

**LITERASI DIGITAL DAN MANAJEMEN USAHA  
BAGI PEDAGANG KECIL DAN SEKTOR USAHA INFORMAL**

**Rianto<sup>1)</sup>, Husni Mubarak<sup>2)</sup>, Aradea<sup>3)</sup>, Nur Widiyasono<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Informatika Fakultas Teknik Universitas Siliwangi

e-mail: rianto@unsil.ac.id<sup>1</sup>, husni.mubarak@unsil.ac.id<sup>2</sup>, aradea@unsil.ac.id<sup>3</sup>, nur.w@unsil.ac.id<sup>4</sup>

**Abstrak**

Pedagang kecil atau pelaku usaha informal (pedagang warung, pedagang keliling, penjual ikan, pedagang gorengan, dan lain-lain) merupakan jenis usaha perorangan atau kelompok yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Pelaku usaha tersebut menjajakan berbagai produk-produk yang diproduksi oleh sendiri ataupun produk yang dibuat oleh pelaku usaha lain. Produk-produk yang dijual diantaranya aneka lauk pauk, kue basah, aneka gorengan, es kelapa muda, produk pertanian, berbagai macam ikan dan produk lainnya. Hasil dari survei awal masih terdapat kekurangan terkait kurangnya pemahaman para pelaku usaha tersebut dalam manajemen usaha baik dalam pemasaran dan manajemen keuangan terutama dalam memanfaatkan teknologi informasi. Kelebihan yang diperoleh pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi diharapkan dapat meningkatkan kapasitas penjualan produk serta pengelolaan keuangannya. Fokus utama dari program ini adalah untuk memberikan pemahaman dan gambaran mengenai pemanfaatan teknologi informasi baik penggunaan perangkat, aplikasi keuangan dan media sosial dalam upaya meningkatkan hasil penjualan dan manajemen usahanya. Selain itu, diberikan gambaran proses bisnis yang harus dilakukan oleh mitra agar program ini dapat berjalan secara berkelanjutan. Program ini memiliki tahapan pelaksanaan yaitu perencanaan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi hasil pelaksanaan program. Program pengabdian ini telah diselenggarakan dengan melakukan kegiatan sosialisasi dan berbagi pengetahuan proses manajemen usaha dan marketing dengan bantuan aplikasi digital, media sosial dan media digital lainnya pada kedua mitra. Tujuan dari program pengabdian ini diharapkan dapat membantu berupa peningkatan manajemen pengetahuan mitra, penerapan IT dan peningkatan hasil usaha mitra. Manajemen usaha dan pemasaran tersebut dapat memberikan manfaat pada mitra dan masyarakat sekitar, terutama terkait model usaha mitra yang lebih baik.

**Kata Kunci :** Usaha Informal, Pedagang, Teknologi Informasi, Manajemen Usaha.

**Abstract**

*Small merchants or informal business actors (stall merchants, mobile merchants, fish sellers, fried food sellers, etc.) are a type of individual or group business carried out by the majority of Indonesian people. These business actors sell various products produced by themselves or products made by other business actors. The products sold include various side dishes, moist cakes, various fried foods, young coconut ice, agricultural products, various kinds of fish and other products. The results of the initial survey still contain shortcomings related to the lack of understanding of business actors in business management, both in marketing and financial management, especially in utilizing information technology. The advantages gained by business actors in utilizing information technology are expected to increase their product sales capacity and financial management. The main focus of this program is to provide an understanding and description of the use of information technology, including the use of devices, financial applications and social media in an effort to increase sales results and business management. In addition, an overview of the business processes that must be carried out by partners is provided so that this program can run sustainably. This program has implementation stages, namely planning, implementation, as well as monitoring and evaluating the results of program implementation. This service program has been held by carrying out socialization activities and sharing knowledge of business management and marketing processes with the help of digital applications, social media and other digital media with both partners. The aim of this service program is expected to help improve partner knowledge management, apply IT and increase partner business results. Business management and marketing can provide benefits to partners and the surrounding community, especially regarding better partner business models.*

**Keywords:** Informal Business, Merchants, Information Technology, Business Management.

## **I. PENDAHULUAN**

Proporsi pekerjaan dibidang informal di negara berkembang umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan pekerjaan sektor formal, termasuk di Indonesia. Pekerjaan informal menurut laman kamus besar Bahasa Indonesia sektor informal adalah lingkungan usaha tidak resmi; lapangan pekerjaan yang diciptakan dan diusahakan sendiri oleh pencari kerja (kbbi.kemdikbud.go.id). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa sektor informal di Indonesia pada tahun 2019 sebesar 55.27%. Sektor ini merupakan sektor yang paling banyak, akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak berwenang. Menurut Simanjuntak (2001), usaha dalam sektor informal cukup beragam diantaranya pedagang keliling, PKL, warung, dll. Aktifitas dari usaha informal ini digolongkan dalam usaha yang dalam bentuk jasa, pedagang, angkutan, industri pengolahan yang dilakukan secara menetap ataupun keliling. Hidayat, M., 2012, mengatakan secara sosiologis pelaku usaha kategori pedagang kaki lima dan pedagang keliling termasuk dalam struktur paling bawah dan banyak dilakukan oleh kelompok masyarakat yang tidak memiliki kemampuan akses apapun, baik akses ekonomi, politik, hukum maupun lainnya. Banyaknya pelaku usaha dalam kategori tersebut, merupakan tantangan tersendiri bagi pelaku usaha. Meskipun demikian, banyaknya pelaku usaha dalam bidang tersebut seyogianya menyimpan potensi yang sangat besar untuk tetap menggerakkan roda ekonomi kerakyatan terutama selama kondisi pandemi covid-19.

Usaha informal atau pedagang merupakan jenis usaha perorangan atau kelompok yang menjajakan berbagai produk-produk yang diproduksi mandiri ataupun produk yang dibuat oleh pelaku usaha lain dengan dijajakan menempati suatu tempat atau di tawarkan dengan berkeliling. Menurut Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2013 jenis usaha ini termasuk salah satu unit usaha UMKM. Sedangkan menurut Mulyadi (2008) jenis usaha informal tersebut merupakan usaha yang sedikit mendapatkan proteksi ekonomi dari pemerintah. Kelompok pedagang yang berada di Desa Mangunreja Tasikmalaya terutama di wilayah kedesunan Tagog dan sekitarnya saat ini telah memiliki belasan anggota yang beroperasi di sekitaran wilayah tersebut.

Hasil dari survei awal yang dilakukan terdapat permasalahan yang dihadapi kelompok usaha

informal ataupun pedagang dalam menjajakan dagangannya yaitu manajemen usaha yang belum memanfaatkan teknologi informasi, peralatan penunjang usaha dan kemasan produk yang belum memadai, belum adanya koordinasi dan pengaturan yang baik dalam manajemen usaha sesama pelaku usaha, metode pemasaran yang tidak efisien. Menurut Saleh dan Hidayat (2016), diperlukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha terutama UMKM dalam menggunakan peralatan teknologi informasi untuk mendukung pengelolaan usaha yang dijalankan.

Berdasarkan uraian dari permasalahan tersebut masalah tersebut, program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan gambaran mengenai pemanfaatan teknologi informasi baik penggunaan perangkat, aplikasi keuangan dan media sosial dalam upaya meningkatkan hasil penjualan dan manajemen usahanya. Selain itu, akan diberikan gambaran proses bisnis yang harus dilakukan oleh mitra agar program ini dapat berjalan secara berkelanjutan. Output dari kegiatan ini yaitu bertambahnya pengetahuan pelaku usaha terutama pedagang dan usaha informal lainnya dalam manajemen usaha dan pemasaran produk dengan mengoptimalkan teknologi informasi yang diharapkan berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku usaha tersebut. *Outcome* program pengabdian kepada masyarakat ini akan diarahkan untuk memberikan pemahaman digitalisasi, inspirasi dan stimulus usaha bagi pelaku usaha, sehingga aktivitas yang dilakukannya tidak hanya sebatas untuk mempertahankan hidup akan tetapi dalam jangka panjang, dapat memberikan kontribusi positif berupa peningkatan keterampilan dan kesejahteraan bagi para pelaku usaha tersebut.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Permasalahan yang dapat diidentifikasi berdasarkan survei awal yang dilakukan adalah:

1. Manajemen usaha yang belum menerapkan teknologi informasi.
2. Mitra belum memiliki pemahaman bagaimana mengoptimalkan teknologi informasi untuk membantu dalam kegiatan usahanya.
3. Mitra belum memiliki kesadaran dalam upaya memberikan informasi produk secara digital yang dapat menjangkau pemasaran secara luas.

- Mitra belum memiliki perencanaan terkait pemanfaatan IT sebagai pendukung dalam pengelolaan manajemen usahanya.

### 1.3 Solusi yang diusulkan

Solusi yang diusulkan untuk permasalahan yang telah teridentifikasi adalah sebagai berikut:

- Memberikan edukasi kepada mitra bagaimana mengoptimalkan teknologi informasi untuk membantu dalam kegiatan usahanya
- Memberikan pemahaman terkait manajemen usaha terutama memperbaiki kualitas pemasaran dan pengemasan produk.
- Memberikan stimulus usaha dengan memberikan peralatan penunjang usaha untuk meningkatkan daya saing.

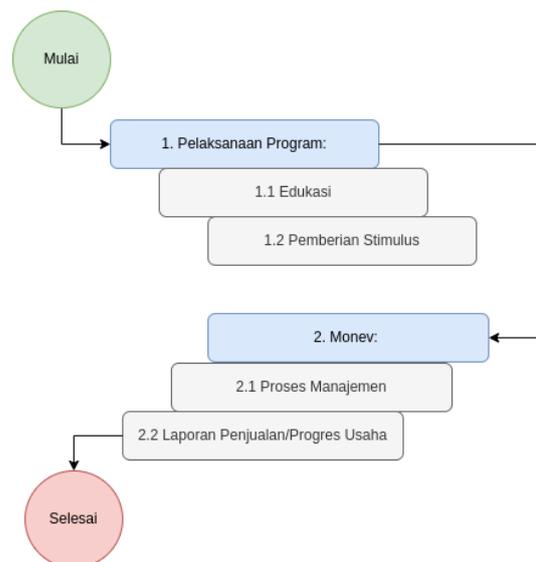
Target pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan kesejahteraan kepada pelaku usaha, sebagaimana tertera pada skema berikut ini:



Gambar 1. Tahapan solusi permasalahan mitra

## II. METODOLOGI PELAKSANAAN

Tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi menjadi dua tahapan utama, yaitu tahap pelaksanaan dan tahapan monitoring dan evaluasi, sebagaimana yang dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Metodologi Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

### 1. Tahapan Pelaksanaan Program

#### 1.1 Metode Pelaksanaan Tahapan Edukasi

Metode pendekatan pada pelaksanaan tahapan stimulus dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut :

- Pertama melakukan koordinasi dan sosialisasi pada mitra tentang kondisi yang berjalan.
- Memberikan pemahaman terkait proses bisnis pada mitra
- Pendampingan dan pelatihan pengelolaan keuangan dengan penerapan aplikasi
- Pendampingan dalam pemasaran berbasis digital.

#### 1.2 Metode Pelaksanaan Stimulus

- Pemberian stimulus peralatan penunjang usaha
- Pendampingan dalam melakukan pengemasan dan desain produk dengan standar yang baik.

### 2. Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan pada tahapan ini, berupa monitoring dan evaluasi hasil pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan. Hal yang dilakukan ada tahap ini diantaranya :

- Melakukan monitoring dan evaluasi program pengabdian yang telah dilakukan dengan memonitoring proses manajemen dan pemasaran produk setelah menerapkan IT.

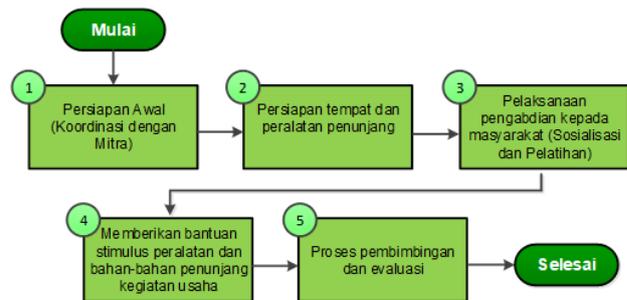
- Melakukan monitoring dan evaluasi hasil laporan penjualan yang menjadi acuan untuk proses perbaikan ke depan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian di Lokasi Mitra

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini diuraikan dalam beberapa tahapan, yang dimulai dengan penyusunan proposal dan inisiasi permintaan kesediaan kepada mitra untuk menjadi tempat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Tempat yang di inisiasi untuk dijadikan mitra pelaksanaan pengabdian adalah Kelompok pedagang kecil dan usaha informal di Desa Mangunreja khususnya di kampung Tagog serta kelompok pertanian dan peternakan di Desa Mangunreja. Pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada skema kemasyarakatan ini berfokus pada sosialisasi dan berbagi pengetahuan proses manajemen usaha dan marketing dengan bantuan aplikasi digital, media sosial dan media digital lainnya. Tahapan-tahapan pelaksanaan pengabdian ini diantaranya

- Melakukan koordinasi dengan lembaga mitra baik mitra pertama dan mitra kedua untuk waktu dan teknis pelaksanaan pengabdian.
- Persiapan tempat dan peralatan yang mendukung proses pelaksanaan kegiatan pengabdian.
- Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu melakukan sosialisasi dan pelatihan proses manajemen usaha dan marketing dengan bantuan aplikasi, media sosial dan media digital lainnya yang dilaksanakan di kedua mitra
- Memberikan bantuan stimulus dari tim pelaksana pengabdian kepada yaitu kelompok pedagang kecil di wilayah kampung Tagog desa Mangunreja dan kelompok petani di Desa Mangunreja berupa peralatan dan bahan-bahan untuk mendukung kegiatan usaha yang dijalani
- Melakukan bimbingan dan konsultasi, serta evaluasi kepada mitra baik selama kegiatan berlangsung ataupun setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

#### 3.2. Waktu, Tempat dan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian di mitra pertama dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 8 Oktober 2022 di mitra pertama yaitu Kelompok pedagang kecil dan usaha informal yang terdiri dari pedagang gorengan, pedagang nasi kuning, pedagang sosis, pedagang es kelapa, pedagang sate, dan pedagang aneka makanan yang dijajakan secara keliling. Lokasi mitra pertama berada di kampung Tagog Desa Mangunreja Kecamatan Mangunreja Kabupaten Tasikmalaya. Pelaksanaan kegiatan ini, disampaikan materi terkait manajemen proses usaha dan pemasaran produk yang dijual para pedagang sebagai upaya dalam meningkatkan interaktivitas usaha dengan berbasis teknologi informasi untuk memberikan akses informasi kepada pelanggan (komunitas, individu). Selain itu dilakukan pemberian stimulus peralatan dan bahan-bahan penunjang untuk membantu kegiatan usaha para pedagang tersebut.

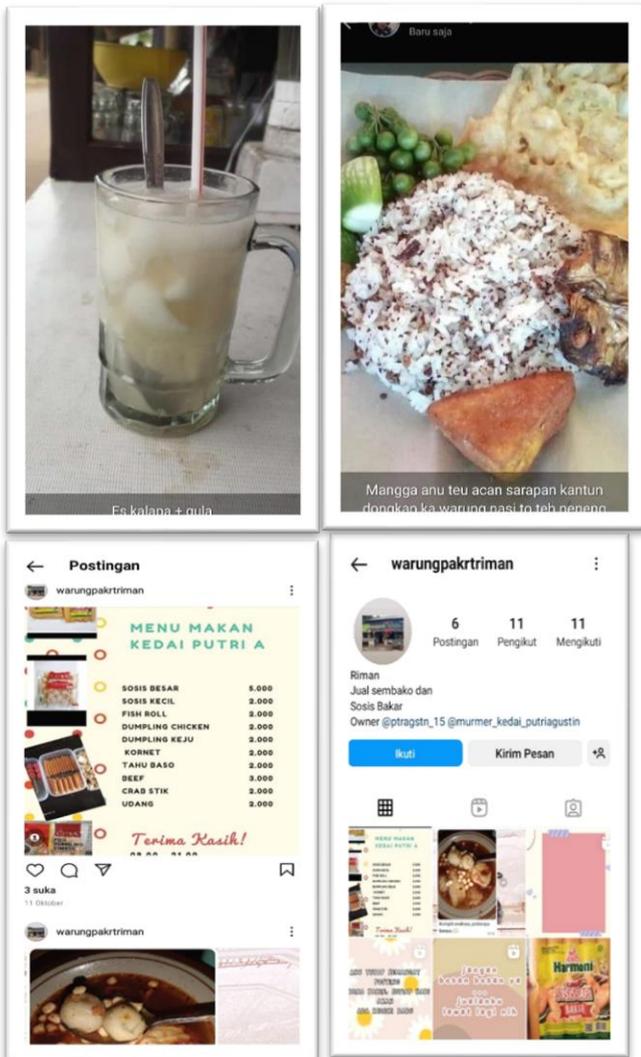
Kegiatan pelaksanaan pengabdian berikutnya dilaksanakan di mitra kedua yaitu Kelompok Petani Av Berkah yang dilakukan pada hari minggu tanggal 9 Oktober 2022 yang berlokasi di Desa Mangunreja Kecamatan Mangunreja Kabupaten Tasikmalaya. Pelaksanaan kegiatan ini, disampaikan materi terkait manajemen proses manajemen usaha, mencari peluang pendanaan dari investor untuk kegiatan usaha dan pemasaran produk hasil pertanian berbasis media digital. Selain itu pelaksanaan pengabdian ini, dilakukan pemberian stimulus peralatan dan bahan-bahan penunjang untuk membantu kegiatan usaha para pedagang tersebut.

#### 3.3 Capaian Hasil Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Capaian hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini berupa peningkatan pengetahuan dari mitra tentang manajemen usaha dan digitalisasi marketing, terutama pengetahuan tentang

pembuatan brand marketing. Luaran implementasi hasil pelaksanaan pengabdian, mitra memiliki media pemasaran dan publikasi dengan perangkat digital dan media sosial untuk membantu memasarkan produk yang di tawarkan. Gamabr di bawah ini contoh media pemasaran dan produk yang ditawarkan oleh mitra (pedagang makanan dan minuman).

rintisan/ startup CROWDE yang saat ini sudah dalam tahap negoisasi proses kerjasama yang akan dilakukan. Hal ini diharapkan dapat memberikan dampak pada peningkatan kapasitas usaha yang dilakukan oleh mitra pengabdian. Gambar 6 merupakan gambaran hasil pengaplikasian digitalisasi di tempat mitra.



Gambar 4. Media promosi produk mitra pengabdian

Pada mitra kedua capaian hasil pelaksanaan pengabdian secara garis besar memiliki kesamaan dengan mitra pertama yaitu berupa peningkatan pengetahuan mitra tentang manajemen usaha dan digitalisasi marketing produk pertanian khususnya menyangkut pada peluang untuk mendapatkan pendanaan dari para investor dan pemasaran produk-produk pertanian yang dihasilkan dalam hal ini adalah produk pertanian cabai rawit, dan budidaya pembibitan kelor. Dari hasil pelaksanaan pengabdian didapatkan peluang untuk pembiayaan dalam kegiatan usaha yaitu bekerja sama dengan perusahaan



Gambar 5. Contoh pengimplementasian digitalisasi mitra pengabdian

#### IV. SIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat skema kemasyarakatan yang telah dilakukan di lokasi mitra pengabdian pertama yaitu penyampaian materi terkait manajemen proses usaha dan pemasaran produk yang dijual para pedagang sebagai upaya dalam meningkatkan interaktivitas usaha dengan berbasis teknologi informasi untuk memberikan akses informasi kepada pelanggan (komunitas, individu). Pada mitra kedua dilakukan penyampaian materi terkait manajemen proses manajemen usaha, mencari peluang pendanaan dari investor untuk kegiatan usaha dan pemasaran produk hasil pertanian berbasis media digital. Dari hasil pelaksanaannya diketahui bahwa kegiatan tersebut mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari kedua mitra. Kedepannya diharapkan adanya pelatihan-pelatihan dan pendampingan lanjutan sehingga dalam membangun kesadaran pemanfaatan teknologi informasi bagi usaha kecil dan usaha informal yang diharapkan mampu menjadi kekuatan ekonomi masyarakat.

**DAFTAR PUSTAKA**

<https://ppukab.bps.go.id/indicator/6/252/1/-sakernas-jumlah-dan-persentase-penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-menurut-formal-informal.html>, diakses pada 01 November 2022.

<https://www.merdeka.com/uang/189-juta-usaha-di-ri-masih-kategori-pkl-dan-pedagang-keliling.html> diakses pada 3 Juli 2021

Muhammad Hidayat, Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima (PKL). SOSIOLOGI REFLEKTIF, Volume 6, Nomor 2, April 2012

Mulyadi, S (2008). Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan. Jakarta: Rajawali Pers.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 17 tahun 2013 tentang Pelaksanaan UndangUndang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Saleh, Baso dan Hidayat, D Yayat, “ Penggunaan Teknologi Informasi Dikalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Daerah Perbatasan. Jurnal Pekommas. Hal. 141 – 152, 2016

Simanjuntak, Payaman J. 2001. Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia, LPFE UI, Jakarta

Syadi Abas, “Media Dan Alat Pemasaran Pedagang Keliling Di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo”, Jurnal Ekulilibrium, Vol 10, No.2, September 2015

<https://ppukab.bps.go.id/indicator/6/252/1/-sakernas-jumlah-dan-persentase-penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-menurut-formal-informal.html>