

Kolaborasi Pemberdayaan dan Pendampingan UMKM Desa: Pemanfaatan Platform Digital terhadap Kemandirian Ekonomi Masyarakat UMKM Desa Klagen

Collaboration of Village MSME Empowerment and Assistance: Utilization of Digital Platforms for the Economic Independence of Klagen Village MSME Communities

Naura Bilqis Tasyakurina¹, Salva Wi Nur'ain², M. Dedy Marhadi³, M. Sulthan Alvi⁴,
Chrystia Aji Putra⁵

¹⁻⁵Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya
Korespondensi penulis: ajiputra@upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 10 Juni, 2024

Accepted: 02 Juli, 2024

Published: 30 September, 2024

Keywords: MSME, Digital Marketing, Klagen.

Abstract: Technology is developing rapidly and continues to change various aspects of human life, including the economic and business sectors. Some humans continue to compete to utilize this technology to stay in the flow of world development for their survival. Through the utilization of digital platforms, MSMEs in Klagen village are one example of followers of technological developments that allow the village to be empowered and supported to increase its economic independence. This research aims to improve the ability of MSMEs to utilize digital platforms to expand markets and increase revenue because business development in Klagen Village is hampered by the lack of technological expertise and digital marketing among MSMEs. The method used in this research is participatory with a community organizing approach. The MSMEs selected for mentoring were then interviewed in detail and evaluated as part of the research strategy. With this mentorship, it is expected that MSME players can successfully penetrate larger markets, increase sales, and optimize digital marketing.

Abstrak

Teknologi berkembang pesat dan terus mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sektor ekonomi dan bisnis. Beberapa manusia terus berlomba memanfaatkan teknologi tersebut agar tetap berada dalam arus perkembangan dunia untuk keberlangsungan hidupnya. Melalui pemanfaatan platform digital, UMKM di Desa Klagen menjadi salah satu contoh pengikut perkembangan teknologi yang membuat desa tersebut dapat diberdayakan dan didukung untuk meningkatkan kemandirian ekonominya. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan dikarenakan Perkembangan usaha di Desa Klagen terhambat karena kurangnya keahlian teknologi dan pemasaran digital di kalangan UMKM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah partisipatif dengan pendekatan pengorganisasian masyarakat. UMKM yang terpilih untuk dibimbing kemudian diwawancara terperinci dan dievaluasi sebagai bagian dari strategi penelitian. Dengan adanya bimbingan ini diharapkan pelaku UMKM bisa berhasil merambah pasar yang lebih besar, meningkatkan penjualan, dan mengoptimalkan pemasaran digital.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Desa Klagen.

PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian di Indonesia terus meningkat di tengah ketidakpastian global. Dilansir dari Data Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi triwulan I 2024 meningkat sebesar 5,11% (yoy) dibandingkan dengan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya yaitu sebesar 5,04% (yoy). Salah satu pilar terpenting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah

*Chrystia Aji Putra, ajiputra@upnjatim.ac.id

bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga yang memenuhi standar sebagai usaha mikro dan umumnya dikelola oleh masyarakat dari kalangan menengah ke bawah. Bahkan, UMKM sendiri disebut sebagai penopang atau tulang punggung perekonomian negara. Dilansir dari website kadin.id, jumlah UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 lalu, pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. Dengan demikian, UMKM menjadi hal yang sangat berpengaruh dalam perkembangan ekonomi negara dengan kontribusinya antara lain mendorong pemerataan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, penopang ekonomi kala kritis, mengurangi tingkat kemiskinan, meningkatkan devisa negara, dan membuka lapangan pekerjaan. Pemerintah dalam upaya untuk mendukung kemajuan UMKM di Indonesia dengan membentuk Undang-Undang Cipta Kerja, merealisasikan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR), membentuk program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), dan perluasan ekspor produk Indonesia melalui ASEAN Online Sale Day (AOSD).

Sama halnya dengan Desa Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, UMKM yang ada di desa tersebut sangatlah banyak dan tersebar di berbagai bidang mulai dari jasa, kuliner, kecantikan, agribisnis, dan lain sebagainya. Dilansir dari sid.kemendes.go.id, indikator “Desa Tanpa Kemiskinan” dalam skor SDGs Desa menunjukkan angka 55,78. Ini menandakan bahwa ekonomi di Desa Klagen sudah cukup maju. Seluruh elemen masyarakat turut berpartisipasi dalam membantu pemerintah dalam peningkatan perekonomian melalui UMKM. Sebagian besar usaha mikro yang berjalan dilihat secara kontekstual esensi bisnis tersebut terbilang maju. Namun, kami melihat bahwa masyarakat di Desa Klagen masih belum optimal dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung usaha mereka. Mayoritas usaha yang mereka jalankan hanya dipromosikan sebatas melalui whatsapp ke orang-orang terdekat mereka. Tentu hal ini akan berpengaruh pada perluasan jaringan bisnis untuk kedepannya. Penelitian oleh Wati et al. (2023) menyatakan bahwasanya dengan digital teknologi akan memudahkan para pelaku bisnis UMKM dalam melakukan komunikasi dan informasi yang lebih cepat yang memudahkan penyajian dan pemasaran produk atau jasa yang dihasilkan serta memperluas pangsa pasar. Masalah lain yang kami temukan ketika melakukan survey UMKM adalah rendahnya pengetahuan para pelaku usaha terhadap pentingnya mendaftarkan NiB untuk usaha mereka. Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah nomor identitas pelaku usaha sesuai dengan bidang usaha yang diatur dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha

Indonesia (KBLI) tahun 2020 yang dibedakan menurut jenis aktivitas ekonomi yang menghasilkan output alias produk, baik itu dalam wujud barang maupun jasa. Penelitian oleh Hardianti et al. (2023) menunjukkan bahwasanya dengan adanya pendampingan pembuatan NIB, UMKM dapat mengatasi hambatan administratif yang seringkali menjadi penghalang dalam mengakses sumber daya dan peluang yang lebih luas. Serta, UMKM dapat meningkatkan akses mereka ke dukungan dan peluang, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

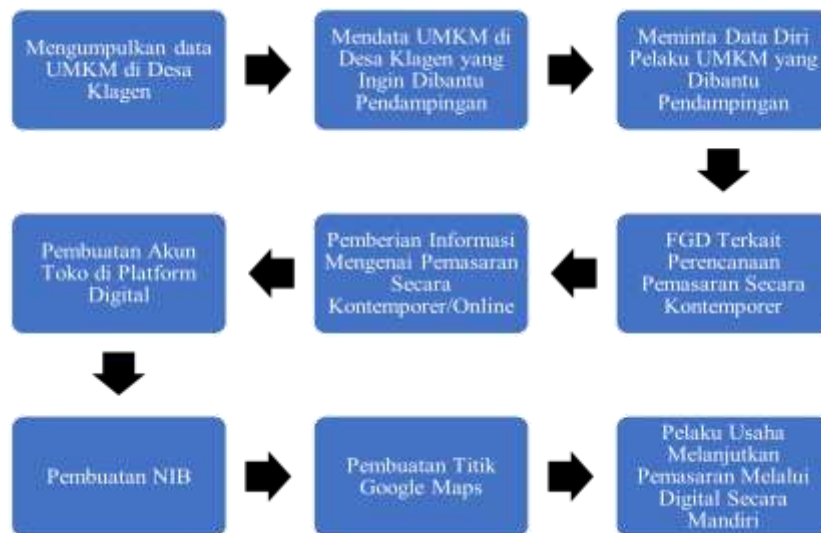
Berkaca dari permasalahan-permasalahan diatas, mahasiswa Kelompok 5 KKNT MBKM 2024 UPN “Veteran” Jawa Timur” melakukan pemberdayaan dan pendampingan pada UMKM Desa Klagen yaitu UMKM Peyek Nizam, UMKM D’Food Mama 2nd, dan UMKM Udi Nusantara (Kerupuk Udang Kembar) berupa pembuatan linktree dan website UMKM, pembuatan google maps, dan pendaftaran NIB. Linktree merupakan sebuah link yang memuat informasi singkat terkait website UMKM, sosial media, lokasi usaha, dan kontak penjual. Website UMKM sebagai media pemasaran dan promosi yang akan dibuat nantinya berisi detail informasi mengenai jenis produk yang dijual, harga produk, dan juga lokasi usaha. Pembuatan google maps juga berfungsi untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi sebagai alternatif untuk mendukung promosi UMKM di Desa Klagen. Sedangkan pendaftaran NIB yang akan kami lakukan nantinya akan mempermudah akses ke berbagai fasilitas yang mendukung pertumbuhan usaha, seperti mendapatkan izin usaha, akses ke pembiayaan, serta membuka peluang untuk memperluas jaringan bisnis. Dengan pemberdayaan dan pendampingan berupa pemanfaatan platform digital yang kami lakukan, kami berharap dapat membantu kemandirian ekonomi masyarakat Desa Klagen agar selalu mengutamakan kemampuan sendiri untuk memenuhi kebutuhan sehingga dapat memiliki bekal pengetahuan dan pengalaman untuk menunjang kehidupan di masa depan.

METODE

Penelitian kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menargetkan tiga unit usaha di Desa Klagen. Tiga unit usaha tersebut meliputi UMKM Nizam Peyek, UMKM D’food Mama 2nd, UMKM Udi Nusantara (Kerupuk Udang Kembar). Berdasarkan Moeljarto, terdapat beberapa alasan utama yang mendasari pentingnya partisipasi masyarakat. Salah satunya adalah masyarakat merupakan fokus utama dan tujuan akhir dari pembangunan, sehingga partisipasi merupakan bentuk konsekuensi logis dari pernyataan tersebut. Mempertimbangkan masyarakat sebagai subjek pembangunan adalah hal yang sangat penting untuk memanusiakan masyarakat. Proses humanisasi ini selanjutnya mendorong

masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan. Pembangunan yang menjadikan masyarakat sebagai fokus dan sasaran utama dapat mengubah peran masyarakat sebagai penerima yang pasif menjadi anggota masyarakat yang mampu berperan aktif dalam pembangunan. Dalam pengabdian yang dilakukan oleh penulis, melalui pendekatan partisipatif, para penggiat UMKM diajak untuk ikut serta dalam penyusunan rencana aksi yang mencakup pelatihan penggunaan platform digital untuk memasarkan produk mereka.

Desa Klagen dipilih sebagai lokasi pengabdian karena memiliki potensi ekonomi yang besar namun belum dimanfaatkan secara optimal. Proses pengabdian juga melibatkan pelaku umkm dalam proses perencanaan terkait pemasaran usahanya, seperti dilakukannya beberapa kali Focus Group Discussion (FGD). Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM diberikan pemahaman baru mengenai strategi pemasaran kontemporer, seperti membuka akun toko di media sosial dan layanan belanja online, membuat Nomor Induk Berusaha (NIB), serta membuat titik Google Maps.



Gambar 1. Alur Pendampingan UMKM Desa Klagen

HASIL

a. Analisis Kondisi Awal UMKM Desa Klagen

Desa Klagen memiliki beragam jenis UMKM yang meliputi sektor makanan, pakaian, dan jasa. Meski jumlah UMKM di desa ini cukup banyak, mayoritas pelaku usaha masih awam dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis mereka. Promosi usaha sebagian besar dilakukan secara tradisional, seperti lewat mulut ke mulut atau metode sederhana lainnya. Hal ini membuat UMKM di Desa Klagen kurang bersaing dalam pasar yang lebih luas dan modern.

Saat kami melakukan survei, kami menemukan bahwa para pelaku UMKM di Desa Klagen memiliki pemahaman yang sangat minim tentang perkembangan teknologi di sektor bisnis. Contohnya, dalam bisnis makanan, mereka masih menggunakan kemasan yang sederhana dan tidak menarik. Selain itu, banyak di antara mereka yang belum memiliki surat atau izin berusaha. Mereka merasa bahwa prosedur perizinan terlalu rumit dan tidak penting untuk usaha kecil mereka. Pandangan ini mencerminkan kurangnya pemahaman tentang manfaat teknologi dan formalitas bisnis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pemanfaatan teknologi bisa membantu mereka dalam berbagai aspek, mulai dari pemasaran, produksi, hingga manajemen usaha. Tanpa adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan legalitas usaha, UMKM di Desa Klagen akan sulit untuk berkembang dan bersaing di era digital ini.

Untuk itu, diperlukan upaya pendampingan dan pemberdayaan yang terstruktur bagi para pelaku UMKM di Desa Klagen. Program ini harus mencakup edukasi tentang pentingnya teknologi dan legalitas usaha, serta cara-cara praktis untuk menerapkannya dalam bisnis mereka. Dengan dukungan yang tepat, UMKM di Desa Klagen dapat lebih percaya diri dan kompeten dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

b. Implementasi Program Pemberdayaan

1. Pembuatan Linktree dan Website UMKM

Pembuatan linktree dan website untuk UMKM memberikan banyak manfaat dan keuntungan untuk UMKM itu sendiri. Manfaat yang diperoleh antara lain yaitu dapat meningkatkan kredibilitas bisnis, menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, serta dapat meningkatkan brand *awareness*. Setelah melakukan survey langsung kepada pelaku UMKM Peyek Nizam dan D'Food Mama 2nd, kami membuat rancangan website yang sesuai dengan keinginan pelaku usaha, namun juga sesuai dengan kemampuan kami. Linktree dan website yang kami buat dapat dimanfaatkan UMKM Peyek Nizam dan D'Food Mama 2nd sebagai media pemasaran dan promosi. Berikut penjelasan detail terkait linktree dan website UMKM.

- **Linktree UMKM Peyek Nizam dan D'Food Mama 2nd**



Gambar 2. Beranda Linktree UMKM Peyek Nizam



Gambar 3. Beranda Linktree UMKM D'Food Mama 2nd

Gambar 1 dan 2 menunjukkan tampilan awal ketika customer pertama kali membuka linktree UMKM Peyek Nizam dan D'Food Mama 2nd. Tautan linktree UMKM Peyek Nizam dapat diakses melalui <https://linktr.ee/PeyekNizam>, sedangkan untuk linktree UMKM D'Food Mama 2nd dapat diakses melalui <https://linktr.ee/DfoodsMama2nd>. Bagian paling atas terdapat nama dan juga logo dari setiap masing-masing UMKM. Selanjutnya di bagian bawahnya terdapat menu informasi produk, whatsapp, lokasi, dan facebook. Jika customer meng-*klik* masing-masing dari setiap menu tersebut, mereka akan langsung diarahkan menuju laman tujuan mereka. Seperti misalnya jika pengunjung meng-*klik* menu informasi produk, mereka akan diarahkan menuju laman website UMKM yang berisi informasi mengenai produk yang dijual. Jika pengunjung meng-*klik* menu whatsapp, mereka akan diarahkan menuju kontak whatsapp penjual sehingga mereka bisa langsung menghubungi penjual. Jika pengunjung meng-*klik* menu lokasi, mereka akan diarahkan menuju google maps tempat UMKM tersebut berada. Dan yang terakhir jika pengunjung meng-*klik* menu facebook, mereka akan diarahkan menuju laman facebook penjual UMKM atau facebook UMKM tersebut. Linktree memberikan banyak kemudahan bagi para pelaku usaha karena hanya dengan menautkan linktree pada sosial media, para pengunjung akan dengan mudah dapat mengakses seluruh konten yang ada dengan menggunakan sebuah link utama saja.

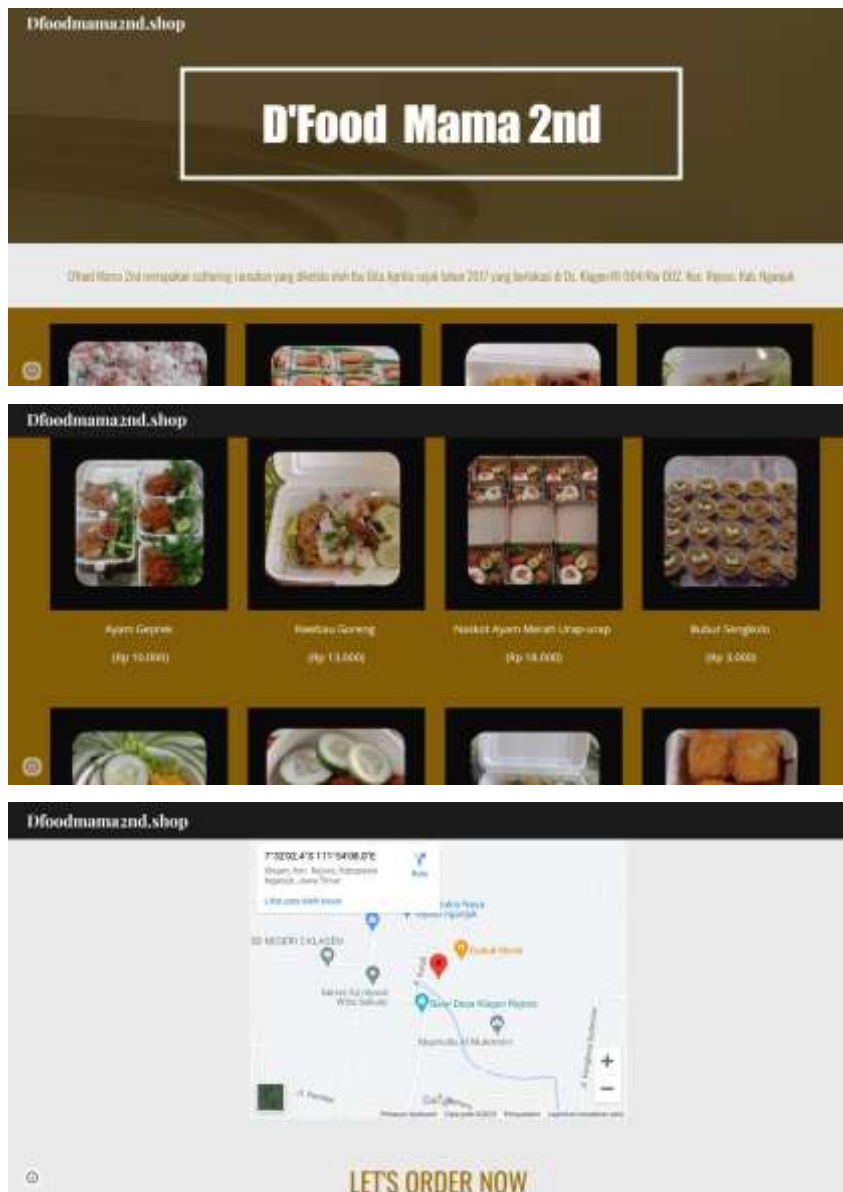
- **Website UMKM Peyek Nizam dan D'Food Mama 2nd**

Website berfungsi sebagai alternatif strategis media promosi untuk UMKM. Dengan website, pengunjung dapat melihat informasi-informasi terkait produk yang akan dibeli. Website yang baik diharapkan dapat memberikan informasi, mengedukasi calon konsumen, dan sekaligus mendorong konsumen untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Perancangan website untuk UMKM yang kami lakukan terbilang cukup sederhana karena website dibuat melalui Google Sites atau <https://sites.google.com>. Pada tahap perencanaan, kami menentukan tampilan visual seperti apa yang nantinya akan muncul di website tersebut. Setelah masuk ke laman Google Sites, kami langsung memilih menu “Proyek Baru” kemudian dilanjutkan dengan memilih template sesuai dengan yang kita inginkan. Langkah selanjutnya yaitu mengatur halaman dengan menambahkan teks, gambar, video, dan berbagai jenis konten lainnya sesuai dengan kebutuhan kita. Langkah terakhir yaitu kustomisasi atau menyesuaikan desain dan tata letak halaman dengan mengubah warna, font, dan mengatur elemen halaman seperti header, footer, dan navigasi. Ada dua UMKM yang bersedia kami buat website, yaitu UMKM Peyek Nizam dan UMKM D'Food Mama 2nd. Pada bagian paling atas website akan tertera nama UMKM. Website yang kami buat nantinya akan berisi informasi produk terkait foto, harga, dan varian produk yang dijual. Dan terakhir pada bagian bawah website tertera lokasi google maps dimana UMKM berada. Berikut adalah tampilan website UMKM.





Gambar 4. Tampilan Website UMKM Peyek Nizam



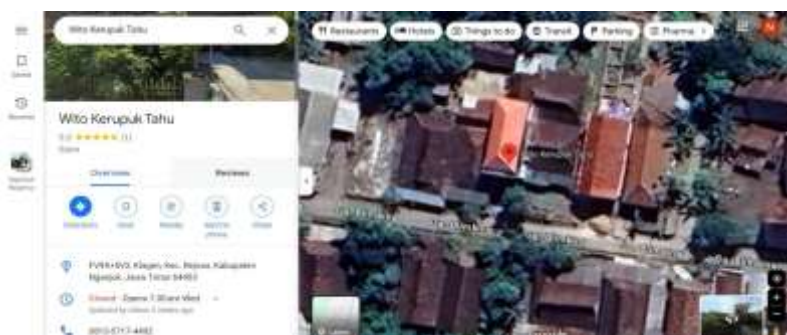
Gambar 5. Tampilan Website UMKM D'Food Mama 2nd

2. Pembuatan Google Maps UMKM

Pelaksanaan program kerja berupa pembuatan Google Maps ini kami lakukan dengan melibatkan UMKM yang mengalami kesulitan terkait manajemen dan pengelolaan media promosi yang kurang efektif. Dengan mendaftarkan UMKM pada Google Maps, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas mereka di platform Google Maps sehingga lebih memudahkan konsumen yang ingin berkunjung. Selain itu, UMKM dapat menyertakan informasi detail mengenai lokasi, jam operasional, situs web, nomor telepon sehingga memudahkan calon konsumen yang ingin menghubungi UMKM tersebut. Dengan Google Maps juga, konsumen dapat memberikan penilaian atau ulasan mereka mengenai pelayanan UMKM tersebut. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk membangun reputasi bisnis dan memberikan umpan balik untuk memperbaiki pelayanan bisnis mereka. Ada dua UMKM yang bersedia kami bantu untuk didaftarkan Google Maps, yaitu UMKM Peyek Nizam dan Udi Nusantara (Kerupuk Udang Kembar). Hal yang pertama kami lakukan tentunya mengumpulkan data UMKM seperti alamat, nomor telepon, jam operasional, dan foto produk, yang nantinya akan kami input saat pendaftaran Google Maps. Pendaftaran Google Maps tidak memerlukan biaya apapun serta prosesnya cukup mudah dan sederhana. Syarat utama yakni memiliki akun gmail yang aktif untuk mendaftar Google Maps. Berikut merupakan tampilan hasil Google Maps yang sudah kami daftarkan.



Gambar 6. Tampilan Google Maps UMKM Peyek Nizam



Gambar 7. Tampilan Google Maps UMKM Udi Nusantara (Kerupuk Udang Kembar)

3. Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB)

Pada saat pertama kali kami melakukan survey ke beberapa pelaku UMKM di Desa Klagen, hal yang pertama kali kami tanyakan adalah terkait perizinan berusaha. Sebagian besar dari mereka belum memahami pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk usaha mereka. Padahal dengan memiliki NIB, pelaku UMKM bisa meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas penjualan hingga mendapatkan bantuan dari pemerintah yakni pelatihan kewirausahaan dan modal. Untuk program kerja kami kali ini, kami membantu dua UMKM yang bersedia untuk kami daftarkan NIB, yaitu UMKM Peyek Nizam dan D'Food Mama 2nd. Tahap awal pelaksanaan program kerja kami, mahasiswa melakukan survey dan pendataan terhadap dua UMKM yang bersedia tersebut. Pendataan ini kami lakukan secara langsung dengan mendatangi rumah masing-masing pemilik UMKM. Namun sebelum melakukan pendataan, kami memberi sedikit penjelasan mengenai pentingnya memiliki NIB, syarat-syarat mendaftar NIB, dan juga dokumen-dokumen apa saja yang dibutuhkan.



Gambar 8. Proses pendataan UMKM

Pendaftaran NIB saat ini sudah bisa dilakukan secara online melalui laman website Online Single Submission (OSS) yaitu <https://oss.go.id/>. Online Single Submission (OSS) atau Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik ialah Perizinan Berusaha yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi. Kami mendaftarkan NIB seluruhnya berpacu pada panduan yang tertera di laman OSS. Beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, antara lain: Nomor Induk Kependudukan (NIK), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (opsional), Alamat email aktif (opsional), Nomor ponsel aktif yang terhubung Whatsapp, dan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan atau Ketenagakerjaan (opsional).

Setelah selesai mengisi data-data yang dibutuhkan, kini dokumen NIB sudah terbit dan bisa diunduh untuk disimpan arsipnya. Kemudian, NIB diserahkan dalam bentuk fisik ke UMKM Peyek Nizam dan D'Food Mama 2nd agar pelaku usaha memiliki hardfile NIB jika suatu saat dibutuhkan. NIB memiliki masa berlaku seumur hidup atau sepanjang pelaku usaha menjalankan usahanya. Kami berharap pendampingan yang kami lakukan ini dapat membantu para UMKM agar kedepannya lebih mudah dalam menjalankan bisnis mereka karena dengan mempunyai NIB, mereka tidak perlu membawa berkas persyaratan yang begitu banyak untuk mengurus perizinan.



Gambar 9. Proses penyerahan sertifikat NIB untuk UMKM Peyek Nizam



Gambar 10. Proses penyerahan sertifikat NIB untuk UMKM D'Food Mama 2nd

c. Dampak Program Terhadap Kemandirian Ekonomi (Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan Pelaku UMKM)

Program tersebut memiliki banyak tujuan positif kepada masyarakat Desa Klagen, karena program pemberdayaan dan pendampingan UMKM mampu menyentuh permasalahan langsung dalam masyarakat desa, dimana permasalahan yang sangat krusial adalah “digitalisasi”. Dengan pemanfaatan *platform* digital maka pelaku UMKM di Desa Klagen dapat bersaing dalam pasar yang lebih luas, memasuki pasar digital dan bukan lagi hanya pasar

lokal, dimana dulu para pelaku UMKM hanya memasarkan produknya di sekitar Desa Klagen namun kini telah merambah ke dunia luar. Program ini menjadi media promosi untuk pengenalan produk agar dikenal banyak banyak luas dengan adanya *Website* yang dapat diakses segala elemen masyarakat dan memudahkan masyarakat untuk melihat deskripsi produk beserta dengan macam-macam harga yang ditawarkan. Oleh karenanya masyarakat yang dulunya belum mengetahui deskripsi gambar, dan harga yang ditawarkan kini lebih mudah dalam mengakses informasi produk UMKM di Desa Klagen dengan hanya sekali *click*. Adanya *Linktree* juga memudahkan UMKM di Desa Klagen dalam pencatatan pesanan melalui fitur yang bisa terhubung langsung dengan aplikasi Whats App untuk bisa menanyakan produk dan informasi lain kepada pelaku UMKM, yang dulunya pelaku UMKM sering salah catat pesanan dan masyarakat susah untuk menghubungi penjual, kini pekaku UMKM di Desa Klagen bisa dengan mudah dalam berkomunikasi dengan masyarakat yang ingin membeli produk tersebut. Dalam *Linktree* selain terhubung dengan WhatsApp yang memudahkan pelanggan berkomunikasi dengan pelaku UMKM Desa Klagen, terdapat pula fitur pada *Linktree* yang menghubungkan dengan media sosial pelaku UMKM Desa Klagen seperti halnya Facebook. Dalam program pembuatan titik lokasi pelaku UMKM Desa Klagen dengan Google Maps dapat memudahkan para pembeli yang ingin membeli produk lebih mudah mencari alamat tempat produksi UMKM, yang dimana dulunya saat mencari tempat pelaku UMKM harus bertanya kepada orang sekitar kini cukup tinggal *search* di Google Maps. Melihat dari sudut pandang pengetahuan pelaku UMKM Desa Klagen dengan adanya pembuatan NIB dapat memudahkan pelaku UMKM sebagai identitas usaha, NIB juga sekaligus berlaku sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), Akses Kepabeanan, terutama jika pemilik usaha melakukan kegiatan ekspor maupun impor. Artinya, dengan NIB, pelaku UMKM Desa Klagen tidak lagi perlu mengurus tiga persyaratan izin usaha tersebut.

Dalam hal keterampilan, masyarakat akan lebih terampil dalam memasarkan produk lewat teknologi terkini salah satunya adalah *linktree*, *website*, *google maps*. Hal ini selalu menjadi kendala utama dalam masyarakat yang kurang paham teknologi dan menjadi ancaman tergesernya pangsa pasar dalam pemasaran produk. Apalagi kebanyakan masyarakat desa belum bisa keluar dari zona pasar lokal. Program ini membuat masyarakat terampil akan melihat peluang pasar digital yang begitu luas dan membuat masyarakat terampil dalam memanfaatkan media elektronik untuk memasarkan produk. *Website* sangat penting dalam branding dan promosi suatu produk. Dalam penggunaan *website* akan memudahkan dalam menyediakan informasi detail mengenai produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM, termasuk deskripsi, harga, dan gambar produk kemudian hal ini akan berdampak pada

peningkatan kepercayaan konsumen terhadap UMKM. Ini menunjukkan bahwa usaha tersebut serius dan menanggapi era digital seperti saat ini. Menyediakan informasi kontak, seperti email, nomor telepon, dan formulir kontak, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menghubungi UMKM. Kemudian dengan adanya Linktree dapat membantu menyediakan satu link yang mengarahkan ke berbagai platform online UMKM seperti media sosial, website, toko online, dan lainnya. Ini sangat berguna dalam promosi media sosial yang memiliki batasan satu link karena dapat mempermudah pelanggan untuk menemukan berbagai saluran komunikasi dan penjualan UMKM dengan hanya satu klik. Kemudian dengan adanya Google Maps akan memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha karena dapat menampilkan lokasi fisik UMKM sehingga memudahkan pelanggan untuk menemukan dan mengunjungi tempat usaha tersebut melalui smartphone. Dalam Google Maps juga terdapat ulasan dan rating sehingga pelanggan dapat memberikan ulasan dan rating di Google Maps, yang membantu meningkatkan reputasi dan kepercayaan terhadap UMKM juga dalam Google Maps dapat menyediakan informasi seperti jam operasional, nomor telepon, dan foto tempat usaha, sehingga pelanggan dapat mengetahui lebih banyak tentang UMKM sebelum berkunjung.

Dalam hal pengetahuan masyarakat sangat terbantu dengan adanya sosialisasi Nomor Induk Berusaha (NIB) memiliki peran penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. NIB memberikan pengetahuan tentang legalitas formal bagi UMKM sehingga diakui oleh pemerintah dan pihak lain. Dengan NIB, UMKM dapat beroperasi secara sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Kemudian memberikan pengetahuan bahwa UMKM dengan NIB dapat mengakses berbagai fasilitas dan insentif yang disediakan oleh pemerintah, seperti bantuan modal, pelatihan, dan program pengembangan usaha. Selain itu dengan mensosialisasikan NIB dan membantu membuatnya maka UKM akan mudah dalam izin karena NIB berfungsi sebagai identitas tunggal bagi pelaku usaha, sehingga mempermudah proses perizinan usaha. NIB membantu UMKM dalam mendapatkan akses ke pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Banyak lembaga keuangan yang mensyaratkan NIB sebagai salah satu dokumen untuk proses pengajuan kredit atau pembiayaan. Kemudian dalam membicarakan perihal kepastian hukum dalam usaha dengan NIB, UMKM mendapatkan perlindungan hukum lebih baik. Dalam kasus sengketa atau permasalahan hukum, status usaha yang terdaftar dengan NIB memudahkan proses penyelesaian. Kemudian untuk keperluan lain, NIB membuka peluang bagi UMKM untuk mengikuti program-program pengembangan usaha yang diadakan oleh pemerintah maupun lembaga swasta. Ini termasuk pelatihan, workshop, dan pameran usaha. Dalam hal kepercayaan konsumen, NIB meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan dari konsumen, mitra bisnis, dan

investor. Hal ini penting untuk memperluas jaringan dan pasar usaha.

d. Tantangan dan Kendala dalam Pelaksanaan Program dan Rekomendasi untuk Pengembangan Selanjutnya

Program pemberdayaan dan pendampingan UMKM desa dalam pemanfaatan platform digital merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat pedesaan. Namun, dalam pelaksanaannya di Desa Klagen, program ini menghadapi berbagai tantangan dan kendala yang perlu diatasi. Berikut adalah penjelasan mengenai tantangan dan kendala tersebut:

1. Keterbatasan Infrastruktur Digital

Salah satu kendala utama dalam implementasi program ini adalah keterbatasan infrastruktur digital di Desa Klagen. Akses internet yang tidak merata dan kualitas jaringan yang belum memadai menjadi hambatan bagi UMKM desa untuk memanfaatkan platform digital secara optimal. Menurut penelitian Subekti et al. (2018), kondisi geografis pedesaan yang terpencil seringkali menyulitkan penyediaan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang memadai. Hal ini didorong oleh keterampilan dan pola pikir. Usaha kecil dan menengah di Desa Klagen tidak berkembang karena standar pendidikan yang masih rendah serta produktivitas masyarakat dan teknologi yang belum dimanfaatkan secara optimal (Menne dkk, 2022) Hal ini mengakibatkan kesenjangan digital antara daerah perkotaan dan pedesaan.

2. Rendahnya Literasi Digital

Tantangan berikutnya adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM desa. Banyak pengusaha UMKM di Desa Klagen yang belum familiar dengan penggunaan teknologi digital dan platform e-commerce. Penelitian yang dilakukan oleh Priharsari et al. (2020) menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital menjadi faktor penghambat utama dalam adopsi teknologi oleh UMKM di daerah pedesaan. Hal ini mencakup kemampuan dasar seperti penggunaan smartphone, komputer, dan internet, hingga keterampilan yang lebih kompleks seperti manajemen media sosial dan pemasaran digital.

3. Resistensi Terhadap Perubahan

Resistensi terhadap perubahan juga menjadi kendala dalam implementasi program ini. Beberapa pelaku UMKM di Klagen sudah terbiasa dengan cara tradisional dan ragu beralih ke platform digital. Resistensi terhadap perubahan juga menjadi kendala dalam implementasi program ini. Beberapa pelaku UMKM di Klagen sudah terbiasa dengan cara tradisional dan ragu beralih ke platform digital. Masyarakat desa seringkali menolak diperkenalkannya

teknologi baru karena faktor budaya dan adat istiadat yang sudah lama ada. Hal ini dapat menghambat proses transformasi digital UMKM desa.

4. Kurangnya Pendampingan Berkelanjutan

Program pendampingan yang tidak berkelanjutan juga menjadi tantangan dalam implementasi program ini. Seringkali, pelatihan dan pendampingan yang diberikan bersifat jangka pendek dan tidak diikuti dengan monitoring dan evaluasi yang memadai. Menurut Slamet et al. (2017), pendampingan berkelanjutan sangat penting untuk memastikan keberhasilan adopsi teknologi digital oleh UMKM pedesaan. Tanpa dukungan jangka panjang, banyak UMKM yang kembali ke metode tradisional setelah program berakhir.

UMKM di Desa Klagen seringkali menghadapi kesulitan dalam mengakses layanan pendukung seperti jasa pengiriman, perbankan digital, dan layanan pelanggan online. Keterbatasan ini dapat menghambat efektivitas pemanfaatan platform digital. Penelitian Rahayu et al. (2017) menunjukkan bahwa ketersediaan dan aksesibilitas layanan pendukung merupakan faktor penting dalam keberhasilan adopsi e-commerce oleh UMKM pedesaan.

Untuk mengatasi tantangan dan kendala tersebut, diperlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan antara lain:

- Peningkatan infrastruktur digital di daerah pedesaan melalui kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta.
- Penyelenggaraan program pelatihan literasi digital yang berkelanjutan dan disesuaikan dengan kebutuhan UMKM desa.
- Penyediaan insentif dan dukungan finansial untuk membantu UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.
- Pengembangan program pendampingan jangka panjang yang melibatkan mentor lokal dan ahli industri.
- Kolaborasi dengan platform e-commerce untuk menyediakan fitur dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM pedesaan.
- Penguatan aspek keamanan digital dan edukasi mengenai transaksi online yang aman.
- Pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif dan sesuai dengan karakteristik produk UMKM desa.
- Peningkatan akses terhadap layanan pendukung seperti logistik dan perbankan digital di daerah pedesaan.

Dengan mengatasi tantangan dan hambatan tersebut, Rekomendasi untuk program pemberdayaan dan dukungan UMKM Desa Klagen dalam pemanfaatan platform digital diharapkan dapat berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Transformasi digital UMKM desa tidak hanya meningkatkan daya saing usaha tetapi juga membuka peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat pedesaan.

KESIMPULAN

UMKM di Desa Klagen ini bisa dibilang kuno karena dari cara penjualan hingga pemasaran masih terbilang lama karena dengan adanya pelatihan dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan UMKM. Pelatihan untuk memberikan pemberdayaan dan pendampingan untuk UMKM dengan melakukan pemahaman dan kemampuan untuk menggunakan aplikasi, website, dan google maps agar dapat mendobrak promosi digital. Dengan adanya program ini bertujuan memperkuat dan mendukung UMKM di Desa Klagen dalam pemanfaatan platform digital, diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Transformasi digital UMKM desa tidak hanya meningkatkan daya saing usaha tetapi juga membawa peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat pedesaan.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2024). Ekonomi Indonesia Triwulan I-2024 Tumbuh 5,11 Persen (Y-on-Y) dan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2024 Terkontraksi 0,83 Persen (Q-to-Q). Diakses pada 23 Juni 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/06/2380/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2024-tumbuh-5-11-persen--y-on-y--dan-ekonomi-indonesia-triwulan-i-2024-terkontraksi-0-83-persen--q-to-q--.html>
- Farisi, S. A., Fasa, M. I., & Suharto. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Hardiyanti, D. Y., Putra, P., Jambak, M. I., Seprina, I., Gumay, N. K. P., & Firnando, R. (2023). Workshop penguatan digital branding untuk pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kota Palembang. *Bulletin of Community Service in Information System (BECERIS)*, 2(1), 25-32.
- Kamar Dagang dan Industri Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. Diakses pada 24 Juni 2024, dari <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2024). Indikator “Desa Tanpa Kemiskinan” dalam skor SDGs Desa. Diakses pada 25 Juni 2024, sid.kemendes.go.id

- Priharsari, D., Abedin, B., & Mastio, E. (2020). Value co-creation in firm-hosted online communities: What enables, constrains, and shapes value. *Information & Management*, 57(3), 103180. <https://doi.org/10.1108/INTR-05-2019-0205>
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2017). Strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.
- Subekti, T., Hidayah, N., & Prasetyo, H. (2018). Peran teknologi informasi dalam pengembangan UMKM di pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 285-300.
- Tjokrowinoto, M. (2002). *Pembangunan: Dilema dan tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wati, L. N., Soma, M., Mulyanti, R. Y., Santoso, I., & Supriatiningsih, S. (2023). Pelatihan digital skill guna meningkatkan market bagi pengusaha UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) Langit Biru*, 4(1), 62-67.
- Widagdo, P. B., & Rofik, M. (2019). Adopsi teknologi oleh UMKM di era digital: Studi pada UMKM Batik di Yogyakarta. *Jurnal Economia*, 15(1), 1-16.