

DIGITALISASI UMKM : UPAYA PENINGKATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DESA WINDUSARI

Restuning Amalia, Riski Bagas Santoso, Regita Sekar Mayang Berlianti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

Diterima: 11 Oktober, 2023 | Revisi: 11 Desember, 2023 | Diterbitkan: 11 Januari 2024

ABSTRACT

In the industrial era 5.0, technology is developing rapidly throughout all levels of society. The benefits of technology can already be felt in everyday life. Such as the activities of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), in running their businesses they have digitized by marketing online. The aim of this research is to examine further the impact of digital marketing on increasing the sales volume of MSMEs in Windusari Village. The analysis used is descriptive qualitative using a triangulation model, namely a mixed method of interviewing and observing MSMEs actors. The results of this research indicate that digital marketing has not been fully utilized optimally by MSMEs in Windusari Village. This is because most of the business actors in Windusari Village are elderly mothers for whom technology has not been well absorbed. Even though its use is not yet optimal, digital marketing can make it easier for MSMEs to provide information and interact directly with consumers, expand market share and increase sales volume for MSMEs in Windusari Village.

Keywords: Digitalization of MSME, Digital Marketing, Empowerment

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini. Hal ini disebabkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan yang dibarengi dengan kemajuan teknologi. Setiap inovasi yang diciptakan bertujuan untuk memudahkan kehidupan manusia. Manfaat perkembangan teknologi diakui oleh berbagai kalangan. Manfaat tersebut dapat dirasakan oleh para internet marketer, blogger, dan vlogger, dan kini toko online juga semakin penting di mata konsumen. Salah satu kekuatan ekonomi di Indonesia saat ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM memiliki kontribusi 61,9% pada Produk Domestik Bruto dan menyerap sebesar 97% tenaga kerja di Indonesia. UMKM merupakan jenis usaha yang modalnya relatif kecil, mengedepankan bakat, kreatifitas, keterampilan, pengetahuan, dan kegiatan sehari-hari sehingga menyebabkan UMKM cukup berkontribusi pada sektor perekonomian (Hasan et al., 2022).

Desa Windusari merupakan desa yang berada di Lereng Gunung Sumbing. Terdapat banyak potensi desa yang dapat digali, salah satunya adalah UMKM. Desa ini memiliki sekitar 40 jenis usaha dan sekitar 140 pelaku UMKM, sehingga mampu mendorong peningkatan ekonomimasyarakat Desa Windusari. Meskipun sektor UMKM ini tergolong maju, kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah proses pemasaran. Pelaku usaha mayoritas menggunakan tengkulak, sehingga nilai produk yang dihasilkan oleh para pelaku usaha cenderung rendah.

Sebuah solusi pemasaran perlu ditingkatkan yaitu melalui media digital dengan pembentukandigitalisasi UMKM. Dengan digitalisasi UMKM, para pelaku usaha dapat secara leluasa menggambarkan kelebihan dan keunikan produk mereka untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak. Selain itu, terdapat keuntungan dalam pemanfaatan teknologi digital diantaranya peningkatan pendapatan, lebih kreatif dan inovatif, serta mampu untuk menembus perdagangan internasional.

*Corresponding Author:

Email : restuningamalia71@students.unnes.ac.id

Alamat : Unnes, Sekaran, Kec. Gn. Pati, Kota
Semarang, Jawa Tengah 50229



This article is published under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Berdasarkan permasalahan dan potensi tersebut, maka yang dapat dilakukan yaitu dengan penerapan program kerja yang sesuai dari tim UNNES GIAT 5 Desa Windusari berupa Digitalisasi UMKM. Bentuk digitalisasi ini menggunakan platform *e-commerce* dan Sosial Media. Beberapa platform *e-commerce* yang sering digunakan dalam digitalisasi UMKM adalah shopee, tokopedia, lazada, bukalapak, blibli, dan JD.ID. Menurut data tahun 2022, platform *e-commerce* yang paling sering digunakan adalah shopee dengan presentase sebesar 77%. Kemudian ada tokopedia sebesar 39%, dan lazada sebesar 25%. Selain platform *e-commerce*, digitalisasi UMKM diterapkan melalui media sosial seperti instagram, facebook, tiktok, grab, dangfood.



Gambar 1. Platform Media Sosial Instagram

Program kerja pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah melalui fasilitas Digitalisasi UMKM dengan penggunaan Sosial Media Instagram. Manfaat dari penggunaan media sosial instagram sebagai bentuk digitalisasi UMKM yaitu untuk memperluas jangkauan pasar, efisiensi biaya, menampilkan informasi produk, menambah daya tarik dan mempermudah akses pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memadukan teknik wawancara terstruktur, wawancara mendalam, dan observasi berbasis UMKM. Secara teori, metode penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif. Bedanya, penelitian kualitatif pada umumnya tidak terstruktur sehingga menyulitkan pembuatan desain penelitian kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan gambaran utuh tentang sesuatu berdasarkan pendapat orang yang diteliti. Penelitian kualitatif mengacu pada gagasan, persepsi, pendapat, dan keyakinan orang yang diteliti, yang kesemuanya tidak dapat diukur secara numerik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sehingga daripada menggunakan istilah populasi atau sampel, yang digunakan adalah situasi sosial dan informan. Informan penelitian ini adalah para pegiat UMKM yang aktif di Desa Windusari. Meski sudah memanfaatkan teknologi informasi, namun mereka belum banyak memahami pemasaran digital menggunakan aplikasi, seperti penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, serta penggunaan marketplace seperti bukalapak, tokopedia, dan shopee. Penelitian ini

menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara terstruktur, wawancara mendalam, dan observasi di Desa Windusari Kabupaten Magelang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang didapat melalui observasi terhadap para pelaku UMKM di Desa Windusari. Mayoritas pelaku usaha masih terkendala teknologi, sehingga dengan adanya perkembangan teknologi membuat para pelaku usaha perlu penyesuaian dalam memasarkan produknya melalui media digital. Hal tersebut dikarenakan mayoritas pelaku usaha UMKM adalah ibu-ibu yang sudah menginjak usia lanjut. Disisi lain, sudah terdapat beberapa pelaku usaha yang sudah memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran digital. Kemajuan teknologi membuat para pelaku UMKM perlu menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi dalam proses pemasaran. Pemasaran produk UMKM sudah banyak bertransformasi ke arah digital dengan menggunakan platform *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, facebook ads, dan platform media sosial lain seperti whatsapp dan instagram. Dari beberapa pelaku UMKM yang menjadi informan, di Desa Windusari terdapat beraneka ragam UMKM dari industri tahu, makanan, minuman, fashion, dan ritel.

Beberapa UMKM menggunakan media sosial untuk menjangkau dan menginformasikan produknya kepada konsumen dari berbagai daerah tidak hanya di Desa Windusari. Media sosial yang digunakan antara lain instragram, whatsapp, facebook, dan tiktok. Beberapa platform tersebut dirasa memberikan manfaat untuk meningkatkan penjualan mereka. Buktinya, ada beberapa pelaku UMKM yang mendapat orderan di luar daerah dan menjadi supplier makanan di pusat oleh-oleh Magelang. Tentu hal ini menjadi sentimen positif dimana kemajuan teknologi dapat membawa perubahan bagi pelaku UMKM di Desa Windusari.

Beberapa pelaku UMKM di Desa Windusari bekerja sama dengan marketplace untuk menjual barang mereka ke seluruh Indonesia. Beberapa pelanggan menggunakan platform *e-commerce* besar di Indonesia seperti Shopee dan Tokopedia. Selain mudah digunakan, platform ini memberikan pelaku UMKM rasa aman dalam pembayaran karena *e-commerce* tersebut akan memindahkan jumlah uang yang dibayarkan pelanggan ketika barang mereka tiba di tangan pelanggan. Selain itu, salah satu platform yang sedang populer saat ini adalah penggunaan aplikasi ojek online, seperti GoJek. Aplikasi GoJek menyediakan berbagai jasa seperti ojek online (Go-jek), jasa pengiriman barang (Go-send), serta pengiriman makanan minuman (Go-food) yang sudah terdaftar dengan aplikasi tersebut. Go-Food memungkinkan UMKM untuk mengirim dan mengantarkan makanan yang membuat mereka merasa terbantu. Beberapa UMKM mengatakan bahwa ketika mereka bergabung dengan Go-Food penjualan mereka meningkat.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat berpengaruh pada segala aspek kehidupan manusia termasuk pada aspek ekonomi yang mana mencakup banyak hal didalamnya seperti keuangan, pemasaran, pelayanan, dan lain sebagainya. Tujuan pemanfaatan kemajuan teknologi tersebut ialah untuk mendapatkan kemudahan guna upaya manajemen usaha yang lebih baik.

Salah satu kekuatan ekonomi di Indonesia saat ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didukung dengan hasil observasi yang menerangkan

bahwa Desa Windusari memiliki sekitar 40 jenis usaha dan sekitar 140 pelaku UMKM, sehingga mampu mendorong peningkatan ekonomi Indonesia khususnya masyarakat Desa Windusari sendiri.

Namun, kemajuan teknologi dalam aspek ekonomi belum sepenuhnya diterapkan dan dimanfaatkan oleh pelaku usaha karena kurangnya ilmu pengetahuan dan sarana prasarana. Teknologi yang dimaksud yaitu pemanfaatan e-commerce dan sosial media yang mana jika digunakan dapat menembus perdagangan internasional dengan memanfaatkan kelebihan dari fitur-fitur yang tersedia.

Guna mengatasi permasalahan dan potensi tersebut, maka yang dapat dilakukan yaitu dengan penerapan program kerja yang sesuai dari tim UNNES GIAT 5 Desa Windusari berupa Digitalisasi UMKM yang mana meliputi pendampingan penggunaan platform e-commerce dan sosial media untuk mendukung pelaku usaha melakukan kegiatan perdagangan. Dalam hal ini, pendampingan difokuskan pada satu platform sosial media berupa Instagram melihat dari kelebihanannya mampu memperluas jangkauan pasar, efisiensi biaya, kemudahan menampilkan informasi produk, menambah daya tarik dan mempermudah akses jual beli.

Oleh karena mayoritas pelaku usaha UMKM adalah ibu-ibu yang sudah menginjak usia lanjut. Sehingga kurang dapat mengikuti inovasi teknologi terbaru. Sarannya perlu diadakan pendampingan secara berkala kepada pelaku usaha UMKM Desa Windusari baik terkait Digitalisasi UMKM maupun pembaharuan teknologi terkini lainnya. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan banyak kemudahan dalam menjalankan sebuah usaha dan mendapatkan hasil yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327- 337). Universitas Pendidikan Indonesia
- Setyono, V. I., Saputra, M. Y., Dewi, I. A., Ulfa, A. F., & Alwi, H. (2002). Pemberdayaan UMKM Melalui Media Digitalisasi Bisnis Modern dalam Peningkatan Kinerja UMKM di Desa SIDOREJO. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademik*, 53-57.
- Noor, Munawar. 2018. Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah*. Vol 1, No (2), hal 88-89. Universitas Diponegoro.