

MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM DENGAN MENGGUNAKAN TEKNOLOGI DIGITAL

Hasian Purba¹, Zuhul Maftuh Ahnan², Rudi Hariyanto³

Universitas Mercu Buana^{1,2,3}

hasian.purba@mercubuana.ac.id¹

Abstrak

Urgensi pengabdian kepada Masyarakat adalah Bisnis kecil terkadang mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi baru dibandingkan dengan perusahaan besar. Ini berarti mereka mungkin tidak dapat berjalan dengan baik atau menghasilkan banyak uang. Tujuan pengabdian kepada Masyarakat adalah Kami membantu usaha kecil mempelajari cara menggunakan teknologi dengan lebih baik. Kami mengajarkan mereka cara menggunakan komputer dan internet sehingga mereka dapat bekerja dengan lebih mudah dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Luaran dari pengabdian kepada Masyarakat adalah artikel jurnal pengabdian kepada Masyarakat serta video. Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini menegaskan bahwa digitalisasi adalah kunci strategis bagi UMKM untuk dapat bertahan, bersaing, dan bertumbuh di era modern. Investasi dalam peningkatan kapasitas digital UMKM terbukti merupakan langkah yang efektif untuk mendorong kemandirian ekonomi dan secara langsung berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Program ini berhasil menjadi katalisator bagi transformasi digital para pelaku UMKM di Kembangan utara dan membuka jalan bagi mereka untuk meraih pasar yang lebih luas serta pendapatan yang lebih baik.

Kata kunci: UMKM; Teknologi digital; Jakpreneur; Pendapatan; Bisnis.

Abstract

The urgency of community service is that small businesses sometimes struggle to adopt new technologies compared to larger companies. This means they may not be able to operate effectively or generate significant revenue. The purpose of community service is to help small businesses learn how to better utilize technology. We teach them how to use computers and the internet so they can work more easily and reach more customers. The output of community service is journal articles and videos. Overall, this community service program emphasizes that digitalization is a strategic key for MSMEs to survive, compete, and grow in the modern era. Investing in improving MSME digital capacity has proven to be an effective way to promote economic independence and directly contribute to local economic growth. This program successfully catalyzed the digital transformation of MSMEs in North Kembangan, paving the way for them to reach a wider market and achieve higher incomes.

Keywords: MSMEs; Digital technology; Jakpreneur; Income; Business.

1. PENDAHULUAN

Perubahan tatanan perekonomian Indonesia secara bertahap disebabkan oleh penggunaan teknologi digital. Sebagai salah satu negara berkembang yang menganut sistem ekonomi pancasila, Indonesia harus menggunakan teknologi baru untuk meningkatkan ekonominya (Saroyo, 2023). Jaman modern yang serba digital tidak dapat dihindari. Banyak pakar pemasaran berpendapat bahwa jika usaha kecil dan menengah (UMKM) ingin bertahan, mereka harus mampu memanfaatkan sepenuhnya manfaat dari kemajuan digital (Yuwana, 2020). Dengan peningkatan keterampilan di berbagai bidang, pelaku bisnis Umkm sangat diperlukan dalam persaingan bisnis yang sehat (Nugroho, 2024). Hal inilah yang membuat pelaku usaha UMKM menggunakan digitalisasi untuk mengubah strategi penjualan mereka. Digitalisasi mencakup penggunaan market place (perantara) dan media sosial sebagai strategi pemasaran (Liu & Sukmariningsih, 2021). Jakpreneur merupakan program khusus yang dibuat oleh pemerintah Jakarta untuk membantu masyarakat Jakarta memulai usaha kecil mereka sendiri. Nama "Jakpreneur" berarti "Pengusaha Jakarta". Program ini ingin mempermudah dan meningkatkan kualitas bagi masyarakat yang ingin membuat atau mengembangkan usaha kecil mereka. 30 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) binaan atau yang biasa disebut Jakpreneur di Kecamatan Kembangan. Banyak UKM, terutama yang berusia lebih tua atau memiliki latar belakang pendidikan terbatas, kurang memiliki pemahaman dasar tentang teknologi digital, seperti penggunaan internet, media sosial, dan e-commerce. Meskipun memiliki pemahaman dasar, mereka mungkin tidak memiliki keterampilan praktis untuk memanfaatkan perangkat digital secara efektif bagi bisnis mereka. Ini termasuk keterampilan seperti membuat konten yang menarik, mengelola akun media sosial, menganalisis data, dan mengelola toko online. Ketidakpastian dan kurangnya pengalaman dapat membuat mereka ragu untuk mencoba teknologi baru, takut membuat kesalahan, atau merasa tidak dapat menguasainya. UKM sering kali memiliki anggaran yang sangat terbatas untuk berinvestasi dalam teknologi, pelatihan, dan pemasaran digital. UKM sering kali sangat sibuk dengan operasi harian mereka, sehingga sulit bagi mereka untuk menemukan waktu untuk mempelajari dan menerapkan teknologi baru. Banyak UKM merupakan bisnis keluarga yang dijalankan oleh satu atau dua orang, dan karena itu tidak memiliki sumber daya manusia untuk mengelola aktivitas pemasaran digital dan operasi toko online. Terutama di daerah pedesaan dan terpencil, usaha kecil mungkin menghadapi tantangan dengan akses internet yang lambat atau tidak dapat diandalkan, yang menghambat kemampuan mereka untuk memanfaatkan teknologi digital. Tantangan yang dihadapi UMKM Jakpreneur dalam adopsi digital bukanlah sekadar masalah teknis, melainkan fenomena kompleks yang berakar pada faktor psikologis individu (persepsi, sikap, ketakutan), keterbatasan sumber daya (finansial, manusia, waktu, pengetahuan), karakteristik inovasi itu sendiri (kompleksitas), dan faktor lingkungan yang lebih luas (infrastruktur, kesenjangan digital). Intervensi yang efektif seperti program Jakpreneur perlu mengatasi hambatan-hambatan ini secara holistik, tidak hanya menyediakan akses atau pelatihan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri, menunjukkan manfaat yang jelas, memfasilitasi uji coba, dan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang ada pada UMKM.

Tujuan kegiatan untuk Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital. Meningkatkan pemahaman UKM tentang manfaat dan potensi teknologi digital bagi bisnis mereka. Meningkatkan keterampilan UKM dalam menggunakan platform e-commerce (misalnya Shopee, Tokopedia) untuk berjualan daring. Meningkatkan

keterampilan UKM dalam menggunakan media sosial (misalnya Instagram, Facebook) untuk memasarkan produk dan layanan. Meningkatkan keterampilan UKM dalam mengelola keuangan bisnis secara digital menggunakan aplikasi atau perangkat lunak. (Contoh SMART): Meningkatkan skor pengetahuan digital rata-rata mitra UKM sebesar 30% setelah menghadiri pelatihan tiga hari.

Meningkatkan adopsi teknologi digital. Mendorong mitra UKM untuk menjalankan toko daring mereka sendiri atau bergabung dengan platform e-commerce. Mendorong mitra UKM untuk secara aktif menggunakan media sosial untuk periklanan dan interaksi dengan pelanggan. Mendorong mitra UKM untuk menggunakan aplikasi atau perangkat lunak manajemen inventaris dan keuangan. (Contoh SMART): Meningkatkan jumlah mitra UKM dengan toko daring sebesar 50% dalam waktu 6 bulan.

Meningkatkan pendapatan UMKM. Meningkatkan pendapatan mitra UMKM melalui penjualan daring. Memperluas jangkauan pasar mitra UMKM melalui pemasaran digital. Meningkatkan efisiensi operasional mitra UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. (Contoh SMART): Meningkatkan pendapatan rata-rata mitra UMKM sebesar 20% dalam jangka waktu 6 bulan sejak penerapan strategi pemasaran digital.

Meningkatkan kapasitas kelembagaan UMKM. Mendukung mitra UMKM dalam membangun brand awareness dan citra positif di pasar digital. Mendukung mitra UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar sesuai dengan standar pasar digital. Mendukung mitra UMKM dalam membangun jaringan dan kemitraan dengan pelaku usaha lain dalam ekosistem digital. (Contoh SMART): Meningkatkan jumlah pengikut akun media sosial mitra UMKM sebesar 40% dalam jangka waktu 3 bulan.

2. METODE

Terkadang, usaha kecil mungkin merasa lelah atau tidak bersemangat setelah menghadapi masalah saat mencoba menggunakan teknologi untuk menjual produk mereka. Aturan tentang penjualan barang secara daring di Indonesia masih terus berubah, dan usaha kecil mungkin merasa sulit untuk memahami dan mengikuti aturan baru ini. Sebagian orang mungkin takut membeli barang secara daring dari usaha kecil karena mereka tidak yakin apakah mereka dapat memercayainya atau apakah mereka pernah mengalami pengalaman buruk sebelumnya.

Pelatihan Intensif dan Terstruktur:

Menyediakan pelatihan dasar tentang penggunaan komputer, internet, dan media sosial untuk bisnis. Mengadakan pelatihan lanjutan tentang pemasaran digital, e-commerce, SEO, SEM, content marketing, dan social media marketing. Memberikan pelatihan praktis tentang cara membuat konten menarik, mengelola toko online, menganalisis data, dan menggunakan alat digital lainnya. Pelatihan harus disesuaikan dengan tingkat pengetahuan dan kebutuhan UMKM.

Pendampingan Personal dan Berkelanjutan:

Menyediakan mentor yang berpengalaman untuk memberikan pendampingan secara personal kepada UMKM. Pendampingan dapat dilakukan secara tatap muka, online, atau melalui kombinasi keduanya. Mentor membantu UMKM dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam pelatihan, memecahkan masalah, dan mengembangkan strategi pemasaran digital.

Workshop dan Seminar:

Mengadakan workshop dan seminar untuk membahas topik-topik yang relevan dengan teknologi digital dan bisnis UMKM. Mengundang narasumber ahli dari berbagai bidang untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.

Pengembangan Modul dan Materi Pelatihan:

Menyediakan modul dan materi pelatihan yang mudah dipahami dan dipraktikkan oleh UMKM. Materi pelatihan harus disesuaikan dengan konteks lokal dan kebutuhan UMKM.

Kegiatan ini menggunakan metode ceramah, diskusi informasi dan mengikuti praktik langsung (Aris Astuti & Putri Wulandari, 2023) diantaranya :

1. Pendekatan partisipatif:

Prinsip: melibatkan UKM secara aktif di setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi.

Tujuan: memastikan bahwa solusi yang diusulkan memenuhi kebutuhan dan keinginan UKM, serta meningkatkan rasa kepemilikan dan keberlanjutan program.

Metode:

Diskusi Kelompok Terarah (FGD): diskusi kelompok terarah untuk mengidentifikasi masalah, kebutuhan, dan potensi UKM.

Wawancara mendalam: wawancara individual dengan UKM untuk memperoleh informasi lebih rinci tentang masalah dan harapan mereka.

Survei: mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif melalui kuesioner untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang karakteristik dan kebutuhan UKM.

Brainstorming: sesi curah pendapat untuk menghasilkan ide-ide kreatif dan solusi inovatif.

2. Pelatihan dan pendampingan:

Prinsip: meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri UKM dalam menggunakan teknologi digital melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur dan berkelanjutan.

Tujuan: Membekali UKM dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola bisnis mereka secara digital.

Metode:

Pelatihan klasik: pelatihan dengan menggunakan ceramah, diskusi, dan demonstrasi untuk menyampaikan konsep dan prinsip utama teknologi digital.

Pelatihan eksperiensial: pelatihan yang berfokus pada praktik langsung menggunakan perangkat lunak, platform, dan perangkat digital lainnya.

Studi kasus: analisis dan pembahasan kasus nyata keberhasilan dan kegagalan UKM dalam menggunakan teknologi digital.

Pendampingan satu lawan satu: pendampingan pribadi dari mentor berpengalaman untuk membantu UKM menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan.

Pendampingan kelompok: pendampingan kelompok untuk memberikan dukungan dan motivasi kepada UKM yang menghadapi tantangan serupa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teks yang Anda berikan adalah sebuah laporan singkat atau kutipan berita mengenai kegiatan pelatihan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Berikut adalah beberapa poin analisis dan bagaimana teks tersebut bisa diinterpretasikan atau dikembangkan: Tujuan Kegiatan: Jelas bahwa kegiatan ini

bertujuan untuk pemberdayaan UMKM, khususnya dalam aspek produksi (pembuatan keripik) dan manajemen usaha.

Respon Peserta: Sangat positif, terlihat dari kutipan peserta yang mengharapkan keberlanjutan program dan antusiasme yang ditunjukkan selama kegiatan.

Manfaat Langsung: Peserta mendapatkan:

Pelatihan praktik (pembuatan keripik).

Materi/modul pelatihan.

Kesempatan konsultasi langsung dengan ahli (tim dosen).

Pengetahuan tambahan di luar aspek produksi.

Cakupan Materi Tambahan: Pelatihan ini komprehensif, tidak hanya fokus pada satu aspek produksi, tetapi juga membekali peserta dengan pengetahuan fundamental bisnis lainnya:

Administrasi Keuangan: Pembukuan (sederhana dan digital).

Penetapan Harga: Penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP).

Manajemen Keuangan: Pengelolaan keuangan usaha secara umum.

Pemasaran: Strategi promosi dan pemasaran digital.

Bagaimana teks ini bisa relevan atau dikaitkan dengan konteks audit sebelumnya (jika ada kaitan):

Program Pemerintah/Lembaga: Jika kegiatan ini diselenggarakan oleh unit kerja Pemerintah Kota XYZ (atau lembaga yang terafiliasi), maka ini bisa menjadi salah satu program unggulan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Audit Kinerja Program: Auditor bisa mengevaluasi efektivitas program seperti ini:

Apakah tujuan program tercapai? (misalnya, berapa banyak UMKM yang berkembang setelah pelatihan).

Apakah sumber daya (anggaran, SDM penyelenggara/dosen) digunakan secara efisien?

Bagaimana tingkat kepuasan peserta? (teks ini sudah memberikan indikasi positif).

Apakah ada mekanisme tindak lanjut dan pendampingan pasca-pelatihan? (kutipan peserta mengindikasikan harapan untuk ini).

Keterkaitan dengan SDM:

SDM Penyelenggara: Apakah SDM yang terlibat dalam penyelenggaraan (misalnya, dari dinas terkait atau tim dosen) memiliki kompetensi yang memadai?

SDM Peserta: Program ini bertujuan meningkatkan kualitas SDM di tingkat UMKM.

Jika ini adalah teks yang berdiri sendiri tanpa kaitan dengan audit:

Ini adalah contoh laporan kegiatan yang baik dan informatif, menyoroti dampak positif dan konten yang diberikan kepada peserta. Teks ini bisa digunakan untuk:

Laporan pertanggungjawaban kegiatan.

Materi publikasi untuk menunjukkan keberhasilan program.

Bahan advokasi untuk keberlanjutan atau perluasan program serupa.

Singkatnya, teks tersebut menggambarkan sebuah inisiatif pelatihan UMKM yang sukses dan komprehensif, mendapatkan respon positif dari pesertanya, dan mencakup berbagai aspek penting dalam pengembangan usaha kecil.

Berdasarkan kutipan tersebut, peran mitra dalam kegiatan ini, yang diwakili oleh orang yang memberikan pernyataan ("katanya"), dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Sebagai Pemberi Testimoni dan Umpan Balik Positif:

Mitra (dalam hal ini, orang yang dikutip) secara aktif memberikan kesaksian tentang manfaat program ("Kegiatan seperti ini sangat bermanfaat..."). Ini penting untuk validasi program dan bisa digunakan untuk promosi atau laporan keberhasilan.

Mereka menyoroti target audiens yang paling merasakan manfaat ("terutama bagi warga yang ingin memulai atau mengembangkan usaha kecil").

Sebagai Advokat untuk Keberlanjutan Program:

Dengan menyatakan harapan agar program berlanjut ("Kami berharap program pendampingan ini bisa berlanjut ke depan"), mitra berperan sebagai pendukung atau advokat. Mereka melihat nilai jangka panjang dari kegiatan tersebut dan menginginkan kesinambungannya.

Sebagai Representasi Penerima Manfaat (atau Pihak yang Dekat dengan Penerima Manfaat):

Kata "kami" menunjukkan bahwa pembicara mungkin adalah salah satu peserta, perwakilan komunitas peserta, atau pihak yang memiliki kepentingan langsung terhadap keberhasilan dan keberlanjutan program tersebut (misalnya, lembaga pendamping UMKM lokal, asosiasi usaha, dll.). Peran mereka adalah menyuarakan kebutuhan dan aspirasi dari sisi penerima manfaat.

Sebagai Pihak yang Mengidentifikasi Nilai dan Dampak Program:

Mitra ini mampu mengartikulasikan nilai spesifik dari program, yaitu membantu warga memulai atau mengembangkan usaha kecil. Ini menunjukkan pemahaman mereka terhadap tujuan dan dampak program.

Secara lebih umum, peran mitra dalam suatu kegiatan bisa meliputi (meskipun tidak semua eksplisit dalam kutipan ini):

Penyedia Sumber Daya: Bisa berupa dana, fasilitas, keahlian, jaringan, atau materi. (Dalam konteks kutipan ini, tim dosen bisa dianggap mitra penyedia keahlian).

Kolaborator dalam Perencanaan dan Pelaksanaan: Terlibat dalam merancang, mengorganisir, dan menjalankan kegiatan.

Jembatan ke Komunitas/Target Audiens: Membantu menjangkau peserta yang tepat.

Pemberi Masukan untuk Perbaikan: Memberikan saran dan kritik konstruktif untuk pengembangan program.

Pihak yang Ikut Bertanggung Jawab atas Keberhasilan Program.

Dari kutipan yang diberikan, peran yang paling menonjol dari mitra yang berbicara adalah sebagai pemberi testimoni, pengapresiasi manfaat program, dan advokat untuk keberlanjutannya. Mereka melihat langsung dampak positif kegiatan tersebut dan berharap manfaatnya bisa terus dirasakan.



4. SIMPULAN

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini menegaskan bahwa digitalisasi adalah kunci strategis bagi UMKM untuk dapat bertahan, bersaing, dan bertumbuh di era modern. Investasi dalam peningkatan kapasitas digital UMKM terbukti merupakan langkah yang efektif untuk mendorong kemandirian ekonomi dan secara langsung berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Program ini berhasil menjadi katalisator bagi transformasi digital para pelaku UMKM di Kembangan utara dan membuka jalan bagi mereka untuk meraih pasar yang lebih luas serta pendapatan yang lebih baik.

SARAN

Selama pelaksanaan, ditemukan beberapa kendala seperti tingkat literasi digital yang beragam antar peserta, keterbatasan akses perangkat (ponsel) dan koneksi internet yang stabil. Hal ini menunjukkan bahwa program pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan untuk memastikan adopsi teknologi ini berjalan konsisten..

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Para pelaksana dan penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mercbuana yang sudah memberikan dana pelaksanaan ini serta Kembangan utara.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aris Astuti, W., & Putri Wulandari, S. (2023). Dampak Digital Teknologi Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 4(2), 383–390.
- Liu, E., & Sukmariningsih, R. M. (2021). Membangun Model Basis Penggunaan



- Teknologi Digital Bagi Umkm Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), 213. <https://doi.org/10.26623/jic.v6i1.3191>
- Nugroho, I. I. (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Dusun Serut. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2). <https://doi.org/10.30742/economie.v5i2.3599>
- Saroyo, D. P. (2023). Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 20–26. <https://ebfelepma.ums.ac.id/2023>
- Yuwana, S. I. P. (2020). Coronanomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(1), 47–59. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i1.58>