

PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS DIGITAL DI KARANGREJO, KEDIRI

Mohamad Yusak Anshori ^{1*}, Rachma Rizqina Mardhotillah ²,
Heni Agustina³

^{1,2,3}, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Indonesia

**correspondin: yusak.anshori@unusa.ac.id*

Abstract

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis digital telah menjadi sebuah strategi penting untuk mendorong pertumbuhan sektor UMKM di Indonesia. Di era digital saat ini, adopsi teknologi digital bukanlah sekadar pilihan, melainkan kebutuhan esensial bagi kelangsungan dan daya saing UMKM di pasar yang semakin ketat. Penerapan teknologi digital pada UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, serta memperluas jangkauan pasar. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM di Desa Karangrejo, Kediri, masih cukup signifikan dalam mengadopsi teknologi digital untuk pengembangan bisnis mereka. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim FEBTD bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan dalam digitalisasi bisnis kepada UMKM di wilayah ini. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan manajerial di kalangan pemilik UMKM, yang mengakibatkan kesulitan dalam pengelolaan bisnis dan pengambilan keputusan yang efektif. Selain itu, kebanyakan UMKM tidak memiliki rencana bisnis yang jelas dan terstruktur, sehingga membuat mereka kesulitan dalam mengelola bisnis mereka secara sistematis. Selain itu, masih ada banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi pemasaran, seperti media sosial dan website, untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Hal ini membatasi potensi mereka untuk mencapai konsumen potensial yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas bisnis. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut melalui pelatihan, pembuatan rencana bisnis, dan pengenalan teknologi pemasaran kepada UMKM di Karangrejo, Kediri. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM dapat memaksimalkan potensi teknologi digital untuk meningkatkan performa bisnis mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal serta nasional.

Keywords: Digitalisasi Bisnis, UMKM, Produktifitas, Pemasaran

1. Pendahuluan

Pengembangan UMKM berbasis digital merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk memajukan sektor usaha kecil dan menengah di Indonesia (Andries et al, 2007). Dalam era digital saat ini, adopsi teknologi digital telah menjadi kebutuhan bagi UMKM untuk tetap bertahan dan bersaing di pasar yang semakin ketat. Penerapan teknologi digital pada UMKM dapat memberikan banyak keuntungan, seperti meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan produktivitas, dan memperluas

jangkauan pasar. Selain itu, pengembangan UMKM berbasis digital juga dapat membantu mengatasi kendala-kendala yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses modal dan pasar. Namun, pengembangan UMKM berbasis digital juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya (Fdhila et al, 2017). Dengan adanya dukungan yang memadai, UMKM dapat mengoptimalkan potensi teknologi digital untuk meningkatkan kinerja bisnisnya dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional.

Pengembangan UMKM berbasis digital merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk memajukan sektor usaha kecil dan menengah di Indonesia. Dalam era digital saat ini, adopsi teknologi digital telah menjadi kebutuhan bagi UMKM untuk tetap bertahan dan bersaing dipasar yang semakin ketat (Khan & Siddiqui, 2014). Penerapan teknologi digital pada UMKM dapat memberikan banyak keuntungan, seperti meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan produktivitas, dan memperluas jangkauan pasar (Purwana, 2017). Selain itu, pengembangan UMKM berbasis digital juga dapat membantu mengatasi kendala-kendala yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses modal dan pasar. Namun, pengembangan UMKM berbasis digital juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan adanya dukungan yang memadai, UMKM dapat mengoptimalkan potensi teknologi digital untuk meningkatkan kinerja bisnisnya dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Saat ini UMKM di desa Krangrejo, Kediri masih belum bisa memanfaatkan teknologi untuk pengembangan bisnisnya. Maka dari itu pengmas tim FEBTD saat ini yaitu melakukan pendampingan pengembangan digitalisasi bagi UMKM di Karangrejo, Kediri.

Permasalahan prioritas UMKM Karangrejo, Kediri yaitu banyak pemilik UMKM yang kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang manajemen. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan dalam mengelola bisnis dan mengambil keputusan yang tepat. UMKM perlu memperkuat kompetensi manajerial dan belajar dari pengalaman yang ada agar dapat mengelola bisnis dengan lebih baik. Selain itu, UMKM seringkali tidak memiliki rencana bisnis yang jelas dan terstruktur. Hal ini membuat mereka sulit untuk mengambil keputusan yang tepat dalam pengelolaan bisnis. UMKM perlu membuat rencana bisnis yang jelas dan terstruktur agar dapat mengelola bisnis dengan lebih baik dan mengambil keputusan yang tepat. Serta Banyak UMKM yang

tidak memanfaatkan teknologi pemasaran, seperti media sosial dan website, untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Hal ini membuat mereka kehilangan peluang untuk menjangkau konsumen potensial yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas bisnis mereka. UMKM perlu memanfaatkan teknologi pemasaran untuk meningkatkan promosi produk atau jasa mereka.

2. Metode

Alur pelaksanaan pengabdian dapat dilihat melalui beberapa tahapan yaitu:



- a. Observasi langsung
- b. Pelaksanaan Kegiatan (Penyampaian materi)
- c. Pelaksanaan Pelatihan (Pelatihan)
- d. Evaluasi

3. Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan secara offline pada tanggal 20 Juni 2023 dan dihadiri oleh UMKM Desa Krangrejo, Kediri. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diisi dengan pemberian dan penjelasan materi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan engembangan UMKM Berbasis Digital di Karangrejo, Kediri. Materi dijelaskan secara rinci menggunakan bantuan slide presentasi, melalui peragaan visualisasigambar – gambar dan diakhiri dengan diskusi.

Untuk mengukur keberhasilan pengabdian masyarakat ini tim melakukan evaluasi dengan menggunakan pre test dan post test kepada peserta pengabdian masyarakat. Hal ini digunakan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan peserta mengenai kewirausahaan serta apa yang dapat dipahami dari materi yang telah dipaparkan. Langkah pertama sebelum melakukan pelatihan, tim melakukan pre-test. Tim pengmas membuat soal pre-test sejumlah 10 soal. Hasil pre dan post-test di tampilkan pada Tabel.1

Hasil Pre-Test menjelaskan bahwa peserta memiliki pengetahuan yang minim dengan pengembangan usaha dan analisis SWOT. Dari hasil pre-test ini tim pengabdian masyarakat dapat mengetahui pada topik mana saja yang perlu dibahas lebih detail

dalam pemaparan materi tentang pengembangan bisnis dan analisis SWOT. Tidak hanya memberikan pengetahuan berupa materi, tim pengabdian masyarakat juga memberikan cara bagaimana melakukan analisis SWOT sederhana bago UMKM, yang nantinya diharapkan dapat menjadi pedoman UMKM untuk menerapkan suatu kebijakan atau keputusan.

Tabel. 1. Hasil Pre dan Post Test

	N	Mean	Std. Deviation	P-Value
Pair 1 Pre-Test	15	5,98	3,042	0.000
Post-Test	15	8,02	7,064	

Sumber: Data Peneliti 2023

Setelah kegiatan penyampaian materi, tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi post-test untuk melihat sejauh mana pengetahuan dan pemahaman setelah menerima pemaparan materi. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata - rata yang meningkat menjadi 8,02. Dari hasil post-test ini dapat dilihat bahwa transfer knowledge yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil dan dapat dipahami dengan baik oleh para UMKM. Dari hasil post test UMKM di Desa Karangrejo sekarang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep pengembangan bisnis, termasuk strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan penggunaan teknologi. Peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang konsep pengembangan bisnis adalah langkah awal yang sangat penting bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompleks.

Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan pemahaman UMKM di Karangrejo tentang pentingnya digitalisasi bisnis. Mereka sekarang memahami bagaimana teknologi digital dapat membantu mereka meningkatkan efisiensi operasional, mencapai pasar yang lebih luas, dan bersaing secara lebih efektif. Ini merupakan langkah awal yang sangat penting dalam mengadopsi solusi teknologi dalam bisnis mereka. UMKM di Karangrejo sekarang memiliki pengetahuan praktis tentang penggunaan alat dan platform digital, seperti situs web, media sosial, atau aplikasi bisnis. Mereka telah mampu memanfaatkan teknologi ini untuk mempromosikan produk atau jasa mereka, berinteraksi dengan pelanggan, dan melacak kinerja bisnis secara lebih efektif.

Meskipun hasilnya positif, penting untuk mencatat bahwa implementasi digitalisasi juga menghadapi tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan akses teknologi dan koneksi internet di beberapa wilayah pedesaan. Solusi untuk tantangan ini mungkin melibatkan investasi dalam infrastruktur teknologi yang lebih baik. Untuk memastikan keberlanjutan pengembangan UMKM berbasis digital, dukungan berkelanjutan diperlukan. Ini dapat berupa pelatihan tambahan, akses ke pembiayaan untuk teknologi, atau bantuan teknis dalam mengelola platform digital mereka.

Secara keseluruhan, pengembangan UMKM berbasis digital di Karangrejo, Kediri, memberikan manfaat bagi ekonomi lokal dengan meningkatkan potensi pendapatan masyarakat, menciptakan peluang pekerjaan baru, dan meningkatkan daya saing wilayah tersebut dalam konteks ekonomi yang semakin digital. Penting untuk terus melakukan evaluasi dan perbaikan pada inisiatif ini. UMKM dan para pemangku kepentingan harus terlibat dalam proses evaluasi untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan.

4. Kesimpulan

Hasil Pre-Test menunjukkan bahwa peserta memiliki pengetahuan yang minim tentang pengembangan usaha dan analisis SWOT. Namun, melalui kegiatan pengabdian masyarakat, pengetahuan mereka telah meningkat secara signifikan, seperti yang terlihat dari peningkatan rata-rata nilai post-test menjadi 8,02. Selain itu, UMKM di Desa Karangrejo sekarang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep pengembangan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan penggunaan teknologi. Pengabdian masyarakat juga berhasil meningkatkan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi bisnis, memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam operasi mereka.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kepada para dosen dan mahasiswa yang turut serta membantu kegiatan pengabdian Masyarakat ini. Begitupun kepada Desa Karangrejo, Kediri yang bersedia menjadi mitra untuk kegiatan pengabdian Masyarakat tim FEBTD UNUSA, tidak lupa kepada LPPM

Univeristas Nahdlatul Ulama Surabaya yang telah memberikan support dana bagi kegiatanpengabdian masyarkat ini.

Referensi

- Amah, Nik. 2013. Bank Syariah dan UMKM Dalam Menggerakkan Roda Perekonomian Indonesia:
- Andries, Frederick Reginald. 2007. Perumusan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada PT. Waringin Puspanusa Lestari Jakarta). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Morisan. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana.
- David, Fred. R. 2014. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Fadhila, Amelia, Agung Budi Cahyono. 2017. Pembuatan WebGIS Untuk Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Blitar. Vol.6, No.2
- Kannan, P.K., & Hongshuang, L. (2016). Digital marketing: A Framework, Review and Research
- Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital marketing: An Exploratory Study to Find
- Purwana, Dedi., Rahmi, dan Aditya, Shandy. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), Vol. 1, No. 1. DOI: doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01
- Tasnim, T., Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R Dewi, I. K. (2021). KomunikasiPemasaran. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- The Perception and Effectiveness of Digital marketing amongst The Marketing Proffesionalns in Pakistan. Journal of Information Systems and Operations Management, 1-8.