


Meningkatkan Daya Saing dan Efisiensi Operasional UMKM Melalui Teknologi dan Inovasi Digital

¹⁾Verra Rosyalia Widia Sofyan, ²⁾Untung Eko Setyasari, ³⁾Yudi Kurniadi

^{1,2,3}Manajemen Pemasaran, Politeknik LP3I Kampus Tasikmalaya, Indonesia

Email Corresponding: verrarosyalia@plb.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Teknologi Umkm Pengabdian Digital Produk	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan dan kesadaran kepada pelaku UMKM tentang pentingnya penerapan teknologi dan inovasi digital dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Permasalahan yang ada di Desa Bojonggedang yaitu sebagian besar pelaku UMKM belum menggunakan teknologi sebagai sarana pemasarannya. Melalui pelatihan dan pendampingan ini diharapkan bisa memberikan wawasan yang lebih baik kepada pelaku UMKM mengenai potensi manfaat teknologi. Untuk menyelesaikan masalah tersebut yaitu menggunakan metode seminar dengan penyampaian materi tentang pentingnya transformasi metode pemasaran konvensional ke digital, pembuatan logo untuk pelaku UMKM yang belum memiliki logo produk. Hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu bertambahnya pengetahuan para pelaku UMKM mengenai pentingnya penggunaan teknologi dalam proses pemasaran untuk mempermudah mengenalkan produk, logo produk yang dibuat untuk pelaku UMKM yang belum memiliki logo produk.
Keywords: Technology Umkm Devotion Digital Product	ABSTRACT This community service activity aims to provide knowledge and awareness to UMKM players about the importance of implementing digital technology and innovation in increasing competitiveness and operational efficiency. The problem in Bojonggedang Village is that the majority of UMKM do not use technology as a marketing tool. Through this training and mentoring, it is hoped that UMKM can provide better insight into the potential benefits of technology. To solve this problem, use the seminar method by delivering material about the importance of transforming conventional marketing methods to digital, creating logos for UMKM who do not yet have product logos. The result of this service activity is increasing the knowledge of UMKM players regarding the importance of using technology in the marketing process to make it easier to introduce products, product logos created for UMKM players who do not yet have problem logo.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, UMKM memiliki andil besar dalam menciptakan lapangan kerja, mendistribusikan pendapatan, serta menggerakkan aktivitas ekonomi di tingkat lokal. Namun, dalam menghadapi dinamika globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sering kali mengalami tantangan dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional.

Fenomena globalisasi dan revolusi industri 4.0 telah mengubah *lanskap* bisnis secara signifikan. Dalam era ini, teknologi digital menjadi kunci untuk meraih efisiensi dan beradaptasi dengan tuntutan pasar yang berubah dengan cepat. Oleh karena itu, penting bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk mengintegrasikan teknologi dan inovasi digital dalam operasional mereka guna tetap bersaing dan relevan.

Karena perkembangan digital yang tidak dapat dielakkan lagi dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, hampir semua lini kehidupan telah mengadopsi dunia digital.

Sayangnya, tidak semua Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM mampu mengakses serta memanfaatkan teknologi dan inovasi digital dengan optimal. Terdapat kendala seperti keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang membatasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk

merasakan manfaat teknologi, maka perlu adanya tindakan lebih jauh yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi. Inilah yang mendorong perlu adanya upaya konkret untuk membantu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengadopsi teknologi dan inovasi digital guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Kami telah melakukan survei untuk melihat kendala apa yang terjadi di masyarakat dalam memasarkan produknya, ditemukan bahwa sebagian besar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah masih menghadapi kendala dalam membangun citra merek yang kuat dan konsisten, sehingga menghambat daya tarik produk mereka di pasaran.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui teknologi dan inovasi digital memiliki potensi besar untuk memberikan dampak yang signifikan. Dengan memberikan akses, pelatihan, dan pendampingan yang tepat, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat memanfaatkan teknologi dan inovasi digital sebagai alat untuk mengatasi tantangan dan meraih peluang di pasar yang semakin kompetitif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan utama mendorong Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk mengadopsi teknologi dan inovasi digital dan menyajikan rincian perencanaan, pelaksanaan, serta hasil yang kami capai dalam upaya meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM melalui pendekatan teknologi dan inovasi digital. Namun selain merancang strategi untuk bertransformasi terdapat beberapa faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM menurut penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Cueto et al.,(2022) dan Abdi et al., (2022), Shetty et al., (2022) dan Bruce et al., (2023) menemukan bahwa faktor yang memengaruhi digitalisasi pada UMKM adalah motivasi intrinsik, pengetahuan TIK dan penggunaan actual pemasaran digital. Penelitian Agarwal & Ojha (2022) menyebutkan bahwa dukungan manajemen puncak, biaya transisi reorientasi budaya dan digitalisasi sistem merupakan faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM. Dari hal tersebut terdapat perbedaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM dari penelitian-penelitian sebelumnya, hal ini dikarenakan lokasi yang berbeda dan kendala dalam hal jaringan.

Tujuan artikel ini dibuat yaitu sebagai sarana informasi kepada pembaca mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan di Desa Bojonggedang Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis mengenai transformasi strategi digital dalam memasarkan produk.

II. MASALAH

Analisis mendalam dilakukan dalam empat aspek utama, yaitu marketing, branding, keuangan, dan penggunaan teknologi. Dalam aspek pemasaran, hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Desa Bojonggedang belum memiliki strategi pemasaran yang efektif, dengan keterbatasan dalam mengenali target pasar dan memanfaatkan saluran pemasaran modern. Terkait aspek branding, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam membangun citra merek yang kuat dan konsisten, sehingga menghambat daya tarik produk mereka di pasaran.

Dalam hal keuangan, analisis menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Desa Bojonggedang menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan mereka dengan baik. Beberapa di antaranya kurang memiliki pemahaman tentang perencanaan anggaran dan pengeluaran, sehingga menghambat pertumbuhan finansial yang optimal, dimana para pelaku UMKM masih mengandalkan pencatatan di buku tulis untuk keluar masuknya keuangan. Hal ini tentu sangat rentan terjadi kesalahan dalam data, resiko data rusak, dan sulitnya mengalisa hasil penjualan agar strategi bisnis dapat lebih dikembangkan lagi. Selain itu, kegiatan pengabdian ini melakukan observasi keadaan UMKM di Desa Bojonggedang seperti menganalisa apa saja kegiatan pemasaran yang sudah pernah dilakukan dan lewat jalur apa dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik. dalam penggunaan teknologi, mayoritas UMKM masih belum mengadopsi teknologi modern secara memadai. Penggunaan *platform* digital untuk memperluas jangkauan pasar atau mengoptimalkan proses bisnis masih rendah, mengakibatkan UMKM kesulitan untuk bersaing dalam era digital yang semakin berkembang.

Dari hasil wawancara dan Analisa maka ada beberapa hal yang akan dilakukan agar UMKM Desa Bojonggedang dapat menjadi usaha yang lebih baik:

1. Membuat logo produk bagi pelaku UMKM yang belum memiliki logo produknya
2. Membuatkan akun whatsapp biasa menjadi whatsapp bisnis
3. Memberikan pelatihan aplikasi pencatatan keuangan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bojonggedang Kecamatan Rancah.



Gambar 1. Aula Desa Bojonggedang

III. METODE

Dengan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, yang pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut diantaranya kepala Desa Bojonggedang beserta jajarannya dan para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Metode kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan cara memberikan materi dan motivasi yang disertai dengan kegiatan pembuatan logo produk dan perubahan penggunaan whatsapp biasa menjadi whatsapp bisnis kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan tentu ada beberapa tahap yang harus dilakukan. Pertama yaitu tahap persiapan dimana seluruh panitia pelaksana mengadakan diskusi. Kedua yaitu survei dan observasi kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah mengenai kendala yang mereka alami. Selama tahap ini, tim pelaksana berkoordinasi dengan pihak desa untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, merancang seluruh kegiatan mulai dari penentuan narasumber, tempat pelaksanaan, waktu pelaksanaan kegiatan, serta materi yang sesuai untuk disampaikan. Tahap yang ketiga yaitu pelaksanaan kegiatan. Pada tahapan ini, narasumber memberikan materi dan motivasi kepada seluruh peserta. Adapun materi yang disampaikan mencakup lima poin. 1) usaha mikro, kecil dan menengah; 2) strategi pemasaran di sosial media; 3) dampak bisnis alih teknologi; 4) cara mengubah whatsapp biasa menjadi whatsapp bisnis; dan 5) pembuatan logo bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang belum memiliki logo produk.

Metode yang digunakan dalam PKM ini adalah:

1. Mengumpulkan informasi atau data terkait pelaku UMKM
2. Memilih pelaku UMKM yang memiliki *handphone* atau laptop, sehingga mudah untuk melakukan praktek digital
3. Pelaksanaan pelatihan strategi pemasaran

Kegiatan pengabdian ini disambut baik dan sangat di dukung oleh pihak desa, karena dengan adanya kegiatan ini berharap masyarakat bertambah pengetahuan mengenai pentingnya melekat teknologi sebagai sarana usaha mereka demi meningkatkan pendapatan rumah tangga.

Selama kegiatan berlangsung, seluruh peserta sangat antusias dengan diadakannya kegiatan seperti ini, karena sangat jarang sekali kegiatan seminar yang dilaksanakan langsung oleh pihak perguruan tinggi. Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai materi yang disampaikan dan kendala apa saja yang mereka alami selama melakukan proses jual beli yang akan dijawab oleh narasumber. Selama kegiatan berlangsung, seluruh narasumber menyampaikan materi dan pengalamannya selama berwirausaha dan bagaimana mengasah kreativitas dalam rangka bersaing dengan produk lain, terlebih dengan produk yang sejenis. Peserta juga dibekali jadwal kapan mereka harus mengiklankan produknya. Tahap yang terakhir dari seluruh kegiatan yaitu evaluasi. Evaluasi dari kegiatan ini mulai dari tahap awal sampai dengan selesai, serta peran aktif peserta yang terlihat sangat antusias dalam sesi tanya jawab.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis mendalam dilakukan dalam empat aspek utama, yaitu marketing, branding, keuangan, dan penggunaan teknologi. Dalam aspek pemasaran, hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM di Desa Bojonggedang belum memiliki strategi pemasaran yang efektif, dengan keterbatasan dalam mengenali target pasar dan memanfaatkan saluran pemasaran modern. Terkait

aspek branding, ditemukan bahwa sebagian besar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah masih menghadapi kendala dalam membangun citra merek yang kuat dan konsisten, sehingga menghambat daya tarik produk mereka di pasaran.

Dalam hal keuangan, analisis menunjukkan bahwa sebagian besar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Desa Bojonggedang menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan mereka dengan baik. Beberapa di antaranya kurang memiliki pemahaman tentang perencanaan anggaran dan pengeluaran, sehingga menghambat pertumbuhan finansial yang optimal. Selain itu, dalam penggunaan teknologi, mayoritas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah masih belum mengadopsi teknologi modern secara memadai. Penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar atau mengoptimalkan proses bisnis masih rendah, mengakibatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah kesulitan untuk bersaing dalam era digital yang semakin berkembang.

Kegiatan pengabdian diadakan sesuai dengan rencana yaitu pada tanggal 9 Agustus 2023 di Desa Bojonggedang, Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis. Kegiatan diadakan di aula Desa Bojonggedang yang sebelumnya sudah direncanakan dan sudah mendapat persetujuan langsung dari kepala desa. Terdapat dua narasumber, yaitu Asep Deni Sutaryono, S.Ip dan Verra Rosyalia Widia Sofyan, S.E., M.M. panitia inti yaitu Untung Eko Setyasari, S.SOS., M.A. dan Yudi Kurniadi, M.Pd.

Peserta kegiatan yaitu pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Desa Bojonggedang seluruh peserta dipersilakan masuk 30 menit sebelum kegiatan dimulai. Kemudian moderator membuka kegiatan dan mempersilakan narasumber untuk menyampaikan materi pertama yaitu mengenai usaha mikro, kecil dan menengah, strategi pemasaran melalui media sosial dan dampak bisnis alih teknologi.

Sebelum dilanjutkan materi yang akan disampaikan kepada narasumber kedua, moderator memberikan ice breaking guna untuk mencairkan suasana dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk tanya jawab di sesi pertama, agar tidak jenuh dan tidak lupa juga diberikan doorprize agar peserta makin semangat untuk bertanya.

Materi berikutnya yaitu mengubah whatsapp biasa menjadi whatsapp bisnis dan pembuatan logo untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang belum memiliki logo produk yang disampaikan oleh narasumber kedua. Semua narasumber atau pembicara menyampaikan materi sesuai dengan keahliannya dan pengalamannya dalam wirausaha, membagikan pengalaman mulai dari merintis dari titik awal sampai sukses seperti sekarang. Motivasi juga diberikan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar mereka tetap semangat untuk terus berusaha dan memanfaatkan kemudahan teknologi.

Media promosi digital menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Dengan menggunakan digital marketing, pelaku UMKM dapat menjangkau calon customer yang lebih luas dan lebih banyak, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi usaha para pelaku UMKM.

Manfaat yang didapatkan dengan *digital marketing* selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas.

Selain itu, *digital marketing* bersifat *real time*, sehingga pelaku UMKM dapat langsung memperhatikan minat dan *feed back* dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat.

Sebelum acara berakhir, seluruh peserta diberikan kesempatan untuk bertanya pada sesi kedua yang dijawab oleh seluruh pemateri. Antusias peserta sangat terlihat dari mereka yang begitu banyak pertanyaan dan diakhiri dengan pembagian doorprize bagi mereka yang sudah bertanya dan aktif ikut menjawab.



Gambar 2. Persiapan peserta didalam Aula



Gambar 3. Sambutan dari Kepala Desa Bojonggedang



Gambar 4. Penyampaian materi oleh narasumber



Gambar 6. Pembagian Doorprize



Gambar 7. Pembuatan logo produk

V. KESIMPULAN

Dalam rangka mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, seminar dengan tema "Meningkatkan Daya Saing dan Efisiensi Operasional UMKM Melalui Teknologi dan Inovasi Digital" telah menghasilkan wawasan yang berharga bagi para pelaku UMKM. Dari diskusi mendalam, presentasi inspiratif, dan studi

kasus yang disajikan, telah terungkap bahwa integrasi teknologi dan inovasi digital menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era ekonomi digital saat ini.

Pentingnya memahami tren teknologi terkini dan menerapkan solusi digital yang sesuai telah menjadi fokus utama seminar ini. Dari diskusi mengenai pemanfaatan e-commerce, pemasaran digital, hingga alat otomatisasi proses, pelaku UMKM diingatkan tentang potensi luar biasa yang ditawarkan oleh digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan meraih pasar yang lebih luas. Salah satu temuan penting adalah bahwa pelatihan dan pembelajaran berkelanjutan memainkan peran krusial dalam suksesnya integrasi teknologi dan inovasi. UMKM yang siap untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan teknologi akan lebih mampu mengoptimalkan manfaat yang ditawarkan oleh solusi digital.

Seminar ini juga menegaskan pentingnya kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan. Dalam sinergi ini, tercipta lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis yang berorientasi teknologi dan inovasi. Kami berharap bahwa para peserta seminar dapat mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan yang didapatkan dalam upaya mereka untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional UMKM. Teknologi dan inovasi digital bukan hanya sekadar alat, tetapi juga strategi untuk menciptakan perubahan positif dalam skala yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih banyak kepada Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) atas bimbingan dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Kepala Desa Bojonggedang beserta jajarannya yang sudah bekerjasama menyiapkan fasilitas dan peserta yang sangat antusias sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraeni, Feni Dwi dkk. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal: *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1 No.6 Hal.1286-1295.
- Evangeulista, Gisheilla dkk. Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, Volume 16, Nomor 1/Juni 2023.
- Harto,Budi dkk. (2023). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid19. *Jurnal IKRATH-ABDIMAS Vol 6 No 2 Juli 2023*. P-ISSN:2654-5721. E-ISSN: 2654-7546.
- Indriasih,Dewi dkk. (2022). Bangkitkan Semangat, Ciptakan Peluang dengan Berwirausaha di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*,14 (3), 423-427.[doihttps://doi.org/10.26877/e-dimas.v14i3.12668](https://doi.org/10.26877/e-dimas.v14i3.12668)
- Jasri dkk. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal of Shariah Economic Research Vol. 6 No. 2 (2022) December 2022 pp. 212-224*
- Lubis, Tona Aurora. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembagunan Daerah Vol.3 No.3, Januari-Maret 2016*. ISSN:2338-4603;2355-8520
- Nasri,R dkk. (2021). Pelatihan Marketing Digital Di Masa Pandemi Pada UMKM Binaan BMT UMJ. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*,28 Oktober 2021.E-ISSN:2714-6286
- Prasetyo,Banu dkk. Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial. *Jurnal Prosiding SEMATEKSOS 3"Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0*.
- Saleh, Yuliana. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku UMKM di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Sakai Sambayan-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.5 No.3 November 2021*.
- Syukri, Adya Utami dan Andi Nonong Sunrawali. (2022). Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Volume 19 Issue 1 (2022) pages 170-182*.