



DHIGANA

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

DHIGANA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Bidang Ilmu Manajemen

Vol. 2, No. 2, November 2024 Hal 117– 125

Diterima: 23 November 2024 Dipublikasi: 23 November 2024

Pendampingan UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing di Era Digital

Community Development Program for MSMEs to Increase Competitiveness in the Digital Era

Fitrah Sari Islami¹, Ivo Novitaningtyas^{2*}, Andhatu Achsa³

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

^{2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

* ivo.novitaningtyas@untidar.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk pendampingan UMKM di Desa Balesari, dilatarbelakangi oleh permasalahan mitra yaitu minimnya diversifikasi produk dan kompetensi untuk memanfaatkan media digital dalam bisnisnya. Tujuan dari program pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kompetensi mitra dalam memproduksi produk yang variatif dan beragam, serta meningkatkan kompetensi mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengelolaan bisnisnya baik di bidang keuangan maupun pemasaran. Program dilaksanakan dengan menggunakan metode sosialisasi dan tutorial kepada 20 UMKM makanan ringan sebagai mitra sasaran program. Hasil evaluasi pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dari mitra terhadap pentingnya diversifikasi produk dan pemanfaatan teknologi digital. Melalui pelaksanaan program ini diharapkan agar manajemen bisnis dari para pelaku UMKM makanan ringan di Desa Balesari dapat ditingkatkan.

Kata Kunci: digitalisasi; diversifikasi produk; UMKM

ABSTRACT

The community service program carried out in the form of MSMEs empowerment in Balesari Village was motivated by partner problems, such as the lack of product diversification and competence to utilize digital media in their business. The purpose of this program is to increase partner competence in producing varied and diverse products, as well as increase partner competence in utilizing digital technology for business management, both in finance and marketing. The program is implemented using the method of socialization and training to 20 snack food MSMEs as program target partners. The results of the evaluation of program implementation indicate an increased understanding of partners on the importance of product diversification and the use of digital technology. Through the implementation of this program, it is hoped that the business management of snack food MSMEs in Balesari Village can be improved.

Keywords: digitalization; MSMEs; product diversification

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran dan kontribusi bagi perekonomian Indonesia. Werdani dkk (2020) menyebutkan beberapa peranan dari UMKM yaitu sebagai penggerak roda perekonomian, menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi jumlah pengangguran, serta turut serta mendukung pertumbuhan perekonomian baik di daerah maupun nasional.

Lebih lanjut, merujuk pada peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi nomor 13 tahun 2020 tentang prioritas penggunaan dana desa tahun 2021, ada 18 tujuan dan sasaran pembangunan SDGs Desa. SDGs desa adalah upaya terpadu mewujudkan desa tanpa kemiskinan dan kelaparan, ekonomi desa tumbuh merata, desa peduli kesehatan, desa peduli lingkungan, desa peduli pendidikan, desa ramah perempuan, desa berjejaring, dan desa tanggap budaya untuk percepatan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Mukhtar & Taha, 2021). Lebih lanjut, potensi desa perlu diberdayakan agar meningkatkan perekonomian masyarakat (Majdi, Rizkiwati, & Wirasasmita, 2020; Santoso, Wiranti, & Bhw, 2021; Sriyana & Sari, 2018). Menanggapi kebijakan tersebut, maka pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Tidar terarah dan bersifat berkelanjutan dengan SDGs Desa.

Desa Balesari adalah salah satu desa di kawasan Kabupaten Magelang yang merupakan desa binaan dari Universitas Tidar. Desa Balesari memiliki antusiasme yang cukup tinggi dalam berwirausaha, hal tersebut bisa terlihat dari adanya Kelompok Usaha Bersama (KUB) atau adanya beberapa UMKM di Desa Balesari. Salah satu produk dari UMKM di Desa Balesari yaitu makanan ringan. UMKM makanan ringan di Desa Balesari rata-rata merupakan usaha turun temurun. Kondisi tersebut menyebabkan pola manajerial yang masih tradisional. Dalam hal pemasaran usaha makanan ringan ini didistribusikan kepada konsumen melalui pasar-pasar tradisional. Produk yang dihasilkan yaitu makanan ringan berupa aneka keripik dan aneka kerupuk.

Di era digital, pelaku UMKM juga perlu merespon dan beradaptasi dalam menjalankan usaha bisnisnya terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan bisnis (Asmoro & Sari, 2020; Atmaja & Novitaningtyas, 2021; Hapsoro, Palupiningdyah, & Slamet, 2019; Septariani, Ria, & Lindiawatie, 2018). Adapun beberapa kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Balesari diantaranya yaitu minimnya diversifikasi produk, belum memanfaatkan aplikasi digital untuk pengelolaan keuangan bisnis, serta belum maksimal dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Berdasarkan kendala yang dihadapi

oleh UMKM khususnya yang memproduksi makanan ringan di Desa Balesari, maka diperlukan upaya pendampingan kepada masyarakat. Dengan demikian, diharapkan melalui pendampingan ini dapat memberikan manfaat berupa peningkatan awareness dari pelaku UMKM untuk menampilkan *point of differentiation* dari produknya dan meningkatkan kompetensi pelaku UMKM untuk memproduksi produk yang beragam. Jika produknya beragam, diharapkan agar nilai jual produk menjadi meningkat. Selain itu, tutorial untuk memanfaatkan aplikasi digital dalam pengelolaan keuangan dan media sosial sebagai sarana pemasaran diharapkan dapat meningkatkan kemampuan manajerial dari pelaku UMKM.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan UMKM di Desa Balesari. Beberapa metode yang bisa digunakan untuk pengabdian kepada masyarakat adalah sosialisasi, pemberian materi dan tutorial atau demonstrasi (Hapsoro et al., 2019; Herdhiansyah et al., 2022; Yunita & Purwanto, 2020). Adapun, untuk mencapai tujuan program, beberapa metode yang digunakan adalah sosialisasi dan tutorial. Peserta program adalah mitra yaitu 20 pelaku UMKM makanan ringan. Metode sosialisasi digunakan untuk meningkatkan pemahaman dari mitra atau peserta, sedangkan metode

tutorial digunakan untuk meningkatkan kompetensi mitra yaitu pelaku UMKM. Metode sosialisasi dan tutorial diimplementasikan melalui pemberian materi yaitu (1) diversifikasi produk, (2) pencatatan laporan keuangan sederhana, (3) pemasaran melalui media sosial, (4) penyusunan laporan keuangan, dan (5) metode diversifikasi produk. Setelah diberikan materi melalui metode ceramah, kemudian dilanjutkan dengan diskusi bersama mitra. Evaluasi terhadap pelaksanaan program dilakukan dengan mengidentifikasi pemahaman peserta terkait diversifikasi produk dan pemanfaatan teknologi untuk pencatatan laporan keuangan sederhana serta media sosial untuk pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Balesari terhadap pelaku UMKM diuraikan pada sub-bab berikut ini.

Sosialisasi Diversifikasi Produk

Kegiatan yang pertama yaitu penyampaian materi kepada mitra melalui sosialisasi. Materi yang disampaikan yaitu diversifikasi produk. Melalui materi tersebut dijelaskan konsep diversifikasi sebagai upaya peningkatan kinerja bisnis dengan mengidentifikasi peluang pemasaran produk sejenis yang berbeda. Diversifikasi produk

dapat diimplementasikan pada penambahan jenis produk, penambahan varian rasa produk makanan, penambahan variasi kemasan produk, dan penambahan variasi olahan bahan baku produk. Pada sosialisasi ini juga dijelaskan pentingnya penerapan *point of parity* dan *point of differentiation* dalam memposisikan produk di benak konsumen. Pengelola UMKM diarahkan untuk mencapai titik kesamaan (*point of parity*) pada produknya agar memenuhi standar produk yang dibutuhkan oleh pasar pada umumnya. Pengelola UMKM juga disarankan untuk memiliki titik perbedaan (*point of differentiation*) pada produknya agar menjadi pembeda dari pesaingnya. Titik perbedaan atau disebut juga *point of differentiation* tersebut bisa diterapkan dengan melakukan diversifikasi pada produk yang akan ditawarkan kepada calon konsumen. Melalui penjelasan materi diversifikasi produk, diharapkan agar peserta dan mitra dapat memahami pentingnya diversifikasi produk untuk meningkatkan kinerja bisnis, serta mampu mengimplementasikannya pada produk yang dipasarkan. Dengan demikian, produk dari UMKM di Desa Balesari akan memiliki ciri khas yang berbeda dari pesaingnya dan dapat meningkatkan minat beli terhadap produk.

Sosialisasi Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana

Kegiatan yang kedua yaitu penyampaian materi kepada mitra melalui sosialisasi. Materi yang disampaikan yaitu berkaitan dengan pencatatan laporan keuangan sederhana. Melalui materi tersebut dijelaskan pentingnya pembukuan untuk pencatatan laporan keuangan. Selain itu, dipraktikkan juga bagaimana cara membuat laporan keuangan sederhana mulai dari melakukan *check list*, mengumpulkan contoh bukti transaksi, membentuk perkiraan akun, membuat jurnal umum, dan membuat laporan keuangan. Pada sosialisasi tersebut juga disampaikan bagaimana tips untuk mengatur keuangan usaha bagi UMKM seperti dengan memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan bisnis, membuat pembukuan sederhana, dan memanfaatkan aplikasi pengelola keuangan. Melalui kegiatan kedua, diharapkan agar peserta yaitu pelaku UMKM di Desa Balesari dapat menyadari pentingnya menyusun laporan keuangan sederhana dan dapat menerapkan pada bisnisnya. Pada kegiatan ini juga diperkenalkan digitalisasi dalam pengelolaan laporan keuangan sederhana. Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan aplikasi-aplikasi gratis maupun aplikasi berbayar untuk pengelolaan keuangan. Contohnya aplikasi IKAS dari Run System, aplikasi tersebut dapat membantu pengusaha UMKM untuk mengelola dan meningkatkan pendapatan

bisnisnya dengan mudah dan cepat langsung dari *smartphone*. Aplikasi-aplikasi tersebut dapat membantu pengelola UMKM untuk melihat laporan penjualan harian, mingguan, atau bulanan. Selain itu, aplikasi tersebut juga membantu pengelola UMKM untuk melihat laporan untung rugi secara langsung dan cepat.

Sosialisasi Pemasaran Melalui Media Sosial

Kegiatan yang ketiga yaitu penyampaian materi kepada mitra melalui sosialisasi dengan tema pemasaran melalui media sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pemasaran pelaku UMKM di Desa Balesari dalam rangka meningkatkan daya saing bisnisnya di era digital. Pemateri menjelaskan pelaksanaan pemasaran secara umum, jenis-jenis media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk media pemasaran, dan strategi pemasaran melalui media sosial. Selain itu, pemateri juga menjelaskan manfaat dari media sosial sebagai salah satu sarana pemasaran dan komponen pemasaran online. Jenis-jenis media sosial yang bisa dimanfaatkan diantaranya adalah *WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok*. Pemasaran melalui media sosial perlu menyesuaikan antara informasi atau konten yang disampaikan dengan pengguna media sosial yang ditarget. Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh pengelola UMKM di Desa Balesari diantaranya yaitu : (1) mengenali target pasar dan

menyesuaikan dengan media sosial yang sering digunakan oleh target pasar, (2) membuat konten pemasaran atau *marketing campaign* yang menarik, (3) membuat gambar atau video konten yang menarik, (4) membuat jadwal perencanaan konten selama sebulan, (5) memanfaatkan iklan berbayar seperti *Instagram Ads* sebagai contohnya. Berikut ini adalah beberapa manfaat dari pemasaran melalui media sosial jika diterapkan oleh pengelola UMKM di Desa Balesari, yaitu : (1) pemasaran melalui media sosial cenderung hemat biaya karena dapat dilakukan dengan anggaran yang minim, (2) pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dari calon konsumen yang sebelumnya belum mengenal merek produk kita, (3) pemasaran melalui media sosial memberikan jangkauan yang lebih luas karena dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja, sehingga berdampak pada peluang transaksi penjualan produk, (4) pemasaran melalui media sosial dapat memperluas pangsa pasar, (5) pemasaran melalui media sosial memberikan peluang bagi pebisnis untuk membangun relasi dengan pelanggan melalui interaksi dan komunikasi yang terjalin di media sosial, sehingga kita dapat memberikan pelayanan pelanggan dan membangun komunitas dengan pelanggan. Walaupun demikian, ada beberapa kendala seperti keterbatasan ide-ide konten, keterbatasan

pemahaman terhadap fitur-fitur media sosial, sehingga para pengelola UMKM di Desa Balesari perlu aktif dan konsisten untuk mengelola pemasaran melalui media sosial.

Sosialisasi Strategi Peningkatan Laba Penjualan Melalui Metode Diversifikasi Produk

Kegiatan yang keempat yaitu penyampaian materi kepada mitra melalui sosialisasi dengan tema strategi peningkatan laba penjualan melalui metode diversifikasi produk. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kompetensi mitra dalam pelaksanaan metode diversifikasi produk. Pemateri menjelaskan beberapa pilihan strategi diversifikasi produk seperti mengembangkan produk yang sudah saat ini untuk pasar baru, mengembangkan produk baru untuk pasar yang sudah ada, mengembangkan produk baru untuk pasar yang baru. Pemateri juga menjelaskan perlunya strategi diversifikasi bagi pelaku UMKM yang sedang mempertahankan penjualan, meningkatkan pertumbuhan dan daya saing, serta bagi yang ingin berekspansi. Diversifikasi produk adalah strategi yang dapat diterapkan oleh pengelola UMKM sebagai bentuk pencegahan konsumen untuk berpindah ke merek atau perusahaan lain dalam memenuhi kebutuhannya, disebut juga dengan retensi pelanggan. Jika pengelola UMKM di Desa Balesari dapat menyediakan beragam produk,

maka hal tersebut dapat menjadi upaya perusahaan untuk mencegah adanya monopoli dari pesaing. Selain itu, jika produk yang ditawarkan beragam dan bervariasi, maka kondisi tersebut memberikan tawaran opsi kepada calon konsumen. Contohnya keripik singkong disediakan beragam variasi rasa, misalnya varian orisinal, varian rasa balado, varian rasa keju, varian rasa pedas, varian rasa asin, dan lain-lain. Kondisi tersebut diilustrasikan jika ada pembeli yang tidak suka rasa pedas, maka dapat membeli pilihan rasa lainnya yang disediakan. Oleh karena itu, pengelola UMKM di Desa Balesari perlu berusaha untuk dapat menyajikan produk yang beragam sebagai opsi untuk menumbuhkan minat beli calon konsumen, dan harapannya dapat meningkatkan penjualan produk. Jika penjualan produk mengalami peningkatan, maka kondisi tersebut akan berdampak juga pada peningkatan laba perusahaan.

Sosialisasi Penyusunan Laporan Laba Rugi

Kegiatan yang kelima yaitu penyampaian materi kepada mitra melalui sosialisasi dengan tema penyusunan laporan laba rugi. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kompetensi mitra dalam pengelolaan keuangan usaha. Pemateri menjelaskan definisi laporan laba rugi dan pentingnya menyusun laporan laba rugi. Pemateri juga menjelaskan

manfaat dan tujuan dari penyusunan laporan laba rugi. Setelah menyampaikan materi, kemudian dilanjutkan praktik menyusun laporan laba rugi. Laporan laba rugi tentu merupakan salah satu laporan yang penting untuk dibuat. Pentingnya laporan laba rugi karena laporan tersebut dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang menggambarkan bagaimana kondisi finansial atau keuangan dari usaha atau bisnis yang sedang dijalankan oleh pengelola UMKM di Desa Balesari. Laporan laba rugi merupakan laporan yang menyajikan informasi pengeluaran, pendapatan, serta laba atau rugi yang dihasilkan perusahaan selama periode tertentu. Dengan mempraktikkan pembuatan laporan laba rugi, maka diharapkan agar para peserta mampu memahami dan mengaplikasikannya.



Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian
Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian



Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian
Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

SIMPULAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) melalui pendampingan UMKM di Desa Balesari ini dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing usaha dari pelaku UMKM di era digital. Pendampingan dilaksanakan agar menjadi solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Balesari. Kegiatan pendampingan terdiri dari 5 tahap yaitu sosialisasi diversifikasi produk, sosialisasi pencatatan laporan keuangan sederhana, sosialisasi metode diversifikasi produk untuk peningkatan laba, dan sosialisasi penyusunan laporan laba rugi. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa program pendampingan yang dilaksanakan dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya diversifikasi produk dan pemasaran melalui media sosial, serta pengelolaan laporan keuangan secara sederhana. Selain itu, hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa program pendampingan mampu meningkatkan niat pelaku UMKM di Desa Balesari untuk meningkatkan kinerja

pemasaran dan pengelolaan keuangan agar berdaya saing di era digital. Hal ini berarti ke depannya, pelatihan dan pendampingan UMKM harus difokuskan pada pemasaran digital yang bertujuan untuk optimalisasi pemasaran dan pengelolaan keuangan para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, B. T., & Sari, D. K. (2020). Peningkatan Kapasitas Organisasi Pokdarwis melalui Pelatihan Administrasi Keuangan (Studi Kasus Pokdarwis Desa Sukodono Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang). *Jurnal PKM*, 4(3), 307–311.
- Atmaja, H. E., & Novitaningtyas, I. (2021). Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak dari Pandemi COvid-19. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 13(1), 1–11.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), 117–120.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17880>
- Herdhiansyah, D., Asriani, A., Sakir, S., Rejeki, S., & Suwarjoyowirayatno, S. (2022). Pemanfaatan Limbah Kulit Singkong Menjadi Kripik Kulit Singkong di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. *Jurnal PKM*, 5(2), 219–226.
- Majdi, M. Z., Rizkiwati, B. Y., & Wirasasmita, R. H. (2020). Penguatan Nilai Produk Home Industry Menuju Kesejahteraan Masyarakat Desa Suradadi, Terara, Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 587–595.
- Mukhtar, M., & Taha, S. R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Potensi Desa Sebagai Upaya Pencapaian SDGs. *Jambura Journal of Husbandry and Agriculture Community Serve (JJHCS)*, 1(1), 12–16.
- Santoso, B., Wiranti, D., & Bhw, J. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Dabuk Makmur Dengan Pengelolaan Jamur Sawit Menjadi Jamur Crispy Bernilai Ekonomi. *Jurnal PKM*, 4(3), 212–217.
- Septariani, D., Ria, A., & Lindiawatie, L. (2018). Akuntansi Sederhana untuk Usaha Mikro Karang Taruna Tugu, Kecamatan Cimanggis, Depok. *Jurnal PKM*, 1(1), 1–10.
- Sriyana, J., & Sari, C. P. (2018). Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Produsen Makanan Berbahan Baku Lokal. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(1), 65.
<https://doi.org/10.30595/jppm.v2i1.2017>
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., &

Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>

Yunita, A., & Purwanto, H. (2020). Peningkatan Pemasaran Produk Kerajinan Bambu di Dusun Sanggrahan I, Desa Muntuk, Dlingo, Bantul. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1). <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4603>