

Sosialisasi Digitalisasi UMKM Dan Buku Warung Kepada Para Pelaku UMKM Di Desa Jambuwok

Drs. Ec. R. Sjarief Hidjat*¹
Fii Nuuraa Mirzanda Soedarmon²
Alya Ranu Dharma Safira³
Salsabila Nuri Winanda⁴
Muhammad Nabil Hamid⁵
Fery Nurmansyah Arddianto⁶
Rangga Dwi Darmawan⁷
Nanda Yuka Perdana⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
*e-mail: sjariefhidajat123@gmail.com¹, 21042010194@student.upnjatim.ac.id²,
21012010349@student.upnjatim.ac.id³, 21011010204@student.upnjatim.ac.id⁴,
21031010252@student.upnjatim.ac.id⁵, 21032010205@student.upnjatim.ac.id⁶,
21042010141@student.upnjatim.ac.id⁷, 21043010339@student.upnjatim.ac.id⁸

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan kegiatan sosialisasi mengenai digitalisasi UMKM dan penggunaan Buku Warung kepada pelaku UMKM di Desa Jambuwok. Dalam era digital saat ini, penting bagi UMKM untuk mengadaptasi teknologi agar dapat bersaing dan meningkatkan efisiensi operasional. Kegiatan sosialisasi ini mencakup pelatihan penggunaan platform digital dan sistem pencatatan keuangan yang lebih modern melalui Buku Warung, yang dirancang untuk membantu UMKM dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Melalui pendekatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Jambuwok dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka, sehingga mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan usaha mereka dan memperluas pasar.

Kata kunci: Buku Warung, Digital Marketing, UMKM

Abstract

This research aims to implement socialization activities regarding the digitalization of MSMEs and the use of "Buku Warung" to MSMEs users in Jambuwok Village. In today's digital era, it is important for MSMEs to adapt technology in order to compete and improve operational efficiency. This socialization activity includes training on the use of digital platforms and a more modern financial recording system through "Buku Warung", which is designed to assist MSMEs in better managing their finances. Through this approach, it is hoped that MSMEs users in Jambuwok Village can improve their knowledge and skills, so that they can leverage digital technology to optimize their businesses and expand their markets.

Keywords: BukuWarung, Digital Marketing, MSME's

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya era digital yang sangat pesat, digitalisasi telah mengubah faktor krusial untuk memperkuat daya saing dan menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi dalam beragam jenis sektor, seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM mengangkat kewajiban yang sangat penting dalam ekonomi global, melalui penciptaan lapangan pekerjaan, menunjang progres komunitas lokal, dan berlaku sebagai pencetus perubahan sosial. UMKM memegang peranan krusial dalam perekonomian lokal dan nasional, namun banyak di antaranya masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan teknologi digital. Desa Jambuwok, sebagai salah satu daerah yang memiliki banyak pelaku UMKM, merupakan contoh nyata dari kebutuhan akan penerapan teknologi digital untuk memperbaiki pengelolaan usaha. Oleh karena itu, pendekatan sosialisasi mengenai digitalisasi UMKM kepada masyarakat Desa Jambuwok patut untuk menyerahkan pendampingan secara lengkap kepada pelaku UMKM, sedari sosialisasi hingga bimbingan dalam pemanfaatan UMKM di era digital.

Digitalisasi UMKM mencakup berbagai aspek, mulai dari pemasaran online hingga sistem manajemen keuangan yang lebih terintegrasi. Digital marketing yakni observasi pasar dan pemberitaan yang dijalankan melewati media digital online, seperti sarana sosial. Menurut Muskika (2019), dunia media sosial mengimplikasikan banyak manusia di seluruh dunia, bukan hanya perseorangan dan perangkat yang saling terpaku. Salah satu alat yang dapat membantu pelaku UMKM dalam aspek keuangan adalah Buku Warung, sebuah sistem pencatatan yang dirancang untuk memudahkan pengelolaan transaksi dan keuangan usaha dengan cara yang lebih praktis dan efisien. Buku Warung diharapkan dapat menjadi solusi bagi pelaku UMKM yang belum terbiasa dengan pencatatan digital.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yanti, dkk pada tahun 2023 mengenai “Pengembangan Digitalisasi UMKM selaku Media Promosi dan Pemasaran di Desa Wisata Hariara Pohan” menyatakan bahwa dengan kemajuan teknologi dan komunikasi yang pesat, banyak pengusaha kini lebih memilih untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka melalui media sosial, terutama Instagram dan TikTok, seperti opsi utama. Sedangkan pada sosialisasi yang kami lakukan mengenai “Digitalisasi UMKM dan Buku Warung Kepada Pelaku UMKM di Desa Jambuwok” berfokus pada pemanfaatan teknologi di era digital guna meningkatkan pemasaran bagi pelaku UMKM dan penggunaan Buku Warung di Desa Jambuwok. Berdasarkan data yang diungkapkan oleh SID Kemendesa tahun 2024 diungkapkan bahwa skor SDGs Desa Jambuwok pada sektor Pertumbuhan Ekonomi Desa Merata yang melatarbelakangi besarnya nilai UMKM yaitu sebesar 32,60%.

Namun, tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Jambuwok adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi di era digital sangatlah penting guna meningkatkan pelaku UMKM dalam pengelolaan usaha. Banyak pelaku UMKM yang belum familiar dengan berbagai platform digital atau sistem pencatatan modern, sehingga mereka merasa kesulitan dalam mengimplementasikannya dalam operasional sehari-hari. Oleh karena itu, sosialisasi dan pelatihan penggunaan Buku Warung mengenai digitalisasi menjadi sangat penting.

Sosialisasi ini berniat guna menyampaikan pemahaman yang jelas dan praktis tentang cara pemanfaatan teknologi di era digital, khususnya penggunaan Buku Warung. Melalui sosialisasi ini, pelaku UMKM di Desa Jambuwok akan diperkenalkan pada manfaat dan cara penggunaan Buku Warung serta platform digital lainnya yang relevan. Melalui sosialisasi dan pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan teknologi untuk kemajuan usaha mereka. Dengan menerapkan kegiatan sosialisasi ini, diharapkan UMKM di Desa Jambuwok tidak hanya akan mengoptimalkan daya guna aktivitas mereka tetapi juga dapat memperluas gapaian pasar dan memaksimalkan daya saing di pasar yang bertambah kompetitif. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan dampak positif jangka panjang bagi perkembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat setempat.

METODE

Pada penelitian yang dilakukan saat ini menggunakan metode sosialisasi sebagai subjek penelitian, mengenai digitalisasi UMKM kepada pelaku UMKM yang ada di desa Jambuwok sebagai pengenalan platform digital dan aplikasi yang dapat membantu UMKM dalam mengelola usaha serta pentingnya digitalisasi dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Dengan menggunakan metode sosialisasi, digitalisasi UMKM menjelaskan bagaimana pendampingan digitalisasi berdampak pada keberlanjutan usaha kecil menengah (UMKM) dengan pemanfaatan penggunaan Buku Warung. Dalam kegiatan sosialisasi ini, Buku Warung digunakan sebagai pelatihan praktis dan dukungan keberlanjutan kepada pelaku UMKM di Desa Jambuwok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Buku Warung

Di era digitalisasi saat ini, masih banyak UMKM yang mencatat dan mengelola keuangan serta stok barang menggunakan buku catatan secara manual/fisik. Hal tersebut memiliki banyak kerugian karena mudah hilangnya catatan maupun arsip penting, serta susah dalam mencari suatu kebutuhan tertentu seperti mencari catatan hutang secara manual. Sementara itu, penggunaan buku catatan secara manual kurang efisien karena dapat memakan tenaga dan waktu. Seperti halnya pada para pelaku UMKM di Desa Jambuwok yang masih menggunakan buku catatan secara manual. Yang artinya, para pelaku UMKM di Desa Jambuwok masih kurang mengerti dan memahami mengenai digitalisasi dan juga platform digital untuk mengembangkan serta membantu usaha mereka. Ini membuktikan bahwa pengenalan platform digital seperti Buku Warung diperlukan agar para pelaku UMKM dapat mencatat maupun mengelola usaha atau lebih spesifik keuangan mereka agar lebih efisien dan praktis. Hal tersebut juga dapat menghemat waktu dan tenaga yang dikeluarkan.

Buku Warung adalah aplikasi pembukuan UKM yang dibuat dengan tujuan untuk memudahkan pemilik usaha dalam mencatat pembukuan usahanya (Nofita, 2023). Selain itu, aplikasi Buku Warung ini memudahkan diakses kapan saja melalui ponsel/smartphone. Banyaknya fitur pada Buku Warung membuat pelaku UMKM dapat mencatat segala hal yang diinginkan. Namun, pengenalan mengenai aplikasi Buku Warung di kegiatan sosialisasi terdiri dari empat fitur yang diajarkan, yaitu; Pengelolaan Stok, Mencatat Transaksi, Fitur Kasir, dan Mencatat Utang dalam penggunaan aplikasi Buku Warung.

Pelatihan praktis ini, ditujukan langsung kepada para pelaku UMKM di Desa Jambuwok. Hasil yang didapatkan dari pelatihan pembukuan digitalisasi pada para pelaku UMKM telah berjalan dengan baik dan lancar serta dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam pencatatan keuangan dengan baik menggunakan aplikasi Buku Warung. Dengan begitu, harapan keberlanjutan pada UMKM akan terus memberikan dampak positif pada era digitalisasi untuk pelaku usaha serta masyarakat.

b. Digital Marketing

Salah satu permasalahan yang dimiliki oleh para pelaku UMKM Desa Jambuwok yaitu digitalisasi. Digitalisasi sendiri merupakan proses perubahan yang terjadi dari teknologi bersifat analog menjadi teknologi bersifat digital. Maka, langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu mengenalkan kepada para pelaku UMKM tentang digital marketing. Digital marketing adalah upaya dalam memasarkan produk dengan memanfaatkan media berbasis digital dan jaringan internet. Dengan menggunakan digital marketing maka para pelaku UMKM desa jambuwok dapat meningkatkan jumlah pendapatan secara efektif, menjangkau target pasar lebih luas, dan juga dapat diterapkan pada segala jenis bisnis. Sebelum melakukan pemasaran digital tentu para pelaku UMKM harus memiliki strategi dan juga perencanaan. Hal pertama yang harus dilakukan dalam membuat strategi dan juga perencanaan yaitu menentukan target pasar, melakukan riset terhadap kompetitor, mengetahui tren pemasaran digital. Para pelaku UMKM dapat mengetahui guna dan fungsi masing-masing dari ketiga hal tersebut, kemudian para pelaku UMKM dapat melanjutkan ke langkah berikutnya yaitu pemasaran digital. Oleh karena itu, dengan adanya sosialisasi pengetahuan tentang digitalisasi tentu akan memudahkan para pelaku UMKM desa jambuwok. Sosialisasi yang dilakukan guna meningkatkan pemanfaatan pemasaran pada era digitalisasi kepada pelaku UMKM di Desa Jambuwok.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa digitalisasi marketing pada UMKM yaitu salah satu hal terpenting dalam memasarkan produk dengan memanfaatkan media berbasis digital dan jaringan internet. Beberapa Penjualan UMKM dapat berkembang dengan pesat selama pandemi jika mereka sadar mengenai digitalisasi. Hal tersebut dikarenakan penjualan secara daring sangat marak saat pandemi. Dengan begitu, pelaku UMKM desa jambuwok dapat meningkatkan jumlah pendapatan mereka secara efektif, menjangkau target pasar lebih luas, dan juga dapat diterapkan pada segala jenis bisnis. Selain itu, pelaku UMKM dapat menggunakan platform dan aplikasi digital untuk mencatat maupun mengelola keuangan mereka. Salah satu cara untuk menggunakan platform digitalisasi UMKM adalah dengan menggunakan aplikasi Buku Warung. Di era saat ini, pelaku UMKM akan selalu bersaing, menggunakan strategi konvensional, mereka akan ketinggalan dibandingkan dengan pelaku UMKM yang tidak menggunakan platform ataupun aplikasi digital.

Saran agar para pelaku UMKM benar-benar dapat menerapkan digitalisasi dalam usaha mereka, penting bagi program ini untuk tidak berhenti pada tahap pengajaran dan pengenalan aplikasi semata. Perlu adanya pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan untuk memastikan bahwa setiap pelaku UMKM dapat secara konsisten mengadopsi teknologi tersebut. Hal ini dapat dilakukan melalui program mentor atau fasilitator yang secara rutin mengunjungi pelaku UMKM untuk mengevaluasi perkembangan dalam pemanfaatan teknologi digital di usaha mereka, serta memberikan solusi atau rekomendasi apabila terdapat kendala. Dengan adanya pendampingan ini, pelaku UMKM akan merasa lebih didukung dan termotivasi untuk terus belajar dan berinovasi menggunakan teknologi. Untuk meningkatkan efektivitas program ini, disarankan agar kerja sama dengan pemerintah daerah dan sektor swasta diperkuat. Pemerintah dapat memberikan regulasi dan kebijakan pendukung yang mempermudah adopsi teknologi di kalangan UMKM, seperti insentif untuk penggunaan teknologi atau pembiayaan untuk pengembangan usaha berbasis digital. Di sisi lain, sektor swasta, termasuk perusahaan teknologi, dapat menyediakan perangkat lunak, platform, dan teknologi lain yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Kerja sama ini akan memastikan bahwa pelaku UMKM mendapatkan dukungan yang holistik dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Cicik Hariani, H. S. (2021). *Digital Marketing Bagi UMKM*. Bandung : Media SAINS Indonesia
- Dewi, Y. (2023). *Pengembangan Digitalisasi UMKM Sebagai Media Promosi dan Pemasaran di Desa Wisata Hariara Pohan*. *Community Development Journal*, 12777-12783.
- Firmansyah, H. (2021). *Saluran Digital Marketing*. Cirebon: Cirebon Insania.
- Hanum, F. (2019). *Bisnis Online Indonesia Menarik Minat Kalangan Muda*. *Jurnal Bisnis Corporate*, 79-80.
- Harmawan, T. H. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM*. *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, 29-37.
- Hendri Hermawan Adinugraha, A. M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik*. *Jurnal Ilmu Teknik dan Informatika*, 74-80.
- Ira Promasanti Rachmadewi, F. A. (2021). *Analisis Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Usaha Kecil Menengah*.
- Lena Lestary, H. H. (2022). *Analisis SWOT dan Digital Marketing*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 68-70.
- Nofita S. (2023). *Implementasi Aplikasi Buku Warung Pada UMKM Tunas Citra*. <http://repo.darmajaya.ac.id/>

<http://repo.darmajaya.ac.id/12701/1/LAPORAN%20PKPM%20NOFITA%20SARY.pdf> -

Diakses pada tanggal 23 Agustus 2024

Februari 2022 | Vol. 1 | No. 1 | Judul Naskah Publikasi Maksimum 12 Kata dalam bhs.Ind (times new roman 10)

Patria Adhastian, T. D. (2020). Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Susu Kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad An-Nur Sukabumi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat , 26-27.

Wati, A.P., Martha, J.A., dan Indrawati, A. 2020. Digital Marketing. Eldullitelra. Malang.