

PENGEMBANGAN DAN OPTIMALISASI UMKM KWT MAJU BERSAMA MELALUI METODE PELATIHAN BERBASIS DIGITAL

Hendra Kurniawan¹, Anita Dewi Purwati², Supriyadi³, Rossa Wulandari⁴, Dina Warsahanda⁵,
Antoni Suseno⁶

^{1,2,3,4,5,6}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

hendra.kurniawan@darmajaya.ac.id¹, Anita_dewi_purwati14@gmail.com², King_supriyadi70@gmail.com³,
dinawarsahanda729@gmail.com⁴, rosawulandari1410@gmail.com⁵, anthony.rbs999@gmail.com⁶

ABSTRACT

In the era of increasingly rapid technological development, making it easy to innovate and be innovative to be able to develop for the better is no exception for MSMEs. Not a few MSMEs in Indonesia are still lacking in knowledge to develop their businesses with the digital world such as social media or other platforms. MSMEs need training and education on the importance of running a business in the era of very tight competition. The problems faced by MSMEs group of Women Farmers are advancing Together in the village of insight, Tanjung Sari, Lampung Selatan, namely the lack of knowledge and training on business development using digital media such as digital financial management, sales and marketing and innovation in products. The purpose of this community service activity (PKPM) is carried out in groups using training and education methods to MSME players by using a digital basis so that MSMEs can reach a wider market, we provide the training needed for MSME players in advanced kwt Together that produce banana chips, dumpling chips, and semprong cakes in Wawasan Village, Tanjung Sari, South Lampung with members training fish such as marketing through social media, digital-based financial management, and product packaging innovation and the importance of business letters.

Keywords— MSME, Digital, Innovation, Development, Entrepreneurship

ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi yang semakin cepat, memberikan kemudahan dalam berinovasi dan inovatif untuk dapat berkembang menjadi lebih baik lagi tidak terkecuali bagi UMKM. Tidak sedikit UMKM di Indonesia yang masih minim akan pengetahuan untuk mengembangkan usahanya dengan dunia digital seperti media sosial atau platform lain. UMKM perlu adanya pelatihan dan edukasi pentingnya menjalankan usaha di era persaingan yang sangat ketat. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kelompok Wanita Tani Maju Bersama di Desa Wawasan, Kec. Tanjung Sari, Kab. Lampung Selatan yaitu kurangnya pengetahuan dan pelatihan tentang pengembangan usaha menggunakan media digital seperti pengelolaan keuangan secara digital, penjualan dan pemasaran serta inovasi pada produknya. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yang dilaksanakan secara kelompok dengan menggunakan metode pelatihan dan edukasi kepada pelaku UMKM dengan menggunakan basis digital sehingga UMKM dapat lebih menjangkau pasar yang luas itu kami memberikan pelatihan yang dibutuhkan pelaku UMKM KWT Maju Bersama yang memproduksi keripik pisang, keripik pangsit, dan kue semprong di Desa Wawasan, Kec. Tanjung Sari, Kab. Lampung Selatan dengan memberikan pelatihan seperti pemasaran melalui media sosial, pengelolaan keuangan basis digital, dan inovasi kemasan produk serta pentingnya surat usaha.

Kata Kunci— UMKM, Digital, Inovasi Pengembangan, Kewirausahaan

I. PENDAHULUAN

UMKM merupakan Usaha Micro Kecil Menengah yang berperan penting dalam sektor perekonomian, dengan adanya UMKM mampu menciptakan lapangan kerja baru dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat. UMKM juga melatih agar dapat membangun usaha sendiri untuk menjadi masyarakat yang sejahtera dalam peningkatan taraf hidup yang lebih baik [1]. Berbagai macam hambatan dan masalah ditengah arus globalisasi yang semakin berkembang cepat ,serta tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu bersaing dalam menghadapi berbagai tantangan global, seperti: meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi,serta perluasan area pemasaran atau penjualan [2]. UMKM Dapat terus bertahan dan berkembang dengan adanya pengetahuan teknologi karena teknologi sangat berperan besar disegala aspek bidang kehidupan tidak terkecuali dalam pengembangan usaha yang dimiliki pelaku UMKM.

Berbagai kelemahan yang dimiliki UMKM antara lain kurangnya pengetahuan akan cara pemanfaatan teknologi, serta kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. untuk itu sangat Penting inovasi dalam mengoptimalkan strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, inovasi kemasan atau pakacging serta surat izin usaha bagi pelaku UMKM [3]. Di era globalisasi dan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, salah satu syarat dasar bagi kelangsungan hidup UMKM adalah kapasitas dan kualitas sumber daya yang memadai. UMKM harus mampu memiliki inovasi dan kreatifitas tidak hanya keterampilan dalam membuat produknya tetapi juga pemasaran produk baik untuk memenuhi kebutuhan pasar dan menjangkau pemasaran yang lebih luas lagi [4]. Untuk itu perlunya pelatihan bagi pelaku UMKM di era digital ini. Karena masih banyak pelaku UMKM yang belum bisa memanfaatkan teknologi yang ada untuk melakukan pemasaran dan pengelolaan secara maksimal [5].

Salah satu yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM adalah *e-commerce*, yang merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan internet. Meskipun konsumen dan penjual tidak bertemu langsung, transaksi tetap berjalan lancar. Dengan kata lain, *e-commerce* menawarkan kemudahan dalam berbelanja secara *online* [6]. Atau dioptimalkan dengan strategi pemasaran lainnya seperti menggunakan media social yang ada berupa whatsapp business ataupun Instagram dan facebook. Menggunakan jejaring sosial dan internet yang luas tanpa dibatasi ruang dan waktu akan menjadi cara pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk bisnis. Penggunaan media sosial dapat mempermudah proses promosi dan pembelian yang dilakukan oleh UMKM dengan konsumennya serta dapat menekan biaya.

Pengelolaan keuangan bagi UMKM juga sangat penting banyak UMKM yang masih menggunakan pembukuan secara manual karena keterbatasan pengetahuan sehingga pembukuan masih kurang efektif berbagai masalah dan kendala masih sering muncul akibatnya perhitugan kurang tertata dengan baik dan rapi untuk itu UMKM diajarkan untuk melakukan pengelolaan keuangan secara digital dengan menggunakan aplikasi kasir stroberi [7]. aplikasi ini merupakan aplikasi pengelolaan keuangan digital adalah stroberi kasir merupakan aplikasi yang digunakan untuk mempermudah pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan dengan cepat dan praktis.

Untuk itu tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang dilaksanakan secara kelompok dengan metode pelatihan dan edukasi ini adalah memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM secara langsung serta memberikan informasi dan tambahan pengetahuan yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani di Desa Wawasan, Kec. Tanjung Sari, Kab. Lampung Selatan. Melalui kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat mempraktikkan secara langsung dan memperoleh tambahan pengetahuan terkait pengelolaan usaha bagaimana strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, dan membuat inovasi desain serta surat izin legalitas usaha. Informasi dan pengetahuan yang diberikan akan dikemas dalam bentuk gambar pelatihan dan edukasi. Metode pelaksanaan dilaksanakan secara. Hasil dari kegiatan yang dilaksanakan yaitu adanya pelatihan yang dilaksanakan secara langsung dan materi edukasi kepada pengusaha UMKM dengan memanfaatkan teknologi informasi berbasis digital yang ada saat ini.

II. MASALAH

Permasalahan yang dihadapi pada UMKM di Desa Wawasan, Kec. Tanjungsari, Kab. Lampung Selatan yaitu pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk pengembangan bisnis dalam bidang pemasaran dan penjualan serta pengelolaan keuangan dan inovasi desain produk beserta legalitas usaha sehingga perlu adanya pelatihan dan edukasi.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang akan dipakai dalam mencapai tujuan untuk memberdayakan UMKM KWT Maju Bersama dengan pendekatan pelatihan dan edukasi dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota UMKM diberbagai bidang.

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengadakan pertemuan dengan mitra yaitu untuk membicarakan masalah yang terjadi dalam pengelolaan bisnis UMKM KWT Maju Bersama yang memproduksi keripik pisang, keripik pangsit, dan kue semprong;
2. Mengadakan pertemuan untuk menggali masalah atau kendala utama yang dihadapi;
3. Berdasarkan hasil pembicaraan bersama dengan pelaku UMKM, masalah utama yang menyangkut pengelolaan bisnis usaha seperti, belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran menggunakan pemanfaatan media sosial, belum memiliki inovasi logo kemasan pada produk, pengelolaan keuangan yang masih manual, serta belum memiliki legalitas usaha.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di UMKM KWT Maju Bersama Desa Wawasan Kecamatan Tanjung Sari, diawali dengan tim pengabdian melakukan kunjungan untuk pengamatan untuk menemukan potensi UMKM. Kunjungan tim pengabdian pada UMKM KWT Maju Bersama dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kunjungan Tim Pengabdi ke UMKM KWT Maju Bersama

UMKM KWT Maju Bersama terletak di Desa Wawasan Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Lampung Selatan yang memiliki wilayah seluas 486 Ha. Peta wilayah wilayah Desa Wawasan dapat dilihat seperti gambar 2 berikut:



Gambar 2. Peta Wilayah Desa Wawasan

Wawasan pertama kali dibuka pada tahun 1974/1975, merupakan bagian dari Desa Purwodadi Simpang. Potensi yang dimiliki Desa Wawasan adalah pertanian dan perkebunan (padi, jagung, karet, kelapa, singkong), peternakan (kambing, ayam, sapi). Mata pencarian penduduk Desa Wawasan adalah petani, pedagang, pegawai, guru, buruh, swasta, dan lain-lain.

UMKM KWT Maju Bersama adalah unit usaha desa, dikelola oleh Ibu Khodijah. UMKM KWT Maju Bersama mengelola berbagai produk seperti keripik pisang, kue semprong, dan keripik pangsit.

Usaha untuk memberdayakan dan mengembangkan serta meningkatkan usaha UMKM KWT Maju Bersama telah dilakukan pengabdian kepada masyarakat, antara lain:

1. Pelatihan Pembuatan Akun Instagram UMKM

Kegiatan yang telah dilakukan yaitu pemberian edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran adalah dengan membuat profil informasi yang jelas pada akun media sosial, kemudian harus membuat postingan konten yang menarik dan kreatif, hal tersebut dapat membuat konsumen merasa penasaran sehingga mereka minat untuk membeli produk yang di jual pada akun media sosial serta membuat Instagram ads yaitu iklan yang berbayar dapat menjangkau target konsumen yang lebih luas dan gunakan hastag pada setiap postingan konten, agar produk dapat di temukan lebih mudah oleh konsumen. Pemanfaatan media sosial khususnya Instagram dan Whatsapp Business sebagai media promosi produk adalah cara paling inovatif dan efektif. Dimana penggunaan media sosial ini merupakan strategi dalam meningkatkan penjualan produk dan minat beli masyarakat secara meluas. Sehingga potensi dalam memberikan dampak penjualan produk yang signifikan. Selain itu produk yang dipasarkan melalui media sosial menjadi lebih dikenal masyarakat didalam dan diluar daerah. Adapun kegiatan pelatihan pembuatan akun media sosial dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Akun Media Sosial

2. Pelatihan Pengelolaan Keuangan Secara Digital

Pelatihan ini dilakukan sebagai upaya untuk mengenalkan kepada masyarakat terutama pengelola UMKM bahwa di era saat ini pembukuan tidak hanya dapat dilakukan secara manual, tetapi dapat dilakukan secara digital. Dengan pelatihan ini diharapkan pengelola UMKM yang ada di Desa Wawasan melakukan pembukuan secara digital menggunakan aplikasi stroberi kasir. Pelatihan pengelolaan keuangan secara digital dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan Pengelolaan Keuangan Secara Digital

3. Pembuatan Desain Logo Kemasan

Kegiatan yang telah dilakukan kepada UMKM KWT Maju Bersama adalah memberikan edukasi dan pelatihan desain kemasan sebuah produk agar terlihat lebih menarik sehingga produk memiliki nilai jual yang lebih tinggi serta untuk meningkatkan penjualan. Tujuan pelatihan desain logo kemasan adalah untuk membantu pelaku umkm khususnya UMKM KWT Maju Bersama di Desa Wawasan lebih berkembang. Pelatihan pembuatan desain logo kemasan dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Pelatihan Desain Logo Kemasan Produk UMKM KWT Maju Bersama

Berikut ini adalah tampilan kemasan asli hingga dibuat kemasan dan logo yang baru:



Gambar 6. Tampilan Kemasan Sebelum dan Sesudah Dibuat dengan Inovasi Baru

Selain memanfaatkan media sosial sebagai media promosi UMKM juga dapat didapat terus menjaga kualitas produk dari UMKM Kelompok Wanita Tani Maju Bersama ini agar produk yang dihasilkan tetap terjaga kualitas produknya dengan banyak inovasi baru, hal ini menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta mampu bersaing antar kompetitor atau pesaing produk yang sejenis atau sama. Sehingga mencerminkan kualitas yang layak dan berdaya saing sehingga UMKM KWT Maju Bersama lebih maju dan berkembang. Melalui kemampuan produk yang dimiliki untuk menjalankan berbagai hal yang mencakup daya tahan produk, kualitas, hingga keamanan serta kemajuan, kekuatan, kemudahan dan daya Tarik serta dalam pengemasannya. Berikut ini proses dalam pembuatan produk UMKM KWT Maju Bersama yang terdiri dari keripik pisang, keripik pangsit, kue semprong Khas Desa Wawasan, Kecamatan Tanjung Sari, Kabupaten Lampung Selatan.

Setelah melewati proses pembuatan keripik pisang, keripik pangsit, dari proses pemotongan pisang, perendaman air kapur serta penggorengan keripik siap untuk dikemas dan dipasarkan melalui media sosial instagram.



Gambar 5. Proses Pembuatan dan Pengemasan Produk

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berupa pemberdayaan UMKM KWT Maju Bersama melalui:

1. Kegiatan pelatihan dan edukasi tentang penggunaan media sosial instagram dan Whatsapp Business dalam meningkatkan penjualan serta inovasi desain logo kemasan agar kemasan lebih menarik, pengelolaan keuangan berbasis digital agar lebih mudah dan praktis, pada UMKM KWT Maju Bersama di Desa Wawasan, Kecamatan Tanjung Sari, Lampung Selatan telah berdampak positif dimana penjualan dan produk semakin dikenal oleh masyarakat luas dan pengelolaan keuangan menjadi tertata.
2. Pemilik UMKM sudah mengetahui pentingnya kemasan dan logo produk serta memahami cara memasarkan produk menggunakan media sosial Instagram dan WhatsApp Business dibuktikan dengan produk tidak hanya dikenal di Desa Wawasan tapi juga di luar daerah. Selain itu, produksi meningkat 5-8%.
3. Pemilik UMKM cenderung menyukai pengelolaan keuangan dengan menggunakan aplikasi digital, dikarenakan riwayat transaksi penjualan terdata pada aplikasi kasis stroberi.

5.2 SARAN

Perlu adanya kegiatan monitoring, sosialisasi dan pengawasan dari pemerintah khususnya aparat desa dan Dinas UKM dan Koperasi agar para pelaku UMKM lainnya juga diadakan pelatihan dan edukasi tentang apa saja yang dibutuhkan UMKM dimasa digital ini agar terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada sehingga UMKM dapat bersaing, serta pendampingan secara berkelanjutan baik untuk produksi, pemasaran dan administrasi pembukuan serta legalitas usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Sarfiah, H. Atmaja, and D. Vrawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *J. REP (Riset Ekon. Pembangunan)*, vol. 4, no. 2, pp. 1–189, 2019, doi: 10.31002/rep.v4i2.1952.
- [2] H. P. Yuwinanto, "Pelatihan keterampilan dan upaya pengembangan UMKM di Jawa Timur," *J. Sosiol. Dialekt.*, vol. 13, no. 1, p. 79, 2020, doi: 10.20473/jsd.v13i1.2018.79-87.
- [3] N. Sunardi, R. Lesmana, Rudi, Kartono, and W. Hasbiyah, "Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi UMKM Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19," *Abdi Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 75–86, 2020, [Online]. Available: <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/7416/4901>.
- [4] F. N. Kusumadewi, "Pengembangan Desain Pelatihan Pada Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Wisata," *Instruksional*, vol. 2, no. 2, p. 71, 2021, doi: 10.24853/instruksional.2.2.71-81.
- [5] I. Y. Niode, "Sektor UMKM di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan," *J. Kaji. Ekon. dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2019, [Online]. Available: <https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-UMKM-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>.

- [6] S. J. Raharja and S. U. Natari, "Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital," *Kumawula J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, p. 108, 2021, doi: 10.24198/kumawula.v4i1.32361.
- [7] K. Sedyastuti, "Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global," *INOBIJ J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 117–127, 2018, doi: 10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65.