
WORKSHOP PELATIHAN PENDAMPINGAN DIGITAL LITERACY DALAM BIDANG MANAJEMEN BISNIS UNTUK KOMUNITAS UMKM

Sita Deliyana Firmialy¹,
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Yogi Suprayogi²,
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Dematria Pringgabayu³
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom,
Putra Tri Akram⁴
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

ABSTRACT

Around more than 60% of MSMEs in Indonesia have not demonstrated sufficient quality of understanding of digital literacy, so that the ability to adopt the technology used is not yet optimal and results in growth values that tend to stagnate. Even though in this era of digitalization, many MSMEs still stick to traditional models. This is mainly thought to be due to the dilemma of problems facing MSMEs, especially from the management of technical and functional aspects as well as limited funds and resources which limit the adoption of digital technology in aspects of company management, so that it can also disrupt the level of continuity of the business to develop. This is the background for the need for community service activities in order to improve the quality of digital literacy inclusion in the core areas of management aspects of MSME companies, in this case the fields of marketing, HR and finance. This community service activity was formed to expand knowledge regarding the core areas of management aspects of MSME companies, in this case the fields of marketing, HR and finance. which is effective and efficient, where it is hoped that through this program MSME business actors will have the knowledge to know the strengths of their business and can develop this potential with technology that is currently developing, and ultimately be able to be taken into consideration in decisions and make the business run healthier and develop in the long term. long.

Keywords: *training, digital literacy, management, business, MSMEs*

ABSTRAK

Sekitar lebih dari 60% UMKM di Indonesia, belum menunjukkan kualitas pemahaman digital literacy yang mencukupi, sehingga kemampuan adopsi teknologi yang digunakan belum maksimal dan mengakibatkan nilai pertumbuhan yang cenderung stagnan, meskipun pada era digitalisasi ini, masih banyak UMKM bertahan pada model tradisional. Hal ini terutama diperkirakan karena dilema permasalahan yang dihadapi UMKM, terutama dari pengelolaan aspek teknis dan fungsional serta keterbatasan dana dan sumber daya yang membatasi pengadopsian teknologi digital pada aspek manajemen perusahaan, sehingga dapat pula mengganggu tingkat kontinuitas bisnis tersebut untuk berkembang. Hal ini yang menjadi latar belakang dari diperlukannya kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam rangka meningkatkan kualitas inklusi literasi digital dalam bidang inti aspek manajemen perusahaan UMKM, dalam hal ini bidang marketing, SDM dan

keuangan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dibentuk untuk memperluas pengetahuan mengenai bidang inti aspek manajemen perusahaan UMKM, dalam hal ini bidang marketing, SDM dan keuangan. yang efektif dan efisien, dimana diharapkan melalui program ini pelaku bisnis UMKM mempunyai pengetahuan untuk mengetahui kekuatan bisnis mereka dan dapat mengembangkan potensi tersebut dengan teknologi yang berkembang dewasa ini, serta pada akhirnya mampu dijadikan pertimbangan dalam keputusan dan membuat bisnis berjalan lebih sehat dan berkembang dalam jangka panjang.

Kata Kunci: *pelatihan, digital literacy, manajemen, bisnis, UMKM*

Submitted: 15-06-2024 | Accepted: 26-06-2024 | Published: 30-06-2024

A. PENDAHULUAN

UMKM memiliki keterbatasan dalam hal mengadopsi aspek teknologi digital, terutama dalam hal fungsional, keterampilan dimiliki oleh pelaku usaha, ketersediaan dana, akses, informasi dan teknologi, sarana dan prasarana di pemasaran, lingkungan eksternal, kebijakan pemerintah dan layanan pengembangan bisnis (Rakib dkk, 2020). Agar suatu UMKM dapat dinyatakan berhasil maka usaha tersebut harus dapat bertahan atau berhasil dapat dilihat dari kemampuannya bisnis untuk meningkatkan pertumbuhan laba, pendapatan penjualan pertumbuhan, laba atas investasi, serta melakukan perluasan pangsa pasar (Riyanti, 2004).

Literasi digital diyakini mampu memperkuat bisnis UMKM agar dapat menjangkau lebih luas pelanggan dengan waktu yang lebih cepat dan metode yang lebih efisien, dibandingkan dengan menggunakan metode tradisional. Oleh karena itu, sebagai pengusaha UMKM dituntut untuk mampu memahami dan mengevaluasi informasi yang dimiliki serta memadankannya dengan jenis informasi eksternal yang dibutuhkan untuk membantu berlangsungnya proses pengambilan keputusan agar dapat berjalan lebih efektif dan berkualitas. Kemampuan untuk memahami informasi ini sangat ditentukan oleh tingkat kemampuan pencarian untuk mendapatkan informasi, baik internal maupun eksternal dan terutama dalam bentuk digital.

Literasi digital mempunyai pengaruh yang signifikan dampak positif terhadap kinerja UMKM, dimana artinya semakin tinggi tingkat keterampilan literasi digital maka semakin tinggi pula tingkat kinerja bisnis UMKM tersebut (Sariwulan dkk, 2020). Berdasarkan sebuah studi oleh Kulathunga dkk. (2020), kemampuan teknis memiliki dampak langsung dan positif terhadap kinerja usaha kecil. Kemampuan teknis dalam memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, mampu meningkatkan strategi

pemasaran dan berdampak pada pendapatan pertumbuhan perusahaan (Romdanny & Rosmadi, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Ladokun dan Osunwole (2013) menyatakan bahwa literasi digital memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan proses bisnis.

Literasi teknologi juga penting dalam membantu melancarkan jalannya proses perencanaan organisasi, interaksi dan kolaborasi, layanan pelanggan, dan bisnis administrasi. Terdapat hubungan positif antara literasi digital dan kinerja UKM (Ashrafi & Murtaza, 2008; Iansiti & Lakhani, 2014). Berangkat dari hal ini, maka penulis mengambil latar belakang kegiatan pelatihan pendampingan kepada UMKM ini dalam bidang penerapan literasi digital pada berbagai aspek penting manajemen organisasi, meliputi marketing, SDM dan keuangan. UMKM di Kabupaten Jawa Barat berkembang sangat pesat dewasa ini. Kontribusi dari UMKM di Kabupaten Jawa Barat sendiri terhadap berkembangnya pertumbuhan income daerah menjadi semakin nyata. Kondisi yang sama juga ditunjukkan di wilayah Belopa di Sulawesi Selatan, dimana UMKM berperan penting sekali dalam meningkatkan GDP daerah tersebut.

Berangkat dari permasalahan ini maka kami memutuskan untuk mengadakan pelatihan pendampingan untuk pengembangan kemampuan digital literacy pada UMKM di bidang marketing, SDM dan keuangan. Pada program ini, pelaku bisnis akan diajarkan kembali mengenai konsep digital literacy untuk perusahaan, penerapan digital literacy pada manajemen perusahaan, penerapan digital literacy pada aspek pemasaran perusahaan, penerapan digital literacy pada aspek SDM perusahaan, penerapan digital literacy pada aspek keuangan perusahaan, dimana diharapkan melalui program ini pelaku bisnis UMKM mempunyai pengetahuan untuk menyusun strategi efektif bagi perusahaan dengan menerapkan teknologi digital pada aspek manajemen, SDM dan keuangan perusahaan secara efektif dan efisien serta dapat dijadikan pertimbangan dalam keputusan dan membuat bisnis berjalan lebih sehat dalam kekuatan finansial.

Manfaat pelatihan ini adalah untuk memberikan bekal pengetahuan dalam cara konsep digital literacy untuk perusahaan, penerapan digital literacy pada manajemen perusahaan, penerapan digital literacy pada aspek pemasaran perusahaan, penerapan digital literacy pada aspek SDM perusahaan, penerapan digital literacy pada aspek keuangan perusahaan Program ini akan dilaksanakan untuk komunitas UMKM dan perusahaan startup di Kab. Bandung Jawa Barat dan Kab. Luwu.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung secara kolaboratif dengan mengundang mitra kegiatan pengabdian untuk memberikan ilmu pengetahuan baik secara teoritis maupun pengembangan penerapan ilmu secara aplikatif kepada masyarakat melalui pelatihan pendampingan. Kegiatan ini berlangsung secara hybrid dengan kombinasi antara sesi online dan sesi offline dengan mengundang sebanyak dua puluh peserta pelatihan pendampingan dengan durasi kegiatan pelatihan pendampingan selama 3,5 jam. Peserta pelatihan pendampingan merupakan peserta undangan perwakilan dari komunitas UMKM di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Luwu. Kegiatan pendampingan pelatihan ini terbagi menjadi tiga sesi, dimana sesi pertama membahas mengenai pemanfaatan penerapan digital literacy dalam bidang marketing untuk meningkatkan performa dari UMKM. Selanjutnya pada sesi kedua, ditujukan pada pemanfaatan penerapan digital literacy dalam bidang keuangan untuk meningkatkan performa dari UMKM, dilanjut dengan manfaat dari implementasi digital literacy untuk meningkatkan kapabilitas dari UMKM tersebut pada sesi ketiga. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan kombinasi dari gaya ceramah yang dilanjutkan dengan diskusi mengenai permasalahan yang menimpa UMKM partisipan terkait dengan tema kegiatan penerapan digital literacy pada pengembangan bidang marketing, SDM dan keuangan dari UMKM di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Luwu. Pada penghujung dari acara kegiatan pengabdian masyarakat, partisipan diberikan link survey google form untuk penilaian kinerja kegiatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelatihan pendampingan ini peserta mendapatkan materi konsep dan contoh penerapan aplikatif dari digital literacy untuk pengembangan UMKM dalam bidang marketing. Pelatihan pendampingan ini terbagi menjadi dua sesi utama, dimana sesi utama adalah pemberian materi konsep teoritis dari digital literacy serta peran penting dari penerapannya terhadap keberlangsungan UMKM baik jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Peranan penting dari workshop pelatihan pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan digital literacy dari para business owner UMKM sehingga dapat mengintegrasikan penerapan konsep ini dalam meningkatkan tumbuh kembang usaha UMKM tersebut. Pemahaman literasi digital ini dalam bidang pemasaran terutama sangat berguna untuk mempermudah mereka dalam mengetahui secara mendalam mengenai pasar dan

konsumen mereka. Melalui pengaplikasian konsep literasi digital dalam bidang pemasaran mampu membantu UMKM tersebut dalam memasarkan produk mereka, menjangkau konsumen potensial, memperkuat posisi UMKM tersebut di ranah persaingan di pasar dan juga memperkuat performansi UMKM dengan menambah nilai perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.



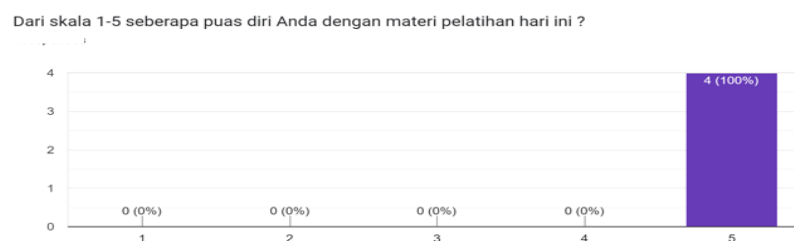
Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Pendampingan - 1

Setelah pemberian penjelasan teoritis terkait digital literasi untuk pengembangan UMKM di sesi pertama, selanjutnya diadakan diskusi secara interaktif antara peserta dengan ketiga narasumber utama di sesi kedua. Pada sesi kedua ini peserta memaparkan pemahaman dan pengaplikasian dari konsep literasi digital yang sudah diberlangsungkan di perusahaan masing-masing, beserta kendala-kendala yang dihadapi selama ini dalam pengembangan penerapan konsep literasi digital dalam menumbuhkan performa perusahaan. Permasalahan-permasalahan ini kemudian dibahas bersama dengan tiga narasumber utama untuk selanjutnya diformulasikan menjadi suatu strategi aplikatif yang dapat diterapkan untuk penguatan kapasitas bisnis.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Pendampingan – 2

Selanjutnya pada sesi ketiga acara diadakan sesi evaluasi akan performansi workshop pelatihan pendampingan oleh peserta acara. Sesi evaluasi dilakukan melalui penyebaran google forms secara online kepada peserta pelatihan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan dari peserta terhadap kualitas pelatihan pendampingan literacy digital untuk UMKM. Hasil sesi evaluasi (secara kuantitatif) ditampilkan pada Gambar 1 dibawah ini, dimana lebih dari 95% (mencapai 100%) peserta merasa puas dengan materi pelatihan pendampingan peningkatan literasi digital untuk komunitas UMKM.



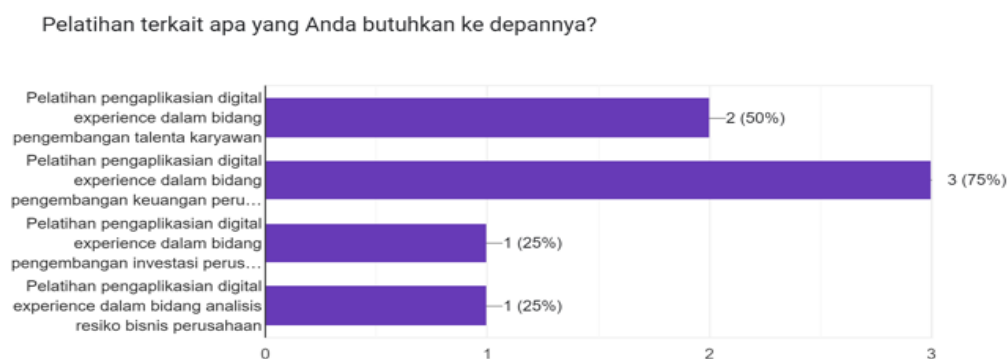
Gambar 1. Hasil Umpan Balik Kuantitatif dari Peserta Workshop Pelatihan Pendampingan

Pada evaluasi umpan balik ini juga tampak bahwa peserta pelatihan mendapatkan pengalaman memuaskan dan merasakan pentingnya pemahaman ilmu mengenai literasi digital dan pengalaman digital dalam pengembangan performansi bisnis UMKM. Umpan balik secara kualitatif dari peserta pelatihan pendampingan tampak pada Gambar 2 dibawah ini. Peserta selain mendapatkan pengalaman menyenangkan dan pengetahuan yang lebih dalam dari konsep literasi digital dan pengalaman digital, juga mendapatkan kesempatan

untuk lebih menambah wawasan terkait penerapan konsep dan pengaplikasian konsep secara integratif. Terdapat dua saran utama dari umpan balik peserta yang menjadi arahan perkembangan dari workshop pelatihan ini kedepannya, yaitu untuk menambah durasi waktu pelatihan menjadi lebih panjang dan memperluas target sasaran peserta pelatihan pendampingan pebisnis UMKM yang kemudian dapat diklasifikasikan menjadi beberapa unit kelompok perusahaan dengan berdasarkan kategori usaha yang dijalankan.



Gambar 2. Hasil Umpan Balik (Secara Kualitatif) dari Peserta Workshop Pelatihan Pendampingan



Gambar 3. Hasil Umpan Balik untuk Arah Kegiatan PKM Selanjutnya dari Peserta Workshop Pelatihan Pendampingan

D. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pendampingan untuk pengembangan UKM Kabupaten Bandung dan Kabupaten Luwu dalam bidang marketing, keuangan dan SDM secara keseluruhan memiliki potensi yang cukup besar untuk memberikan dampak dan manfaat yang cukup besar. Hal ini dikarenakan komunitas UKM Kabupaten Bandung dan Kabupaten Luwu ini akan memiliki pengetahuan yang lebih mendalam maupun dalam pengaplikasian digital literacy dalam

bidang marketing, SDM dan keuangan untuk meningkatkan kemampuan bisnis UMKM tersebut maupun untuk meningkatkan kemampuan dari pebisnis UMKM tersebut secara personal. Tujuan akhir dari kegiatan pelatihan pendampingan kegiatan PKM ini adalah untuk meningkatkan kemampuan literasi teknologi untuk mengembangkan potensi dari UMKM yang ada di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Luwu, yang pada akhirnya mampu berdampak pada peningkatan dari kekuatan pereskonomian, baik pada skala lokal, regional maupun nasional.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Telkom University yang telah memberikan hibah dan mempercayai Tim Peneliti untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Wahyono. 2015. “ Produktivitas Usaha Kecil dan Menengah” (online).
- Instruksi Presiden RI No. 4 Th. 1995 Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan. Jakarta
- Margo, Purnomo. 2013. Kompetensi Entrepreneurial: Mata Rantai yang Hilang untuk Menjadi Wirausaha Sukses. Bandung.
- Edinburgh Group. (2012). Growing the Global Economy Through SMEs. Canada: Edinburgh Group.
- Johnson, E. (2018, 7 14). Seven Money Mistakes Young Entrepreneurs Make. Retrieved from entrepreneur: <http://www.entrepreneur.com/article/220116>
- Munadiya, R. (2022). Isu Keberlanjutan dan Persaingan Usaha: Kapan Otoritas Harus Campur Tangan?. Jurnal Persaingan Usaha, 2(2), 127-137.
- Muyassaroh, I., Arsanti, M., & Hasanudin, C. (2022). Urgensi Literasi Digital Bagi Mahasiswa Di Era Society 5.0. Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, dan Pengajarannya, 1(2), 81-90.