

Pendampingan Digitalisasi UMKM “Warung Ana” Dalam Upaya Pengembangan Usaha Di Era Digital

Assistance In The Digitalization UMKM Of “Warung Ana” In Business Development Efforts In The Digital Era

Rosiana Agussetyaningsih¹, Aufa Izzudin Baihaqi²

^{1,2} UPN “Veteran” Jawa Timur

Email : 20042010104@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 26 Februari 2023

Revised: 30 Maret 2023

Accepted: 13 April 2023

Keywords: *UMKM, Digitalization, Business development*

Abstract: *UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia are one of the sector factors that dominate business actors. However, currently UMKM are experiencing challenges in facing digitalization competition in the business sector, in order to survive and develop, business actors must be able to keep up with the times and be able to utilize and apply social media. UMKM Digitalization Assistance aims to help develop businesses that are unable to compete due to the lack of knowledge and experience possessed by business actors. From the assistance provided by the author, Warung Ana was able to develop and slowly expand the scope of its market share through the social media that the author produces.*

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu faktor sektor yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Namun saat ini UMKM mengalami tantang dalam menghadapi persaingan digitalisasi di bidang bisnis, untuk dapat bertahan dan berkembang maka pelaku usaha harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan mampu memanfaatkan serta mengaplikasikan media sosial. Pendampingan Digitalisasi UMKM bertujuan untuk membantu mengembangkan usaha yang tidak dapat bersaing karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh pelaku usaha. Dari pendampingan yang dilakukan penulis, Warung Ana dapat berkembang dan perlahan memperluas lingkup pangsa pasarnya melalui media sosial yang telah penulis hasilkan.

Kata kunci : UMKM, Digitalisasi, Pengembangan Bisnis

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini menuntut dunia usaha untuk tumbuh dan berkembang menciptakan ide-ide baru serta aktif mengikuti perubahan dalam persaingan bisnis yang sangat ketat, hal tersebut disebabkan oleh banyaknya kompetitor yang menyediakan produk/jasa yang serupa dan dengan adanya perkembangan zaman yang menciptakan teknologi semakin canggih. Untuk menghadapi persaingan tersebut usaha dituntut untuk mempertahankan kelangsungan hidup usaha dengan berinovasi, mengembangkan usaha, dan meningkatkan pelayanan agar konsumen merasa nyaman dan usaha dapat mencapai tujuan. (Syafutra et al., 2022) (Az'har & Nawawi, 2022)

Warung Ana merupakan salah satu UMKM Surabaya yang bergerak dibidang jasa boga, Warung Ana telah berdiri sejak 2003 di dirikan oleh seorang ibu rumah tangga didepan rumahnya yang terletak di Medokan Semampir Timur 2-A/4 Surabaya. Disekitar Warung Ana terdapat beberapa kegiatan yang melibatkan banyak orang seperti Tempat Pemakaman Umum, Home Industry dan Kampus yang sebagian besar orang-orannya merupakan target pasar Warung Ana dan berpotensi membeli karena keterbatasan waktu yang dimiliki untuk memasak sendiri.

Warung Ana merupakan tempat makan sederhana dengan nuansa rumahan yang menyajikan berbagai masakan khas Jawa seperti nasi pecel, nasi campur, nasi rawon dan berbagai menu pilihan lainnya. Warung Ana memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang dan bersaing dengan kompetitor lainnya, karena Warung Ana memiliki ciri khas terhadap resep masakan yang dimiliki turun temurun serta menyediakan banyak pilihan menu masakan yang biasa dikonsumsi sehari-hari dengan harga terjangkau di kalangan pegawai, mahasiswa dan warga sekitar.

Warung Ana sudah lama berdiri namun sama sekali belum menyentuh dunia digital sehingga lingkup pasarnya kecil dan mudah untuk dikalahkan oleh kompetitor lain. Warung Ana juga belum memiliki legalitas izin usaha sampai saat ini.

Upaya Pendampingan yang penulis lakukan guna mengimplementasikan pengetahuan dan pemahaman materi yang diperoleh selama mengikuti program MSIB Studi Independen di PT.Narasumber Teknologi Indonesia dengan tema "Digitalisasi UMKM", serta bertujuan membantu salah satu pengusaha UMKM untuk berkembang dan mampu bersaing di era digital. (Idah & Pinilih, 2020)

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat mengenai digitalisasi UMKM ini adalah berupa sosialisasi dan pendampingan terhadap UMKM. Adapun langkah-langkah yang dilakukan antara lain :pertama menganalisis kelayakan bisnis, menciptakan desain identity (logo), melakukan foto dan video produk, pembuatan google profile business, pembuatan media sosial, pendampingan legalitas usaha, dan pengelolaan keuangan bisnis. Kedua melakukan sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan dengan mendatangi kedai Warung Ana dan memberikan tutorial kepada bu Bani selaku pemilik serta diskusi mengenai poin sebelumnya. Ketiga melakukan survei hasil pendampingan dengan mendatangi kembali kedai Warung Ana. Hasil yang ingin didapatkan adalah pemahaman dan implementasi yang terus dijalankan untuk pengembangan usahanya. (Syafutra et al., 2022)

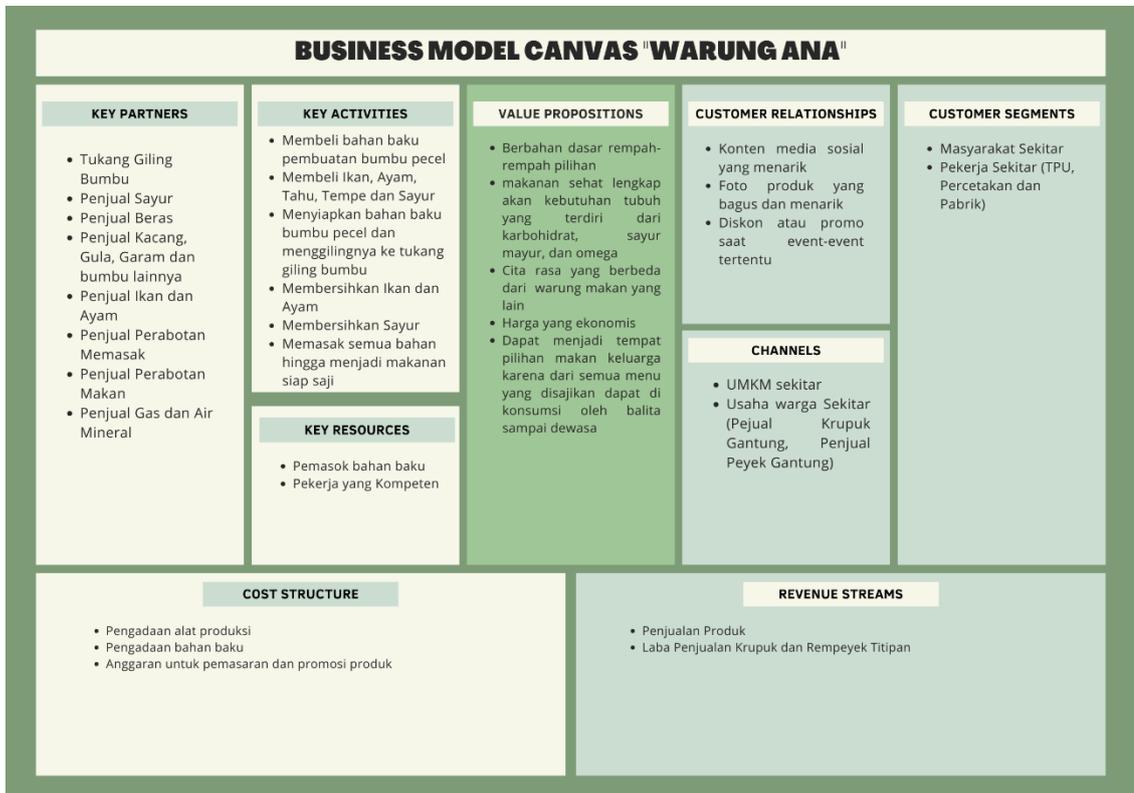
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Warung Ana sama sekali belum menyentuh dunia digital hingga saat ini, oleh karena itu penulis berniat membantu mengembangkan Warung Ana dan memperluas pangsa pasarnya dengan mendigitalisasikan melalui beberapa platform media sosial yang telah penulis pelajari pada saat mengikuti program MSIB Studi Independen di PT. Narasumber Teknologi Indonesia dengan tema “Digitalisasi UMKM”.

Ada beberapa materi yang penulis pelajari pada program MSIB Studi Independen dan telah di implementasikan pada kegiatan pendampingan pengembangan Warung Ana diantaranya yaitu, Analisis Kelayakan Bisnis, Branding Visual Identity, Pengelolaan Media Sosial dan Marketplace, Pengambilan Foto dan Video Produk, Pengelolaan Google Business Profile, Pembuatan Website atau Landing Page dan Pendampingan Legalitas Usaha.

Pendampingan Digitalisasi UMKM Warung Ana dilakukan secara berkala mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki pemilik usaha karena pemilik usaha telah berumur sehingga daya ingat yang sedikit menurun jadi pendampingan dilakukan secara perlahan agar pemilik usaha mampu mengikuti dan paham akan penjelasan yang diberikan oleh penulis.(Mathematics, 2016)

Pendampingan diawali dengan melakukan analisis kelayakan bisnis Warung Ana menggunakan metode Business Model Canva seperti dibawah ini yang dapat di lihat bahwa hasil dari analisis yaitu Warung Ana berpotensi untuk berkembang dengan baik dan mampu bersaing dengan kompetitor lain.

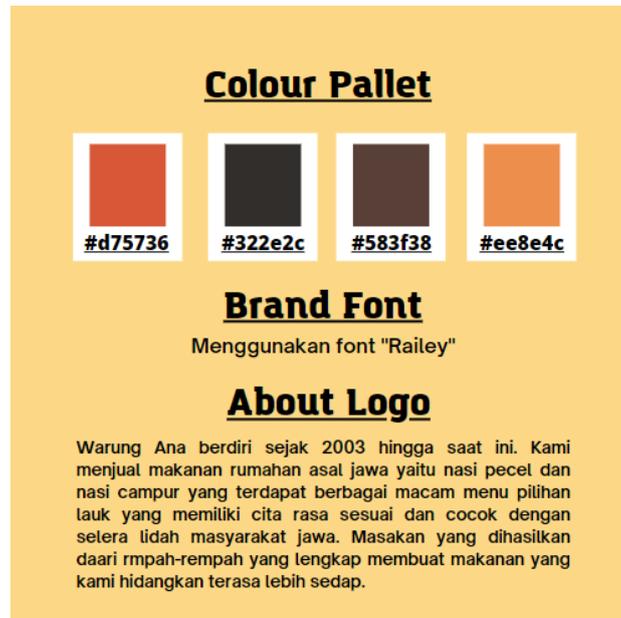


Gambar 1. Business Model Canva "Warung Ana"

Pendampingan selanjutnya yaitu membantu membuat logo dan brand guideline sebagai identitas usaha karena sebelumnya apabila Warung Ana mendapat pesanan tidak pernah mencantumkan logo maupun identitas lain sehingga tidak dapat dikenal oleh masyarakat atau konsumen baru.



Gambar 2. Logo Warung Ana



Gambar 3. Brand Guideline

Karena pembuatan media sosial perlu akan foto produk agar konsumen dapat mengenal dan tertarik dengan Warung Ana maka penulis membantu melakukan pembuatan foto produk maupun video produk untuk mengisi feeds Instagram dan pengenalan produk di beberapa platform pemasaran digital lainnya. Berikut foto produk yang telah dihasilkan



Gambar 4. Nasi Campur

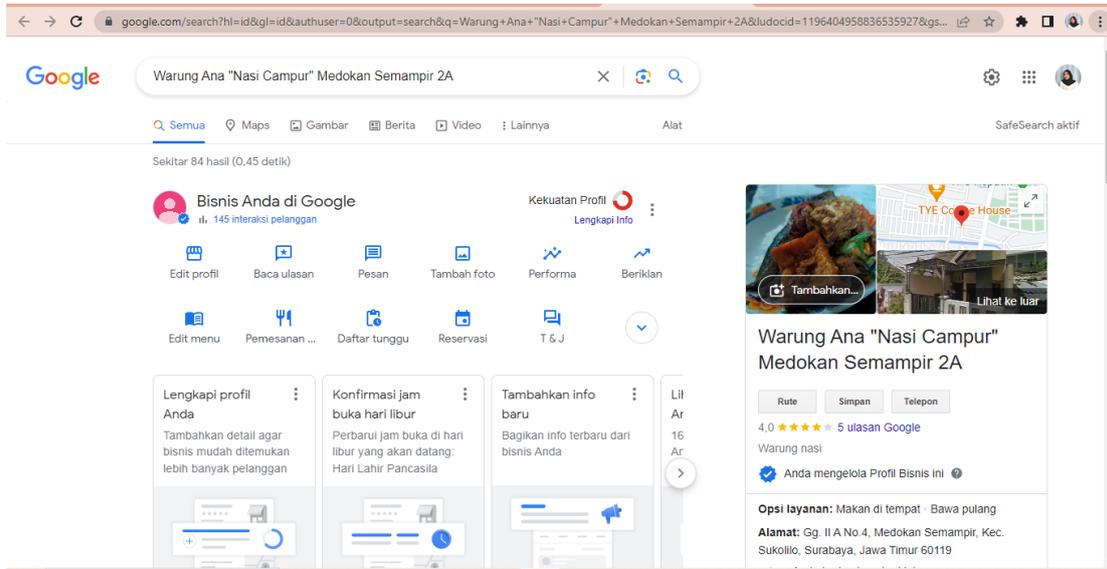


Gambar 5. Nasi Pecel

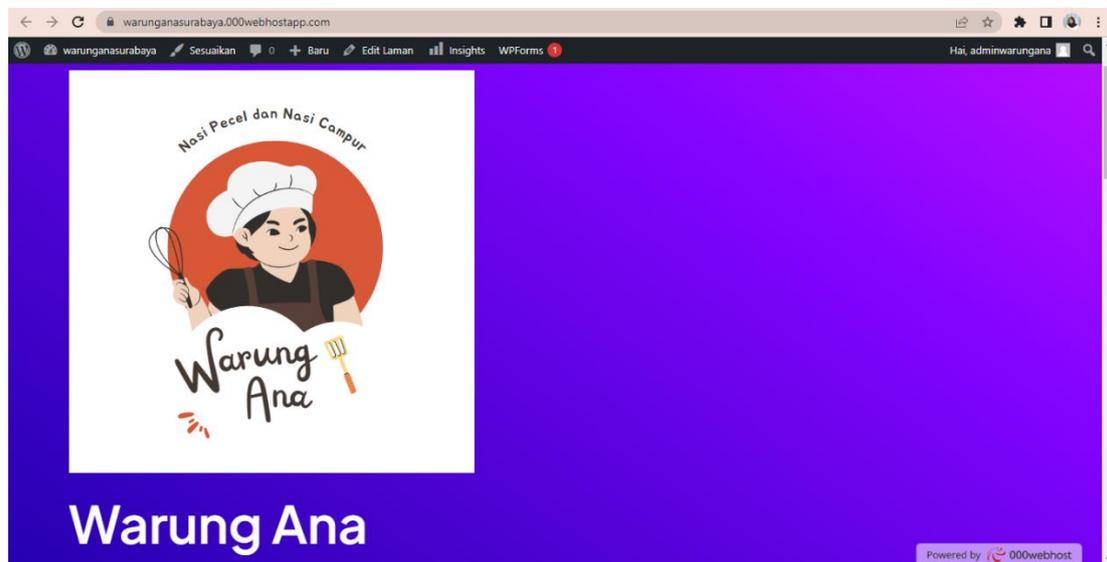


Gambar 6. Nasi Rawon

Pendampingan selanjutnya sudah mengarah ke pemasaran online dimana penulis membantu membuatkan Google Profile Business, Website menggunakan Wordpress dan Media Sosial Instagram untuk melakukan promosi online dan menjangkau konsumen diluar lingkup Warung Ana agar mampu mencakup pangsa pasar yang lebih luas lagi. Berikut hasil pendampingan pembuatan Google Profile Business, Website dan Media Sosial (Instagram) :



Gambar 4. Pembuatan Google Profile Business (G.Maps)



Gambar 5. Pembuatan Website

Pendampingan yang dilakukan selanjutnya yaitu penjelasan mengenai perhitungan keuangan menggunakan buku besar manual dan perhitungan HPP sebuah produk, karena selama ini pemilik usaha tidak pernah melakukan perhitungan pengeluaran maupun pemasukan sehingga pemilik tidak mengetahui kerugian dan keuntungan yang diperoleh secara detail selama ini. Dengan tidak adanya laporan keuangan usaha tidak dapat berjalan dengan baik dan akan rancu sehingga berpotensi akan kegagalan. (Upaya et al., n.d.) (Kriswibowo & Widiyarta, 2020). Pendampingan yang terakhir dilakukan yaitu pendampingan legalitas usaha dengan membuat NIB (Nomor Induk Berusaha) yang didaftarkan melalui web oss oleh penulis.

KESIMPULAN

Program kegiatan Kampus Merdeka MSIB Studi Independen yang diikuti oleh penulis di perusahaan PT. Narasumber Teknologi Indonesia dengan tema "Digitalisasi UMKM" memberikan dampak yang sangat baik untuk mahasiswa dan UMKM, karena dengan adanya program ini penulis mendapat pengetahuan dan pengalaman baru yang dapat diimplementasikan pada UMKM sekitar dengan bantuan dan bimbingan dari mentor dan trainer PT. Narasumber Teknologi Indonesia.

Dengan adanya program MSIB penulis dapat mengasah dan mengembangkan pengetahuan serta kemampuannya di bidang bisnis. Penulis juga mendapat objek untuk mengimplementasikan pengetahuannya sehingga penulis mendapat pengalaman dan ilmu baru mengenai dunia bisnis digital. Pengalaman dan pengetahuan baru yang penulis dapatkan berguna untuk kedepannya saat penulis sudah keluar dari instansi perguruan tinggi dan menempati dunia kerja. (Riyanto et al., 2022)

Penulis memilih Warung Ana untuk didampingi dalam pengembangan usahanya karena penulis melihat ketidak stabilan pendapatan yang dialami Warung Ana setiap harinya. Dari analisis yang telah dihasilkan dapat disimpulkan bahwa sebelumnya Warung Ana merupakan warung makan dengan nuansa rumahan khas jawa yang dikelola oleh seorang ibu rumah tangga yang kurang akan pengalaman dan pengetahuan mengenai media sosial atau dunia digital, sehingga Warung Ana sulit untuk berkembang dan tidak dapat bersaing dengan beberapa usaha yang menyediakan jasa/produk serupa. (Tanan & Dhamayanti, 2020)

Dari kegiatan pendampingan yang telah dilakukan oleh penulis, saat ini pelaku usaha mendapat banyak pengetahuan dan dapat mengelola media sosial dengan baik sehingga Warung Ana dapat berkembang, memperluas pangsa pasarnya dan menjangkau konsumen melalui media sosial serta perlahan terdapat peningkatan pendapatan yang diperoleh Warung Ana.

Pemahaman pengelolaan media sosial yang diterima pemilik usaha tidak secepat yang kita bayangkan, karena usia pemilik yang sudah menginjak 50an membuat daya ingat yang dimiliki kurang kuat sehingga pendampingan dilakukan secara berkala dan perlahan agar pemilik dapat mengerti dan memahami dengan baik.

Pendampingan digitalisasi Warung Ana sampai saat ini masih berjalan dan tidak selesai begitu saja, penulis juga selalu memantau dan melihat perkembangan Warung Ana setiap minggunya. Upaya ini dilakukan agar kegiatan pendampingan mendapatkan hasil yang baik dan pengetahuan baru penulis dari program MSIB Studi Independen yang diikuti penulis memberikan dampak yang baik untuk UMKM sekitar.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih penulis ucapkan pada mitra Studi Independen Kampus Merdeka yaitu PT. Narasumber Teknologi Indonesia yang telah memberikan pengetahuan dan membimbing penulis untuk mengimplementasikan pada UMKM sekitar sehingga penulis dapat melakukan pendampingan secara langsung yang bermanfaat bagi UMKM sekitar khususnya Warung Ana.

Terimakasih juga tidak lupa penulis ucapkan kepada ibu Senemah selaku pemilik Warung Ana yang telah mengizinkan dan membantu meperlancar pengembangan usaha serta menerima perubahan-perubahan pengelolaan usaha secara digital dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Az'har, A. A., & Nawawi, Z. M. (2022). Digitalisasi UMKM Bidang Kuliner terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 2389–2397. <https://www.republika.co.id/berita/r1on20370/menangkap-peluang-bisnis-kuliner-di-ruang-digital>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1), 195–204.
- Kriswibowo, S. I. P. A., & Widiyarta, A. (2020). *Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara 2020. In Researchgate.Net.* https://www.researchgate.net/profile/Yohanes_Kristianto10/publication/346495787_Meningkatkan_Kinerja_Industri_Kecil_Kampung_Batik_melalui_Keunggulan_Bersaing/links/5fc51f9b299bf1a422c3093a/Meningkatkan-Kinerja-Industri-Kecil-Kampung-Batik-melalui-Keunggul
- Mathematics, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 2(1), 1–23.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Syafutra, W., Remora, H., & Sovensi, E. (2022). *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM) Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM). Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(2), 108–118. <https://ejournal.stkip-mmb.ac.id/index.php/JPPM/article/view/917/526>
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>
- Upaya, D., Penjualan, P., & Pandemi, P. (n.d.). *Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-3 Universitas Buana Perjuangan Karawang E-ISSN : 2798-2580. 1597–1602.*