

## Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Digital dan Manajemen Berbasis Teknologi pada UMKM di Kelurahan Cibaduyut Wetan, Kecamatan Bojongloa Kidul

Vika Aprianti<sup>1)</sup>, Aggi Panigoro Sariffiyono<sup>2)</sup>, Elan Rusnendar<sup>3)</sup>

<sup>123)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia  
Email: vika.aprianti@unibi.ac.id

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan manajemen usaha pada UMKM di Kelurahan Cibaduyut Wetan, Kecamatan Bojongloa Kidul, dengan fokus pada pelatihan pemasaran digital. Pelatihan ini merupakan bagian dari program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia. Masalah utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya pemahaman tentang pemasaran digital dan pengelolaan bisnis berbasis teknologi, terutama selama pandemi COVID-19 yang menghambat interaksi fisik. Program ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan platform digital untuk memperluas pasar, mengoptimalkan sumber daya manusia, dan mengelola keuangan secara efektif. Luaran dari kegiatan ini mencakup peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital, pengelolaan SDM, serta manajemen keuangan, yang diukur melalui simulasi dan implementasi di lapangan. Kegiatan ini juga diharapkan berkontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM dan pengembangan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** Pengelolaan UMKM, Pemasaran digital, Manajemen usaha, Pelatihan UMKM, Kelurahan Cibaduyut Wetan

### Abstract

*This study aims to improve business management for MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Cibaduyut Wetan Village, Bojongloa Kidul District, with a focus on digital marketing training. The training is part of a Community Service program conducted by Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia. The main challenges faced by MSMEs include limited understanding of digital marketing and technology-based business management, particularly during the COVID-19 pandemic, which restricts physical interactions. The program aims to enhance MSME skills in utilizing digital platforms to expand their markets, optimize human resources, and manage finances effectively. The expected outcomes include improved skills in digital marketing, human resource management, and financial management, assessed through simulations and real-world applications. This activity also contributes to increasing MSME income and supporting local economic.*

**Keywords:** MSME management, Digital marketing, Business management, MSME training, Cibaduyut Wetan Village

## 1 PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam hal penyediaan lapangan kerja dan peningkatan

daya saing ekonomi lokal. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Yuniarta, G., Diatmika, I., & Cipta, W. 2019). Namun, UMKM juga

menjadi salah satu sektor yang paling terdampak oleh pandemi COVID-19. Dampak dari penurunan pendapatan masyarakat dan pembatasan sosial skala besar (PSBB) menyebabkan permintaan konsumen melemah dan menghambat distribusi (Astuti, P., & Mahardhika, A. 2020)

Di tengah tantangan tersebut, digitalisasi menjadi salah satu solusi utama bagi UMKM untuk tetap bertahan. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya memudahkan pemasaran produk, tetapi juga berperan penting dalam pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui platform *e-commerce*, serta mengoptimalkan operasional bisnis melalui pengelolaan berbasis data dan teknologi. Bank Indonesia melaporkan, pemanfaatan teknologi informasi dan pemasaran digital oleh UMKM merupakan kunci untuk menghadapi disrupsi ekonomi akibat pandemi dan mendorong percepatan pemulihan ekonomi (Andiana, B., Hurriati, L., & Fathurrahman, F, 2021)

Namun, masih banyak UMKM yang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pemasaran digital dan pengelolaan bisnis berbasis teknologi. Banyak pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran konvensional dan kurang memanfaatkan potensi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional (Sulaiman, E., Derbani, A., & Adawiyah, W. 2020)

UMKM di wilayah Cibaduyut Wetan, Kecamatan Bojongloa Kidul, Bandung, UMKM memiliki potensi yang besar, terutama di sektor kerajinan dan produk lokal. Namun, masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM.

Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM di wilayah Cibaduyut Wetan dalam hal pemasaran digital, pengelolaan sumber daya manusia, dan manajemen keuangan berbasis teknologi. Program ini diharapkan dapat

membantu pelaku UMKM meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan platform digital dan mengadopsi strategi manajemen modern untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis pelatihan, tetapi juga pada dampak sosial-ekonomi yang lebih luas, yaitu bagaimana UMKM dapat beradaptasi dan bertahan di tengah disrupsi ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menciptakan lebih dari 90% lapangan pekerjaan (Susan, M. 2020). UMKM juga merupakan sektor yang tahan banting dalam menghadapi krisis ekonomi, namun pandemi COVID-19 telah menempatkan UMKM dalam posisi rentan. Bank Indonesia (2020) menyatakan bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang paling terdampak akibat pelemahan ekonomi selama pandemi, terutama karena turunnya daya beli masyarakat dan terhambatnya distribusi produk.

UMKM juga menjadi motor penggerak penting dalam pengembangan ekonomi daerah, khususnya di wilayah perkotaan dan pedesaan. Keberadaan UMKM di Kecamatan Bojongloa Kidul, seperti di sektor kerajinan sepatu, memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan pengembangan sumber daya manusia. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya tingkat literasi digital dan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi.

Digitalisasi telah menjadi tren global yang tidak dapat dihindari, dan menjadi salah satu kunci keberlanjutan bisnis dalam menghadapi pandemi. Penelitian dari McKinsey (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih awal beradaptasi dengan teknologi digital

mampu bertahan lebih baik selama pandemi dibandingkan dengan yang belum melakukan digitalisasi. Transformasi digital dalam UMKM tidak hanya melibatkan pemanfaatan teknologi dalam proses pemasaran, tetapi juga dalam aspek pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia.

Dalam konteks pemasaran, digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform e-commerce dan media sosial. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran digital adalah suatu proses strategis yang memungkinkan perusahaan untuk lebih efektif menjangkau target konsumen melalui pemanfaatan internet dan media digital. Hal ini sangat penting bagi UMKM yang memiliki keterbatasan dalam hal distribusi dan anggaran pemasaran.

Namun, tantangan yang dihadapi banyak UMKM di Indonesia, termasuk di wilayah Cibaduyut Wetan, adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran tradisional, dan hanya sedikit yang sudah beralih ke pemasaran digital. Menurut survei yang dilakukan oleh Google Indonesia (2021), sekitar 70% UMKM di Indonesia masih belum sepenuhnya memahami potensi pemasaran online dan penggunaannya untuk meningkatkan daya saing bisnis. Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang efektif juga menjadi faktor penting dalam kesuksesan UMKM. SDM yang berkualitas dapat mendukung kelangsungan usaha dan meningkatkan produktivitas. Menurut Armstrong (2016), pengelolaan SDM yang baik mencakup pelatihan, pengembangan keterampilan, dan pemberdayaan karyawan. Dalam konteks UMKM, pengelolaan SDM berbasis digital dapat membantu pelaku usaha untuk lebih efisien dalam mengatur jadwal, mengelola gaji, dan memantau produktivitas karyawan.

Pengembangan keterampilan digital dalam pengelolaan SDM menjadi sangat penting, terutama dalam era pandemi yang memaksa banyak pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan teknologi. Menurut Bank Dunia

(2020), perusahaan yang berinvestasi dalam pengembangan SDM berbasis teknologi memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka di pasar.

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya pengelolaan keuangan yang baik. Penelitian oleh Kementerian Koperasi dan UMKM (2019) menunjukkan bahwa banyak UMKM yang mencampur aduk keuangan pribadi dengan bisnis, yang mengakibatkan kesulitan dalam memantau arus kas dan profitabilitas usaha. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengadopsi manajemen keuangan berbasis digital, yang memungkinkan pemilik usaha untuk mengelola keuangan mereka secara lebih transparan dan efisien.

Teknologi digital seperti aplikasi pembukuan dan platform keuangan digital dapat membantu UMKM dalam mencatat transaksi, mengatur anggaran, dan memonitor performa keuangan mereka secara *real-time* (Kosadi, F., Ginting, W., & Merliana, V. 2021). Hal ini juga memungkinkan UMKM untuk mengakses layanan keuangan yang lebih luas, seperti pinjaman dan investasi, yang dapat mendukung pertumbuhan usaha.

Pelatihan dan pendampingan menjadi strategi penting dalam membantu UMKM untuk bertransformasi secara digital. Menurut penelitian oleh Wilson (2015), pelatihan yang efektif dapat meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial pelaku usaha, sehingga mereka mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar. Program pelatihan yang dirancang dengan baik dapat membantu UMKM untuk memahami cara memanfaatkan teknologi digital, baik dalam pemasaran, pengelolaan SDM, maupun manajemen keuangan.

Di Kecamatan Bojongloa Kidul, pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM difokuskan pada pengembangan keterampilan digital, yang diharapkan dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan pendapatan usaha. Pendampingan juga dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan para pelaku usaha dapat menerapkan ilmu yang telah

mereka pelajari dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

### 3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kondisi UMKM di Kelurahan Cibaduyut Wetan sebelum dan sesudah pelatihan pemasaran digital. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan ini cocok untuk menganalisis fenomena secara mendalam tanpa melakukan generalisasi. Penelitian dilakukan di Kelurahan Cibaduyut Wetan, Kecamatan Bojongloa Kidul, Bandung. Subjek penelitian adalah 10 pelaku UMKM yang dipilih dengan metode purposive sampling (Cresswell, 2014).

Adapun tahapan penelitian dimulai dengan Observasi Awal yaitu mengidentifikasi masalah utama dalam pemasaran dan pengelolaan bisnis UMKM (Angrosino, 2007). Kemudian Pelatihan yang meliputi pemasaran digital, pengelolaan SDM, dan keuangan berbasis teknologi. Evaluasi Pasca Pelatihan: Menggunakan wawancara, kuisioner, dan simulasi untuk menilai hasil pelatihan (Wilson, 2015). Teknik Pengumpulan Data, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dan observasi digunakan untuk menggali perubahan yang terjadi pada UMKM (Kvale, 2007). Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman (1994) yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terakhir, keberhasilan diukur melalui peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital, pengelolaan SDM dan keuangan berbasis teknologi, serta peningkatan pendapatan UMKM.

### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelatihan pemasaran digital yang diberikan kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Cibaduyut Wetan berhasil meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan *marketplace*. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta hanya menggunakan

metode pemasaran konvensional. Setelah pelatihan, 80% peserta mulai menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka. Penggunaan Google My Business juga meningkat, memungkinkan usaha mereka lebih terlihat oleh calon pelanggan lokal.

Peningkatan ini sejalan dengan hasil penelitian Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui strategi komunikasi yang lebih terarah. Selain itu, peserta menyatakan bahwa media sosial membantu mempercepat proses transaksi dan memberikan kemudahan dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Dampak pada Pengelolaan Sumber Daya Manusia Setelah pelatihan, terdapat perubahan signifikan dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di UMKM peserta. Sebanyak 70% peserta mengadopsi manajemen SDM berbasis teknologi, seperti penggunaan aplikasi manajemen karyawan sederhana untuk mengatur jadwal dan produktivitas. Pendekatan ini memungkinkan peserta lebih efisien dalam mengelola tim kecil mereka dan meminimalkan kesalahan manual, sejalan dengan temuan Armstrong (2016) yang menyatakan bahwa manajemen SDM berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

Manajemen Keuangan Berbasis Digital Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM sebelum pelatihan adalah pengelolaan keuangan yang belum teratur, di mana sering terjadi pencampuran antara keuangan pribadi dan bisnis. Setelah pelatihan, 60% peserta mulai menggunakan aplikasi pembukuan digital seperti Buku Kas dan aplikasi keuangan lainnya. Penggunaan aplikasi ini membantu pelaku UMKM dalam memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha, serta memudahkan pelaporan keuangan secara tepat waktu. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM (2019), di mana penggunaan manajemen keuangan digital dapat meningkatkan transparansi dan kontrol keuangan usaha kecil.

Peningkatan Penjualan dan Pendapatan Setelah pelatihan, terdapat peningkatan rata-rata penjualan sebesar 30% di kalangan peserta UMKM. Sebagian besar peserta melaporkan bahwa pemasaran digital telah membantu mereka mencapai konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama selama masa pandemi COVID-19. Hal ini konsisten dengan penelitian McKinsey (2020) yang menunjukkan bahwa bisnis yang bertransformasi secara digital mengalami peningkatan penjualan selama pandemi karena mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara online.

Tantangan Implementasi Meskipun pelatihan menunjukkan hasil positif, masih ada tantangan yang dihadapi peserta, terutama terkait keterbatasan infrastruktur teknologi dan kurangnya literasi digital di kalangan beberapa peserta yang lebih tua. Beberapa peserta merasa kesulitan untuk terus konsisten menggunakan teknologi digital dalam jangka panjang. Menurut Bank Indonesia (2020), hambatan dalam adopsi teknologi pada UMKM sering kali disebabkan oleh kurangnya dukungan infrastruktur dan keterbatasan pengetahuan

## 5 SIMPULAN

Dari hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pemasaran digital, manajemen SDM, dan keuangan berbasis teknologi memiliki dampak positif pada peningkatan efisiensi dan daya saing UMKM. Para pelaku UMKM di Cibaduyut Wetan yang awalnya hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional kini mampu beradaptasi dengan era digital, memungkinkan mereka untuk tetap kompetitif di tengah disrupsi pasar yang disebabkan oleh pandemi.

Peningkatan yang terjadi dalam penggunaan platform digital, baik untuk pemasaran maupun pengelolaan bisnis, juga menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi alat yang kuat dalam mendukung keberlanjutan usaha kecil. Namun, tantangan dalam hal infrastruktur dan literasi digital

harus tetap menjadi perhatian utama agar transformasi digital ini bisa lebih inklusif dan merata.

Dengan dukungan pelatihan berkelanjutan dan pendampingan, UMKM di wilayah ini diharapkan mampu mempertahankan adaptasi digital mereka dan terus berkembang. Program ini sejalan dengan berbagai studi yang menekankan pentingnya digitalisasi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andiana, B., Hurriati, L., & Fathurrahman, F. (2021). Adoption of Digital Marketing in Strengthening Micro, Small and Medium Enterprises in Mataram City during The Covid 19 Pandemic. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Education and Social Science (ACCESS 2020)*. <https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.210525.148>.
- Angrosino, M. (2007). Doing Ethnographic and Observational Research. <https://doi.org/10.4135/9781849208932>.
- Armstrong, M. (2020). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. <https://doi.org/10.1108/hrmid.2010.04418dae.001>.
- Astuti, P., & Mahardhika, A. (2020). COVID-19: How does it impact to the Indonesian economy? <https://doi.org/10.22219/jiko.v5i3.11751>.
- Bank Indonesia. (2020). Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Barat.
- Bank Dunia. (2020). Digital Economy and Human Capital Development.
- Bodnar, G. H., & Hopwood, W. S. (2006). Sistem informasi akuntansi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Budiman, B. (2020). PERANCANGAN APLIKASI SISTEM TINDAK LANJUT PELANGGAN PADA PT. XYZ. *SisInfo–Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, 2(1), 1-7.
- Cresswell, J. W. (2014). Research Design.
- Google Indonesia. (2021). Laporan Tren Digitalisasi UMKM.

- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2020). Statistik UMKM di Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson.
- Kosadi, F., Ginting, W., & Merliana, V. (2021). Digital Receipts of Online Transactions in the Reconciliation Process and the Preparation of Financial Reports. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 36, 31-50. <https://doi.org/10.22146/JIEB.59884>.
- McKinsey. (2020). The Impact of COVID-19 on SMEs and the Role of Digital Transformation.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Sulaiman, E., Derbani, A., & Adawiyah, W. (2020). Digital Marketing in Culinary Tourism : A Case of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. . <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301123>.
- Susan, M. (2020). Financial Literacy and Growth of Micro, Small, and Medium Enterprises in West Java, Indonesia. . <https://doi.org/10.1108/s1571-038620200000027004>.
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Putra, G. W., & Iswara, B. (2019). Metode systematic literature review untuk identifikasi platform dan metode pengembangan sistem informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*, 1(2), 63-77.
- Wilson, J. (2015). Small Business and Entrepreneurship.
- Wilson, J. (2015). Small Business Management.
- Yuniarta, G., Diatmika, I., & Cipta, W. (2019). The Role of Government, Entrepreneurship, and Business Competence In Order To Improve The Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Proceedings of the International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2018)*. <https://doi.org/10.2991/TEAMS-18.2019.49>.