



PENINGKATAN PENGEMBANGAN UMKM MAHASISWA STIA BENGKULU DI ERA DIGITALISASI

Akhli Nur Mubiarto ¹⁾; Trinanda Utami ²⁾; Ranny Sevtiandary ³⁾; Lefi Evti Handayani ⁴⁾

¹²³⁴ Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu Indonesia

Email: ¹⁾ akhlinur@gmail.com ²⁾ trinanda.utami@gmail.com ³⁾ Rannyako05@gmail.com ⁴⁾ lefievti@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [06 Desember 2024]

Revised [20 Desember 2024]

Accepted [21 Januari 2025]

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Peningkatan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kalangan mahasiswa STIA Bengkulu di era digitalisasi merupakan langkah strategis untuk memanfaatkan kemajuan teknologi guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Digitalisasi memberikan berbagai peluang bagi UMKM mahasiswa, seperti akses pasar yang lebih luas melalui platform *e-commerce*, pemasaran digital melalui media sosial dan efisiensi operasional menggunakan aplikasi berbasis teknologi. Bertujuan untuk menggali potensi pengembangan UMKM mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital dan untuk mengidentifikasi tantangan serta solusi yang dihadapi dalam implementasinya. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan UMKM mahasiswa STIA Bengkulu di era digitalisasi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital sangat berperan dalam meningkatkan visibilitas dan efisiensi bisnis, namun masih terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan pengetahuan teknologi dan kurangnya akses ke modal. Oleh karena itu, penguatan keterampilan digital, pemanfaatan platform digital yang tepat, serta dukungan dari perguruan tinggi dan lembaga terkait sangat diperlukan untuk mendukung keberhasilan pengembangan UMKM mahasiswa. Dengan penerapan strategi yang tepat, UMKM mahasiswa dapat lebih berkembang dan bersaing di pasar yang semakin terhubung secara global.

ABSTRACT

Increasing the development of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) among STIA Bengkulu students in the digitalization era is a strategic step to take advantage of technological advances to increase competitiveness and business sustainability. Digitalization provides various opportunities for student UMKM, such as wider market access through e-commerce platforms, digital marketing through social media, and operational efficiency using technology-based applications. Aims to explore the potential for student UMKM development by utilizing digital technology and to identify the challenges and solutions faced in its implementation. This research method uses a qualitative approach with descriptive analysis to describe strategies that can be applied in developing UMKM for STIA Bengkulu students in the era of digitalization. The results of the training show that the use of digital technology plays a very important role in increasing business visibility and efficiency, but there are still several challenges, such as limited technological knowledge and lack of access to capital. Therefore, strengthening digital skills, using appropriate digital platforms, and support from universities and related institutions are very necessary to

support the successful development of student UMKM. By implementing the right strategy, student UMKM can further develop and compete in a market that is increasingly connected globally.

Kata Kunci: MSMEs, Digitalization, Private Universities

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia setelah masa pandemi tahun 2019 yang membawa perubahan sangat signifikan. UMKM dikenal sebagai pelaku usaha yang mempunyai peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, memperkuat daya saing dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. UMKM juga merupakan bagian dari sektor informal yang dapat menghasilkan pendapatan bagi masyarakat yang tidak memiliki akses ke pasar formal. UMKM biasanya memulai usahanya dengan modal yang terbatas dan memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Karena itu, UMKM sering mengalami kendala dalam mengembangkan bisnisnya dan memasuki pasar yang lebih luas. Namun, UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan inovasi, sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dengan cepat (Firdausya, 2023).

Faktor yang paling besar terjadi pada peningkatan ekonomi digital. Hal ini memaksa pelaku UMKM untuk mengikuti pola tersebut agar usaha tetap berjalan. Terbukti ketika pandemi terjadi usaha yang mampu bertahan ialah mereka yang mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Untuk mengatasi masalah ini pemerintah membuat kebijakan-kebijakan yang membantu UMKM agar terus berkembang, karena UMKM menjadi kekuatan ekonomi di Indonesia yang terbukti mampu memberikan kontribusi yang cukup besar. Selain itu juga dapat menjadi solusi pengentasan kemiskinan dan mampu menjadi solusi dalam mengurangi jumlah pengangguran (Warsiyah, 2023).

Menurut Dewan Komisioner OJK, bahwa kendala UMKM yaitu UMKM masih jarang yang memanfaatkan teknologi digital, baik pemasaran maupun akses pasar dan akses pembiayaan atau modal usaha, dan kualitas dan kompetensi SDM belum memadai dimana pelaku UMKM kesulitan dalam penetrasi pasar, inovatif yang rendah, kesulitan dalam perizinan, serta laporan keuangan usaha belum tersedia.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor ekonomi yang berperan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 menjelaskan usaha mikro sebagai suatu kegiatan produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro. Usaha kecil dijelaskan sebagai kegiatan produktif yang dilakukan perorangan, berdiri sendiri, dan bukan sebagai anak cabang dari perusahaan menengah maupun besar. Usaha menengah dijelaskan sebagai kegiatan produktif yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang baik secara langsung maupun tidak langsung tidak menjadi bagian dari usaha kecil maupun besar dalam kekayaan maupun hasil tahunan. OECD (2002) menjelaskan UMKM sebagai kegiatan usaha yang memiliki kurang dari 500 tenaga kerja. Mutula (2010) menjelaskan bahwa UMKM cenderung melayani pasar lokal atau menjadi pemasok ke unit atau pasar yang lebih besar. Menurut Tambunan (2012), kegiatan UMKM menjadi pemain utama dalam perekonomian Indonesia dan menjadi masa depan bagi pembangunan perekonomian di Indonesia, karena kemampuan UMKM untuk berkembang mandiri. Kementerian Koordinator Bidang



JURNAL SEMARAK MENGABDI

Perekonomian Republik Indonesia menjelaskan bahwa kontribusi UMKM sebesar 60,5% pada produk domestik bruto (PDB) dan sebesar 96,9% dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Pemerintah juga menjelaskan bahwa perlu adanya perbaikan dan pengembangan UMKM di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM menjadi salah satu bidang yang memiliki kontribusi besar dalam PDB dan memiliki tingkat kecepatan dan perkembangan yang sangat baik setelah pandemi yang terjadi di Indonesia dan seluruh dunia. Pemerintah menjelaskan bahwa meskipun tingkat kontribusi UMKM pada PDB Indonesia sangat tinggi namun masih tertinggal dari perkembangan UMKM di Singapura, Thailand, dan Tiongkok. Berbagai bidang yang harus dibenahi dan dikembangkan dalam UMKM antara lain adalah inovasi, teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan, pembinaan, pelatihan, fasilitas, dan basis data tunggal.

Konsep ekonomi digital diterjemahkan dan diimplementasikan dalam bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada teknologi informasi dan internet. Konsistensi ekonomi digital tercermin dalam persaingan yang semakin meningkat antara industri besar yang mengandalkan teknologi informasi. Perang dagang antara perusahaan-perusahaan besar di Amerika Serikat seperti Microsoft, Apple, Amazon, Facebook, dan sejenisnya dengan perusahaan-perusahaan besar di Asia seperti Alibaba, Samsung, Weibo, Grab, dan Gojek semakin tidak dapat dihindari (UNCTAD, 2019).

Persaingan di bidang teknologi dan informasi juga berdampak pada tingkat persaingan di kawasan ASEAN, termasuk Indonesia. Menurut data, terdapat penambahan 125.000 pengguna internet baru di kawasan ASEAN (Mahmood, 2018). Dampaknya, sekitar 160 juta penduduk Indonesia terpengaruh oleh tren transformasi digital, di mana 124% dari mereka mengakses internet melalui perangkat seluler (We Are Social, 2020). Untuk menghadapi dunia yang terglobalisasi dan terdigitalisasi, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk membahas pembangunan berkelanjutan UMKM (Mukhoryanova et al., 2021).

Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Peningkatan Pengembangan UMKM di Era Digitalisasi”.

II. METODE

Dalam memberikan pelatihan ini menggunakan metode dengan cara memberikan pengarahan atau sosialisasi tentang bagaimana peningkatan pengembangan UMKM di era digitalisasi.

- a) Menjelaskan
- b) Diskusi
- c) Tanya jawab
- d) Praktek

Waktu dan Tempat

Kegiatan pelatihan ini dilakukan di STIA Bengkulu dilaksanakan pada tanggal 24 Oktober 2024 yang bertempat di ruangan pelatihan Lab komputer STIA Bengkulu.

Peserta

Adapun peserta kegiatan pelatihan peningkatan pengembangan UMKM di era digitalisasi dari mahasiswa yang sudah memiliki usaha.

Narasumber

Narasumber dalam pelatihan ini berasal dari dosen kampus STIA Bengkulu.

Materi

Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini tentang peningkatan pengembangan UMKM di era digitalisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Roundwon Acara Pengabdian

No	Materi	Narasumber	Perangkat
1.	Pelatihan peningkatan pengembangan UMKM di era digitalisasi	Akhli Nur Mubiarto, M.Pd	Laptop, Infokus dan Aplikasi Canva dan Sosial Media

III HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagian besar mahasiswa STIA Bengkulu yang terlibat dalam usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) telah memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan marketplace seperti Tokopedia dan Bukalapak, UMKM yang dijalankan oleh mahasiswa ini berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun luar daerah.

Mahasiswa yang terlibat dalam program pengembangan UMKM ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan penggunaan teknologi digital. Sebagian besar mahasiswa telah memanfaatkan alat digital untuk manajemen bisnis, seperti canva untuk desain produk atau pemasaran.

Digitalisasi telah membuka banyak peluang bagi UMKM mahasiswa STIA Bengkulu untuk berkembang lebih pesat. Platform online memungkinkan mereka untuk memperluas jaringan pelanggan tanpa terbatas oleh jarak geografis. Pemanfaatan media sosial dan marketplace telah membuktikan bahwa UMKM dapat berkembang dengan modal yang relatif kecil.

Dengan adanya era digital, model bisnis yang diterapkan oleh mahasiswa UMKM telah mengalami pergeseran. Banyak UMKM beralih dari bisnis konvensional yang mengandalkan toko fisik menjadi bisnis yang lebih mengandalkan transaksi online. Selain itu, teknologi juga memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, mendapatkan umpan balik, serta melakukan perbaikan produk dengan lebih cepat.



Hasil Aktivitas

Berikut ada beberapa dokumentasi kegiatan pada saat pelatihan peningkatan pengembangan UMKM di era digitalisasi yang dilaksanakan di STIA Bengkulu.

DOKUMENTASI PELAKSANAAN KEGIATAN



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan

Penyelesaian Masalah

Banyak mahasiswa UMKM yang belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Mereka mungkin kesulitan dalam menggunakan alat digital untuk untuk desain produk atau pemasaran.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran yang penting dalam ekonomi Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah, perguruan tinggi dan lembaga terkait terkait perlu memberikan dukungan dan pelatihan yang diperlukan kepada UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dengan adanya digitalisasi membuat proses administrasi dan informasi menjadi lebih efektif dan efisien.

Saran

Saran yang dapat diberikan diharapkan dengan adanya digitalisasi dengan menggunakan digitalisasi (canva) ini mampu memudahkan dalam kegiatan administrasi agar lebih efektif dan efisien.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada mahasiswa STIA Bengkulu yang bersedia mengikuti kegiatan pelatihan, serta kepada narasumber yang telah bersemangat memberikan materi pelatihan peningkatan pengembangan UMKM di era digitalisasi.

Bagian ucapan terima kasih dapat disertakan untuk mengapresiasi pihak-pihak yang membantu aktivitas pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdausya, Lily Zahra. 2023. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Digital Abad 21 Micro, Small And Medium Enterprises (Msme) The Digital Age Of The 21st Century. TALIJAGAD, 2023, 1(3) pp. 14-18
- Warsiyah. 2023. Analisis Kebutuhan UMKM di Era Digital terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Bandar Lampung. Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer Volume 7, Nomor 3, Agustus 2023
- Irianto, H., Viesta, A. D., Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana & Hardiyanti, F. Y. (2022). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengklik. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60–64.
- UNCTAD. (2019). *Digital Economy Report 2019: Value creation and capture—implications for developing countries*.
- Mukhoryanova, O., Kuleshova, L., Rusakova, N., & Mirgorodskaya, O. (2021). Sustainability of microenterprises in the digital economy. *E3S Web of Conferences*, 250. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125006008>