salah satu area yang perlu dieksplorasi lebih lanjut adalah Sulawesi Selatan. *E-commerce* di Sulawesi Selatan, sebagai bagian dari fenomena perdagangan elektronik yang melibatkan transaksi bisnis melalui platform digital, telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Provinsi Sulawesi Selatan, dengan jumlah penduduk yang cukup besar dan meningkatnya penetrasi teknologi digital, telah menjadi panggung bagi pertumbuhan sektor *e-commerce* di wilayah tersebut [14].

Melalui adopsi platform *e-commerce*, bisnis di Sulawesi Selatan dapat mengakses pasar yang lebih luas dan memperluas jangkauan geografis. *E-commerce* memberikan kesempatan kepada pelaku bisnis untuk menjalankan operasi perdagangan secara online, menjual produk dan layanan melalui situs web atau aplikasi *mobile*, dan secara efektif mencapai konsumen di Sulawesi Selatan maupun di luar wilayah tersebut [15].

Keberadaan *e-commerce* juga memberikan manfaat bagi konsumen di Sulawesi Selatan. Melalui platform *e-commerce*, konsumen dapat dengan mudah menjelajahi berbagai produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian tanpa harus mengunjungi toko fisik [16]. Keuntungan ini khususnya penting bagi konsumen yang berada di daerah pedesaan atau terpencil yang mungkin memiliki keterbatasan akses ke pusat-pusat perbelanjaan atau toko tradisional [17].

E-commerce juga mendorong perkembangan sektor pendukung seperti logistik dan pembayaran digital [18]. Pertumbuhan *e-commerce* di Sulawesi Selatan telah memicu permintaan akan layanan pengiriman dan logistik yang efisien untuk mengirimkan produk kepada konsumen [19]. Selain itu, adopsi pembayaran digital dan metode transaksi elektronik yang lebih praktis telah menjadi bagian integral dari ekosistem *e-commerce*, meningkatkan kenyamanan dan keamanan dalam melakukan transaksi *online* [20]. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia Regional Sulawesi Selatan, nilai belanja *e-commerce* di wilayah Sulawesi Selatan hingga bulan September 2022 mencapai Rp5,67 triliun. Angka ini mengindikasikan pertumbuhan sebesar 19,5 persen jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya.

Akan tetapi, *e-commerce* di Sulawesi Selatan juga menghadapi tantangan yang perlu diatasi. Infrastruktur digital yang masih terbatas, terutama di daerah pedesaan, dapat menghambat aksesibilitas dan konektivitas bagi bisnis dan konsumen [19]. Terdapat tren yang berbeda dalam belanja *e-commerce* di wilayah Sulawesi Selatan. Data lain dari Bank Indonesia Regional Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa data Triwulan 1 2023 adanya penurunan sebesar Rp1,6 triliun atau kontraksi sebesar 7,4% dalam transaksi *e-commerce* jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya.

Pada konteks transformasi digital, *e-commerce* menawarkan berbagai peluang bagi bisnis lokal di Sulawesi Selatan. Pertama, *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar secara geografis. Melalui platform *online*, bisnis lokal dapat mencapai konsumen di luar wilayah setempat, bahkan di tingkat nasional atau internasional. Hal ini akan membantu meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis secara signifikan [21]. Kedua, melalui *e-commerce*, pelaku bisnis lokal dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan. Proses pemasaran, penjualan, dan pengiriman produk dapat dilakukan secara lebih efisien [22]. Hal ini akan mengurangi biaya yang terkait dengan penyewaan tempat usaha fisik, gaji karyawan, dan logistik. Hal ini berdampak pada bisnis yang dapat mengalokasikan sumber daya lebih besar untuk inovasi dan pengembangan produk [23]. Ketiga, *e-commerce* juga dapat memperkuat

keterlibatan pelanggan dengan bisnis lokal. Melalui platform *e-commerce*, bisnis dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan, menawarkan promosi khusus, dan mendapatkan umpan balik yang lebih cepat. Hal ini akan membantu membangun hubungan yang lebih kuat antara bisnis dan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan [24].

2. Analisis Situasi

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis peran dan dampak *e-commerce* dalam transformasi digital di Sulawesi Selatan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena penggunaan *e-commerce* dalam konteks transformasi digital di wilayah tersebut. Melalui analisis data kualitatif, pengabdian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan yang terjalin antara berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi dan pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku usaha lokal. Temuan dari pendekatan interpretatif ini diharapkan dapat memberikan wawasan komprehensif tentang bagaimana *e-commerce* dapat memperkuat keragaman bisnis di ekonomi lokal Sulawesi Selatan.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam pengembangan *e-commerce* dan transformasi digital ekonomi lokal. Sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di kawasan Indonesia Timur, Sulawesi Selatan memiliki keragaman usaha dan produk unggulan daerah yang dapat dimanfaatkan melalui platform digital. Namun, terdapat tantangan terkait infrastruktur teknologi dan literasi digital yang perlu diatasi untuk mendukung adopsi *e-commerce* secara lebih luas. Pengabdian ini berfokus pada wilayah Sulawesi Selatan dengan tujuan mengidentifikasi peluang dan kendala dalam pemanfaatan *e-commerce* guna meningkatkan diversifikasi bisnis lokal serta mendorong transformasi digital yang berkelanjutan di tingkat regional.

3. Metode

3.1 Pendekatan Pengabdian

Pengabdian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena yang kompleks dalam konteks yang lebih mendalam. Metode ini berfokus pada interpretasi dan pemahaman mendalam terhadap pengalaman, persepsi, dan konteks sosial yang melibatkan partisipan pengabdian. Tujuan utama dari pengabdian kualitatif adalah untuk memperoleh wawasan yang holistik dan mendalam tentang suatu fenomena, serta untuk menggambarkan dan menganalisis kompleksitas serta variasi yang ada di dalamnya. Pada pengabdian kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen, kemudian dianalisis secara induktif dengan menggunakan pendekatan interpretatif dan reflektif.

Pada pengabdian ini, digunakan pendekatan kualitatif untuk memahami dan menggambarkan fenomena penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan keragaman bisnis di ekonomi di Sulawesi Selatan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendalami pengalaman, pandangan, dan persepsi pelaku bisnis lokal serta pemerintah terkait transformasi digital yang melibatkan *e-commerce*.

Pengabdian ini akan menggunakan studi literatur dan analisis dokumen untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber terpercaya. Data akan dianalisis secara mendalam melalui pendekatan kualitatif interpretatif untuk memahami penggunaan *e-commerce* dan dampaknya terhadap keragaman bisnis di ekonomi lokal di Sulawesi Selatan. Hasil pengabdian akan dilaporkan secara sistematis, mencakup temuan, analisis, dan rekomendasi untuk meningkatkan penggunaan *e-commerce* dalam mendukung keragaman bisnis di ekonomi lokal.

3.2 Desain Pengabdian

Desain pengabdian ini menggunakan jenis deskriptif. Kualitatif deskriptif adalah jenis pengabdian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena yang ada secara detail dan komprehensif. Pendekatan ini digunakan untuk memberikan gambaran yang akurat tentang karakteristik, perilaku, atau proses yang terjadi dalam suatu konteks tertentu. Pengabdian kualitatif deskriptif berfokus pada deskripsi objektif dan sistematis dari fenomena, serta mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan yang muncul dari data yang dikumpulkan.

Pengabdian ini menggunakan desain pengabdian deskriptif untuk menggambarkan dan menganalisis penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan keragaman bisnis di ekonomi lokal di Sulawesi Selatan. Desain deskriptif akan memberikan gambaran yang akurat tentang peran dan dampak *e-commerce* dalam transformasi digital di wilayah tersebut.

3.3 Jenis Data

Pengabdian ini menggunakan jenis data sekunder yang diperoleh dari dokumen dan literatur terkait. Data sekunder dalam konteks pengabdian merujuk pada informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan lain dan dapat digunakan kembali dalam pengabdian yang sedang dilakukan. Data sekunder dapat berupa literatur atau dokumen yang mencakup publikasi ilmiah, laporan riset, kebijakan pemerintah, catatan sejarah, arsip, dan sumber-sumber informasi lainnya yang relevan dengan topik pengabdian. Data sekunder menyediakan sumber informasi yang beragam dan terstruktur yang dapat mendukung peneliti dalam memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam pengabdian ini melibatkan studi literatur dan analisis dokumen. Informasi akan dikumpulkan secara sistematis dari berbagai sumber terpercaya seperti jurnal ilmiah, laporan riset, kebijakan pemerintah, dan sumber informasi relevan lainnya. Data akan dikumpulkan dan dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan *e-commerce* dan dampaknya terhadap keragaman bisnis di ekonomi lokal di Sulawesi Selatan.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam pengabdian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara mendalam dengan pendekatan interpretatif. Pola, tema, dan hubungan antara data akan diidentifikasi untuk memahami penggunaan *e-commerce* dalam konteks transformasi digital di ekonomi lokal di Sulawesi Selatan. Analisis data kualitatif melibatkan proses pengkodean, kategorisasi, dan interpretasi yang cermat untuk menghasilkan temuan yang relevan dan bermakna.

3.6 Pelaporan Pengabdian

Hasil pengabdian akan dilaporkan secara sistematis dan terstruktur dalam bentuk laporan pengabdian. Laporan pengabdian akan mencakup pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi pengabdian, temuan pengabdian, analisis data, dan kesimpulan. Temuan dari analisis data akan dipaparkan secara jelas, disertai dengan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan penggunaan *e-commerce* dalam mendukung keragaman bisnis di ekonomi lokal di Sulawesi Selatan.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* berdampak positif pada keragaman bisnis di ekonomi lokal Sulawesi Selatan. Platform *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha lokal menjual produk secara *online*, menjangkau pasar yang lebih luas, dan berkolaborasi mengembangkan produk baru. Namun, terdapat tantangan seperti keterbatasan infrastruktur teknologi dan kurangnya pemahaman digital di kalangan pelaku usaha lokal. Rekomendasi kebijakan dan strategi diperlukan, termasuk investasi dalam infrastruktur digital, pelatihan, dan regulasi yang mendukung perkembangan *e-commerce*. Dukungan dari pemerintah, pelaku bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya di Sulawesi Selatan dianggap penting untuk membangun ekonomi lokal yang beragam dan berkelanjutan melalui pemanfaatan potensi digital dan *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan temuan literatur terdahulu yang menyoroti peran transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan bisnis lokal dan meningkatkan keragaman bisnis di wilayah tersebut.

4.1 Pengaruh E-Commerce terhadap Keragaman Bisnis di Ekonomi Lokal Sulawesi Selatan

Adanya platform *e-commerce* memungkinkan pelaku bisnis lokal untuk memperluas jangkauan pasar dengan menjual produk secara *online* dan menjangkau konsumen di wilayah yang lebih luas. Hal ini

mendorong adanya diversifikasi produk yang ditawarkan oleh bisnis lokal, sehingga meningkatkan keragaman bisnis dalam ekonomi lokal tersebut. *E-commerce* juga memfasilitasi pelaku bisnis lokal dalam melakukan diversifikasi produk dan layanan. Melalui adanya platform *e-commerce*, bisnis lokal dapat menambahkan produk baru dan memperluas variasi produk yang tawarkan. Diversifikasi ini membantu bisnis lokal mengurangi ketergantungan pada satu produk atau sektor bisnis tertentu.

Melalui *e-commerce*, kolaborasi antara pelaku bisnis lokal dapat ditingkatkan. Platform *e-commerce* memungkinkan bisnis lokal untuk bekerja sama dalam pemasaran produk, berbagi sumber daya, dan mengembangkan produk baru secara bersama-sama. Kolaborasi semacam ini memperkuat keragaman bisnis dengan memanfaatkan keahlian dan keunggulan masing-masing pelaku bisnis, serta menciptakan ekosistem bisnis yang beragam dan berkelanjutan.

Adopsi *e-commerce* di ekonomi lokal Sulawesi Selatan juga dihadapkan pada tantangan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi dan konektivitas internet di beberapa daerah. Keterbatasan ini dapat menghambat partisipasi pelaku bisnis lokal dalam *e-commerce* dan berdampak pada keragaman bisnis di wilayah tersebut. Penggunaan *e-commerce* juga memberikan peluang bagi bisnis lokal di Sulawesi Selatan untuk memperluas jejaring dan membangun kemitraan dengan pelaku bisnis di luar daerah. Melalui platform *e-commerce*, bisnis lokal dapat terhubung dengan *supplier*, distributor, atau mitra bisnis potensial di tingkat nasional maupun internasional. Keterhubungan ini membuka peluang untuk melakukan pertukaran produk, pengetahuan, dan pelatihan yang dapat meningkatkan keragaman bisnis serta memperkaya pengalaman dan keterampilan pelaku bisnis lokal.

Penting untuk menyadari bahwa penggunaan *e-commerce* juga dapat memberikan dampak negatif terhadap keragaman bisnis di ekonomi lokal Sulawesi Selatan. Dalam beberapa kasus, adopsi *e-commerce* yang tinggi dapat mengarah pada dominasi pasar oleh beberapa pelaku bisnis besar atau platform *e-commerce* besar. Hal ini dapat menyebabkan penurunan keragaman bisnis dengan mengurangi keberagaman pemain dan produk yang ada. Adopsi *e-commerce* di Sulawesi Selatan memiliki beberapa dampak positif terhadap keragaman bisnis di wilayah tersebut. Berikut adalah beberapa dampak positif dari *e-commerce* terhadap keragaman bisnis di Sulawesi Selatan:

- Memperluas jangkauan pasar: Melalui *e-commerce*, bisnis lokal di Sulawesi Selatan dapat menjual produk secara *online* dan menjangkau konsumen di berbagai wilayah, baik di dalam maupun di luar daerah. Hal ini memungkinkan bisnis lokal untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik minat konsumen yang lebih luas. Sehingga, *e-commerce* membantu meningkatkan keragaman bisnis dengan memperkenalkan produk unik dan khas daerah Sulawesi Selatan kepada khalayak yang lebih luas.
- Diversifikasi produk dan layanan: *e-commerce* memungkinkan pelaku bisnis lokal untuk melakukan diversifikasi produk dan layanan. Melalui platform *e-commerce*, bisnis lokal dapat menambahkan produk baru, memperluas variasi produk yang tawarkan, dan menghadirkan inovasi dalam penawaran bisnis. Diversifikasi ini membantu mengurangi ketergantungan pada satu produk atau sektor bisnis tertentu, sehingga meningkatkan keragaman bisnis di Sulawesi Selatan.
- Kolaborasi antara pelaku bisnis: *e-commerce* memfasilitasi kolaborasi antara pelaku bisnis lokal di Sulawesi Selatan. Melalui platform *e-commerce*, bisnis lokal dapat bekerja sama dalam memasarkan produk, berbagi sumber daya, atau bahkan mengembangkan produk baru bersama. Kolaborasi semacam ini memperkuat keragaman bisnis dengan memanfaatkan keahlian dan keunggulan masing-masing pelaku bisnis, serta menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat dan beragam di wilayah tersebut.
- Akses ke peluang pasar nasional dan internasional: *e-commerce* membuka peluang bagi bisnis lokal di Sulawesi Selatan untuk terhubung dengan pasar nasional dan internasional. Melalui platform *e-commerce*, bisnis lokal dapat menjalin kemitraan dengan *supplier*, distributor, atau mitra bisnis potensial di tingkat nasional maupun internasional. Hal ini membantu bisnis lokal untuk memperluas jejaring, melakukan pertukaran produk dan pengetahuan, serta meningkatkan keragaman bisnis dengan mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas.

Salah satunya terkait fenomena *e-commerce* di wilayah Kecamatan Parangloe, Kabupaten Gowa. Hasil pengabdian menunjukkan kurangnya fasilitas atau media yang mendukung pemanfaatan *e-commerce* menjadi hambatan bagi mitra UMKM di wilayah tersebut dalam memasarkan produk secara *online*. Keterbatasan infrastruktur dan aksesibilitas teknologi dapat mempengaruhi kemampuan dalam memanfaatkan potensi *e-commerce* sebagai sarana pemasaran yang efektif. Penyediaan fasilitas dan media yang memadai, seperti akses internet yang cepat dan stabil, platform *e-commerce* yang mudah digunakan, serta dukungan teknis yang memadai, sangat diperlukan untuk meningkatkan potensi pemanfaatan *e-commerce* oleh UMKM di wilayah tersebut [25].

Salah satu aspek yang menjadi kebutuhan utama adalah akses internet dengan kecepatan tinggi dan ketersediaan yang stabil. Melalui tersedianya akses internet yang handal, UMKM di Kecamatan Parangloe dapat terhubung dengan platform *e-commerce* dan mengoptimalkan pemasaran produk secara *online* menjadi efisien. Tersedianya akses internet yang memadai akan membuka peluang akses ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan potensi peningkatan penjualan.

Selain itu, penting juga untuk menyediakan platform *e-commerce* yang memiliki antarmuka yang mudah digunakan. UMKM membutuhkan platform dengan tampilan sederhana dan intuitif agar dapat dengan mudah mengelola toko *online*, mengunggah produk, dan berinteraksi dengan pelanggan. Ketersediaan platform yang ramah pengguna, UMKM di Kecamatan Parangloe dapat memanfaatkan *e-commerce* dengan maksimal.

Dukungan teknis yang memadai juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan pemanfaatan *e-commerce* oleh UMKM di wilayah tersebut. Bantuan dan pendampingan diperlukan dalam mengimplementasikan *e-commerce*, termasuk pelatihan penggunaan platform, strategi pemasaran *online*, dan manajemen bisnis digital. Dukungan teknis yang memadai akan membantu UMKM mengatasi tantangan dan kesulitan yang mungkin dihadapi dalam memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran yang efektif.

Melalui upaya meningkatkan potensi pemanfaatan *e-commerce* oleh UMKM di Kecamatan Parangloe, kerja sama antara pemerintah, pemangku kepentingan terkait, dan sektor swasta diperlukan. Kolaborasi melibatkan penyedia layanan internet, perusahaan teknologi, dan lembaga pendidikan dapat memperbaiki infrastruktur yang ada dan memberikan pelatihan serta pendampingan kepada UMKM.

Pada sektor kuliner misalnya hasil pengabdian menunjukkan dampak signifikan dari aktivitas pemasaran *online* (*e-commerce*) terhadap keunggulan bersaing produk kuliner tradisional di Sulawesi Selatan. Studi ini mengungkapkan bahwa penerapan metode pemasaran *online* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan keunggulan bersaing. Bisnis yang menyediakan layanan *online* untuk produk kuliner tradisional dapat mendapatkan manfaat dari peningkatan efisiensi dalam akses pelanggan dan proses pemesanan, serta peningkatan kualitas layanan. Selain itu, studi menyarankan bahwa persaingan dalam industri kuliner dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendatang baru, pembeli, pemasok, dan produk pengganti [14].

Penggunaan *e-commerce* dalam pemasaran produk kuliner tradisional dapat membantu bisnis mengatasi kendala geografis dan menghasilkan dampak positif pada ekspansi pasar. Melalui akses *online*, bisnis kuliner tradisional di Sulawesi Selatan dapat menjangkau pelanggan di berbagai lokasi, baik secara regional maupun internasional. Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar.

Selanjutnya, penerapan metode pemasaran *online* juga memberikan manfaat dalam hal promosi dan *branding* produk kuliner tradisional. Melalui platform *e-commerce*, bisnis dapat memanfaatkan berbagai strategi pemasaran digital, seperti media sosial, iklan *online*, dan kampanye promosi. Sehingga, bisnis kuliner tradisional dapat memperluas jangkauan promosi, menarik perhatian calon pelanggan, dan memperkuat citra merek. Pada konteks persaingan industri kuliner, pengabdian juga menyoroti pentingnya faktor-faktor seperti inovasi produk, kualitas, dan diferensiasi dalam menciptakan keunggulan bersaing. Pemanfaatan *e-commerce*, bisnis kuliner tradisional dapat memperkenalkan produk-produk baru, menghadirkan variasi menu yang menarik, dan meningkatkan kualitas produk. Penggunaan teknologi

dalam proses produksi dan pengiriman juga dapat membantu meningkatkan efisiensi dan kecepatan dalam memenuhi permintaan pelanggan.

Pengabdian juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang perlu diatasi dalam penerapan pemasaran online bagi bisnis kuliner tradisional. Salah satunya adalah kebutuhan akan kompetensi digital dan pengetahuan teknis dalam mengoperasikan platform *e-commerce*. Pelaku bisnis perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang teknologi dan strategi pemasaran *online* agar dapat mengoptimalkan potensi *e-commerce* dengan baik.

Industri kain juga menunjukkan hasil yang sama yaitu penggunaan *e-commerce* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pemrosesan informasi dan keputusan pembelian produk UKM (Industri Sutera) di Sulawesi Selatan. Namun, pemasaran melalui *e-mail* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pemrosesan informasi dan keputusan pembelian [26].

Salah satu aspek yang mempengaruhi pemrosesan informasi adalah aksesibilitas informasi produk yang disediakan melalui platform *e-commerce*. Adanya platform tersebut, konsumen dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi terkait produk sutera, seperti deskripsi produk, spesifikasi teknis, foto produk, dan ulasan pelanggan. Hal ini memungkinkan konsumen untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap dan mendalam tentang produk sutera yang ditawarkan oleh UKM, sehingga dapat meningkatkan pemahaman tentang produk dan memfasilitasi proses pengambilan keputusan pembelian.

Selain itu, *e-commerce* juga memungkinkan UKM dalam industri sutera untuk menyediakan berbagai opsi pembayaran dan pengiriman yang fleksibel. Konsumen dapat memilih metode pembayaran yang paling sesuai dengan preferensi, seperti transfer bank, kartu kredit, atau pembayaran elektronik. Adanya opsi pengiriman yang dapat dipilih, seperti pengiriman reguler atau *express*, memberikan fleksibilitas kepada konsumen dalam memilih waktu pengiriman yang paling sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Namun, pengabdian juga menemukan bahwa pemasaran melalui *e-mail* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pemrosesan informasi dan keputusan pembelian. Hal ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, seperti tingkat keberhasilan *e-mail marketing* yang rendah dalam menarik perhatian konsumen, kurangnya personalisasi dalam pesan *e-mail*, atau adanya persepsi konsumen terhadap *e-mail* sebagai bentuk komunikasi yang kurang relevan atau mengganggu. Oleh karena itu, UKM dalam industri sutera perlu memperhatikan strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan dalam memanfaatkan potensi *e-mail* sebagai alat komunikasi dengan konsumen.

4.2 Peran Transformasi Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Bisnis Lokal di Sulawesi Selatan

Transformasi digital memainkan peran yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan bisnis lokal di Sulawesi Selatan. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang canggih memungkinkan bisnis lokal meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menghasilkan inovasi bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar yang berkembang. Aksesibilitas dan konektivitas yang ditingkatkan melalui infrastruktur teknologi yang memadai memungkinkan bisnis lokal terhubung dengan pasar global, mencapai pelanggan potensial, dan menjalin kemitraan bisnis di luar wilayah. Platform *e-commerce* dan media sosial menjadi sarana efektif bagi bisnis lokal untuk mempromosikan produk dan layanan tanpa terbatas oleh batasan geografis. Implementasi sistem manajemen informasi terintegrasi seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan *Customer Relationship Management* (CRM) membantu bisnis lokal dalam mengelola inventaris, proses produksi, dan pengiriman dengan lebih efektif. Penggunaan teknologi otomatisasi dan analitik memungkinkan bisnis lokal mengoptimalkan proses bisnis, mengidentifikasi peluang pengembangan, dan mengambil keputusan berdasarkan data yang akurat dan real-time. Kemampuan untuk mengadopsi teknologi mutakhir seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), *Internet of Things* (IoT), dan *big data* memungkinkan bisnis lokal menciptakan solusi inovatif dan memberikan pengalaman pelanggan yang unik.

Beberapa peran positif transformasi digital pada bisnis lokal:

- Meningkatkan aksesibilitas pasar: Transformasi digital memungkinkan bisnis lokal untuk terhubung dengan pasar global melalui platform *e-commerce* dan media sosial. Bisnis lokal dapat

mempromosikan produk dan layanan kepada konsumen yang lebih luas, tanpa terbatas oleh batasan geografis. Transformasi digital membuka peluang untuk meningkatkan aksesibilitas pasar dan meningkatkan potensi penjualan.

- Memperluas jangkauan pelanggan: Melalui adopsi *e-commerce* dan strategi pemasaran digital, bisnis lokal dapat mencapai pelanggan potensial di luar wilayah. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, bisnis lokal dapat menjangkau konsumen di berbagai daerah, bahkan di tingkat global. Hal ini memungkinkan bisnis lokal untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar.
- Meningkatkan efisiensi operasional: Transformasi digital memungkinkan bisnis lokal untuk mengoptimalkan proses operasional. Penggunaan sistem manajemen informasi terintegrasi, seperti *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan *Customer Relationship Management* (CRM), bisnis lokal dapat mengelola inventaris, proses produksi, dan pengiriman dengan lebih efektif. Otomatisasi juga dapat diterapkan dalam beberapa aspek bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional.
- Mendorong inovasi bisnis: Transformasi digital memberikan kesempatan bagi bisnis lokal untuk menciptakan inovasi bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar yang berkembang. Pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), dan *big data*, bisnis lokal dapat mengembangkan solusi inovatif dan menciptakan pengalaman pelanggan yang unik. Inovasi ini dapat membantu bisnis lokal untuk tetap kompetitif dan membedakan diri dari pesaing di pasar.
- Meningkatkan efektivitas pemasaran dan pelanggan: Transformasi digital memungkinkan bisnis lokal untuk menggunakan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Melalui media sosial, kampanye iklan *online*, dan analitik, bisnis lokal dapat memahami preferensi pelanggan, perilaku konsumen, dan tren pasar dengan lebih baik. Hal ini memungkinkan bisnis lokal untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, mencapai audiens target dengan lebih tepat, dan memberikan pengalaman pelanggan yang personal dan relevan.

Salah satu pengabdian dilakukan di Desa Bone, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa teknologi media digital, khususnya bisnis *online*, memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat secara umum. Transformasi digital dalam operasi bisnis sehari-hari telah meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan aksesibilitas informasi bagi pelaku bisnis. Selain itu, penggunaan konten digital juga membantu dalam memaksimalkan aset data dan inisiatif teknologi, sehingga memungkinkan perusahaan untuk lebih efektif dalam mengelola informasi dan berkomunikasi dengan pelanggan [27].

Pada beberapa tahun terakhir, bisnis *online* telah menjadi tren yang semakin populer, dan pengabdian ini menunjukkan bahwa perubahan ini memiliki dampak positif bagi masyarakat. Pelaku bisnis kini dapat mencapai pelanggan potensial di luar batas geografis yang lebih luas, sehingga meningkatkan peluang penjualan dan pertumbuhan bisnis. Selain itu, penggunaan konten digital juga memberikan manfaat signifikan bagi pelaku bisnis di Desa Bone. Pemanfaatan konten digital, perusahaan dapat memaksimalkan aset data yang dimiliki. Data yang dikumpulkan dari pelanggan dan proses bisnis dapat digunakan untuk menganalisis tren pasar, mengidentifikasi preferensi pelanggan, dan mengambil keputusan yang lebih cerdas dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk.

Lebih lanjut, inisiatif teknologi yang didukung oleh teknologi media digital juga berperan penting dalam peningkatan efektivitas pengelolaan informasi dan komunikasi dengan pelanggan. Perusahaan dapat menggunakan alat dan platform digital untuk mengelola inventaris, mengotomatiskan proses bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih baik. Dalam pengabdian ini, masyarakat Desa Bone melaporkan bahwa penggunaan teknologi media digital telah membantu mengelola bisnis dengan lebih baik, mengoptimalkan waktu dan sumber daya yang dimiliki.

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi masyarakat di Desa Bone dan daerah sekitarnya. Adopsi teknologi media digital dapat menjadi katalisator untuk pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lapangan kerja baru. Selain itu, pengabdian ini juga menyoroti pentingnya dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan terkait, seperti akses internet yang terjangkau dan

program pelatihan, untuk memastikan bahwa manfaat teknologi media digital dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat.

Dampak lain juga dilakukan kepada 120 UMKM di Sulawesi Selatan menggunakan survei kuesioner langsung dan tidak langsung. Hasil pengabdian menunjukkan platform digital juga memperkuat hubungan antara inovasi terbuka dan kinerja UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa platform digital memiliki peran *moderating* yang signifikan dalam hubungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi inovasi terbuka tidak hanya terbatas pada perusahaan besar, tetapi juga pada UMKM, dan memiliki dampak positif langsung pada kinerja UMKM [28].

Adanya platform digital memungkinkan UMKM untuk mengakses sumber daya inovasi eksternal seperti pengetahuan, teknologi, dan modal. Sehingga, UMKM dapat memanfaatkan inovasi yang ada di sekitar lingkungan bisnis dengan lebih mudah melalui platform digital. Temuan ini menunjukkan pentingnya adopsi inovasi terbuka oleh UMKM. Sebelumnya, inovasi terbuka dianggap hanya relevan bagi perusahaan besar dengan sumber daya yang cukup. Namun, pengabdian ini membuktikan bahwa UMKM juga dapat mengadopsi inovasi terbuka dan mengalami dampak positif langsung pada kinerja.

Melalui memanfaatkan platform digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk atau layanan, jangkauan pasar, serta kepuasan pelanggan. Selain itu, adopsi inovasi terbuka melalui platform digital juga membuka peluang kolaborasi dengan mitra bisnis lokal maupun internasional. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan UMKM di Sulawesi Selatan dan di tempat lain. Dukungan dan dorongan dari pemerintah dan pemangku kepentingan terkait diperlukan untuk mendorong adopsi inovasi terbuka dan penggunaan platform digital oleh UMKM. Langkah-langkah seperti penyediaan akses internet yang terjangkau, pelatihan dalam pemanfaatan platform digital, serta pembentukan ekosistem inovasi yang inklusif dapat membantu UMKM memanfaatkan potensi penuh dari inovasi terbuka dan platform digital.

4.3 Tantangan dan Peluang dalam Mengadopsi E-Commerce untuk Meningkatkan Keragaman Bisnis

Mengadopsi *e-commerce* sebagai strategi pemasaran dapat memberikan tantangan dan peluang bagi bisnis dalam meningkatkan keragaman bisnis. Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya fasilitas atau media yang mendukung pemanfaatan *e-commerce* serta keterampilan terbatas dalam memanfaatkan *e-commerce*. Kurangnya fasilitas atau media yang mendukung pemanfaatan *e-commerce* dapat menghambat kemampuan bisnis untuk memasarkan produk secara *online*. Selain itu, keterampilan terbatas dalam memanfaatkan *e-commerce* juga dapat menjadi hambatan dalam mengoptimalkan pemanfaatan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran yang efektif. Aparatur desa dan bisnis lokal perlu meningkatkan keterampilan dalam menggunakan media *e-commerce* dan memahami strategi pemasaran *online*, manajemen toko *online*, pengelolaan inventaris, serta keamanan dan privasi dalam transaksi *online*.

Mengadopsi *e-commerce* juga memberikan peluang untuk meningkatkan keragaman bisnis. melalui pemanfaatan *e-commerce*, bisnis dapat memperluas jangkauan pasar dan mencapai konsumen potensial di berbagai lokasi, tidak terbatas oleh batasan geografis. Platform *e-commerce* dan media sosial menjadi sarana efektif bagi bisnis untuk mempromosikan produk dan layanan kepada konsumen yang lebih luas. Selain itu, adopsi *e-commerce* juga memungkinkan bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional melalui penggunaan sistem manajemen informasi terintegrasi dan teknologi otomatisasi. Melalui mengoptimalkan pemanfaatan *e-commerce*, bisnis dapat mengidentifikasi peluang pengembangan baru, menghasilkan inovasi produk dan layanan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu contoh studi kasus adalah pada pengembangan peran digitalisasi bagi UMKM di Desa Mangadu, Sulawesi Selatan. Teridentifikasi beberapa permasalahan utama. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM dan masyarakat sekitar desa menjadi hambatan dalam mengadopsi strategi pemasaran digital. Selain itu, kendala dalam mengajak partisipasi masyarakat desa untuk mengikuti kegiatan sosialisasi digitalisasi UMKM juga menjadi tantangan yang dihadapi. Beberapa warga masih mengalami kesulitan dalam mengoperasikan media sosial, terutama Facebook Marketplace, serta sulitnya memodifikasi produk UMKM agar menarik bagi pembeli di era digital. Namun, melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan

keterampilan pelaku UMKM dan masyarakat sekitar Desa Mangadu terkait penggunaan media sosial untuk pengembangan UMKM. Motivasi yang meningkat untuk menggunakan media sosial, khususnya Facebook Marketplace, dalam upaya mengembangkan UMKM berbasis digital juga menjadi hasil positif dari pengabdian ini. Selain itu, terlihat peningkatan keterampilan dalam mengunggah produk UMKM ke Facebook Marketplace untuk mendukung perekonomian pasca pandemi. Hasil pengabdian ini memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Mangadu, serta mendorong adopsi praktik pemasaran digital untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Selain itu, pada era digital, strategi pemasaran yang tepat menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya tarik dan keberhasilan bisnis di pasar yang kompetitif. Hal ini mencakup dua aspek utama: *branding* yang relevan dengan nilai-nilai budaya dan agama serta adopsi teknologi *e-commerce*. *Branding* yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya dan agama dapat menciptakan kedekatan emosional dan kepercayaan di antara konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan niat beli. Sementara itu, adopsi teknologi *e-commerce* memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan menawarkan pengalaman belanja yang lebih mudah dan nyaman bagi konsumen [29].

Regulasi dan kerangka institusional yang efektif sangat penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi teknologi dan perkembangan ekonomi. Untuk bisnis lokal, regulasi yang mendukung *e-commerce* dapat meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, dan daya saing bisnis, sehingga memungkinkan untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Sementara itu, dalam pengembangan sektor keuangan syariah, kerangka regulasi yang jelas dan mendukung dapat mendorong pertumbuhan sektor ini dengan memberikan kepercayaan dan stabilitas bagi pelaku pasar serta menarik lebih banyak investasi [30].

5. Kesimpulan

Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan bisnis lokal di Sulawesi Selatan untuk mengatasi tantangan geografis dan memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial, bisnis lokal dapat meningkatkan aksesibilitas pasar dan menjangkau konsumen potensial di berbagai lokasi, baik di dalam maupun di luar wilayah Sulawesi Selatan. Hal ini memberikan peluang baru untuk meningkatkan volume penjualan, memperluas pangsa pasar, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu, transformasi digital melalui *e-commerce* juga dapat memperkaya keragaman bisnis di Sulawesi Selatan. Mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi yang canggih, bisnis lokal dapat memanfaatkan kecerdasan buatan (AI), *big data*, dan analitik untuk memahami preferensi pelanggan, melacak tren pasar, dan mengidentifikasi peluang bisnis baru. Hal ini memungkinkan bisnis lokal untuk mengembangkan produk dan layanan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang berkembang.

Di samping itu, pemanfaatan *e-commerce* dan transformasi digital juga dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis lokal di Sulawesi Selatan. Penggunaan sistem manajemen informasi terintegrasi dan teknologi otomatisasi, bisnis lokal dapat mengoptimalkan proses operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas. Hal ini membantu bisnis lokal untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin digital. Pada konteks ekonomi lokal, pemanfaatan *e-commerce* dapat menjadi katalisator untuk meningkatkan keragaman bisnis. Bisnis lokal di Sulawesi Selatan dapat memanfaatkan keunikan dan kekayaan budaya serta produk lokal untuk menarik minat konsumen di tingkat nasional maupun internasional. Melalui peran transformasi digital, bisnis lokal dapat memperluas penjualan produk khas daerah dan mempromosikan keanekaragaman budaya serta keindahan alam Sulawesi Selatan kepada dunia.

Sebagai upaya mengoptimalkan manfaat transformasi digital dan pemanfaatan *e-commerce*, penting bagi pemerintah, pelaku bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya untuk bekerja sama dalam membangun infrastruktur digital yang kokoh, meningkatkan literasi digital, dan memberikan dukungan serta pelatihan kepada bisnis lokal. Sehingga, diharapkan Sulawesi Selatan dapat mewujudkan ekonomi lokal yang beragam dan berkelanjutan melalui pemanfaatan potensi digital dan *e-commerce*. Dukungan keuangan yang efektif dan adaptasi teknologi merupakan kunci utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui

penguatan sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Dengan akses pembiayaan yang memadai, UKM dapat mengembangkan kapasitas produksi, memperluas pasar, dan meningkatkan kualitas produk serta layanan UKM. Sementara itu, adopsi teknologi, terutama melalui platform *e-commerce*, memungkinkan UKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam model bisnisnya. Kombinasi antara pembiayaan yang tepat dan pemanfaatan teknologi digital tidak hanya membantu UKM bertahan dalam persaingan global, tetapi juga memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kesenjangan ekonomi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

6. Ucapan Terimakasih

Tim dengan tulus ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi berharga dalam pengabdian ini. Dukungan dan partisipasi yang diberikan oleh anggota tim semua memiliki peran yang krusial dalam keberhasilan pengabdian ini. Tanpa adanya kontribusi yang anggota tim berikan, pengabdian ini tidak akan dapat terealisasikan dengan baik. Tim sangat menghargai waktu, usaha, dan pengalaman yang telah anggota tim sumbangkan untuk membantu tim mencapai tujuan pengabdian ini. Tim juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua individu dan lembaga yang telah memberikan bantuan dan dukungan yang berarti dalam pengabdian ini. Dukungan yang anggota tim berikan dalam bentuk saran, bimbingan, dan kontribusi informasi telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam kemajuan pengabdian ini. Tim sangat menghargai kerja sama yang baik dan semangat kolaboratif yang telah anggota tim tunjukkan. Keberadaan dan kontribusi yang Anggota tim berikan telah memberikan nilai tambah yang signifikan pada hasil pengabdian ini.

7. Referensi

- [1] S. Fadillah *et al.*, “Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 6111–6122, 2023, [Online]. Available: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2827>
- [2] E. Erwin *et al.*, *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia, 2023. [Online]. Available: <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=3gDSEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=ancaman+nyata+di+era+digital+serangan+siber+dan+dampaknya+pada+integritas+sistem+informasi&ots=skBNw7WT7r&sig=GvkUctLvkiExHElqm9ZECwgNatQ>
- [3] S. Rahmasari, “Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi,” *Karimah Tauhid*, vol. 2, no. 3, pp. 622–636, 2023.
- [4] W. mahendra ardiansyah, “Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital,” *JMEB J. Manaj. Ekon. Bisnis*, vol. 1, no. 01, pp. 11–22, 2023, doi: 10.59561/jmeh.v1i01.89.
- [5] D. Firmansyah, D. Saepuloh, and Dede, “Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital,” *J. Financ. Bus. Digit.*, vol. 1, no. 3, pp. 237–250, 2022, doi: 10.55927/jfbd.v1i3.1348.
- [6] N. A. Rizka Aulia, “Peran Manajemen Perubahan Dalam Menghadapi Tantangan dan Mengoptimalkan Peluang di Era Digital,” *J. Nusant. Econ. Sci. e-ISSN*, vol. 1, no. 2, pp. 2986–9463, 2023.
- [7] A. Asnawi, “Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0,” *Syntax Lit. ; J. Ilm. Indones.*, vol. 7, no. 1, p. 398, 2022, doi: 10.36418/syntax-literate.v7i1.5739.
- [8] D. Berry A. Harahap, “Perkembangan Financial Technology terkait CBCD terhadap Transmisi Kebijakan Moneter dan Makroekonomi,” *Bank Indones.*, vol. 2, no. 1, p. 14, 2017.
- [9] D. Sari, “Peran Teknologi Terkini dalam E-Bisnis (The Role of Latest Technology in E-Business),” *SSRN Electron. J.*, 2023, doi: 10.2139/ssrn.4568019.
- [10] D. Sudiantini, M. P. Ayu, M. C. A. S. Aswan, M. A. Prastuti, and Aprilia Melani, “Transformasi Digital : Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital,” *Trending J. Ekon. Akunt. dan Manaj.*, vol. 1, no. 3, pp. 21–30, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.30640/trending.v1i3.1115>
- [11] T. Evi, *Transformasi Transaksi Tunai Ke Digital Di Indonesia*. CV. AA. Rizky, 2023. [Online].

Available:

https://books.google.co.id/books?id=gHfYEAAAQBAJ&pg=PA7&dq=transaksi+digital+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjFpbO2uivyBAxVHzDgGHUXgCmgQ6AF6BAGLEAM

- [12] R. B. Prasetyo, "Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis," *JMEB J. Manaj. Ekon. \& Bisnis*, vol. 1, no. 01, pp. 1–11, 2023.
- [13] A. Farhan and N. A. F. Roroa, "Strategi Maksimalisasi Teknologi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis di Era Digital," *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 10110–10119, 2024.
- [14] H. Hasan, H. Haliah, and M. A. Fahdal, "Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM," *Yumary J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 43–50, 2022.
- [15] N. Arfan, H. A. Hasan, and others, "Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *ILTIZAM J. Syariah Econ. Res.*, vol. 6, no. 2, pp. 212–224, 2022.
- [16] A. Riswanto *et al.*, *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [17] N. K. Arismayanti, "Pariwisata hijau sebagai alternatif pengembangan desa wisata di Indonesia," *J. Anal. Pariwisata*, vol. 15, no. 1, pp. 1–15, 2015.
- [18] M. Marhawati, A. Azizah, E. Erwina, and R. Raflianto, "E-commerce dan Startup: Wujud Inovasi Keberlanjutan Bisnis Di Era Industri 4.0," *J. Econ. Entrep. Manag. Bus. Account.*, vol. 1, no. 1, pp. 34–40, 2023.
- [19] D. Rasari, "Analisis Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via Online Di Kota Makassar," UNIVERSITAS HASANUDDIN, 2021.
- [20] A. D. Andriani *et al.*, *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*. Tohar Media, 2022.
- [21] R. A. Purnomo, *Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media, 2016.
- [22] H. Setyodewi, M. A. A. Rizqi, T. W. Adha, N. Ibrahim, and M. Y. Fathoni, "Inovasi Digital Model Rantai Pasok Pada Futuristik E-Commerce," *J. Inform. J. Pengemb. IT*, vol. 6, no. 3, pp. 194–202, 2021.
- [23] H. Y. Wono, N. Supriaddin, F. Amin, Y. Indriastuti, and S. A. Sufa, "Media sosial, literasi digital, dan inovasi bisnis trikotomi baru dalam manajemen strategi," *Brand. J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, 2023.
- [24] M. Y. Balaka, J. W. Kuswinardi, I. I. D. A. Y. Wilyadewi, B. Efendi, and R. Zulfikhar, "Aplikasi Mobile dalam Pemasaran Digital: Analisis Literatur tentang Pengaruhnya terhadap Keuangan dan Strategi Pemasaran Bisnis," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 3, pp. 21979–21988, 2023.
- [25] A. Djamereng, L. N. Hayati, E. Siruna, S. Fitriani, and N. K. Yulinda, "Pemanfaatan E-Commerce Berbasis Website untuk Pemasaran pada UMKM Kecamatan Parangloe Kabupaten Gowa," *Ilmu Komput. untuk Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 26–33, 2022.
- [26] Ms. Haris Maupa SE, "Impact of e-commerce toward indonesian silk industry: the changing value chain of small medium enterprise in south sulawesi municipalities," *Int. J. Manag. Value Supply Chain.*, vol. 5, no. 4, p. 59, 2014.
- [27] H. Fadly and D. Yusuf, "Teknologi Media Digital Terhadap Produktifitas Serta Dampaknya Pada Bidang bisnis, dan Sosial budaya (Studi Kasus Desa Bone Kec. Bajeng Kab. Gowa Sulawesi Selatan)," *JUMABI J. Manajemen, Akunt. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 21–28, 2024.
- [28] S. Suharto, R. Rachmawaty, and A. A. Mattunruang, "Open Innovation, Technology Platform, Competitive Advantage UMKM Di Sulawesi Selatan," *JIM J. Ilm. Mhs. Pendidik. Sej.*, vol. 8, no. 4, pp. 5339–5347, 2023.
- [29] D. Dirmawati, N. A. Sapitri, F. Y. Soumena, and D. Mustakim, "The Influence of Islamic Branding and Brand Ambassadors on Purchase Intention at Tokopedia," *Int. J. Eng. Bus. Soc. Sci.*, vol. 1, no. 04, pp. 1269–1277, 2023.
- [30] F. Y. Soumena, A. I. Anwar, R. Arsyad, R. F. Laming, and A. N. Bahasoan, "Institutional framework and regulatory challenges in the development of the sharia financial sector in Indonesia: a political economy perspective," *J. Ar-Ribh*, vol. 6, no. 2, 2023.