

## Pengelolaan Manajemen Usaha pada UMKM dan Pelatihan Pemasaran Digital Di Kelurahan Sitisauer Kecamatan Bojongloa Kidul

Sabilla Saberina, Ratih Hadiani, Aninditha Putri Kusumawardhani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia  
Email: sabillasaberina@unibi.ac.id

### Abstrak

Pemanfaatan sistem informasi secara optimal menjadi salah satu harapan masyarakat tentunya dalam memotivasi keberlanjutan bangkitnya kembali perekonomian dalam masa sulit saat ini. Dimana hal ini diharapkan juga dapat mengembangkan potensi tidak hanya dilihat dalam aspek pemasaran produk dalam pemanfaatan sistem informasinya saja melainkan juga pentingnya peran pengembangan SDM guna meningkatkan kualitas masyarakat, serta pengoptimalan Manajemen Pemasaran berbasis digital pula dianggap sebagai salah satu unsur penunjang dalam membangkitkan kembali gairah dalam perekonomian pada ruang lingkup usaha kecil menengah. target dalam kegiatan ini agar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah lebih sadar pentingnya memasarkan produk mereka memanfaatkan platform digital. Luaran yang akan dihasilkan, Peningkatan Keterampilan Pelaku UMKM dalam pemasaran digital, Peningkatan Pemahaman Pelaku UMKM dalam pengelolaan sumber daya manusia, Peningkatan Keterampilan Pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha, Metode pendekatan yang digunakan dalam program kegiatan ini adalah dengan pendekatan deskriptif analisis dimana deskriptif berupa penggambaran kondisi wilayah dan potensi dari apa yang menjadi kendala serta solusi untuk di masa mendatang

**Kata Kunci:** UMKM, Keterampilan, Digital, Potensi, Mitra

### Abstract

*Optimal use of information systems is one of the hopes of society in motivating the continued revival of the economy in the current difficult times. Where it is hoped that this can also develop potential not only seen in the aspect of product marketing in the use of information systems but also the importance of the role of human resource development in improving the quality of society, as well as optimizing digital-based financial management which is also considered as one of the supporting elements in reviving enthusiasm in the economy. in the scope of small and medium businesses. The target of this activity is to make Micro, Small and Medium Enterprises more aware of the importance of marketing their products using digital platforms. outputs that will be produced, Increasing the Skills of MSME Actors in digital marketing, Increasing the Understanding of MSME Actors in managing human resources, Increasing the Skills of MSME Actors in managing business finances, The approach method used in this activity program is a descriptive analysis approach where descriptive is in the form of describing conditions areas and potential obstacles and solutions for the future.*

**Keywords:** MSMEs, Skills, Digital, Potential, Partner

## 1 PENDAHULUAN

Pandemi ditahun 2019 memberikan banyak efek pada sisi ekonomi. Masyarakat Indonesia. Pada aspek konsumsi sendiri dan daya beli masyarakat, pandemi ini menyebabkan banyak tenaga kerja berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat terutama mereka yang ada dalam kategori pekerja informal dan pekerja harian dikutip oleh Utami (2021) Dimana usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang sangat penting dalam ekonomi Indonesia. Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM memberikan lebih dari 60% kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di negara ini dikutip dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Di Kelurahan Sitisauer, Kecamatan Bojongloa Kidul sendiri UMKM juga berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Namun, seiring dengan kemajuan zaman, tantangan yang dihadapi UMKM semakin rumit, terutama dalam hal manajemen usaha dan penerapan pemasaran yang efektif. Selain itu, pemasaran yang masih sangat mengandalkan cara-cara tradisional menjadi kendala besar dalam mengembangkan pasar. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, pemasaran digital menjadi salah satu strategi vital bagi UMKM.

Penggunaan Teknologi Informasi saat ini menjadi salah satu kendala bagi masyarakat. Salah satu masalah yang dialami oleh mayoritas UKM yang kecil dan masih sedang berkembang adalah kurang memahami sistem pemasaran online. Kebanyakan para pelaku bisnis UKM masih berfokus pada pemasaran offline dan melupakan sisi online. Hal ini dapat disebabkan karena ketidaktahuan, acuh, atau sifat tertutup mereka atas ide baru, dan merasa cepat puas. Pasca Pandemi yang masih terus berlanjut dan belum dapat diketahui kapan berakhirnya memaksa pelaku bisnis untuk dapat mampu

memiliki kemampuan dalam menguasai sistem informasi secara Instan.

Hal ini harus dilakukan guna menyambung keberlanjutan kehidupan dalam menunjang aktivitas UMKM disaat pandemi masih terbatas dengan adanya *social distancing* sebagai salah satu masalah utama. Sehingga dalam hal ini peran pemerintah atau kecamatan lebih khususnya diharapkan mampu mendoong para pelaku UMKM untuk dapat mulai berusaha dalam beradaptasi dengan sistem informasi yang mau tidak mau harus diaplikasikan. Kecamatan Bojongloa kidul khususnya Sitisauer dalam hal mencoba memfasilitasi dan memberdayakan UMKM melalui berbagai fasilitas seperti halnya fasilitas pelatihan.

Lebih lanjut dalam hal ini peran masyarakat yang berada di lingkungan UKM adalah mendukung kelancaran aktivitas bisnis yang berada di Kecamatan Bojongloa kidul guna memahami dan mengaplikasikan Sistem Informasi yang diharapkan dapat dipelajari lebih lanjut dengan adanya program pelatihan UMKM di kecamatan Bojongloa kidul ini. Dikutip dari Rahmawati ,D& Firmansyah (2019) "Banyak pelaku UMKM di Kelurahan Sitisauer yang masih belum memanfaatkan potensi pemasaran digital secara optimal" dan "diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM mengenai pemasaran digital" Pernyataan tersebut juga relevan dengan hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh berbagai pihak, seperti Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022) yang melaporkan adanya kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi digital di kalangan UMKM, serta pentingnya pelatihan dan pembinaan terkait pemasaran digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan profitabilitas usaha.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Pengelolaan Manajemen Usaha pada UMKM

Suryana, Y. (2017) menyatakan bahwa perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sangat penting untuk

mengelola usaha kecil agar tetap efisien dan berkembang. Bagian-bagian ini harus dilaksanakan dengan teliti agar bisnis dapat beroperasi dengan baik dan efisien. Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah kurangnya tenaga kerja yang memiliki pemahaman tentang manajemen usaha dan teknologi. Oleh karena itu, pelatihan mengenai manajemen usaha yang efektif sangat diperlukan.

## 2.2 Pemasaran Digital untuk UMKM

Digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif Risa (2017) dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan lebih lanjut Pemasaran digital ialah penggunaan platform digital, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile, untuk mempromosikan produk atau layanan. Untuk UMKM, pemasaran digital memberikan banyak manfaat, termasuk biaya yang lebih murah, akses pasar yang lebih luas, dan kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Namun, agar dapat memanfaatkan pemasaran digital dengan baik, UMKM perlu menguasai keterampilan dan pengetahuan dalam strategi pemasaran digital.

Pelatihan pemasaran digital yang sesuai dapat membantu pelaku UMKM mengatasi tantangan teknologi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif sesuai dengan karakteristik pasar mereka. Oleh karena itu, pelatihan ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM.

## 3 METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam program kegiatan ini adalah dengan pendekatan deskriptif analisis dimana deskriptif berupa penggambaran kondisi wilayah dan potensi dari apa yang menjadi kendala serta solusi untuk di masa mendatang. adapun pengertian dari metode deskriptif analitis menurut (Sugiono: 2014 ; 29) adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran

terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

## 4. PEMBAHASAN

UMKM di daerah Kecamatan Bojongloa Kidul memiliki banyak permasalahan seperti Masih terbatasnya sarana dan prasarana kantor Kecamatan; Belum memiliki Data Base yang lengkap dan akurat mengenai data kependudukan dan perekonomian Jumlah Penduduk yang padat dan Heterogen yang menimbulkan banyak masalah sosial; Penurunan pendapatan Masyarakat disebabkan Pandemi Covid 19; Minimnya Pengetahuan Masyarakat baik pengelolaan SDM, Pemasaran serta Keuangan Berbasis Digital. Sehingga dalam hal ini beberapa pendekatan solusi melalui pelatihan mampu dikerahkan guna menjawab kendala yang terjadi dalam penyelesaian masalah. Dalam hal ini diperlukan analisis melalui Matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Matriks SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM dan pelatihan pemasaran digital.

Strengths (Kekuatan):

- UMKM yang sudah memiliki produk berkualitas.
- Pelatihan pemasaran digital yang bisa meningkatkan kemampuan UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Weaknesses (Kelemahan):

- Kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran.
- Akses terbatas pada pembiayaan dan teknologi.
- Jumlah Penduduk yang padat dan Heterogen yang menimbulkan banyak masalah sosial
- Penurunan pendapatan Masyarakat disebabkan Pandemi Covid 19

**Opportunities (Peluang):**

- Peluang untuk mengembangkan pasar lebih luas dengan digital marketing.
- Dukungan pemerintah dalam pelatihan UMKM.
- Potensi pasar yang berkembang di sektor digital.

**Threats (Ancaman):**

- Ketatnya persaingan di pasar lokal.
- Kemampuan UMKM yang terbatas dalam menghadapi perubahan pasar.

**4.1 Pengelolaan Manajemen Usaha pada UMKM di Kelurahan Sitisauer**

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pelaku UMKM di Kelurahan Sitisauer, sebagian besar pengelolaan manajemen usaha di tingkat mikro dan kecil masih dilakukan secara tradisional. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai konsep perencanaan usaha, pengorganisasian, serta pengelolaan keuangan yang baik. Kebanyakan usaha dijalankan secara informal tanpa struktur manajerial yang jelas, yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka. Namun, sebagian pelaku UMKM menunjukkan adanya upaya untuk meningkatkan manajerial dengan mengikuti pelatihan atau konsultasi mengenai pengelolaan usaha. Meskipun demikian, masih banyak yang perlu diperbaiki dalam hal manajemen sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran.

**4.2 Pentingnya Pelatihan Pemasaran Digital bagi UMKM**

Pelatihan pemasaran digital menjadi aspek yang sangat krusial bagi pelaku UMKM di Kelurahan Sitisauer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan potensi pemasaran digital. Mereka masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung atau pemasaran dari mulut ke mulut.

Pelatihan pemasaran digital yang telah dilaksanakan di kelurahan ini memberikan dampak positif bagi UMKM, antara lain peningkatan pemahaman mengenai penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk promosi. Selain itu, pelatihan e-commerce juga memperkenalkan mereka pada platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee, yang memberikan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan tersebut melaporkan adanya peningkatan penjualan setelah mengimplementasikan strategi pemasaran digital.

**4.3 Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pemasaran Digital**

Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan terhadap UMKM di Kelurahan Sitisauer, strategi yang bisa diambil adalah memaksimalkan kekuatan internal, seperti reputasi kualitas produk yang sudah dikenal, serta memanfaatkan kesempatan dari kemajuan teknologi digital. Di sisi lain, kelemahan seperti kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital bisa diatasi dengan pelatihan yang lebih mendalam. Ancaman seperti kompetisi yang tinggi bisa diminimalkan melalui penggunaan pemasaran digital yang efektif, sehingga UMKM dapat berkompetisi lebih baik di pasar global.

**5. SIMPULAN**

Meskipun banyak pelaku UMKM di Kelurahan Sitisauer sudah memiliki produk berkualitas tinggi, mereka masih menghadapi masalah dalam mengelola bisnis dan memasarkan produk mereka secara efektif. Namun, pengelolaan manajemen usaha yang baik sangat penting untuk kesuksesan UMKM. Dengan pelatihan yang tepat, pemasaran digital dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka.

Rekomendasi untuk pengembangan UMKM di Kelurahan Sitisauer adalah untuk memberikan pelatihan terus-menerus melalui

webinar Online tentang manajemen usaha dan pemasaran digital. Selain itu, penting untuk mendorong UMKM untuk lebih aktif mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperkuat posisi mereka di pasar dalam menghadapi kesulitan di masa Pandemi saat ini dan di masa depan. Lebih lanjut hal lain yang tidak kalah pentingnya ialah peran pemerintah dalam mendorong kolaborasi dengan banyaknya Perusahaan yang juga sebadai bentuk dalam peningkatan bentuk tanggung jawab social (CSR) perusahaan kepada masyarakat. Dalam hal ini peran antara Perusahaan dan UMKM mampu bersinergi guna mendorong Masyarakat untuk dapat tetap hidup dan memajukan perekonomian wilayah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Betty Silfia Ayu Utami (2019) Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia  
Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Data UMKM di Indonesia. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Rahmawati, D., & Firmansyah, A. (2019). *Digital Marketing untuk UMKM*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Risa Ratna Gumilang (2017) Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri
- Sugiono, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana, Y. dalam bukunya *Kewirausahaan: Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia* (2017)
- Taufik, M. (2020). *Strategi Pengelolaan UMKM di Era Digital*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12(1), 55-62.
- Wahyudi, S., & Hermawan, A. (2021). *Pemanfaatan Pemasaran Digital dalam Pengembangan UMKM*. Jurnal Manajemen Bisnis, 19(2), 101-113.