

Strategi Digital Bisnis Bagi Pelaku UMKM

Widiar Onny Kurniawan*¹, **Suharyanto**², **Siti Istikhoroh**³, **Fachrudy Asj'ari**⁴, **Didik Subijantoro**⁵
^{1,3}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
^{2,4,5}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
*Email: kurniawan.onny@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Peranan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia sudah nyata, namun masih banyak kendala sehingga peningkatan UMKM belum benar-benar terwujud. Salah satu variabelnya adalah belum adanya legitimasi usaha bagi sebagian besar UMKM di kabupaten tersebut. Di era inovasi data yang sedang berlangsung, UMKM sangat mungkin bisa mengembangkan pasar dengan berjualan secara online, namun terbatasnya informasi tentang transaksi berbasis internet membuat potensi ini tidak dimanfaatkan dengan baik. Tujuan utama penulisan paper ini adalah untuk menganalisa dan mengetahui seputar tentang strategi digital bisnis. Metode yang digunakan dalam penulisan paper ini adalah metode analisis dengan bantuan dari sumber internet dan jurnal.

Kata Kunci: Digitalisasi Bisnis, Strategi Bisnis, Digitalisasi UMKM

ABSTRACT

The role of Micro, Small and Medium Enterprises in moving the wheels of the Indonesian economy is real, but there are still many obstacles so that the increase in MSMEs has not really materialized. One of the variables is the absence of business legitimacy for most MSMEs in the district. In the era of ongoing data innovation, it is very likely that MSMEs can develop their market by selling online, but limited information about internet-based transactions means that this potential is not properly utilized. The main purpose of writing this paper is to analyze and find out about digital business strategy. The method used in writing this paper is the method of analysis with the help of internet sources and journals.

Keywords : *Business Digitalization, Business Strategy, UMKM Digitalization*

PENDAHULUAN

Strategi digital Bisnis adalah strategi yang digunakan para pelaku bisnis dalam memaksimalkan potensi aktivitas digital bisnis yang sedang dilaksanakan. Setiap pelaku bisnis atau perusahaan memiliki strategi digital bisnis yang berbeda-beda, disesuaikan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai

Digital Bisnis menurut Coviello, Milley And Marcolin (2001:26) adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.

Digital Bisnis menurut Heidrick & Struggless (2009:1) adalah perkembangan dari digital bisnis melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, radio dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif.

Digital Bisnis menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “interactive marketing”, one-to-one marketing dan “e-marketing” erat kaitannya dengan “digital Bisnis”.

Digital marketing menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet.

Digital marketing menurut Kleindl & Burrow (2005) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka dilakukan sosialisasi tentang pentingnya digitalisasi bisnis dan pentingnya internet bagi para pelaku bisnis di Kelurahan Taman, Kecamatan Taman, Sidoarjo sebagai salah satu bentuk Tridharma Perguruan Tinggi, khususnya sebagai bentuk latihan administrasi dan kewirausahaan di wilayah setempat dan sekitarnya.

Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah menyusun konsep matang dengan implementasi yang sederhana sebagai solusi atas kendala-kendala yang ditemui pada bisnis masyarakat dengan skala rumahan. PPM akan dilaksanakan dengan lokasi yang tidak terlalu jauh dari kampus dengan harapan agar masyarakat sekitar merasakan dampak baik atas kehadiran civitas akademik disekitar mereka sekaligus hasil riset kampus dapat diterapkan secara nyata. Lokasi yang dipilih dalam PPM ini adalah Kelurahan Taman, Kecamatan Taman,

Sidoarjo. PPM yang dilaksanakan pada kurun waktu tahun ajaran 2022-2023 ini akan mengungkap tema: **Sosialisasi Digitalisasi Dan Manajemen Usaha Bagi Pelaku UMKM**. Hal ini dipilih dengan alasan pondasi *mindset* merupakan suatu hal dasar yang harus diperkuat. Apabila pemahaman terhadap nilai-nilai entrepreneurship telah dimiliki oleh masyarakat, maka selanjutnya akan lebih mudah beradaptasi dengan berbagai hal yang tidak dapat diprediksi sebelumnya.

Keberadaan UMKM di Kelurahan Taman, Kecamatan Taman sudah berjalan dengan baik dan matang. Otoritas publik memang telah memberikan banyak kemudahan kepada UMKM, khususnya kemudahan mendapatkan kredit dengan biaya pinjaman rendah. Dari sisi promosi, dalam masa inovasi data yang sedang berlangsung, potensi pengembangan pasar melalui hiburan berbasis web sangat terbuka, namun karena tidak adanya informasi tentang pemanfaatan media online, maka potensi tersebut belum dimanfaatkan secara tepat. Beberapa hal yang menjadi penyebab diantaranya :

1. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya digitalisasi usaha
2. Kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam meningkatkan omset penjualan

Atas dasar hal tersebut maka dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema : **“Strategi Digital Bisnis Bagi Pelaku UMKM”**.

METODE PELAKSANAAN

Untuk memberikan solusi terhadap adanya permasalahan yang ditemui, dilaksanakan beberapa langkah berikut :

1. Edukasi tentang pentingnya digitalisasi usaha dan penjualan online bagi pelaku UMKM
2. Pendampingan pengurusan perijinan usaha
3. Pendampingan penggunaan perangkat untuk penjualan online

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tahapan berikut :

1. Melakukan pendataan keberadaan pelaku UMKM dan permasalahan yang dihadapi
2. Koordinasi rencana penyelesaian masalah
3. Pelaksanaan Sosialisasi

4. Pendampingan pelatihan digitalisasi usaha dan penggunaan perangkat penjualan online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Minggu, 15 Maret 2023 dengan uraian berikut :

1. Pendataan

Pada tahapan ini dilakukan pendataan para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Taman, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan data yang ada di kantor kelurahan, tim mendatangi para pelaku UMKM dengan tujuan menginventarisir sejauh mana aspek digitalisasi usaha yang sudah mereka miliki serta untuk mengetahui apakah dalam melakukan aktivitas usahanya sudah memanfaatkan internet atau belum. Dari tahapan ini didapatkan informasi bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum mempunyai digitalisasi usaha dan belum memanfaatkan internet untuk melakukan penjualan secara online, untuk itu perlu dilakukan sosialisasi tentang pentingnya digitalisasi usaha sehingga para pelaku UMKM dapat mengakses berbagai fasilitas dari Pemerintah, (Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sidoarjo) yang mempunyai berbagai program pengembangan UMKM bagi yang sudah mempunyai digitalisasi usaha. Sosialisasi penjualan online bertujuan agar para pelaku UMKM dapat meningkatkan omset penjualannya di area yang lebih luas.

2. Koordinasi rencana penyelesaian masalah

Setelah mendapat data para pelaku UMKM dan permasalahannya, maka selanjutnya dirancang kegiatan sosialisai tentang pentingnya digitalisasi usaha dan bagaimana melakukan penjualan secara online. Tim Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang mengundang para pelaku UMKM untuk menghadiri kegiatan sosialisasi yang diadakan di Kelurahan Taman, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Pemateri pada acara sosialisasi ini terdiri dari para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

3. Pelaksanaan Sosialisasi

Pada tanggal 15 Maret 2023 dilakukan acara sosialisasi dengan materi tentang pentingnya digitalisasi usaha bagi pengembangan UMKM dan materi tentang pemanfaatan

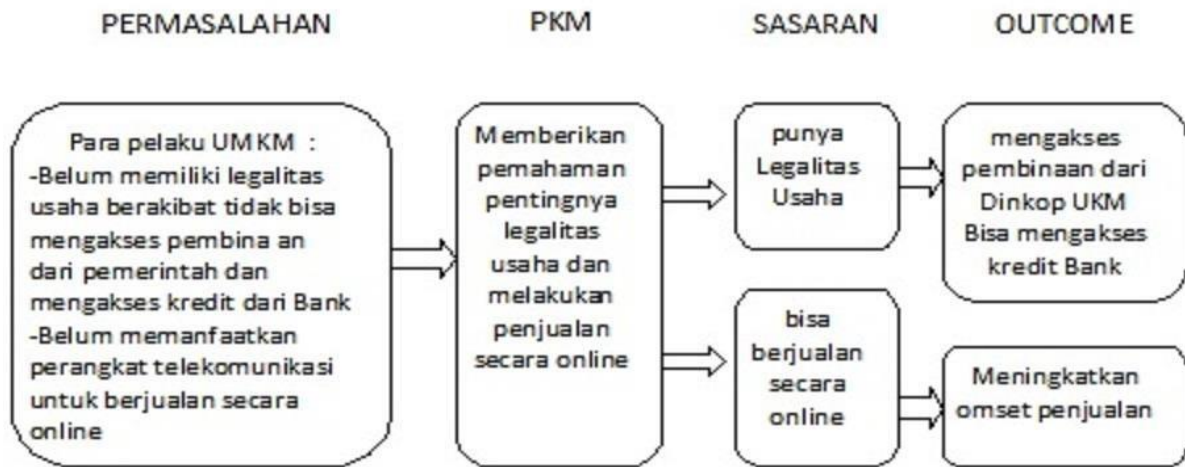
perangkat telekomunikasi dan komputer dengan jaringan internet untuk melakukan penjualan online. Sosialisasi dihadiri kurang lebih oleh 95% undangan, sedangkan pemateri merupakan para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Pemateri menyampaikan materi secara interaktif dan mendapat tanggapan positif dari peserta sosialisasi, terbukti dengan banyaknya pertanyaan terkait materi yang disampaikan.

4. Pendampingan pengurusan ijin usaha dan penggunaan perangkat penjualan online

Pelaksanaan sosialisasi ditutup dengan pendataan para pelaku UMKM yang berminat untuk melakukan digitalisasi usaha yang dilakukan oleh Kecamatan. Para pelaku UMKM mengumpulkan kelengkapan dokumen yaitu Kartu Tanda Penduduk, Kartu Keluarga dan Surat Keterangan usaha yang dikeluarkan oleh Lurah. Selanjutnya dokumen kelengkapan usaha tersebut dikirim ke Kantor Kecamatan untuk dibuatkan IUMK yang ditandatangani oleh Camat. Untuk mencoba melakukan penjualan online juga dilakukan pendampingan dengan menggunakan perangkat handphone dengan menggunakan aplikasi facebook, dan Whatshap Messenger.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan harapan adanya pemahaman tentang manfaat dimilikinya digitalisasi usaha bagi para pelaku UMKM. Dengan dimilikinya digitalisasi usaha, beberapa manfaat bisa didapat yaitu dapat mengakses program pembinaan UMKM dari kantor Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten yang meliputi bimbingan teknis, pelatihan ketrampilan dan pembinaan lainnya, disamping itu dengan dimilikinya digitalisasi usaha, para pelaku UMKM dapat mengakses Kredit Usaha Kecil dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan bunga yang rendah. Pemahaman para pelaku UMKM tentang penjualan online akan memacu pertumbuhan usaha karena lebih luasnya pasar melalui jaringan online yang menghilangkan kendala jauhnya lokasi untuk melakukan promosi dan pengenalan produk kepada calon konsumen. Roadmap atau peta jalan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini digambarkan sebagai berikut :

Gambar Roadmap (peta jalan) kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)



Dokumentasi Kegiatan



Sosialisasi PPM



Pemateri Digitalisasi Usaha



Peserta Digitalisasi Usaha

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dampak positif telah kegiatan pengabdian dilaksanakan, hasil kegiatan tersebut dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat dengan memanfaatkan keahlian civitas akademik yang relevan, pemanfaatan teknologi tepat guna, sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan, dan teknologi dalam bentuk pelatihan untuk kemampuan pengetahuan para pelaku UMKM di kelurahan Taman, kecamatan Taman, Sidoarjo menjadi lebih terbuka dalam hal digitalisasi dan penyusunan manajemen usaha. Dan ketika diberikan pelatihan dalam proses menentukan manajemen usaha yang tepat, para pelaku UMKM ini sangat antusias. Dampak positif juga dirasakan oleh tim dosen dan pelaku UMKM karena telah dilakukan pendampingan pada UMKM tersebut, selama pendampingan tim dosen berkunjung ke lokasi peserta dan dilakukan di kantor kelurahan.

Manfaat dari kegiatan program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberi bekal kepada para pelaku UMKM khususnya di kelurahan Taman, kecamatan Taman, Sidoarjo sehingga dapat meningkatkan penjualan serta pengetahuan mengenai digitalisasi usaha. Penguasaan digitalisasi dan manajemen usaha dengan mudah dan cepat akan memberikan manfaat bagi mereka dalam hal pengelolaan bisnis UMKM. Penyajian pelatihan digitalisasi dan manajemen usaha yang mendasarkan pada keadaan yang sebenarnya di dalam bisnis UMKM dan penggunaan pendekatan yang tepat akan menjadikan pelaku UMKM memahami secara mudah dan cepat. Pemahaman terhadap digitalisasi dan manajemen usaha diharapkan akan membantu pelaku UMKM untuk mengelola bisnisnya secara cermat sehingga UMKM dapat berkembang lebih baik dan dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada seluruh Tim Dosen dan Mahasiswa yang telah ikut serta berpartisipasi dalam program pengabdian masyarakat ini, tidak lupa ucapan terima kasih kami tujukan untuk Bapak Lurah dan perangkat, serta para pelaku UMKM di Kelurahan Taman, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo yang telah hadir dan bersedia untuk dilakukan pendampingan serta pelatihan dari tim kami. Selain itu terima

kasih juga kepada LPPM Universitas PGRI Adi Buana yang telah memberikan bantuan pendanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

KESIMPULAN

Para pelaku UMKM di Kelurahan Taman, Kabupaten Sidoarjo sebagian masih belum mempunyai digitalisasi usaha dan belum melakukan penjualan secara online. Kegiatan Sosialisasi tentang digitalisasi usaha dan penjualan online ini mendapat respon positif yang cukup baik dari peserta pelaku UMKM yang sebelumnya sudah diinventarisir keberadaan dan permasalahannya. Para pelaku UMKM mendapat pemahaman tentang pentingnya digitalisasi usaha sehingga tergerak untuk melakukan pengurusan digitalisasi usaha. Dengan dimilikinya digitalisasi usaha, diharapkan para pelaku UMKM mendapat akses pembinaan dari Pemerintah. Pemahaman tentang penjualan secara online diharapkan dapat mendongkrak omset usaha UMKM. Pada masa mendatang diharapkan usaha UMKM dapat lebih berkembang sesuai potensi yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, Rini (2017). Aspek Hukum Digitalisasi Perusahaan atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis, *Jurnal Hukum Samudra keadilan*, 12 (1) : 136-145
- Jati, Waluyo, Hanafi Yuliansyah, (2017), Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1 (1), 127-138.
- Juhaeri, (2014). Pengaruh Pemasaran On-Line, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *KREATIF, Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 1 (2) : 51-73.
- Kusmanto, H. & Warjio (2019). Pentingnya Digitalisasi Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 11 (2): 320-327.
- Setyawati, Ira, Penta Widyartati (2017), Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM, *Bima : Bingkai Manajemen, Seminar Nasional dan Call for Paper 2017, Pascasarjana (S2) STIE Dharmaputra Semarang*: 343-347.
- Widayanto, Mutinda Teguh. (2020). Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5 (3), 173-182 doi: <http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1090>
- Pentingnya Kenali Target pasar untuk bisnis anda <https://www.niagahoster.co.id/blog/target-pasar/>, di unduh tanggal 25 juni 2022
- Analisis target pasar : Pengertian dan Strateginya <https://accurate.id/marketing-manajemen/analisis-target-pasar-pengertian-dan-strateginya/>, di unduh tanggal 25 juni 2022