

PEMBERDAYAAN UMKM DESA SERUMBUNG MELALUI PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN PEMBAYARAN

¹Benito Jakob Abdillah, ²Brahmantika Satria, ³Lusi Yana Syafitri,
⁴PutriNirmala Anjas Sari, ⁵Nehemia Artah Sasta L.S.,
⁶Intan Gayatriani, ⁷Tegar Mugi Mulia, ⁸Fezi Sonia, ⁹Fania Indriazora,
¹⁰Hasanatul Aini, ¹²Anisa Aryan Nabilah, Dina Febria Puspita,
¹³Diaz Agustian, ¹⁵Ahmad Rafik Hidayat

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14} Universitas Bengkulu

*E-mail: dotkombenito@gmail.com

Received September 2024, Accepted October 2024

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menciptakan peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar mereka melalui digitalisasi. Namun, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Penelitian ini membahas pelatihan pengembangan UMKM di Desa Serumbung, Kecamatan Kerkap, Kabupaten Bengkulu Utara, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial Instagram untuk pemasaran, membuat pamflet dan logo menggunakan aplikasi Canva, serta mengimplementasikan QRIS melalui dompet digital DANA untuk mempermudah transaksi. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang teknologi digital dan menerapkannya secara praktis dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Tantangan yang dihadapi termasuk adaptasi teknologi dan kebutuhan akan pendampingan lanjutan serta dukungan infrastruktur yang memadai. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Desa Serumbung.

Kata Kunci: UMKM, digitalisasi, pelatihan, pemasaran digital, QRIS, CANVA

ABSTRACT

THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN INDONESIA HAS CREATED GREAT OPPORTUNITIES FOR MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) TO EXPAND THEIR MARKETS THROUGH DIGITALIZATION. However, many MSMEs have not utilized digital technology optimally. This study discusses MSME development training in Serumbung Village, Kerkap District, North Bengkulu Regency, which aims to improve the knowledge and skills of MSME actors in using Instagram social media for marketing, creating pamphlets and logos using the Canva application, and implementing QRIS through the DANA digital wallet to facilitate transactions. The results of this training indicate that MSME

actors can improve their understanding of digital technology and apply it practically in daily business activities. Challenges faced include technology adaptation and the need for further assistance and adequate infrastructure support. Overall, this training has a positive impact on increasing the competitiveness and sustainability of MSMEs in Serumbung Village.

Keywords: MSMEs, digitalization, training, digital marketing, QRIS, CANVA

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia mengalami perubahan seiring dengan perubahan perilaku masyarakat. Sebanyak 49,6% konsumen mencari informasi produk secara *online* sebelum melakukan pembelian (Riset Alvara, 2019) dengan demikian menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar serta menjadi tantangan agar mampu bertahan di era digitalisasi. Usaha mikro memiliki peran penting dalam laju perekonomian sehingga diperlukan kolaborasi dalam membantu digitalisasi ekonomi. Jumlah UMKM di Indonesia 59,2 juta dari jumlah tersebut 3,79 juta atau 8% yang sudah *go digital* (Kominfo, 2017).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300 juta. Usaha kecil memiliki karakteristik seperti kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta s.d Rp500 juta dan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta s.d Rp2,5 miliar. Sedangkan usaha menengah dicirikan memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta s.d Rp10 miliar dan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar s.d Rp50 miliar.

Pada umumnya, UMKM di Indonesia berbasis keluarga dengan struktur organisasi yang sederhana. Selain itu, UMKM di Indonesia juga memiliki proses produksi yang relatif padat karya, memiliki kemampuan manajemen yang terbatas, memiliki akses terbatas terhadap permodalan, informasi, dan teknologi, masih bergantung pada pasar lokal, dan berorientasi pada produk primer.

Revolusi digital telah mengubah lanskap bisnis di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka banyak peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tumbuh dan berkembang. UMKM, yang selama ini dianggap rentan terhadap perubahan, kini memiliki kesempatan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan mereka melalui adopsi teknologi digital (Firdausya & Ompusunggu, 2023).

Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Afrilia, 2018). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan *digital marketing*. *Digital marketing* atau pemasaran digital terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon

konsumen (Purwana et al., 2017).

UMKM yang memiliki akses *online*, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commercenya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang baik secara signifikan dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (Wardhana, 2018).

Media lain yang juga seringkali digunakan dalam *digital marketing* adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur akun bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan adanya fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis (Rachmawati, 2018).

Permasalahan utama yang Dihadapi UMKM menuju digitalisasi adalah masih rendahnya sumber daya manusia dan akses teknologi yang belum merata sehingga untuk menghadapi tantangan tersebut harus adanya pendampingan dan edukasi kepada pelaku bisnis yang menginginkan perubahan (Fuadi et al., 2021).

Upaya untuk mewujudkan UMKM menghadapi era digital mengharuskan adanya suatu gerakan pemberdayaan. Secara umum pemberdayaan berarti memberikan kekuatan kepada orang lain dalam mengarahkan dan menegaskan kekuatan sebagai perwujudan perilaku masing-masing individu serta sumber daya keterampilan, sikap, jaringan (modal sosial), material dan peran orang lain untuk menentukan tujuan dan menindaklanjutinya (Pigg, 2002).

Melalui komunitas sosial dalam proses pemberdayaan yaitu memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam merangkul pelaku UMKM terhadap permasalahan yang dihadapi serta menekankan pada kemampuan kolaboratif yang berorientasikan mempengaruhi struktur dan hubungan sosial ekonomi (Herwina & Mustakim, 2019). Proses pendampingan yang tidak kalah penting untuk diperhatikan di antaranya adalah dengan menerapkan fungsi manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengerakan, pembinaan, penilaian dan pengembangan dalam mencapai tujuan (Achmad Hufad, 2017).

Desa Serumbung yang terletak di Kecamatan Kerkap Kabupaten Bengkulu Utara memiliki jumlah penduduk sebanyak 543 jiwa dengan mayoritas mata pencaharian masyarakatnya yaitu wiraswasta dan petani. Walaupun bukan termasuk ke dalam kategori desa yang memiliki keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital seperti internet berkecepatan tinggi, mayoritas pelaku UMKM di Desa Serumbung masih belum memanfaatkan perubahan digitalisasi ini dengan optimal. Masalah tersebut timbul akibat para pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan dan keterampilan digital yang memadai, seperti kemampuan menggunakan platform sosial media, aplikasi keuangan digital, dan alat pemasaran digital. Mengingat banyaknya manfaat yang dapat dirasakan jika menerapkan

digitalisasi dalam kegiatan UMKM, sangat penting untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengimplementasikan digitalisasi.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya melalui media sosial instagram, membuat pamflet dan logo menggunakan Canva, serta membuat QRIS melalui dompet digital DANA. Dengan adanya pelatihan ini, para pelaku UMKM di Desa Serumbung diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran produknya, meningkatkan citra dan daya tarik *brand* di mata konsumen, dan memudahkan transaksi pembayaran bagi konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka solusi yang dapat dilakukan adalah dengan melaksanakan Pelatihan Pengembangan UMKM Desa Serumbung yang di adakan di balai Desa Serumbung. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang Digitalisasi pemasaran, dan pembayaran. Dengan adanya Pelatihan ini pelaku UMKM dapat mengetahui tentang perkembangan teknologi serta pertumbuhan ekonomi kreatif di lingkungan Desa Derumbung.

MATERI DAN METODE

Kegiatan Pelatihan UMKM dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2024 dan dimulai dengan melakukan persiapan dan koordinasi dengan kepala Desa. Koordinasi dilakukan dengan tujuan agar kegiatan Pelatihan UMKM berjalan dengan baik dan memperoleh dukungan dari pihak yang terkait di dalam kegiatan Pelatihan tersebut.



Gambar 1. Pembukaan acara

Pembukaan acara di mulai dengan narasumber membuka acara dan membaca doa serta kepala desa membuka acara dengan resmi. Panitia tampak sedang sibuk menyiapkan acara serta menunggu para pelaku UMKM untuk dapat hadir di pelatihan UMKM yang ada.



Gambar 2. Pada saat melakukan percobaan

Para pelaku UMKM terlihat sangat antusias untuk bertanya satu sama lain untuk beberapa tahap yang tidak atau belum mereka pahami ketika mempraktekan hal yang sudah disampaikan. Gambar di atas menunjukkan bahwa pelaku UMKM sangat memperhatikan teman yang berhasil melakukan apa yang sudah disampaikan oleh pemateri.



Gambar 3. Hasil oleh salah satu peserta

Kegiatan ini menunjukkan kegiatan yang *outputnya* langsung bisa dirasakan dan dipraktikkan oleh para pelaku UMKM di Desa Serumbung. Para pelaku UMKM merasa sangat senang dengan adanya pelatihan ini, bisa dilihat pada gambar di atas.



Gambar 4. Dokumentasi dengan peserta UMKM desa

Acara ini ditutup dengan sesi foto bersama dengan para pelaku UMKM desa. Sesi ini dilaksanakan ketika para peserta sudah paham dan sudah mempraktikan apa yang sudah disampaikan pemateri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pengembangan UMKM di Desa Serumbung berhasil diadakan dengan melibatkan 25 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha, seperti kuliner, kerajinan, dan pertanian. Materi pelatihan mencakup penggunaan media sosial Instagram sebagai platform pemasaran, pembuatan pamflet dan logo menggunakan aplikasi Canva, serta implementasi QRIS melalui dompet digital DANA untuk mempermudah transaksi pembayaran.

Setelah pelatihan, para peserta mampu membuat akun bisnis di Instagram dan mengoptimalkan fitur-fitur yang ada untuk mempromosikan produk mereka. Mereka juga diajarkan cara membuat konten yang menarik, seperti foto produk yang estetik dan deskripsi yang informatif. Selain itu, sebagian besar pelaku UMKM yang dilatih untuk membuat pamflet promosi dan logo produk menggunakan aplikasi Canva sudah mampumenghasilkan pamflet dan logo yang sesuai dengan identitas produk mereka. Pamflet dan logo tersebut diharapkan dapat meningkatkan citra produk di mata konsumen. Pelatihan ini juga berhasil membantu para peserta dalam mengimplementasikan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS melalui dompet digital DANA. Hal ini bertujuan untuk mempermudah proses transaksi dan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Pelatihan ini nerhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital para pelaku UMKM di Desa Serumbung. Meskipun awalnya banyak peserta yang merasa kesulitan terutama dalam menggunakan teknologi baru, antusiasme mereka cukup tinggi untuk belajar dan mengembangkan usaha mereka.

Sebagian besar peserta pelatihan belum familiar dengan penggunaan media sosial untuk keperluan bisnis sebelum mengikuti pelatihan ini. Namun, melalui pendampingan yang intensif, mereka berhasil memahami cara memanfaatkan teknologi tersebut untuk mempromosikan produk mereka. Adaptasi teknologi ini menunjukkan bahwa UMKM di Desa Serumbung memiliki potensi untuk berkembang lebih lanjut jika diberikan edukasi dan bimbingan yang tepat. Pendampingan yang dilakukan oleh panitia dan pemateri terbukti efektif dalam membantu peserta menghadapi tantangan dalam menggunakan teknologi digital. Dengan memberikan contoh-contoh konkret dan langkah-langkah yang jelas, para pelaku UMKM dapat mengatasi kesulitan yang mereka hadapi selama proses pembelajaran.

Output dari pelatihan ini dapat langsung dirasakan oleh para pelaku UMKM. Mereka mampu mengaplikasikan materi yang diberikan secara praktis dan menunjukkan hasil yang nyata, seperti peningkatan penjualan dan branding produk. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan yang dilakukan telah sesuai dengan kebutuhan dan kondisi para pelaku UMKM. Meskipun pelatihan ini telah memberikan manfaat yang signifikan, tantangan kedepan tetap ada. Beberapa pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan

lanjutan untuk memastikan mereka dapat terus mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh. Selain itu, diperlukan pula dukungan infrastruktur yang memadai, seperti akses internet yang stabil untuk mendukung proses digitalisasi UMKM di Desa Serumbung.

Secara keseluruhan, pelatihan ini menunjukkan bahwa dengan edukasi yang tepat dan pendampingan yang intensif, UMKM di desa-desa dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

KESIMPULAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menciptakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui digitalisasi, namun masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Pelatihan pengembangan UMKM di Desa Serumbung berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial, aplikasi desain, dan sistem pembayaran digital, sehingga berdampak positif pada peningkatan penjualan dan branding produk. Meskipun demikian, tantangan seperti adaptasi teknologi, kebutuhan pendampingan lanjutan, dan dukungan infrastruktur yang memadai masih perlu diperhatikan untuk dapat mengembangkan potensi digitalisasi UMKM di desa-desa secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN "WAROENK ORA UMUM" DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Digital Abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1).
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1). <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Herwina, W., & Mustakim, M. (2019). Business and Industry World Contributions to Community Empowerment. *Journal of Nonformal Education*, 5(1). <https://doi.org/10.15294/jne.v5i1.18342>
- Pigg, K. E. (2002). Three Faces of Empowerment: Expanding the Theory of Empowerment in Community Development. *Journal of the Community Development Society*, 33(1). <https://doi.org/10.1080/15575330209490145>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1). <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rachmawati, F. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah

- (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. In *Transcommunication* (Vol. 53, Issue 1).
- Wardhana, A. (2018). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan. Seminar Nasional Forum Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015.