

Pengaruh Digitalisasi Proses Bisnis dalam Memasarkan Produk UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya

Unsiah Zulfa Ulinnuha & Indah Respati Kusumasari

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010250@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

UMKM merupakan suatu jenis usaha yang dijalankan organisasi atau perorangan. Digitalisasi mengantarkan era baru dalam masyarakat terutama di sektor bisnis, UMKM mulai memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memasarkan produknya. Metode yang digunakan adalah melakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya mengenai manfaat digitalisasi. Mendapatkan hasil dari 20 UMKM terdapat 6 UMKM yang telah terdaftar di platform ojek online setelah dilakukannya sosialisasi.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Pemasaran.

ABSTRACT

UMKM are a type of business run by organizations or individuals. Digitalization brings a new era in society, especially in the business sector, UMKM are starting to take advantage of technological advances to market their products. The method used is to conduct socialization to MSME actors in Genteng District, Surabaya City regarding the benefits of digitalization. The results of 20 MSMEs show that 6 UMKM have registered on the online motorcycle taxi platform after the socialization was carried out.

Keywords: UMKM, Digitalization, Marketing.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan singkatan dari usaha-usaha tersebut. UMKM dapat dipahami sebagai suatu jenis usaha yang dijalankan oleh rumah tangga, organisasi, atau perorangan. UMKM bergerak dalam perekonomian nasional dengan tujuan memajukan masyarakat, khususnya di bidang perekonomian. Fungsi UMKM adalah menyediakan alat untuk menyamakan kedudukan bagi usaha skala kecil. Karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, hal ini secara tidak langsung berkontribusi terhadap upaya Indonesia dalam mengentaskan kemiskinan. Selain itu, UMKM berkontribusi terhadap pertumbuhan lapangan kerja.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI dalam siaran pers tanggal 1 Oktober 2022 menyampaikan bahwa peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99 persen dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5 persen, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9 persen dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

Sebelumnya, kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48 persen UMKM mengalami masalah bahan baku, 77 persen pendapatannya menurun, 88 persen UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97 persen UMKM mengalami penurunan nilai aset. Kebijakan strategis yang diterapkan Pemerintah di antaranya yaitu Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), implementasi UU Cipta Kerja

dan aturan turunannya, maupun program Bangga Buatan Indonesia (BBI).

Di era digital saat ini inovasi bisnis menjadi salah satu kunci kesuksesan bagi para pebisnis. Digitalisasi dapat mengubah mindset dan cara mengelola bisnis agar bisnis dapat berkembang dengan mengikuti era saat ini. Digitalisasi bisnis merupakan bentuk perubahan media bisnis yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas dan menciptakan nilai tambah. Digitalisasi bisnis dapat digunakan untuk memasarkan produk-produk warga UMKM di Kecamatan Genteng melalui perkembangan digitalisasi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Selain itu, kemajuan teknologi informasi telah mengantarkan era baru dalam masyarakat, terutama di sektor bisnis, di mana para pengusaha sekarang mulai menggunakan teknologi ini untuk memajukan perusahaan mereka. Beberapa UMKM dapat mengambil manfaat dari kemajuan teknologi dengan menjadi lebih maju dalam bisnis mereka. Misalnya, bisnis di industri kuliner dapat berkolaborasi dengan berbagai platform ojek online, seperti GrabFood, GoFood, ShopeeFood, dan lainnya, untuk memfasilitasi pembelian konsumen dan mengembangkan pasar mereka.

Sektor *On Demand Service* yang mencakup teknologi layanan digital berbasis aplikasi seperti Gojek dan Grab merupakan salah satu dari tiga area digitalisasi ekonomi utama yang tengah dikembangkan Indonesia saat ini. Teknologi finansial, atau Fintech, merupakan industri kedua. Fintech menyediakan layanan manajemen keuangan daring dan pembayaran transaksi. Sektor ketiga adalah industri e-commerce, yang menawarkan layanan platform untuk pembelian dan penjualan daring yang dapat diakses oleh berbagai pengguna.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dengan melakukan sosialisasi kepada para UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya yang dilakukan di Balai RW setempat. Kegiatan sosialisasi ini ditujukan kepada pelaku UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya dengan menyampaikan informasi mengenai manfaat digitalisasi yang dapat membantu mengembangkan bisnis para pelaku UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dukungan UMKM Pada tanggal 16 September 2020, kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya berlangsung dari tanggal 16 Februari -30 Juni 2024. 16 Februari hingga 30 Juni 2024. Tindakan langsung dilakukan dengan mendatangi alamat pelaku usaha dan turun ke lapangan. Tindakan yang dilakukan antara lain dengan mendatangi dari rumah ke rumah dan mengecek ke tempat tinggal pelaku usaha.

Membantu pelaku UMKM mendesain logo, daftar menu, brosur, dan mencantumkan alamat perusahaan ke Google merupakan bagian dari bantuan pemasaran yang diberikan. dengan membuat daftar menu, brosur, logo, dan alamat usaha dapat terlihat di Google Maps. Beberapa dari 20 UMKM yang penulis ajak bekerja sama sudah memiliki alamat usaha, daftar menu, pamflet, dan logo yang ditampilkan di Google Maps.

Selain itu, penulis membantu untuk membuatkan akun instagram, shopeefood, grabfood, dan gofood yang bertujuan untuk memasarkan produk dari pelaku UMKM. Setelah dilakukan sosialisasi manfaat

digitalisasi dari 20 UMKM sekarang sudah terdapat 6 UMKM yang terdaftar di platform ojek online seperti shopeefood dan gofood.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil atau uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan dengan adanya kegiatan sosialisasi manfaat digitalisasi ini sangat membantu para pelaku UMKM untuk mengenal dan mengetahui cara kerja digitalisasi di era saat ini. Pelaku UMKM merasa terbantu dengan adanya teknologi ini karena membantu untuk memasarkan produk mereka dan memperluas jangkauan pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bu Regina selaku mentor penulis yang telah membimbing dan memberi arahan selama kegiatan magang berlangsung. Bu Rizky selaku pendamping yang telah membimbing dan membantu saya selama kegiatan magang berlangsung. Seluruh rekan saya dari atas dukungan dan kerjasamanya selama program magang berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan kemampuan branding UMKM melalui proses digitalisasi bisnis. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521-527. https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/j_pkm/article/view/871/672
- Damis, S., & Harun, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 5(1). <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecot/article/view/941>

- Maulidiyah, W., & Nurhadi, N. (2023). Strategi Pemberdayaan Bisnis Masyarakat Melalui Aktivitas Digitalisasi UMKM Guna Mengoptimalisasi Potensi Penjualan (Studi Kasus Pada UMKM Gudang Sandal). *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 344-352. https://jurnal.fkip.samawauniversity.ac.id/KARYA_JPM/article/view/389
- Wahyuningsih, Endang. "Digitalisasi Bisnis Sebagai Alternatif Scale Up Strategy UMKM Dan Koperasi Menyongsong Era The Next Normal (Pasca Pandemi Covid-19)." (2021): 15-24.
- Khulwani, A., & Hakim, A. R. (2023). Sosialisasi Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM Di Desa Sabajaya. *ABDIMA Jurnal Pengabdian Mahasiswa* 2(1), 452-456. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3614>
- Santoso, Agustinus Budi, and Maya Utami Dewi. "Digitalisasi UMKM untuk Optimalisasi Sistem Informasi dan Integrasi Layanan Aplikasi Website Transaksi Online di Masa Pandemi." *Jurnal Abdidas* 3.1 (2022): 198-205. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i1.560>
- Sutanto, Y. P., Mardiyaturrahma, A., & Wasiqoh, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM dengan Pemanfaatan Whatsapp Business di Desa Karangayam Srengat Kabupaten Blitar. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Nusantara (JPPNu)*, 4(2), 175-181. <https://doi.org/10.28926/jppnu.v4i2.116>
- Husna, S., & Susyanti, J. (2024). Analisis Systematic Literature Review Tentang Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Melalui Digitalisasi Proses Bisnis. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 207-216. <https://jurnal.stiqomah.org/index.php/merdeka/article/view/1950>
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121-126. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>
- Arifqi, Moh Musfiq, and Dedi Junaedi. "Pemulihan perekonomian indonesia melalui digitalisasi UMKM berbasis syariah di masa pandemi Covid-19." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 3.2 (2021): 192-205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Hasan, H., Haliah, H., & Fahdal, M. A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 43-50. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i1.1225>
- Hisnul, H., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknologi Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 49-58. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.693>
- Buulolo, M., & Buulolo, A. (2023). Analisis tingkat pendidikan UMKM, persepsi, dan pemanfaatan digitalisasi terhadap pelaku UMKM Kota Batam. *MBIC-Journal Confrence*, 1(3), 319-332. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/article/view/67655>

- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jurnaldiklus/article/view/37122>
- Anjarwati, S., Zaena, R. R., Fitriyaningsih, D., & Sulistiana, I. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 57-72. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.181>
- Rosalina, V. (2022). Sharing Knowledge Pentingnya Digitalisasi Customer Relationship Management Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Vokasi (Japesi)*, 1(1), 17-21. <https://doi.org/10.30656/japesi.v1i1.4654>
- Angeline, A., Allister, D., & Gunawan, L. L. (2022). Pengembangan UMKM Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Prosiding Serina*, 2(1), 85-92. <https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.18514>
- Frifantio, Akmal Nabilan, et al. "Kesiapan Digitalisasi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Pengolahan Kerupuk Sangrai Di Desa Sukaresik Kecamatan Sindangkasih Kabupaten Ciamis." (2022). <http://repository.unigal.ac.id:8080/handle/123456789/1056>
- Margolang, A. I., Silalahi, K. A., & Nst, M. R. S. (2024). Rencana Bisnis dalam Meningkatkan Usaha UMKM di Era Digitalisasi. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12). <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index>
- Munandar, Galih Mahardika. "Perubahan Sistem Konvensional Menjadi Sistem Digitalisasi Bagi UMKM Kebumen di Bidang Konveksi (Studi Kasus Tonight Sablon)." *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)* 3.4 (2023): 451-458. <http://dx.doi.org/10.30587/justicb.v3i4.5745>