

Digitalisasi UKM: Solusi Menjalankan Bisnis di Era Normal Baru Covid-19

**Erna Lovita*, Preztika Ayu Ardheta, Gatot Prabantoro, Uun Sunarsih,
Dahlifah, Maya Mustika, Siti Nafisah, Nursanita Nasution**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
*Email korespondensi: erna_lovita@stei.ac.id

ABSTRAK

Tujuan pelaksanaan kegiatan ini yaitu untuk menjawab kebutuhan para pelaku UMKM di era normal baru Covid-19, yaitu digitalisasi pengelolaan keuangan dan komunikasi bisnis usahanya. Sasaran kegiatan workshop yaitu pelaku UMKM di wilayah kampus STIE Indonesia di Rawamangun, meliputi mahasiswa STIE Indonesia dan masyarakat umum yang memiliki usaha. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah workshop yang diselenggarakan secara online dengan fasilitas Google Meet. Digitalisasi pengelolaan keuangan menggunakan Aplikasi Buku Kas dan Google My Business untuk komunikasi bisnisnya. Sosialisasi memberikan kesadaran kepada pelaku UKM akan pentingnya digitalisasi dalam pengelolaan keuangan dan komunikasi bisnis di era normal baru Covid-19, sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha UMKM.

Kata Kunci: digitalisasi, aplikasi Buku Kas, Google My Business

ABSTRACT

The purpose of implementing community service activities is to answer the needs of SMEs businessmen in the new normal era of Covid-19, digitizing financial management and business communication. The target of the workshop activity is SMEs businessmen in the STIE Indonesia campus area in Rawamangun, including STIE Indonesia students and the general public who have businesses. The method of implementing this activity is a workshop held online with Google Meet facilities. Digitizing financial management using Buku Kas Application and Google My Business for its business communication. The socialization provided awareness to SMEs about the importance of digitalization in financial management and business communication in the new normal era of Covid-19, so as to improve SMEs business performance.

Keywords: digitization, Buku Kas application, Google My Business

Received: 28 Feb 22 / Revised: 22 Jun 22 / Accepted: 22 Jun 22 / Online: 22 Jun 22

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah atau UKM merupakan ujung tombak dan memiliki peran besar dalam perekonomian sebuah negara. Di tengah situasi pandemi Covid-19 saat ini, tak dapat dipungkiri bahwa banyak perubahan yang terjadi dan memiliki dampak di berbagai sektor, termasuk imbas bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Konsumen saat ini lebih banyak menghabiskan waktu di rumah, mulai dari belajar, bekerja, menikmati hiburan

hingga berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Fakta tersebut mendorong pelaku usaha untuk peka terhadap perubahan pola perilaku konsumen untuk mendukung performa penjualan. Pelaku usaha perlu inovasi terus menerus dan masuk ke dunia digital.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian bahwa UMKM tersebar di seluruh Indonesia dan hanya 30% sampai dengan 40% yang memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi (Permen KUKM RI No 5 Tahun 2020). Data tersebut menggambarkan bahwa masih sedikit pelaku UKM yang benar-benar memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnisnya. Kurang optimalnya dalam memanfaatkan teknologi informasi menjadi salah satu penyebab rendahnya daya saing UKM dalam memasarkan produknya. Padahal apabila pelaku UKM dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dalam aktivitas bisnisnya, baik dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produknya, maka dapat meningkatkan kinerja UKM dan akan berdampak pada pertumbuhan UKM sehingga dapat meningkatkan perekonomian negara.

Kemampuan internet untuk mendukung aktivitas bisnis telah menarik perhatian dan menjadi pertimbangan dan mendapat dukungan dari para pelaku wirausaha, eksekutif dan investor. Hal ini dikarenakan internet memungkinkan organisasi perusahaan mentransfer keterampilan, informasi dan pengetahuan secara efektif dan efisien (Talukder & Yeow, 2006; Owyang, 2009). Khususnya bagi organisasi usaha kecil menengah, ditemukannya internet memberikan beberapa keunggulan penting seperti membuka pasar baru, mempromosikan bisnis, memperkenalkan produk baru, meningkatkan kualitas komunikasi dan jaringan sosial secara online, penggunaan data dari area yang berbeda dan membangun hubungan yang kuat dengan rekan bisnis baru (Laudon & Traver, 2012).

Perkembangan teknologi yang sedemikian pesat menjadi suatu peluang bagi UKM untuk 'naik kelas' yakni dengan menerapkan digitalisasi dari hulu hingga hilir (Heckadon, 2010; Garzella et al., 2021). Namun, terdapat sejumlah permasalahan yang harus dihadapi UKM untuk masuk ke pasar digital. Permasalahan utama adalah literasi digital UKM yang belum merata, sehingga UKM belum mampu memanfaatkan digitalisasi dalam pemasarannya, sebagai pintu masuk berkembangnya UKM (Prabantoro et al., 2020). Permasalahan berikutnya adalah pelaku UKM belum memiliki pembukuan dan administrasi keuangan yang transparan dan akuntabel (Lovita & Sunarsih, 2015). Padahal dengan pengelolaan keuangan yang akuntabel, tidak saja membantu pengelolaan usahanya menjadi baik dalam pengambilan keputusan, namun juga mendapatkan kemudahan saat memerlukan tambahan modal dengan pengajuan pinjaman ke bank.

Masalah yang ingin dipecahkan

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah masih banyak UKM yang belum menerapkan digitalisasi di bidang pengelolaan keuangan maupun di bidang strategi komunikasi pemasaran bisnis. Atas dasar ini maka tujuan pelaksanaan PKM yaitu untuk menjawab kebutuhan para pelaku UKM terhadap ketersediaan pencatatan atau dokumentasi laporan keuangan serta mengkomunikasikan bisnis kepada pasar sasaran dan merespon permintaan secara lebih cepat dan lengkap secara digitalisasi. Langkah awal yang bisa diambil oleh pelaku usaha bertumpu pada pemanfaatan handphone ataupun laptop untuk menerapkan digitalisasi sederhana, agar dapat membuka akses demi menjangkau audiens yang lebih luas.

Solusi dan Target

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk menjalankan tridharma perguruan tinggi dan sebagai prasyarat pengisian Beban Kerja Dosen, serta kegiatan ini dapat membantu para pelaku UMKM untuk membenahi sistem pelaporan keuangan dan sistem komunikasi pemasaran secara digital. Lebih jauh dalam jangka panjang UMKM dapat secara mandiri mampu mengikuti perkembangan jaman dan mampu bersaing dalam persaingan bisnis yang semakin ketat di era pandemi Covid 19.

MATERI DAN METODE

Peserta kegiatan pengabdian masyarakat adalah para pelaku UMKM yang ada di wilayah Kelurahan Rawamangun Kecamatan Pulogadung dengan bidang usaha beragam mulai dari kuliner, fashion, dan industri kreatif lainnya. Pelaku usaha meliputi mahasiswa STIE Indonesia yang memiliki bisnis kecil ataupun bisnis keluarga maupun pelaku usaha di lingkungan kampus STIE Indonesia. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah webinar yang diselenggarakan via Google Meet dengan kode room (<https://meet.google.com/rgd-zbjg-dwk>) pada tanggal 17 Juli 2021 jam 08.00 s/d 12.00 WIB. Bentuk kegiatan berupa workshop disertai tanya jawab kepada para pelaku UKM dalam workshop mengenai masalah yang tengah di hadapi serta solusi yang diberikan oleh pemateri.

Pelaksanaan evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengisian pre-test dan post-test. Seluruh peserta diminta mengerjakan pre-test dan post-test melalui google form, yang didistribusikan pada saat acara berlangsung. Tujuan evaluasi ini adalah untuk mengukur efektifitas kegiatan pelatihan digitalisasi ini. Hasil akhir menunjukkan bahwa pelaku UMKM memahami pentingnya melakukan digitalisasi untuk pengelolaan keuangan dan pemasaran, walaupun mereka menyatakan pula bahwa belum sepenuhnya memahami penerapannya. Hal ini menjadi masukan bagi tim pengabdian masyarakat, agenda berikutnya adalah bagaimana dikembangkan metode pelatihan yang tepat agar pelaku UMKM lebih mudah menyerap dan menerapkan materi pelatihan.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan PKM berlangsung secara daring/ online, mengingat kondisi saat itu dimana area Jakarta Timur khususnya Rawamangun, termasuk zona hitam paparan pandemi. Pembukaan dan sepanjang acara dipandu oleh Siti Nafisah, M.Pd selaku MC dan moderator. Selanjutnya Dr. Nursanita memberikan arahan untuk para peserta, terkait target dan tujuan pelaksanaan PKM. Setelah pengarahan, diikuti pembacaan doa serta pembukaan secara resmi.

Tahap pertama materi diawali dengan penyampaian materi oleh Dr. Erna Lovita yaitu pentingnya konsep Entitas dalam menjalankan bisnis dan dilanjutkan dengan materi yang disampaikan oleh Dr. Uun Sunarsih tentangnya Pentingnya pencatatan akuntansi secara digital di era normal baru covid-19. Kedua Pemateri tersebut menjelaskan materi dalam waktu 40 menit dan peserta sangat antusias dengan materi yang disampaikan. Hal ini terlihat dari pertanyaan yang diajukan oleh peserta. Selanjutnya disambung dengan materi Aplikasi Buku Kas yang disampaikan oleh Dr. Dahlifah. Materi ini langsung simulasi dan peserta langsung mencoba dengan dipandu oleh TIM PKM.

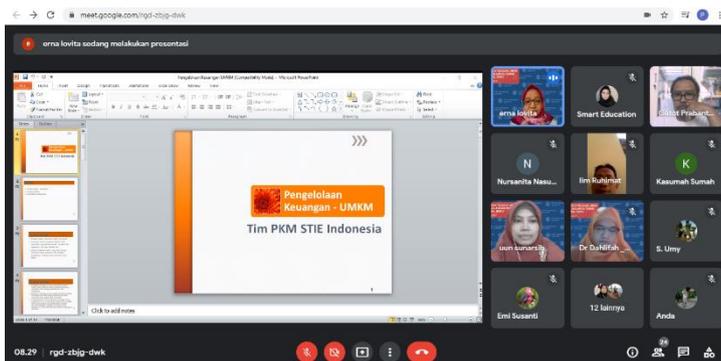
Tahap kedua pemaparan materi disampaikan oleh Dr. Gatot Prabantoro dengan topik pentingnya komunikasi pemasaran dan digitalisasi dalam menjalankan bisnis dan

dilanjutkan tutorial dan *praktik Google My Business* didampingi oleh Maya Mustika dan Preztika Ayu Ardheta Materi. Materi kedua ini tidak kalah menarik dengan materi sebelumnya. Peserta sangat antusias dengan materi yang disampaikan dan dilanjutkan di WhatsApp Group.

Tahap berikutnya Tim PKM memberikan gambaran nyata agenda jangka pendek yang dapat dilakukan kepada para pelaku UMKM dan mahasiswa serta masyarakat untuk mencoba dan membuat akun di Aplikasi Buku Kas dan mendaftarkan bisnisnya ke *Google My Business*. Selanjutnya dilakukan dengan diskusi di WhatApps Group dengan saling memotivasi dan menawarkan produknya. Pada dasarnya sebagian pelaku UMKM kegiatan penggunaan aplikasi buku kas dan pendafatarn bisnis ke *Google My Business* sudah mengetahui, namun belum optimal diterapkan dalam menjalankan bisnisnya.

Bentuk kegiatan lain yang dapat dilakukan di lingkungan para pelaku usaha UMKM sebagai agenda jangka panjang adalah memanfaatkan digitalisasi dalam hal aplikasi buku kas dalam pencatatan transaksi bisnisnya dan mendaftarkan bisnisnya di *Google My Business* agar bisnisnya dapat bertahan di era normal baru covid-19. Para Pelaku UMKM memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam Aplikasi Buku Kas dan *Google My Business*. Kegiatan ini tentunya memerlukan pendampingan agar para pelaku UMKM mampu secara optimal memanfaatkan aplikasi tersebut sehingga berdampak dalam oeprasional bisnisnya.

Tim PKM memaparkan bahwa agenda kegiatan ini memang diawali dilakukan secara online, namun dalam jangka panjang harapannya akan terbentuk pandangan pentingnya digitalisasi UMKM sebagai strategi dalam menjalankan bisnis di era normal baru covid-19. Tim PKM juga menawarkan para pelaku UMKM untuk berdiskusi dan aktif di WhattApps Group terkait dengan kegiatan bisnisnya, yakni dalam penggunaan Aplikasi Buku Kas dan *Google My Business* untuk pemasaran secara digital agar produknya dikenal luas dan dapat meningkatkan penjualan. Target akhir adalah digitalisasi baik dari segi akuntansi dan marketingnya, dapat membantu pelaku UMKM untuk mampu bertahan dan meningkatkan bisnisnya di era normal baru Covid-19.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 1.

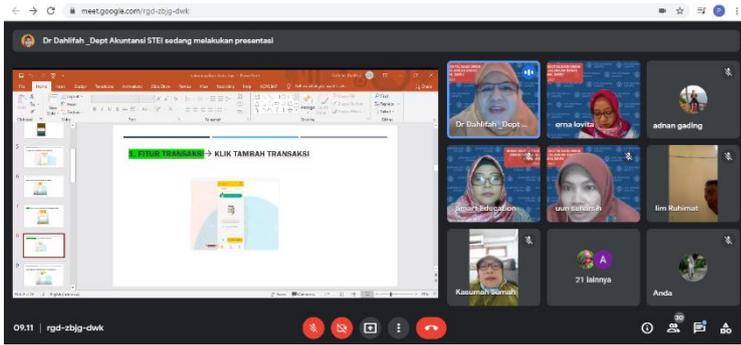
Pemberian Materi Pengelolaan Keuangan disampaikan oleh Ibu Dr. Erna Lovita



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 2.

Pemberian Materi Manfaat Mencatat transaksi secara digital disampaikan oleh Ibu Dr. Uun Sunarsih



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 3.

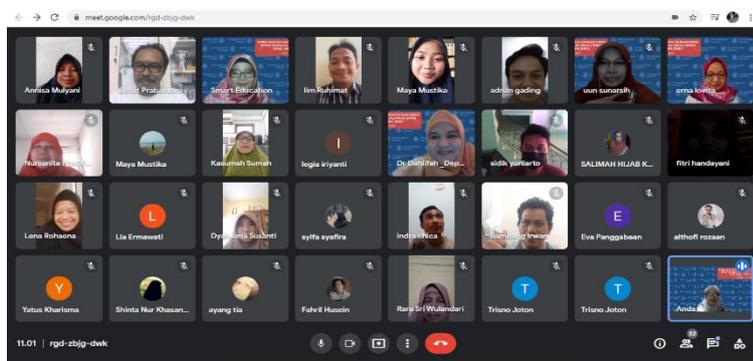
Pemberian Materi Manfaat Mencatat transaksi secara digital disampaikan oleh Ibu Dr. Dahlifah



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 4.

Pemberian Materi Digital Marketing Strategy disampaikan oleh Bapak Dr. Gatot Prabantoro



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 5.

Dokumentasi dengan seluruh peserta workshop

Dari kegiatan yang telah dilaksanakan dapat memberikan kesadaran kepada para pelaku UMKM, mahasiswa dan masyarakat yang ada di wilayah Rawamangun akan pentingnya digitalisasi dalam menjalankan bisnis, mencatat keuangan bisnis dan mengkomunikasikan bisnis yang sedang dijalankan di era normal baru Covid-19.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan workshop digitalisasi dapat disimpulkan bahwa masih ada pelaku UMKM yang belum menggunakan pencatatan keuangan bisnisnya secara digital dan juga belum mengetahui bagaimana cara untuk memperluas dan memperkenalkan bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi informasi. Kegiatan PKM ini perlu dilaksanakan secara berkesinambungan. Tahap berikutnya perlu dilakukan pendampingan oleh Tim PKM agar proses digitalisasi pengelolaan keuangan dan pemasaran produk di UMKM bisa optimal, tentunya dengan mempertimbangkan protokol kesehatan, demi kesehatan bersama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa terimakasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi demi terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, terutama kepada pihak STIE Indonesia yang telah memberikan dukungan dan kepada para pelaku UKM wilayah Rawamangun, Mahasiswa STIE Indonesia dan masyarakat sekitar yang telah ikut serta dalam kegiatan ini

REFERENSI

- Garzella, S., Fiorentino, R., Caputo, A., & Lardo, A. (2021). Business Model Innovation In Smes: The Role Of Boundaries In The Digital Era. *Technology Analysis & Strategic Management*, 33(1), 31–43.
- Heckadon, D. (2010). *Critical Success Factors For Creating And Implementing Effective Social Media Marketing Campaigns*. Available at SSRN 1734586.
- Permen KUKM RI No 5 Tahun 2020.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2012). *E-Commerce, Business, Technology, Society*. Pearson.
- Lovita, E., & Sunarsih, U. (2015). Experimental study: Improved financial performance of smes through knowledge development and training using accounting information (A case study PIK pulogadung - East Jakarta). *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(7).
- Owyang, J. (2009). *The Future of The Social Web. For Interactive Marketing Professionals*.
- Prabantoro, G., Salim, U., Rohman, F., & Sabil, H. A. (2020). Growth Mindset of SMES in Utilizing Digital Marketing Towards Global Markets. *Eurasia: Economics & Business*, 11(41), 3–12.
- Talukder, M., & Yeow, P. H. P. (2006). A Study of Technical, Marketing, and Cultural Differences Between Virtual Communities in Industrially Developing and Developed Countries. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18(3), 184–200.