

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS TEKNOLOGI PADA ERA *NEW DIGITAL ECONOMY*

Kresna Yoga Prasetyo¹, dan Dimas Ilham Nur Rois²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Email: kresnayoga43@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi berbasis digital menuntut adanya transformasi dalam strategi dalam berusaha. Hal ini menjadi tantangan yang harus diselesaikan oleh para pelaku usaha khususnya dalam sektor UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melibatkan peran mahasiswa kedalam program pemberdayaan masyarakat. Melalui program MBKM-SIB bertajuk *RevoU Tech Academy* ini mahasiswa dapat ikut berkontribusi dalam mengatasi permasalahan tersebut. Metode pelatihan selama 4 bulan dengan berfokus pada *product, sales, marketing*, dan *data* bertujuan untuk melatih *skill* dan kemampuan dalam mengembangkan usaha. Hasil program yaitu berwujud terciptanya *capstone project* tentang *product, sales, marketing*, dan *data* yang mana hal ini menandakan bahwa peserta telah memahami materi pelatihan yang diberikan.

Kata kunci: *Pelatihan, UMKM, Teknologi, Digitalisasi*

ABSTRACT

The development of digital-based technology demands a transformation in business strategy. This is a challenge that must be resolved by business actors, especially in the UMKM sector. One way that can be done is to involve the role of students in community empowerment programs. Through the MBKM-SIB program entitled RevoU Tech Academy, students can contribute to overcoming these problems. The training method for 4 months by focusing on product, sales, marketing, and data aims to train skills and abilities in developing a business. The results of the program are in the form of creating a capstone project regarding product, sales, marketing, and data which indicates that the participants have understood the training material provided.

Keywords: *Training, UMKM, Technology, Digitization*

PENDAHULUAN

Era Ekonomi Tradisional merupakan era dimana teknologi informasi belum berkembang dengan pesat. Perdagangan dan/atau transaksi-transaksi lainnya antar masyarakat pada era ekonomi tradisional dilakukan secara langsung. Transaksi semacam ini

mengharuskan para pihak yang akan bertransaksi hadir secara fisik di waktu dan tempat yang bersamaan. Sedangkan pada masa ini, transaksi yang telah dijelaskan sebelumnya dapat dilakukan dengan bantuan teknologi informasi (TI) dan komunikasi, dengan demikian suatu era baru telah muncul yang disebut dengan Era Ekonomi

Digital (*Digital Economy*) (Rosadi & Pratama, 2018).

Pertama kali komponen ekonomi digital diidentifikasi sebagai industri teknologi, kegiatan *e-commerce* antara bisnis dan individu, distribusi barang dan jasa digital, dukungan penjualan, khususnya sistem dan layanan yang menggunakan internet (Rifai et al., 2022). Menurut Pramono et al, (2022) digitalisasi merupakan keharusan yang tidak terhindari dari globalisasi. Pengembangan ekonomi digital menjadi salah satu strategi utama dalam terciptanya transformasi ekonomi dan mempercepat pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19.

Menurut Azaria et al, (2019) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah entitas yang berperan krusial pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di banyak negara, tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju. UMKM berperan penting yang tercermin dari tanggung jawab ketika melakukan pekerjaan dibandingkan dengan unit usaha berskala besar. Menurut Arifqi & Junaedi (2021) UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi mikro yang terkait langsung dengan praktik ekonomi masyarakat, terutama masyarakat kelas menengah ke bawah, tidak salah jika kemudian UMKM menjadi salah satu harapan besar dalam pemulihan sistem perekonomian masyarakat, atau bahkan sistem perekonomian di Indonesia.

Nugroho et al, (2022) memaparkan bahwa UMKM harus mampu bersaing di pasar global. Pelaku usaha harus menguasai Teknologi Informasi (TI) yang mana hal ini memudahkan pemasaran produk ke luar negeri. Untuk itu pelaku UMKM akan membutuhkan teknologi

informasi untuk berkembang dan tetap kompetitif di lingkungan digital saat ini.

Menurut Rizqi & Himawan (2022) Transformasi digital pada UKM merupakan tantangan dalam mengembangkan keterampilan sumber daya tidak hanya bagi pelaku bisnis, tetapi juga perilaku bisnis, metode pemasaran, dan model operasi yang menghadirkan tantangan. Berbicara tentang transformasi digital, digitalisasi harus dilihat tidak hanya sebagai konsep, tetapi sebagai penerapan model bisnis yang fleksibel.

RevoU Tech Academy: Product, Sales, Marketing, Data merupakan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) - Studi Independen Bersertifikat (SIB) yang diselenggarakan oleh Kemendikbudristek Indonesia dan PT Revolusi Cita Edukasi menjadi bentuk pelaksanaan KKN mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta. Pelaksanaan KKN melalui program tersebut bertujuan untuk menciptakan bahan pengembangan dan pembekalan terhadap keterampilan dan pendidikan yang dibutuhkan pada era ekonomi digital terkhusus pada UMKM kota Surakarta.

Program ini memberikan sebuah pelatihan tentang *Digital Marketing, Technology Sales, Product Management, dan Data Analytics* yang mana 4 poin tersebut merupakan bagian penting dalam pengembangan usaha serta modal dalam menghadapi persaingan bisnis di era ekonomi digital.

METODE

Pelaksanaan pengabdian dilakukan selama 4 bulan mulai dari tanggal 15 Agustus 2022 sampai 24 Desember 2022 secara virtual dengan berfokus kasus pada UMKM khususnya yang berada di Kota Surakarta. Metode dilakukan dengan awalan sebuah

observasi dan identifikasi masalah terhadap kondisi dunia bisnis di era ekonomi digital. Pelaksanaan program kegiatan terbagi kedalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Koordinasi bersama Tim *RevoU* dan pelaku *Tech Industry*

Tahapan ini bertujuan untuk memaparkan rencana program, target, dan capaian hasil yang diharapkan. Sehingga para peserta paham akan program kegiatan yang akan dijalankan.

2. Pemberian Edukasi dan Pelatihan tentang *Product Management*

Tahapan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada peserta tentang pentingnya *Product Management* bagi pelaku usaha. Kegiatan ini dilaksanakan selama 4 minggu, mulai dari tanggal 16 Agustus 2022 sampai 09 September 2022.

Materi disampaikan oleh beberapa *lecture* yang berpengalaman dalam *tech industry*, yaitu Kak Gohan Parningotan selaku PM di Brick Financial AP dan Kak Wulandari Putriyani selaku PM di Bukalapak. Dalam kegiatan ini juga dilakukan *demo* atau praktik simulasi guna memudahkan pemahaman para peserta tentang materi yang telah diberikan, simulasi ini dilakukan oleh Kak Rio dan Kak Ditto selaku Mentor PM di *RevoU*.

Capaian tahapan ini adalah peserta dapat memahami pentingnya visi UMKM dan visi produk, memahami kondisi pasar dan *market size* serta dapat mengidentifikasi *gap* dari target pasar.

3. Pemberian Edukasi dan Pelatihan tentang *Data Analytics*

Tahapan berikutnya adalah memberikan edukasi dan pelatihan kepada peserta tentang pentingnya *Data Analytics* dan memperkenalkan aplikasi *Google Spreadsheet* dan *Google Data Studio*. Capaian berupa peserta dapat berpikir analitis, memahami data usaha serta dapat mengoperasikan perangkat data analisis yang ada.

Kegiatan ini dilaksanakan selama 5 minggu, mulai dari tanggal 12 September 2022 sampai 13 Oktober 2022. Materi tersebut disampaikan oleh beberapa *lecture* yang berpengalaman dalam *tech industry*, yaitu Kak Romansya Setyo Utomo selaku *Data & Business Analytics* di Intrepid Group Asia, Kak Tiara Calista Shandy selaku *Sr. Data Analyst* di ASTRO Indonesia dan Kak Andi Sulasikin selaku *Data Scientist Lead, Trainer, Mentor, Digital & Smart City Expert, NL & LPDP Graduate*.

Terdapat *demo* atau praktik simulasi penggunaan *Google Spreadsheet* dan *Google Data studio* yang dilakukan oleh Kak Naufal dan Kak Yoga selaku Mentor DA di *RevoU*.

4. Pemberian Edukasi dan Pelatihan tentang *Tecs Sales*

Pada tahap ini bertujuan memberikan edukasi dan pelatihan kepada peserta tentang pentingnya *Tech Sales* dan penggunaan aplikasi *HubSpot* dan *Email*. Capaian adanya kegiatan ini adalah peserta dapat memahami *sales*, metode dan cara berkomunikasi kepada calon *customer* agar menghasilkan penjualan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 5 minggu,

mulai dari tanggal 17 Oktober 2022 sampai 17 November 2022.

Pelatihan dipandu langsung oleh beberapa *lecture* yang berpengalaman dalam *tech industry*, yaitu Kak Christina Dhea selaku *Business Development Manager* di SIRCLO, Kak Rifqi Thaib Rianto selaku *Client Growth Manager* di HappyFresh dan Kak Fadli Rilo selaku *Digital Growth Consultant* di Insider.

Dilakukan *demo* atau praktik simulasi tentang penggunaan *HubSpot* dan *Email* oleh Kak Jerio dan Kak Puri selaku Mentor TS di *RevoU*.

5. Pemberian Edukasi dan Pelatihan tentang *Digital Marketing*

Tahapan ini dilakukan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada peserta tentang pentingnya *Digital Marketing* dan penggunaan *social media* dalam kegiatan promosi. Kegiatan ini dilaksanakan selama 5 minggu, mulai dari tanggal 21 November 2022 sampai 21 Desember 2022. Capaian tahapan ini adalah peserta dapat membuat konten produk dan melakukan pemasaran berbasis digital.

Materi disampaikan oleh beberapa *lecture* yang berpengalaman dalam *tech industry*, yaitu Kak Ariyani Tiara Kusumaputri selaku *User Growth* di Lazada Indonesia, Kak Monalisa Wiskal selaku *Media Specialist* di PT Kobe Boga Utama, Kak Bernadetta Septarini selaku *Content Marketing* di ArmourZero dan Kak Tommy Prayoga selaku *Content Collison Digital PR and Content Marketing*.

Terdapat *demo* atau praktik simulasi penggunaan *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* serta strategi

pembuatan konten guna memudahkan pemahaman para peserta tentang materi yang telah diberikan, simulasi ini dilakukan oleh Kak Andri dan Kak Kanya selaku Mentor DM di *RevoU*.

6. Monitoring dan Evaluasi

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai bentuk pengendalian yang berkaitan dengan pengawasan serta penilaian terhadap pelaksanaan kegiatan. Dimana disetiap bagian terdapat sesi mentoring sebanyak 1 kali dalam tiap minggunya. Kemudian kegiatan evaluasi dilakukan 1 kali yaitu pada tahap *pitching* atau pemaparan hasil *capstone project*, kegiatan ini dilakukan bersama dengan Kak Dafit Bagus selaku *Product Management Strategiest*, Kak Gandhi Surya Buana selaku *Data Analytics Strategiest*, Kak Fadli Rilo selaku *Digital Growth Consultant* di Insider dan Kak Gregorius Adhisakti selaku *Digital Marketing Strategiest*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan rangkaian kegiatan pengabdian ini telah memenuhi capaian (*output*) yang telah ditentukan pada awal kegiatan. Dari rangkaian tahapan tersebut, berikut adalah paparan hasil dan pembahasannya:

1. Edukasi dan Pelatihan tentang *Product Management*

Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pemahaman tentang *product management* dan peran pentingnya bagi pelaku usaha.

Product management yang merupakan fungsi terkait produk yang dimulai dengan perencanaan dan pengembangan hingga produk siap dipasarkan. *Product*

management dapat digambarkan sebagai proses memaksimalkan nilai bisnis melalui suatu produk.



Gambar 1. *Lecture Product Management*

2. Edukasi dan Pelatihan tentang *Data Analytics*

Pelatihan ini dilaksanakan dengan memberikan pemahaman tentang *data analytics* dan peran pentingnya bagi pelaku usaha. *Data analytics* adalah ilmu untuk menganalisis data mentah menjadi informasi yang lebih mudah disajikan. Dengan *data analytics*, sebuah bisnis berpeluang mengoptimalkan kinerjanya, memaksimalkan keuntungan, hingga membuat keputusan yang lebih terarah dan strategis.



Gambar 2. *Lecture Data Analytics*

3. Edukasi dan Pelatihan tentang *Tech Sales*

Dilaksanakan dengan memberikan pemahaman tentang *tech sales* dan peran pentingnya bagi pelaku usaha. *Tech sales*

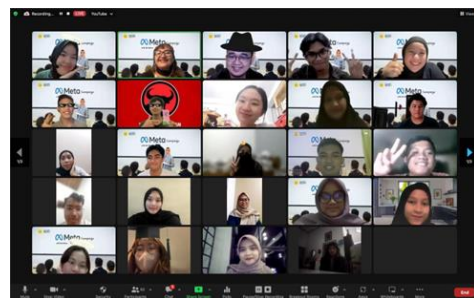
menjadi salah satu perangkat otomasi pengelolaan proses bisnis yang berperan besar dalam meningkatkan volume penjualan dan *return on sales* (ROS) yang mendorong pencapaian profitabilitas tertinggi.



Gambar 3. *Lecture Tech Sales*

4. Edukasi dan Pelatihan tentang *Digital Marketing*

Pelatihan dilaksanakan dengan memberikan pemahaman tentang *digital marketing* dan peran pentingnya bagi pelaku usaha. *Digital marketing* mengacu pada semua upaya *marketing* yang terjadi melalui internet, dengan memanfaatkan *channel* digital seperti *search engine*, media sosial, email, serta website untuk terhubung dengan *customer*.



Gambar 4. *Lecture Digital Marketing*

Secara keseluruhan untuk keberhasilan dalam program ini adalah terciptanya sebuah *capstone project* yang telah dikerjakan oleh para peserta pada tiap akhir pelatihan dan melihat

hasil *assignments* para peserta telah memahami keempat lingkup pelatihan yang mana hal ini akan berdampak pada terciptanya inovasi, kreasi dan jangkauan usaha yang lebih baik. Peserta telah mampu mengaplikasikan beberapa *tools* yang telah diajarkan seperti penggunaan *Google Spreadsheet*, *Google Data Studio*, *HubSpot*, *Email*, *Facebook Ads* dan *Instagram Ads*.

SIMPULAN

Kuatnya arus digitalisasi di era ini membuat para pelaku usaha harus beradaptasi. Mempelajari dan memanfaatkan perkembangan teknologi menjadi salah satu solusi untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Melalui 4 pelatihan dalam program Studi Independen Bersertifikat - *RevoU Tech Academy* ini para pelaku usaha dilatih untuk mengenal *product management*, *data analytics*, *tech sales* dan *digital marketing* sehingga mereka dapat mulai dalam berinovasi produk, menganalisis usaha dan memanfaatkan aplikasi yang ada seperti *google tools*, *email* dan *social media* ke dalam operasional usahanya.

Kegiatan KKN-MBKM secara umum berjalan dengan lancar dan cukup baik dengan terlihatnya antusias yang cukup tinggi dengan pelatihan yang diberikan. Pelatihan yang berlangsung selama kurang lebih 4 bulan ini dapat berjalan berkat dukungan tim RevoU, pelaku *tech industry* dan tentu nya para mahasiswa yang terlibat. Dan dengan adanya kegiatan ini, penulis dapat bertukar ilmu serta mendapatkan pengalaman langsung kepada masyarakat. Harapan kedepannya semoga para peserta dapat mengimplementasikan hasil pelatihan baik itu kedalam karir diri sendiri maupun ke usaha yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifqi, M. M., & Junaedi, D. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkhara.j.v3i2.311>
- Azaria, S., Marfu'ana, A. V., Asih, A. F., Rois, D. I. N., & Kurniati, S. (2019). Pelatihan Pengelolaan Dana Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Kerajinan Tembaga Desa Tumang. *SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(0), 88–93.
- Nugroho, T. P. A., Putri, G. A., Nurhaliza, Rois, D. I. N., & Kurniati, S. (2022). Strategi Pemasaran Sentra Pengrajin Tembaga Desa Tumang Berbasis Digital Marketing Melalui Website. *SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(02), 114–121.
- Pramono, B., Prakoso, L. yudho, Alman, G. choirul, Rianto, & Sutrasna, Y. (2022). Kebijakan Ekonomi digital Diantara Peluang Dan Ancaman Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3225–3230.
- Rifai, D., Fitri, S., & Ramadhan, I. N. (2022). Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1), 49–52. <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i1.752>
- Rizqi, M. A., & Himawan, A. F. I. (2022). Tranformasi Digital & Peningkatan Kapasitas Ukm Di Majelis Ekonomi Dan Kewirausahaan

Muhammadiyah. *DedikasiMU*
(*Journal of Community Service*),
4(1), 14–26.

<http://journal.umg.ac.id/index.php/dedikasimu/article/view/3785>

Rosadi, S. D., & Pratama, G. G. (2018).
Perlindungan Privasi Data Pribadi
Dalam Era Ekonomi Digital Di
Indonesia. *Veritas et Justitia*, 4(1),
88–110.

<https://doi.org/10.25123/vej.291>

6