



---

**STRATEGI PENINGKATAN LABA UMKM DAN STAR UP MELALUI TEKNOLOGI DIGITAL****Oleh****Siti Kurnia Rahayu<sup>1</sup>, Isniar Budiarti<sup>2</sup>****<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Komputer Indonesia****Jl. Dipati Ukur No. 112-116, Bandung 40132****E-mail: <sup>1</sup>[siti.kurnia@email.unikom.ac.id](mailto:siti.kurnia@email.unikom.ac.id)**

---

**Article History:***Received: 01-08-2021**Revised: 16-09-2021**Accepted: 28-09-2021***Keywords:***UMKM, Start-Up, Strategi Laba, Digitalisasi, Pemanfaatan Teknologi*

**Abstract:** *Sektor UMKM Pada Tahun 2018 sudah menjadi penggerak utama perekonomian Indonesia dengan kontribusi sebesar 60,34% terhadap Produk Domestik Bruto dan 97,02% Pekerja terserap. Pandemic Covid-19 berdampak pada kelangsungan UMKM, hanya sebagian kecil yang mampu memperoleh keuntungan. Hal ini menjadi momentum bagi UMKM untuk bertransformasi ke dalam Ekosistem Ekonomi Digital. Tetapi transformasi digital tidak selamanya mulus karena tidak semua pelaku UMKM siap dan mampu menjalankan usaha secara digital. Kondisi ini memerlukan edukasi yang lebih gencar. Tujuan Pengabdian Masyarakat ini memberikan edukasi, pengetahuan dan strategi penjualan untuk mendapatkan laba optimal dengan pemanfaatan teknologi digital. Sasarannya adalah para pelaku UMKM dan Startup yang memiliki usaha di bidang penjualan makanan dan pakaian serta kerajinan batik di Bandung. Adapun Metode yang digunakan Virtual Workshop/ Webinar via ZOOM. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan 7 (tujuh ) alat ukur hasilnya adalah, materi sesuai dengan yang mereka butuhkan, kegiatan yang dilakukan sesuai dengan kondisi pelaku UMKM dan Startup; metode pelatihan/workshop yang digunakan sangat tepat; Nara sumber dapat memberikan informasi dan alternatif penyelesaian masalah; Relevansi dan kompetensi tim memiliki wawasan sebagai fasilitator masyarakat; materi yang disampaikan memiliki dampak positif dan program kegiatan sesuai dengan realita dan harapan peserta.*

---

**PENDAHULUAN**

Sektor Ekonomi Digital Indonesia merupakan yang terbesar di Asia Tenggara. Dengan potensi ekonomi mencapai Rp.2.000 Triliun hingga Tahun 2025, menjadi kewajiban bersama dalam mendorong potensi ekonomi mencapai titik optimal. Pemikiran-pemikiran kreatif dan inovatif membuka peluang dan memunculkan banyak StartUp dan UMKM di Indonesia. Pada



Tahun 2018 sektor UMKM sudah menjadi penggerak utama perekonomian Indonesia dengan memberikan kontribusi sebesar 60,34% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dan 97,02% Pekerja terserap di sektor ini.

Krisis ekonomi akibat pandemic Covid-19 berdampak pada kelangsungan UMKM. Hanya sebagian kecil pelaku UMKM yang mampu memperoleh keuntungan di tengah pandemic, berbanding terbalik dengan jumlah pelaku UMKM yang mengalami penurunan omzet. Kondisi pandemic mendorong kreativitas pelaku UMKM dan sebagian besar masyarakat untuk bertahan. Sebagian besar UMKM melakukan ekspansi dengan menambah jenis saluran penjualan dan pemasaran melalui daring. Hal ini menjadi momentum bagi UMKM untuk bertransformasi ke dalam Ekosistem Ekonomi Digital. UMKM sudah dapat mengkombinasikan pemasaran daring dan luring, dengan melekat internet teknologi digital dimanfaatkan pelaku UMKM dalam meningkatkan pemasaran produk.

Di sisi lain transformasi digital ini tidak selamanya mulus karena tidak semua pelaku UMKM siap dan mampu menjalankan usaha secara digital. Pemanfaatan digital di sektor UMKM sangat dipengaruhi optimisme dan keterampilan penggunaan internet, serta tingkat keamanan dan kenyamanan yang masih rendah. Ketidaksiapan sebagian besar pelaku UMKM dalam melakukan transformasi digital disebabkan karena kendala-kendala yang muncul dari konsumen. Konsumen tidak semuanya nyaman menggunakan teknologi digital dalam melakukan transaksi. Selain itu masih belum meratanya kualitas infrastruktur telekomunikasi di setiap daerah di Indonesia. Ketidaksiapan muncul pula dari kurangnya keterampilan pelaku UMKM dalam menjalankan usaha daring dan ketidaksiapan tenaga kerja menghadapi perubahan digitalisasi.

Kondisi ini memerlukan edukasi yang lebih gencar kepada pelaku *StartUp* dan UMKM untuk mampu memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan penjualan secara daring. Edukasi pada pelaku UMKM ini diprediksi dapat meningkatkan laba penjualan melalui daring, karena tanpa inovasi dan transformasi bisnis UMKM akan menemui kesulitan untuk keluar dari krisis pandemic ini. Ekosistem digital menuntut pula banyak perubahan yang berlangsung cepat terutama trend perkembangan produk. Pentingnya edukasi melalui pelatihan dapat memberikan keterampilan sehingga pelaku UMKM tidak gagap teknologi. Pelaku UMKM yang memanfaatkan platform digital juga penting untuk melakukan pengembangan pengelolaan SDM. Program-program digitalisasi untuk mendukung pengembangan UMKM harus didukung pula dengan infrastruktur fisik dan pengembangan kualitas SDM. Penggunaan platform digital oleh UMKM harus senantiasa dibarengi dengan peningkatan keterampilan teknologi dengan mengikuti pelatihan-pelatihan. Sejumlah pengetahuan harus dimiliki UMKM yang telah memiliki dan memanfaatkan platform digital diantaranya adalah kemampuan riset produk, teknik promosi melalui visualisasi, penyusunan deskripsi produk serta perluasan akses pasar. Banyak pengetahuan yang penting dimiliki pelaku UMKM dalam pemanfaatan digital untuk dapat meningkatkan laba usaha.

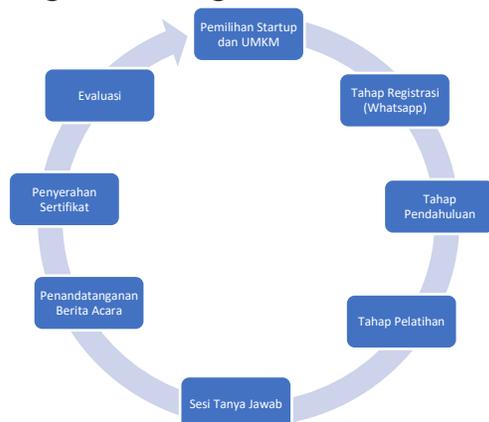
## METODE

Lingkup Pengabdian masyarakat ini dilakukan kepada para pelaku *Start Up* dan UMKM yang memiliki usaha di bidang penjualan makanan dan pakaian serta kerajinan batik di Bandung. Dimana Tim pelaksana adalah dosen di program studi Akuntansi Manajemen dan Mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan ini berupa pelatihan dimulai bulan April sampai dengan



Juli 2021. Pelaksanaan pengabdian ini dimulai dari pemilihan Start UP dan UMKM sebagai partisipan yang telah memiliki Media Sosial atau telah memanfaatkan Teknologi Digital dengan bidang produknya baik untuk makanan ringan dan *outfit* serta kerajinan batik, serta produk unggulan yang sudah '*common*' di masyarakat.

Untuk Pelatihan ini ada tiga tahapan yang harus ditempuh yaitu Tahap Penilaian kebutuhan dilakukan dengan *preliminary survey* partisipan, Tahap Pelaksanaan Pelatihan melalui kegiatan *Virtual Workshop* dan Tahap Evaluasi dengan penyebaran kuesioner kepuasan partisipan. Setelah mendapatkan startup dan UMKM yang telah memenuhi kriteria, maka tahap berikutnya registrasi terlebih dahulu melalui google form yang disebar menggunakan whatsapp. Tahap pendahuluan dengan diberikannya form penilaian kebutuhan yang dilakukan dengan *preliminary survey* partisipan untuk mengetahui hambatan dan permasalahan apa yang sering terjadi dalam pelaksanaan penjualan melalui digital. Pada tahap berikutnya pemaparan materi dengan *Virtual Workshop/ Webinar* via ZOOM atau webinar yang dilaksanakan kurang lebih selama 120 menit yang dihadiri para pelaku UMKM dan *Startup*, dimana pemateri menyampaikan mengenai Strategi Peningkatan Laba Startup & UMKM Melalui Teknologi Digital, yang meliputi: 1) Materi Kepemimpinan sebagai bagian dalam Pengelolaan SDM, 2) Materi peningkatan keterampilan dalam pemanfaatan Teknologi Digital untuk peningkatan laba usaha; 3) Materi perihal keterkaitan kemampuan pemimpin dalam menjalankan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga berdampak pada laba usaha. Setelah dilaksanakannya pelatihan pelaku *Startup* dan UMKM menandatangani berita acara secara virtual serta akan diteruskannya sertifikat sebagai tanda mata dan akan diberikan google form kuesioner sebagai acuan untuk mengevaluasi kegiatan.



**Gambar 1:**  
Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat



**Gambar 2:**  
Pemberian Materi Strategi Peningkatan Laba





Materi kegiatan ini juga berisi tentang pokok-pokok permasalahan dan alternatif penyelesaian masalah yang dapat dipahami dan diterapkan pada khalayak sasaran kegiatan. Berikut Tabel.1 kesesuaian kegiatan PKM;

**Tabel 1 . Kesesuaian Kegiatan PKM**

Indikator	Distribusi Skor Responden					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
Kegiatan PKM dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan mitra (UMKM)				3	6	1-5	4,67	Sangat Sesuai

Keterangan		
Sangat Sesuai	Tidak	1,00 – 1,80
Tidak Sesuai		1,81 – 2,60
Kurang Sesuai		2,61 – 3,40
Sesuai		3,41 – 4,20
Sangat Sesuai		4,21 – 5,00

Berikutnya untuk kesesuaian waktu penyampaian materi dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat memiliki rata-rata skor 4,33 dan termasuk dalam kategori sangat sesuai. Hal ini dikarenakan pelaksana dan pemateri kegiatan menyesuaikan waktu kegiatan dengan kondisi Pelaku UMKM sebagai partisipan sasaran. Umumnya kondisi Pandemi memungkinkan pelaksanaan dalam waktu yang lebih fleksibel. Penyesuaian waktu dilakukan agar partisipan dapat mengikuti kegiatan, seperti terlihat pada Tabel 2 berikut;

**Tabel 2. Kesesuaian Waktu Penyampaian Materi Kegiatan PKM**

Indikator	Distribusi Skor Responden					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
Kesesuaian waktu penyampaian materi kegiatan				6	3	1-5	4,33	Sangat Sesuai

Keterangan	
Sangat Tidak Sesuai	1,00 – 1,80
Tidak Sesuai	1,81 – 2,60
Kurang Sesuai	2,61 – 3,40
Sesuai	3,41 – 4,20
Sangat Sesuai	4,21 – 5,00

Indikator berikutnya tentang ketepatan metode pengabdian kepada masyarakat. Tanggapan partisipan menunjukkan rata-rata skor 4,56 dan termasuk dalam kategori



sangat tepat. Skor ini memberikan arti bahwa Metode pengabdian kepada masyarakat yang digunakan pada kegiatan kali ini dianggap sudah sangat tepat dengan tema dan tujuan program kegiatan. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dalam bentuk pelatihan/workshop. hasilnya terlihat pada tabel. 3 Berikut;

**Tabel 3. Ketepatan Waktu Penyampaian Materi Kegiatan PKM**

Indikator	Distribusi Skor Responden					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
Ketepatan waktu penyampaian materi kegiatan				4	5	1-5	4,56	Sangat Tepat

Keterangan		
Sangat Tepat	Tidak	1,00 – 1,80
Tidak tepat		1,81 – 2,60
Kurang tepat		2,61 – 3,40
Tepat		3,41 – 4,20
Sangat Tepat		4,21 – 5,00

Indikator kemampuan narasumber dalam menyampaikan materi pelatihan pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Tanggapan partisipan menunjukkan rata-rata skor 4,11 dan termasuk dalam kategori menguasai.

**Tabel 4. Kemampuan Narasumber dalam Penguasaan Materi Kegiatan PKM**

Indikator	Distribusi Skor Responden					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
Kemampuan Narasumber dalam penguasaan materi dan permasalahan kegiatan PkM				8	1	1-5	4,11	Menguasai

Keterangan		
Sangat menguasai	Tidak menguasai	1,00 – 1,80
Tidak menguasai		1,81 – 2,60
Kurang menguasai		2,61 – 3,40
Menguasai		3,41 – 4,20
Sangat menguasai		4,21 – 5,00



Narasumber pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berperan dalam memberikan informasi kepada partisipan terkait permasalahan dan alternatif penyelesaian masalah. Hasil tanggapan menunjukkan bahwa narasumber menguasai materi permasalahan, sehingga teknik menyampaikan materi sesuai dan dapat dipahami.

Tabel 5 menunjukkan respon terhadap tingkat relevansi dan Kompetensi Pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat. Tanggapan partisipan menunjukkan rata-rata skor 4,44 dan termasuk dalam kategori sangat relevan. Adapun tingkat relevansi dan kompetensi ditunjukkan dari latar belakang keilmuan pelaksana. dan pengalaman. Tim pelaksana kegiatan PKM dibekali ilmu terkait pengabdian masyarakat, sehingga memiliki wawasan sebagai fasilitator masyarakat. Berikut dapat dilihat dalam Tabel 5.

**Tabel 5. Relevansi dan Kompetensi Tim pelaksana Kegiatan PKM**

Indikator	Distribusi Skor Responden					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
Tingkat relevansi dan kompetensi pelaksana PKM				5	4	1-5	4,44	Sangat Relevan

Keterangan	
Sangat Tidak Relevan	1,00 – 1,80
Tidak Relevan	1,81 – 2,60
Kurang Relevan	2,61 – 3,40
Relevan	3,41 – 4,20
Sangat Relevan	4,21 – 5,00

Berikut pada Tabel 6 menunjukkan respon responden terhadap indikator tingkat pengaruh materi yang disampaikan terhadap pengembangan usaha yang ditekuni mitra (UMKM). Pengembangan usaha mitra dalam hal ini adalah kemampuan inovasi dan kreativitas dalam pemanfaatan teknologi digital. Dengan perolehan banyak informasi serta penambahan pengetahuan keterampilan dalam peningkatan desain produk di dalam media sosial memberikan motivasi bagi pelaku UMKM dan *Startup* untuk terus berinovasi dan berkreasi. Tanggapan partisipan menunjukkan rata-rata skor 4,33 dan termasuk dalam kategori sangat memberikan dampak. Dampak positif menyiratkan bahwa kemampuan mengembangkan usaha bagi partisipan dipenuhi teknologi digital sebagai faktor pendukung dalam penyelesaian permasalahan. Sehingga hal ini akan dapat memberikan sinergi yang baik dengan integritas dan kekuatan komprehensif dalam mendukung berkembangnya ekonomi digital.



**Tabel 6. Dampak Materi Yang Disampaikan Terhadap Pengembangan Usaha**

Indikator	Distribusi Skor Responden					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
Dampak Materi yang disampaikan terhadap pengembangan usaha yang ditekuni mitra (UMKM)				6	3	1-5	4,33	Sangat Berdampak

Keterangan	
Sangat Tidak Berdampak	1,00 – 1,80
Tidak Berdampak	1,81 – 2,60
Kurang Berdampak	2,61 – 3,40
Berdampak	3,41 – 4,20
Sangat Berdampak	4,21 – 5,00

Indikator ketujuh diketahui tingkat kepuasan terhadap kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat sebesar 4,56 dan termasuk dalam kategori sangat puas. Kepuasan

dimaksudkan bahwa harapan peserta kegiatan sesuai dengan realita. Permasalahan dapat diselesaikan dengan beberapa alternatif solusi yang diberikan dan adanya kesesuaian kondisi peserta dengan program yang diselenggarakan. Berikut tanggapan responden dapat dilihat pada tabel 7.

**Tabel 7. Tingkat Kepuasan terhadap Program Kegiatan**

Indikator	Distribusi Skor Responden					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
Tingkat Kepuasan peserta Workshop dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat				4	5	1-5	4,56	Sangat Puas

Keterangan	
Sangat Tidak Puas	1,00 – 1,80
Tidak Puas	1,81 – 2,60
Kurang Puas	2,61 – 3,40
Puas	3,41 – 4,20
Sangat Puas	4,21 – 5,00



## KESIMPULAN

Mengingat besarnya manfaat kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, maka selanjutnya perlu untuk Diadakan pelatihan secara berkala untuk menjaga kesinambungan dan keberlangsungan pemahaman pelaku UMKM dan *Startup* terhadap strategi peningkatan usaha yang berhubungan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi, Adanya kesinambungan kegiatan dan monitoring hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini sehingga pelaku UMKM dan *SatrUP* dapat menerapkan hasil pelatihan dalam operasional kegiatan usahanya dan diperluas cakupan topik dan sasaran program pengabdian masyarakat serta intensitas waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sehingga program pengabdian masyarakat yang dilakukan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pemberdayaan dan kemandirian serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

## PENGAKUAN

Ucapan terima kasih kepada Yayasan Hade Kusuma Pasanggrahan, *CEO*: Ahmad A, SE., M.Ak., Ak, Staff: Egi SE dan Anwar SE. Komplek Pasanggrahan Indah Bandung; Jawara Medal Cendana: Jawara Bandoeng, Putri Langit, Kacida lada, *Owner*: Yana Triyana, Komplek Cluster Pesona Regency Kec. Ujung Berung Bandung; D'trees n Co: d'trees batik, d'trees food, *Owner*: Tri Mulyani Mengger Bandung Kidul; Halla Hvala, *Owner*: Mohamad Tri Afriyadi, Huazanzabila A.K Setiabudi Regency Bandung; Tangturaos, *Owner*: Anggin Kindarbumi, SE; Deni K ST.Pharmindo Bandung; Ayam Goreng Mbok Berek FarNaj *Owner*: Aju Widasari, ST., MT, Cibubur. yang telah memberikan kesempatan kepada tim dari Prodi Akuntansi dan Manajemen untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] McGill, I., Glenn, J. K., & Brockbank, A. (2014). *The action learning handbook: Powerful techniques for education, professional development and training*. New York, NY: Routledge Falmer.
- [2] Gilbert, J. R., Smith, J. D., Johnson, R. S., Anderson, A., Plath, S., Martin, G., White, N. (2014). *Choosing a title* (2nd ed.). New York, NY: Unnamed Publishing.
- [3] *The bluebook: A uniform system of citation* (18th ed.). (2015). Cambridge, MA: Harvard Law Review Association.
- [4] Yuksel, I. (2015). The role of renewables in meeting Turkey's energy demand. *Energy Sources Part A: Recovery, Utilization & Environmental Effects*, 31, 1915-1925. doi:10.1080/15567030802462911
- [5] Gibson, T. M., & Kirkwood, P. E. (2014). A purchase-on-demand pilot project at the University of Arkansas, for the Proceedings of the Materials Research Society Symposiums. *Journal of Interlibrary Loan, Document Delivery, & Electronic Reserve*, 19(1), 47-56. doi:10.1080/10723030802533853



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN