

PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MELALUI

PEMBERDAYAAN BERBASIS PELATIHAN DAN DIGITALISASI

Desi Fitriyana¹, Audra Putra Sabarudin², Alya Rumardani³, Khoirur Rahma⁴, Nazla Asyila Nadhifa⁵, Melia Dewi Nur Setiyani⁶, Fadlam Alfi Syahrin⁷, Teuku Daffa Rashad⁸, Muhammad Tegar Purna Bhakti⁹, Faishal Akbar¹⁰, Hermawan Dwi Prastyo¹¹.

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Djuanda, Bogor, Jawa Barat, Indonesia

¹fitriyanadesi9@gmail.com, ²meteoraaudra@gmail.com, ³alyarumardani322@gmail.com,
⁴rahmaakhoirur@gmail.com, ⁵asyilanazla@gmail.com, ⁶meliadns84@gmail.com,
⁷fadlamalfi74@gmail.com, ⁸teukudaffarshd@gmail.com, ⁹mtegarpb@gmail.com,
¹⁰faisalakbar290403@gmail.com, ¹¹hermawandwiprastyo19@gmail.com.

ABSTRAK

KKN (Kuliah Kerja Nyata) bertujuan untuk mewujudkan wujud perwujudan Tiga Dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian sebagai indeks, pengembangan masyarakat melalui karya dan bukti nyata. Peningkatan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan strategi penting untuk mendorong pertumbuhan perekonomian nasional, sehingga meningkatkan daya saing melalui pemberdayaan dan digitalisasi berbasis pelatihan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pemberdayaan UMKM melalui pendekatan pelatihan dan digitalisasi. Pelatihan tersebut memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada UMKM di Desa Citeko, Kecamatan Cisarua, sedangkan digitalisasi membuka peluang bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasionalnya. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dan analisis data sekunder dari berbagai sumber dengan mengadakan kegiatan penyadaran dan seminar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan Kebijakan yang terstruktur dan tepat sasaran, dipadukan dengan adopsi teknologi digital, dapat meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan. Selain itu, UMKM yang menerapkan digitalisasi cenderung mengalami pertumbuhan lebih cepat dan lebih mampu bertahan dalam menghadapi persaingan pasar. Hasil ini menunjukkan pentingnya kebijakan yang mendukung pendidikan berkelanjutan dan adopsi teknologi digital bagi UMKM.

Kata Kunci: KKN, UMKM, pelatihan, digitalisasi

PENDAHULUAN

Di era digital, digitalisasi dan pelatihan UMKM sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM. Transformasi digital telah

memengaruhi banyak industri, termasuk UMKM, dan telah mendorong munculnya model dan peluang bisnis baru. Sebuah studi di Indonesia menemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM menerima e-commerce dan mengakui pentingnya e-commerce untuk pengembangan bisnis. Ini menunjukkan bahwa platform e-commerce dapat membantu mereka memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan mereka (Kurniawati et al., 2021; Triwijayati, 2013). Sumber daya manusia, keuangan, dan infrastruktur adalah beberapa hal yang dapat memengaruhi adopsi commerce (Kurniawati et al., 2021). Inovasi pemasaran harus menjadi prioritas utama bagi UMKM, terutama selama masa sulit seperti pandemi COVID-19 (Kurniawati et al., 2021). Menggabungkan strategi pemasaran offline dan online dapat menjadi pendekatan yang bertahan lama.

Meningkatkan pengetahuan, kompetensi, dan keterampilan para pelaku UMKM sangat penting untuk mendorong inovasi dan meningkatkan kinerja bisnis (Hamsani et al., 2022; Setiyati et al., 2019). UMKM harus berinvestasi dalam program pelatihan dan pengembangan keterampilan untuk membantu tenaga kerja mereka beradaptasi dengan period digital. UMKM harus fokus pada pengembangan produk, proses, dan strategi pemasaran baru agar tetap kompetitif di period digital (Hamsani et al., 2022). Inovasi dapat membantu bisnis membuat terobosan dan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan. Alat SDM digital dapat membantu meningkatkan daya saing perusahaan dengan merampingkan manajemen talenta dan meningkatkan efisiensi operasional (Degtyareva, 2021). Menerapkan alat SDM digital dapat menghasilkan pengalaman karyawan yang lebih baik dan proses bisnis yang lebih baik.

UMKM dapat tumbuh lebih cepat dengan berpartisipasi dalam ekonomi digital dan memanfaatkan teknologi dalam operasi bisnis mereka, seperti e-commerce, media sosial, dan platform seluler (Lestari, 2022). Pertumbuhan ini dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Singkatnya, UMKM harus merangkul transformasi digital dan

mengadopsi strategi inovatif untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan mereka di era digital. Melalui e-commerce, pemasaran digital, pengembangan sumber daya manusia, inovasi produk, dan perangkat digital, UMKM dapat beradaptasi dengan lanskap bisnis ekonomi digital yang terus berkembang dan berkembang. Sebagai negara yang beragam dan berkembang pesat, Indonesia telah menyaksikan peningkatan signifikan dalam jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM), yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara (Ardhiyansyah et al., 2021; Iskandar et al., n. D. ; Supriandi, 2022). Perusahaan-perusahaan ini memberikan peluang kerja terbesar dan berkontribusi terhadap inovasi lokal, diversifikasi dan distribusi ekonomi.

lebih egaliter dalam hal kekayaan (Iskandar, 2023; Jaman, 2017). Namun, UMKM menghadapi tantangan baru di tengah dampak transformatif era digital. Untuk bertahan dan tumbuh, diperlukan strategi kreatif (Anatan, 2021; Anatan & Nur,). Perilaku konsumen, dinamika pasar, dan standar industri telah berubah akibat integrasi teknologi digital ke dalam berbagai proses dan model bisnis. Saat ini, UKM menghadapi persaingan yang semakin ketat, ekspektasi pelanggan dan perubahan perlunya beradaptasi dengan cepat agar relevan di dunia digital (Apriyanti & Yuvitasari, 2021; Supandi et al. , ; Tambunan dkk. , 2021; Wardhan dll. , 2023). Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana UMKM Indonesia menggunakan strategi inovasi untuk meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan di era digital. Dunia bisnis yang dinamis dan termotivasi

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Untuk meningkatkan daya saing dengan cara pemberdayaan pelatihan dan digitalisasi yaitu dengan cara survei dan analisis data sekunder dari berbagai sumber dengan mengadakan sosialisasi dan workshop Saunders, Lewis, dan Thornhill (2019) dilakukan didesa citeko, kecamatan cisarua yang sebelumnya dilakukan survey

terlebih dahulu dan menganalisis data. Lalu di praktikkannya dengan cara sosialisasi/workshop yang didalamnya berisi Tanya jawab dan diskusi dengan mengundang beberapa umkm yang ada didesa citeko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Para peserta dalam penelitian ini menyoroti berbagai tantangan yang dihadapi UMKM di era digital. Tantangan-tantangan ini mencakup sumber daya keuangan yang terbatas untuk adopsi teknologi, kurangnya tenaga terampil untuk mengelola operasi digital, kekhawatiran tentang keamanan siber, dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perilaku dan preferensi pelanggan yang berubah dengan cepat. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pada keterbatasan sumber daya dan kurva pembelajaran yang dihadapi UMKM saat bertransisi ke teknologi digital

Seperti masalah ini lalu mengadakan acara sosialisasi/workshop yang terdiri dari workshop yaitu :

- Focus Group Discussion UMKM

Dalam persiapan Forum Group Discussion (FGD) yang diadakan di Desa Citeko, peserta dibagi menjadi dua kelompok diskusi untuk membahas tantangan dan solusi terkait usaha mereka. Kegiatan ini dimulai dengan mendata secara langsung ke lapangan, di mana tim melakukan kunjungan ke lokasi masing-masing pelaku usaha. Mereka mengumpulkan informasi mendetail tentang jenis usaha, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan spesifik dari setiap pelaku usaha. Data ini meliputi informasi tentang kemasan produk, sistem pemasaran, pencatatan keuangan, serta pengelolaan bahan baku. Pemetaan dilakukan berdasarkan data yang terkumpul dari kunjungan lapangan, dengan mengelompokkan masalah yang dihadapi oleh setiap pelaku usaha. Pemetaan ini membantu untuk memahami pola umum dan tantangan yang sering muncul di berbagai jenis usaha. Berdasarkan hasil pemetaan, undangan untuk FGD disiapkan dan dikirimkan kepada semua peserta,

termasuk pelaku UMKM dan pemangku kepentingan terkait. Undangan mencakup detail acara seperti waktu, tempat, dan agenda diskusi.

- Workshop Branding & Desain

Persiapan workshop dimulai dengan merumuskan tujuan utama acara, yaitu meningkatkan nilai produk melalui desain kemasan dan pemanfaatan teknologi. Tujuan ini disusun untuk membantu pelaku usaha di Desa Citeko memahami cara meningkatkan kualitas produk mereka agar lebih menarik bagi konsumen. Untuk mencapai tujuan ini, materi workshop akan disusun secara komprehensif, mencakup desain kemasan, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi modern. Tim penyelenggara akan memastikan materi yang disampaikan relevan dan bermanfaat bagi semua peserta.

- Workshop Pembuatan Laporan Keuangan

Pada Untuk memastikan kelancaran workshop, langkah pertama adalah menyusun proposal kegiatan yang mencakup tujuan, materi, dan anggaran acara. Dalam hal ini, proposal disusun oleh Fadlam Alfi Syahrin dan Hermawan Dwi Prastyo dan memuat rincian mengenai tujuan workshop, manfaat bagi peserta, dan struktur anggaran. Pendaftaran peserta diatur melalui formulir pendaftaran yang tersedia baik secara online maupun cetak, dan diumumkan melalui saluran komunikasi desa serta media sosial. Selain itu, panitia melakukan pemilihan dan konfirmasi pemateri, yaitu Bapak Marlin Marlino Romansyah, untuk memastikan kesediaan dan kesiapan beliau dalam menyampaikan materi workshop

- Pembagian Banner Gratis Untuk UMKM

Langkah pertama dalam persiapan adalah melakukan identifikasi dan pendataan UMKM di Desa Citeko. Tim pelaksana program bekerja sama dengan pihak desa untuk mengumpulkan data tentang jenis usaha yang ada, lokasi, serta kebutuhan promosi yang dirasakan oleh para pelaku usaha. Melalui proses ini, ditentukan kriteria UMKM yang akan menerima banner, seperti usaha yang baru berdiri, usaha yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi, atau usaha yang kurang dikenal dan memerlukan promosi lebih baik

- Sosialisasi Literasi Digital & Etika Komunikasi Online

Dalam konteks ini, pengajaran literasi digital kepada siswa sekolah menjadi sangat penting. Literasi ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dasar yang kuat tentang penggunaan teknologi dan media sosial, sehingga siswa dapat menggunakan teknologi dengan lebih bijak, kreatif, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, program sosialisasi literasi digital di SMP YPC Cisarua dan etika komunikasi online di SDN Citeko 01 & SDN Citeko 02 ini diselenggarakan untuk memberikan panduan dan pemahaman yang tepat kepada para siswa mengenai cara berinteraksi di dunia digital secara aman dan etis.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Citeko telah dilaksanakan dengan berbagai program yang dirancang untuk mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat. Selama kegiatan KKN, sejumlah program utama dan pilihan telah diimplementasikan dengan tujuan meningkatkan kapasitas UMKM dan memberdayakan komunitas.

Program Focus Group Discussion (FGD) UMKM telah berhasil mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha, serta menyediakan platform untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman. Workshop Branding & Desain dan Workshop Pembuatan Laporan Keuangan memberikan keterampilan praktis yang penting bagi pelaku UMKM untuk memperbaiki aspek branding dan pengelolaan keuangan mereka. Pembagian banner gratis untuk UMKM bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis lokal. Selain itu, program Perayaan Hari Kemerdekaan berhasil membangun semangat kebersamaan dan identitas komunitas, sementara Sosialisasi Literasi Digital & Etika Komunikasi Online memberikan wawasan penting tentang penggunaan teknologi dan etika komunikasi di era digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan keterlibatan aktif

masyarakat dan telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan kapasitas ekonomi di Desa Citeko.

REFERENSI

- Caron, J., & Markusen, J. R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 03(02), 1–23.
- Supriadi, A. (2024). *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS) Skills Training Program for MSME Actors in Serang City Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Keterampilan Digital Marketing Berbasis Komunitas Pelaku UMKM di Kota Serang*. 1(1), 52–59.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Anatan, L. (2021). A Review on MSMEs Resilience: Strategies and Policies Post Covid-19 Pandemic. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10, 386–394. Anatan, L., & Nur, N. (2022). A Review of MSME's Competitiveness in Indonesia. *Proceedings of the 4th International Conference on Economics*,
- Ardhiyansyah, A., Firdaus, F. F., & Aritejo, B. A. (2021). Analysis of the Influence of Factors Affecting Purchase Intention of Premium Items in MOBA-Type Online Games. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(2), 91–101.
- Cenamor, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity. *Journal of Business Research*, 100, 196–206.
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital innovations in MSMEs during economic disruptions: experiences and challenges of young entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1), 8.
- Darmawan, D. (2021). Pencapaian Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan melalui Strategi

Pemasaran berdasarkan Pengalaman (Studi Kasus Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Jurnal Lima Daun Ilmu (MADA).

Degtyareva, V. V. (2021). Digital HR tools and their role in improving the competitiveness of companies. *Upravlenie/Management (Russia)*, 9(2), 90–102.

Edgar, T. E., Spencer, I., & Fachira, I. (2022). Developing an Internationalisation Process through Digital Transformation: An Evidence in British MSMEs. *Proceedings of the 6th International Conference on ECommerce, E-Business and E-Government*, 70–76.