

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENYULUHAN TERHADAP DIGITALISASI UMKM

Iqbal Sabilirrasyad¹, Ferry Wiranto², Difari Afreyna Fauziah³, Nur Andita Prasetyo⁴, Fauzan Azim⁵

^{1,2}Jurusan Rekayasa Perangkat Lunak , Institut Teknologi dan Sains Mandala

^{3,4}Jurusan Sistem dan Teknologi Informatika, Institut Teknologi dan Sains Mandala

e-mail: iqbal@itsm.ac.id, ferry@itsm.ac.id, difariafreyna@itsm.ac.id,
nurandita.prasetyo69@itsm.ac.id, fauzan@itsm.ac.id

Abstract

Kegiatan digitalisasi merupakan kegiatan wajib disegala sektor. Dengan berkembangnya teknologi digital dan perubahan era yang mengarah pada era 5.0 *Society*, tuntutan untuk menggunakan digital dalam segala kesempatan menjadi hal yang krusial. Dalam bidang ekonomi *electronic data interchange* (EDI) telah terjadi dalam seluruh sektor ekonomi. Termausk untuk pemasaran dalam ekonomi digital sekarang telah berfokus pada penggunaan sosial media dan penguatan kepada relasi konsumen dan penjual di dunia maya. Untuk meningkatkan kebutuhan sumber daya infomrasi dan teknologi dilakukan penyuluhan untuk digitalisasi UMKM. Dimana UMKM merupakan tombak sirkulasi dari perekonomian Indonesia, dan dirasa kemampuan UMKM Indonesia untuk memenuhi sumber daya manusia dalam bidang informasi dan teknologi masih kurang. Hasil dari penyuluhan untuk UMKM dan masyarakat umum adanya peningkatan pemahaman terhadap test yang diberikan antara sebelum penyuluhan berjalan dengan setelah berjalan sebesar 3%.

Keywords : UMKM, Digitalisasi, Pemberdayaan, Penyuluhan

PENDAHULUAN

Digitalisasi pada era perkembangan teknologi saat ini bukan lagi hal yang baru namun sudah menjadi hal yang wajib dilakukan. Dengan terjadinya *electronic data interchange* (EDI) untuk seluruh bagian yang ada membuat kebutuhan untuk memahami digitalisasi adalah hal yang wajib. Indonesia tidak lepas dari pergerakan perkembangan teknologi ini masih tertinggal jauh dibandingkan dengan negara lain. Dengan penyebaran masyarakat Indonesia yang terpisah melalui lautan dan penyebaran pulau pulau yang ada, telah memiliki jumlah penduduk 278 696,2 ribu jiwa (berdasarkan data BPS). Penyebaran penduduk ini menyebabkan ketidak merataannya literasi tentang digitalisasi. Penggalang gerakan untuk literasi digitalisasi telah banyak dilakukan dalam pendidikan, UMKM dan aparaturnya desa (Hasriadi 2022; Hermansyah and Firdausi n.d.; Laily Bunga Rahayu and Syam 2021). Namun kebutuhan dan luasnya

Indonesia serta perkembangan teknologi yang sangat pesat, sangat sulit untuk melakukan literasi kepada seluruh penduduk yang ada.

Kebutuhan dari literasi digital ini juga dipengaruhi adanya perbedaan generasi yang ada dimasyarakat dan proses untuk melakukan pengadaptasian teknologi yang ada pada aspek kehidupan generasi tersebut. Dimana masing masing generasi yang ada akan timbul kesenjangan terhadap penggunaan teknologi dalam berbagai bidang. (Hazmin and Wijayanti 2022; Setiani and Barokah 2021; Ulfah 2022). Kesenjangan ini adalah kebanyakan terhadap penggunaan teknologi. Dengan keterbatasannya kemampuan untuk generasi boomer (1944-1964) dalam hal mempelajari dan beradaptasi pada teknologi baru. Berlainan dengan generasi z (tahun kelahiran generasi z) dengan generasi yang telah mendapatkan kemampuan untuk mengakses teknologi sejak dini. Dalam bidang ekonomi generasi sebelum generasi z masih harus melakukan adaptasi dalam proses digitalisasi ekonomi, sedangkan pemahaman untuk menggunakan teknologi yang dimiliki oleh generasi z sejak dini mempermudah mereka untuk mempelajari hal hal baru tentang teknologi. Sehingga dalam perang dan pangsa pasar yang juga telah beralih menjadi dunia teknologi akan lebih memilih perusahaan atau UMKM yang telah berfokus pada digitalisasi, sedangkan generasi sebelumnya masih harus melakukan pembelajaran dan adaptasi ulang terhadap perkembangan dari teknologi.

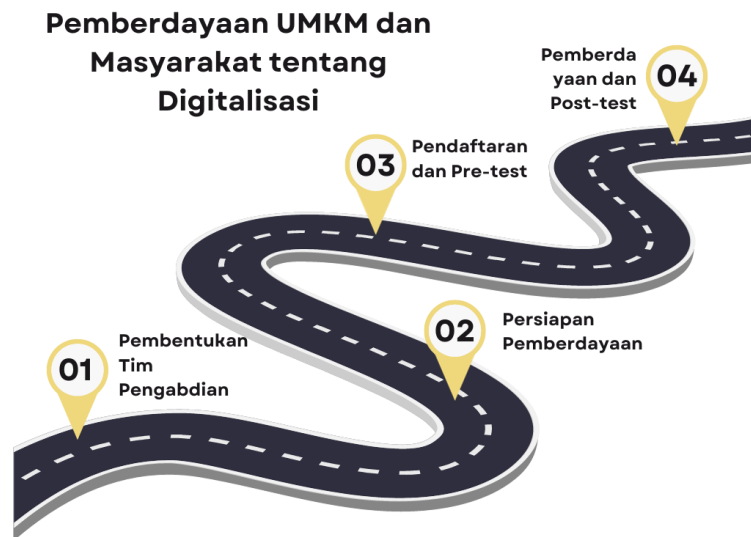
Manfaat yang didapatkan ketika melakukan digitalisasi untuk sektor ekonomi pada UMKM sangatlah banyak. Dengan perkembangan zaman yang sekarang mengarah pada era 5.0 Society dimana seluruh dari poin utama yang ada adalah untuk melakukan kolaborasi antar perusahaan, digitalisasi sangatlah diperlukan. Digitalisasi disini memutus jarak dan waktu untuk melakukan komunikasi dua arah untuk melakukan kolaborasi antar dua perusahaan. Manfaat lain yang didapatkan pada saat melakukan digitalisasi pada UMKM adalah akses untuk mendapatkan pandangan tentang bisnis dan hasil analisa yang ada. Dimana sosial media membuat kita mengetahui apa yang sedang menjadi *trending* dikalangan konsumen kita fitur seperti *For You Page* (FYP) memudahkan kita dalam mendapatkan informasi dari tempat yang jauh seperti negara lain. Digitalisasi dalam halnya dapat digunakan sebagai pembantu dalam penunangan pemilihan keputusan yang akan dibuat. Dengan digitalisasi kita dapat melakukan analisa menggunakan sisten pengambil keputusan untuk memberikan kita pilihan keputusan yang sesuai dari masalah yang ada. Sistem yang ada merupakan hasil perhitungan dan analisa berdasarkan objektif dan angka yang telah dimasukkan sebagai parameter penentu keputusan yang akan diambil. Dengan digitalisasi juga membantu meningkatkan proses produksi. Dengan teknologi dan alat alat otomatisasi yang dapat membantuk pekerjaan dalam memotong waktu melakukan produksi suatu bahan, biaya yang dikeluarkan akan berkurang pula. Yang

terpenting dari digitalisasi selain kolaborasi adalah luasnya pangsa pasar yang bisa kita capai menggunakan digitalisasi. Namun begitu pula dengan saingan yang ada pada era digitalisasi sekarang sangatlah ketat. Dengan orang-orang mendapatkan kesempatan yang sama untuk saling membuka pasar yang ada menjadi luas, persaingan yang timbul dengan adanya digitalisasi sekarang berpengaruh terhadap cepat lambatnya pemilik UMKM yang ada mampu paham dan menggunakan teknologi digital dengan baik. Secara garis besar dalam perkotaan kebanyakan dari UMKM yang ada telah menggunakan digitalisasi, namun untuk daerah pedesaan atau pinggiran kota kurang sekali menggunakan dan paham akan teknologi. Meskipun masyarakat di pedesaan masih dikatakan masih kurang dalam ranah infrastruktur teknologi informasi yang ada namun dengan informasi serta ilmu tentang digitalisasi dalam dunia perdagangan memberikan keuntungan yang sangat besar.

Disinilah pentingnya proses literasi digital. Literasi digital memungkinkan mengetahui ranah kebutuhan digital untuk orang awam hingga kebutuhan yang sangat detail atau mahir. Pengabdian pada masyarakat sekarang yang berbasis tentang digitalisasi sangatlah banyak. Dengan proses literasi digital ini harapannya masyarakat mampu mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mengembangkan diri pada era digital. Sosialisasi pengabdian yang dilakukan sudah beraneka ragam, mulai dari sarana luar jaringan (luring) hingga sarana melalui daring (dalam jaringan) (Ahmad 2022; Dewi et al. 2021; Kurnianingsih, Rosini, and Ismayati 2017). Pengabdian yang akan dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian adalah literasi mengenai digitalisasi UMKM yang ada. Pengabdian yang ada akan diukur untuk mengetahui dampak langsung dari kegiatan literasi yang dilaksanakan. Kegiatan ini akan dilaksanakan dengan tiga tingkatan yang berbeda. Dimana yang pertama untuk masyarakat sebagai konsumen, kemudian untuk orang yang awam terhadap digitalisasi dan yang terakhir adalah kebutuhan yang spesifik didalam bagian penentuan keputusan.

METODE

Dalam proses pengabdian Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan mengenai Digitalisasi, dilakukan dalam beberapa langkah dan tahapan. Kegiatan penyuluhan digitalisasi yang ada dilaksanakan pada bulan Juli 2023. Berikut ini adalah diagram yang menjelaskan proses kegiatan berlangsung



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan
Sumber : Penulis, 2023

Pembentukan Tim Pengabdian : Pada tahapan ini tim yang bergerak dalam pengabdian akan dibentuk. Tim yang ada bertanggung jawab terhadap acara penyuluhan yang berjalan.

Persiapan Pemberdayaan : Dari tim yang telah terbentuk, kemudian tim yang ada akan melakukan persiapan. Kegiatan yang dilakukan dalam persiapan ini adalah pembuatan proposal, membuat pamflet penyuluhan, mempersiapkan materi, mempersiapkan pertanyaan pre-test dan post-test serta mempersiapkan kebutuhan yang menunjang berjalannya acara dengan baik.

Pendaftaran dan Pre-Test : Pada tahapan ini tim akan melakukan sosialisasi kegiatan yang dilakukan dengan membentuk poster serta menyalurkan informasi yang ada pada sosial media. Kegiatan ini ditujukan untuk menggapai seluruh masyarakat yang ada pada daerah kota jember baik masyarakat umum maupun UMKM yang ada. Pendaftaran dan proses dari Pre-test, semuanya dilakukan melalui online sehingga dapat mempermudah dalam proses pendaftaran. Soal Pre-test yang diberikan akan berisi materi yang akan dipaparkan saat penyuluhan. Nilai dari pre-test akan dibandingkan dengan hasil post-test yang ada untuk melihat perkembangan tentang pengetahuan dari digitalisasi. Proses analisa peningkatan pemahaman dengan melakukan tes sebelum dan sesudah materi sering kali digunakan.

Pemberdayaan dan Post-test. Pada tahapan ini proses pemberdayaan melalui media online akan dilakukan. Dari kegiatan yang dilakukan akan dipaparkan tiga

materi yang memiliki kedalaman masing masing dalam UMKM. Materi yang ada adalah :

1. Perilaku Konsumen di Era Digital
2. Digitalisasi UMKM
3. Transformasi Digital – Masa Depan Industri dengan Sistem Penunjang Keputusan

Masing masing materi yang ada disampaikan selama 60 menit yang kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Setelah prses kegiatan pemberdayaan melalui penyuluhan selesai, peserta yang mengikuti kegiatan akan mengisi absensi kehadiran dan Post-test. Post-test yang ada akan memiliki soal yang sama dengan soal dari pre-test. Hasil dari post-test akan dibandingkan dengan pre-test untuk melihat apakah ada perkembangan setelah kegiatan berlangsung. Setelah kegiatan selesai kemudian dilanjutkan kegiatan analisa dan evaluasi hasil kegiatan pengabdian yang dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian untuk pemberdayaan penyuluhan digitalisasi dilaksanakan dengan pembentukan tim. Tim yang ada dibentuk dari mahasiswa dan dosen perguruan tinggi Institut dan Teknologi dan Sains Mandala. Perencanaan kegiatan dan lainnya dilakukan sebelum bulan juli dan dilakukan selama beberapa hari. Pada awal bulan Juli pamflet kegiatan telah di sebarakan melalui media sosial untuk menarik peserta yang akan ikut. Dalam pamflet yang ada telah tersedia pre-test. Dimana soal yang ada pada pre-test telah diberikan oleh pemateri, sesuai dengan materi yang disampaikan. Soal yang diberikan pemateri adalah dengan total 14 pertanyaan dengan masing masing materi yang ada kurang lebih 5 pertanyaan.

Tabel 1. Pertanyaan Post-test dan Pre-test

No	Pertanyaan
1	Apa definisi dari sistem penunjang keputusan (SPK)?
2	Manakah komponen utama dalam sebuah sistem penunjang keputusan?
3	Keuntungan utama dari penggunaan SPK dalam industri adalah:
4	Bagaimana SPK membedakan konsep dari sistem informasi biasa?
5	Kapan waktu yang paling tepat untuk menggunakan sistem penunjang keputusan dalam sebuah proses bisnis?
6	Perilaku konsumen di era digital cenderung dipengaruhi oleh:
7	Di era digital, perilaku konsumen cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini, KECUALI:

8	Salah satu faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi online adalah . . .
9	Faktor psikologis apa yang sering berperan dalam proses pengambilan keputusan pembelian di era digital?
10	Apa manfaat utama dari digitalisasi dalam e-commerce bagi UMKM?
11	Apa platform digital yang umum digunakan oleh UMKM untuk memulai bisnis e-commerce?
12	Bagaimana digitalisasi dalam e-commerce membantu UMKM dalam memperluas pangsa pasar?
13	Apa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi digitalisasi dalam e-commerce?
14	Bagaimana digitalisasi dapat membantu UMKM dalam memperkuat brand dan membangun kepercayaan pelanggan?

Pertanyaan yang ada mewakili materi yang dibawakan, yakni :

1. Transformasi Digital – Masa Depan Industri dengan Sistem Penunjang Keputusan (Pertanyaan nomor 1 - 5)
2. Perilaku Konsumen di Era Digital (Pertanyaan nomor 6 - 9)
3. Digitalisasi UMKM (Pertanyaan nomor 10 - 14)

Rincian hasil dari pre-test yang dilakukan dalam kegiatan penyuluhan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Presentase jawaban benar dalam pre-test

Soal	Presentase Jawaban Benar
Soal-1	65%
Soal-2	45%
Soal-3	75%
Soal-4	56%
Soal-5	74%
Soal-6	87%
Soal-7	74%
Soal-8	42%
Soal-9	38%
Soal-10	60%
Soal-11	65%
Soal-12	84%
Soal-13	38%
Soal-14	85%

Dari hasil yang diperoleh dari pre-test, diketahui untuk pemahaman materi yang paling rendah adalah Digitalisasi UMKM dengan rata rata 60% kebenaran adalah materi untuk Perilaku Konsumen di Era Digitalisasi. Serta pemahaman materi yang tertinggi berada pada materi Digitalisasi UMKM dimana dengan rata rata kebenaran 66% dari pertanyaan yang diberikan.



Gambar 2. Gambar Kegiatan Penyuluhan
Sumber : Penulis, 2023

Kegiatan penyuluhan yang dilakukan berjalan dengan baik. Setelah program penyuluhan berakhir peserta kemudian mengisi absensi serta post-test untuk mengukur performa pemahaman materi yang diberikan. Hasil dari post-test kemudian akan dibandingkan dengan hasil dari pre-test. Berikut ini adalah hasil dari presentase perbandingan posttest dan pretest dari kegiatan penyuluhan.

Tabel 3. Perbandingan Presentase Jawaban Pre-test dan Post-test

Soal	Pre-test	Post-test	Selisih
Soal-1	65%	57%	-8%
Soal-2	45%	51%	6%
Soal-3	75%	76%	0%
Soal-4	56%	59%	3%
Soal-5	74%	78%	4%
Soal-6	87%	81%	-6%
Soal-7	74%	78%	4%
Soal-8	42%	62%	20%
Soal-9	38%	51%	14%
Soal-10	60%	51%	-8%
Soal-11	65%	62%	-3%
Soal-12	84%	84%	0%
Soal-13	38%	49%	10%
Soal-14	85%	86%	1%
Rata Rata Peningkatan			3%

Dari hasil perbandingan yang ada, terlihat beberapa pertanyaan yang ada mendapatkan angka minus. Hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman terhadap materi yang ada. Dari hasil pendaftar dan peserta yang ada juga terdapat selisih jumlah yang sangat banyak, sehingga mempengaruhi penilaian post-test yang dilakukan. Namun secara garis besar dari hasil kegiatan penyuluhan yang dilakukan total rata-rata peningkatan yang terjadi dari pemahaman materi yang disampaikan adalah 3%. Angka yang ada tidak signifikan yang bisa saja terjadi karena faktor yang sebelumnya disebutkan. Namun dalam kegiatan penyuluhan serta pengabdian kepada masyarakat ini dapat dikatakan memberikan manfaat bagi UMKM serta masyarakat.

KESIMPULAN

Digitalisasi sekarang merupakan hal yang diwajibkan untuk diketahui dan dipahami. Dengan maraknya digitalisasi pasar yang ada makin luas dan kesempatan untuk mendapatkan pedagang makin besar. Namun pemahaman tentang digitalisasi ini terkadang di bagian pedesaan dan sekitarnya sangat terbilang kurang. Maka dari itu tetap literasi digitalisasi akan terus digalangkan untuk meratakan pemahaman tentang teknologi yang ada. Pengabdian yang dilakukan menggunakan media online dan media lainnya sangat membantu dalam pemerataan pemahaman tentang digitalisasi ini. Pengabdian yang telah dilakukan didasari dengan perbandingan presentase jawaban benar yang ada diperoleh adanya pemahaman tentang digitalisasi yang meningkat setelah dilakukannya pemberdayaan. Namun pengabdian terhadap digitalisasi ini tidak diperbolehkan berhenti karena dengan luasnya dan menyebarnya kepulauan yang ada di Indonesia tingkat penyebaran literasi yang dibutuhkan juga sangatlah tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Iqbal Faza. 2022. 'Urgensi Literasi Digital di Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19: Sebuah Tinjauan Sistematis'. *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia* 2(1): 1–18.
- Dewi, Dinie Anggraeni et al. 2021. 'Menumbuhkan Karakter Siswa melalui Pemanfaatan Literasi Digital'. *Jurnal Basicedu* 5(6): 5249–57.
- Hasriadi, Hasriadi. 2022. 'Metode Pembelajaran Inovatif Di Era Digitalisasi'. *Jurnal Sinestesia* 12(1): 136–51.
- Hazmin, Gulam, and Ajeng Wijayanti. 2022. 'Pendekatan Berbasis Phygital dalam Menjembatani Kesenjangan dalam Transformasi Digital'. *International Journal of Community Service Learning* 6(2): 159–66.

- Hermansyah, Mas'ud, and M Faiz Firdausi. 'Peningkatan Market Value Usaha Kecil Menengah (UKM) Gula Merah Melalui Desain Brand Labelling dan Kemasan'.
- Kurnianingsih, Indah, Rosini Rosini, and Nita Ismayati. 2017. 'Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Bagi Tenaga Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat Melalui Pelatihan Literasi Informasi'. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)* 3(1): 61.
- Laily Bunga Rahayu, Ely, and Nur Syam. 2021. 'Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial'. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 4(2): 672–85.
- Setiani, Nurul Nafiah, and Novita Barokah. 2021. 'Urgensi Literasi Digital dalam Menyongsong Siswa Sekolah Dasar Menuju Generasi Emas Tahun 2045'. *Prosiding SEMAI: Seminar Nasional PGMI* 1: 411–27.
- Ulfah, Anisa. 2022. 'MODEL LITERASI DIGITAL DALAM UPAYA MENGURANGI KESENJANGAN DIGITAL UNTUK SANTRI MENUJU INDONESIA EMAS 2045'. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora* 14(1): 1–7.