

Peningkatan Peran UMKM Berbasis Digital Di Kabupaten Timor Tengah Selatan

Petrus E. de Rozari¹, Christien C. Foenay², Debry Y. Salean³, Yuri Sandra Faah⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Petrus E. de Rozari

E-mail: petrus.rozari@staf.undana.ac.id

Abstrak

Fenomena menarik pada UMKM di Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) adalah adanya potensi tetapi tidak didukung dengan metode bisnis yang kekinian. Para pelaku usaha, khususnya pebisnis lokal masih menerapkan cara-cara konvensional, sehingga usaha tidak berkembang dan kalah dalam persaingan usaha dengan pebisnis pendatang. Tujuan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah mengenalkan digitalisasi usaha. Digitalisasi adalah perubahan dari sistem konvensional ke digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnis UMKM. Metode pendekatan yang digunakan adalah penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Berdasarkan hasil pelatihan dan penyuluhan, pengamatan lapangan dan diskusi bersama pelaku UMKM di Kabupaten TTS menunjukkan bahwa para pelaku usaha menyadari pentingnya digitalisasi usahanya melalui penerapan e-marketing, transaksi non-tunai dan aplikasi pembukuan berbasis teknologi. Untuk itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan dalam digitalisasi usahanya. Pemerintah Kabupaten TTS dapat melakukan pembinaan dan pengawasan UMKM dengan menyediakan pelatihan, penyuluhan dan fasilitasi pendanaan serta menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi dan asosiasi usaha dalam mewujudkan digitalisasi UMKM.

Kata kunci: digitalisasi, UMKM, E-marketing, Timor Tengah Selatan

Abstract

An interesting phenomenon in MSMEs in South Central Timor District (TTS) is that there is potential but it is not supported by current business methods. Business actors, especially local business people, still apply conventional methods, so that businesses do not develop and lose in business competition with newcomer business people. The purpose of this community service (PKM) is to introduce business digitalization. Digitalization is a change from conventional to digital systems as an effort to increase the effectiveness and efficiency of MSME businesses. The approach method used is counseling, training, and mentoring. Based on the results of training and counselling, field observations and discussions with MSMEs in TTS Regency, it was found that business owners are aware of the importance of digitizing their businesses through the implementation of e-marketing, non-cash transactions and technology-based bookkeeping applications. For this reason, MSME actors need to improve their knowledge, understanding and skills in business digitalization. The TTS district government can provide guidance and supervision of MSMEs by providing training, counselling and funding facilitation as well as establishing cooperation with universities and business associations in realizing the digitalization of MSMEs.

Keywords: digitalization, MSMEs, E-marketing, South Central Timor

PENDAHULUAN

UMKM kembali menghadapi krisis yang disebabkan oleh Virus Corona pada awal tahun 2020. Pandemi COVID-19 menghantam keras Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Berbeda dengan dua krisis sebelumnya pada tahun 1998 dan 2008, UMKM tidak dapat bertahan kali ini. Data menunjukkan bahwa sebanyak 98% usaha pada level mikro atau sekitar 63 juta terkena dampak pandemi COVID-19 akibat lesunya ekonomi dan menurunnya permintaan masyarakat karena pembatasan sosial. Pandemi Covid-19 telah membuktikan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia (Suryani, 2021). Dampak krisis ekonomi, krisis moneter dan krisis-krisis lainnya juga dirasakan oleh pelaku UMKM di daerah (Muclis, 2017). Menurut Katadata (katadata.co.id), kondisi UMKM sebelum Pandemi Covid 19 cukup baik, tetapi saat terjadi Covid kondisinya terbalik, yaitu sebanyak 56,8% berada dalam kondisi buruk. Sebanyak 82,9 UMKM yang terdampak negative, sebanyak 5,9 terdampak positif dan 11,2 % tidak terdampak.

Penelitian Rosita (2020) menunjukkan bahwa pandemi berdampak pada penurunan omzet. Industri pariwisata merupakan sector yang paling terdampak oleh Covid-19. Lesunya sektor pariwisata berdampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman yang berada disekitar objek wisata. Covid-19 juga berpengaruh terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan serta sektor rumah tangga. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mujiyanto; Ramaditya, Mustika, Tanurahrjo, dan Maronrong. (2021). bahwa sebanyak 63,98%% total penurunan omzet penjualan yang di alami UMKM selama pandemi. Menurutnya UMKM melakukan strategi dan inovasi dengan menggunakan media sosial serta melakukan pelatihan secara online agar para pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualannya dimasa pandemic. Sedangkan industri yang mampu bertahan di masa pandemic covid-19 antara UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi dan industri ritel yang mampu bertahan. Hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital (Rosita, 2020). Temuan ini mengharuskan kita untuk memeriksa penggunaan digitalisasi dalam bisnis UMKM. Sampai di sini kita tersadar bahwa UMKM harus menggunakan digitalisasi untuk bertahan hidup dan berkembang baik adanya krisis atau pasca-krisis sebagaimana yang dimaksud melalui kegiatan PKM ini dengan judul "IbM Peningkatan Peran UMKM Berbasis Digital di Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS).

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan berbagai pertimbangan yaitu: 1) kabupaten TTS memiliki jumlah masyarakat miskin yang terbanyak di NTT, bahkan secara nasional. Data menunjukkan bahwa jumlah penduduk miskin di TTS pada tahun 2020 sebanyak 128.980 atau 35,31% dari jumlah penduduk (ttskab.go.id). Bandingkan dengan prosentase penduduk miskin pada skala nasional pada periode yang sama sebesar 10,19% (bps.go.id) 2) Regulasi pemerintah dikeluarkan pasca Pandemi Covid 19 mengendaki UMKM termasuk Koperasi dapat memiliki dan/atau memanfaatkan platform teknologi digital untuk mendorong akselerasi dan integrasi serta daya saing (PP No. 7 tahun 2021 pasal 11 ayat 6). 3) masih rendahnya pemahaman dan kemauan pengelola UMKM di Kabupaten TTS untuk menggunakan inovasi dan teknologi untuk menunjang usaha secara berkelanjutan.

UMKM memegang peran yang besar dalam peningkatan perekonomian di Indonesia (LIPI dan BI, 2015). UMKM saat ini dianggap sebagai salah satu cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. UMKM dapat menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran (Astuti, Kartono dan Rahmadi, 2020). Digitalisasi UMKM adalah perubahan dari sistem konvensional ke digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis dan operasional UMKM. Digitalisasi UMKM membuat pelaku usaha UMKM mengubah pengelolaan bisnisnya dari praktik konvensional ke modern (developers.bri.co.id). Digitalisasi UMKM bukan sekadar menggunakan teknologi untuk menjual produk. Lebih dari itu, digitalisasi UMKM memungkinkan UMKM untuk mengatur keuangan, memantau cash flow bisnis, hingga memperoleh bahan baku secara online. Dengan begitu, digitalisasi berperan penting bagi berjalannya proses bisnis UMKM secara keseluruhan.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Ada berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari digitalisasi UMKM. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut: 1) memperluas jaringan pemasaran. UMKM yang melakukan digitalisasi, maka jaringan konsumen turut bertambah luas. Bukan hanya orang-orang di sekitar tempat usaha yang mengetahui adanya bisnis tersebut. Komunitas yang ada di berbagai platform digital akhirnya juga mengetahui keberadaan UMKM tersebut beserta produk-produknya.; 2) merespons perubahan gaya hidup. Bahwa tren belanja masyarakat ke depan adalah belanja online. Dengan melakukan digitalisasi, maka UMKM akan mampu beradaptasi menuju tren belanja online. Apabila UMKM gagal melakukan adaptasi terhadap perubahan gaya hidup masyarakat, maka peluangnya untuk bertahan tentunya semakin mengecil; 3) mempermudah konsumen melakukan transaksi. Tren belanja online diiringi dengan perubahan cara transaksi konsumen. Dari yang sebelumnya menggunakan alat pembayaran non-tunai, konsumen mulai beralih menuju transaksi digital; dan 4) meningkatkan pendapatan. Digitalisasi UMKM akan meningkatkan pendapatan. Karena UMKM menyediakan akses pembayaran digital yang memudahkan konsumen untuk bertransaksi sekaligus memaksimalkan sistem pengelolaan keuangan secara digital. Hasilnya, proses bisnis UMKM pun menjadi lebih optimal dan mendatangkan lebih banyak keuntungan (developer.bri.co.id).

Bentuk-bentuk digitalisasi UMKM dapat dilakukan dengan kombinasi beberapa cara seperti: 1) visual (melalui penglihatan) seperti melalui iklan di media social (facebook, instagram, website); 2) Audio visual (melalui penglihatan dan suara) seperti story video di media social (facebook, instagram, youtube, tik-tok, whatsapp, website); 3) menggunakan jasa pengantaran online (Grab dan Maxim) (Harahap dan Reni, 2021). Beberapa permasalahan yang dihadapi mitra PKM ini seperti : 1) masih rendahnya manajemen usaha pada UMKM di Kabupaten TTS yang meliputi aspek kelembagaan, produksi, pemasaran, keuangan dan inovasi dan teknologi; 2) rendahnya pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan para pelaku UMKM terhadap digitalisasi usaha UMKM untuk menunjang pencapaian tujuan usaha yang profitable dalam jangka pendek; dan 3) kurangnya kemauan pada pelaku UMKM untuk membuat dan melaksanakan digitalisasi usaha untuk menunjang pencapaian tujuan usaha yang berkelanjutan dalam jangka panjang

METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Penyuluhan dilakukan untuk membekali pengetahuan dan pemahaman terhadap digitalisasi usahanya. Adapun yang akan dijadikan sebagai contoh dalam kegiatan ini adalah UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang berdasarkan inovasi dan teknologi, masing-masing. Penetapan contoh dilakukan secara purposive dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dan pihak UMKM setuju untuk ikut serta dalam program PKM ini. Keberhasilan penerapan PKM pada contoh dapat digunakan sebagai benchmarking pada UMKM lainnya di Kabupaten TTS.

Pendekatan pelatihan ditujukan untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Metode pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa metode yang diajarkan dalam penyuluhan dan pelatihan telah dilaksanakan dengan baik. Melihat permasalahan yang dihadapi mitra di atas, maka pemecahan masalah melalui proses penyelesaian berikut ini:

1. Penentuan mitra

Mitra kegiatan pelaksana digitalisasi UMKM di Kabupaten TTS yaitu : a) UMKM yang bergerak di bidang usaha masing-masing: budang usaha tenun/tenun ikat dan handicraft (kerajinan tangan), meubelair, kerajinan barber shop, industry pangan. b) UMKM yang diikutsertakan dalam kegiatan PKM ini berada dibawah binaan Dinas PPK dan UMKM Kabupaten TTS dan memiliki potensi untuk berkembang, c) UMKM yang dipilih bersedia mengikuti penyuluhan, pelatihan dan pendampingan, d) UMKM yang dipilih bersedia menyiapkan data perusahaan untuk dibenahi. Jumlah peserta yang akan mengikuti program ini adalah 10 UMKM, terdiri dari pemilik dan salah seorang karyawan yang paham IT. Sehingga total peserta PPM ini sebanyak 20 orang.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

2. Penyuluhan dan Pelatihan

Penyuluhan dan pelatihan bagi mitra akan dilakukan oleh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Undana yang kompetensinya sesuai dengan materi yang disampaikan. Adapun materi utama dan nara sumber dalam kegiatan ini berjumlah tiga materi sbb :

3. Uji coba pembuatan iklan, story video dan/atau website UMKM yang dilatih, sbb:

- a. Penyiapan Materi Uji
- b. Pelaksanaan Uji Coba:
- c. Evaluasi Uji coba

4. Kegiatan Pendampingan Ujicoba

Pendampingan dilakukan sampai tingkat pemahaman peserta pada taraf mahir. Pendampingan akan dilakukan setelah kegiatan penyuluhan dan pelatihan serta uji coba. Pendampingan akan berlangsung selama tiga (3) bulan termasuk kegiatan evaluasi.

5. Evaluasi

Kegiatan evaluasi akan dilakukan dua kali. Pertama, dilakukan pada akhir kegiatan penyuluhan dan pelatihan dan uji coba; dan kedua, dilakukan setelah tiga (3) bulan. Tujuan pelaksanaan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman, keterampilan, dan kemampuan pelaksana (pengurus maupun anggota mitra) dalam menerapkan digitalisasi UMKM. Sedangkan evaluasi kegiatan dapat diikuti dengan keberlanjutan penerapannya dalam proses penerapan yang telah diujicobakan tersebut.

6. Pelaporan

Pelaporan dan publikasi ilmiah akan dibuat pada akhir kegiatan ini. Publikasi dibuat berupa laporan kegiatan dan publikasi pada media massa atau media social yang ada. Lembaga yang menjadi mitra program PKM ini sejumlah UMKM yang berada di Ibukota Kabupaten TTS yang memiliki potensi untuk berkembang jika menerapkan inovasi dan teknologi digital. Partisipasi mitra sangat penting untuk mengetahui pemahaman mitra terhadap inovasi iptek yang ditransfer melalui penyuluhan serta keterampilan mitra dalam menerapkan bisnis digital. Kontribusi mitra yang terlibat dalam PKM ini adalah:

1. Menyiapkan profil usaha seperti: kualifikasi produk yang dihasilkan, harga, desain produk, dan pasar produk.
2. Mengikuti penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan oleh Tim PPM,
3. Berpartisipasi dalam kegiatan ujicoba pembuatan audio visual dan website usahanya masing-masing
4. Bersedia mengikuti kegiatan pendampingan selanjutnya dari pelaksana kegiatan PKM.

Lembaga atau instansi yang akan dilibatkan dalam kegiatan ini adalah Dinas Perdagangan Perindustrian, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten TTS. Tujuan membina kerjasama dengan pihak-pihak tersebut di atas adalah agar usaha monitoring pengembangan pasca program PKM ini. Program digitalisasi UMKM dapat dilakukan berdasarkan perencanaan secara teknis maupun aspek manajemennya. Dengan demikian, program ini dapat mandiri, yaitu bertahan dan berkelanjutan. Selain itu, menumbuhkan kepercayaan diri UMKM untuk dapat bertumbuh dan berkembang lebih maju sesuai regulasi yaitu PP No. 7/2021.

Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Untuk mengetahui respons atau perubahan para pelaksana program digitalisasi UMKM ini, khususnya yang mengikuti penyuluhan dan pelatihan akan ditentukan dari segi kemanfaatan yang mereka rasakan dari kegiatan ini, yang meliputi:

1. Aspek pengetahuan dan pemahaman pelaksana sebelum dan sesudah dilaksanakannya kegiatan ini yaitu melalui:
 - a. Evaluasi sebelum kegiatan penyuluhan (pre-test) untuk mengetahui tingkat pemahaman/ketrampilan awal peserta.

- b. Evaluasi sesudah kegiatan penyuluhan (post-test) untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.
2. Aspek keterampilan, akan ditentukan berdasarkan standar keterampilan yang harus dimiliki, yaitu dalam praktek harus sesuai dengan urutan kerja yang telah ditetapkan.
3. Kegiatan transfer Ipteks yang telah diterapkan dapat dijadikan pilot project dalam pengembangan usaha, khususnya melaksanakan digitalisasi usahanya. Hal ini akan dievaluasi pada saat melakukan praktek pembuatan website UMKM.
4. Aspek penerapan (adopsi teknologi) tehnik website UMKM secara baik dan lengkap. Penilaian dilakukan pada aspek/indikator: perencanaan, pembuatan dan evaluasi hasil sesuai langkah-langkah yang sudah ditetapkan.

Tindak lanjut dari kegiatan PPM ini adalah: (1) keberhasilan pelatihan ini dapat ditingkatkan pelaksanaannya pada skala yang lebih luas pada UMKM Contoh, (2) pola pengembang usaha digitalisasi UMKM dengan melibatkan Dinas PPK dan UMKM Kabupaten TTS dan asosiasi UMKM terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM IbM Peningkatan Peran UMKM Berbasis Digital Di Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) dengan hasil yang dicapai sbb :

1. Koordinasi/Persiapan Mitra

Untuk menjamin keberhasilan pelaksanaan IbM ini, maka mitra perlu dipersiapkan untuk menerima inovasi tersebut. Untuk itu, sebelum pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan dilakukan beberapa kali pertemuan dengan pihak mitra. Penetapan waktu pelaksanaan banyak terkendala oleh kesesuaian waktu mitra dengan tim pelaksana. Mitra kegiatan pelaksana program IbM ini beralamat di Kota Soe, Kabupaten TTS yang merupakan UMKM dari beberapa jenis usaha dengan persyaratan sbb : a) memiliki prospek usaha yang baik, bersedia bekerjasama dengan tim pelaksana dan belum memiliki atau menggunakan cara pemasaran digital, sehingga dapat dilatih untuk menerapkan digitalisasi dalam pengelolaan usahanya. Mitra dimaksud meliputi : Bengkel Las, Usaha Catering, Pangkas Rambut (Barber Shop), Meubelair, dan Usaha Rumah Makan (Kuliner). Jumlah peserta yang akan mengikuti program ini adalah 15 orang, terdiri dari pemilik atau karyawan yang ada pada UMKM yang menjadi mitra IbM ini. Sedangkan jadwal pelatihan bagi pengurus 19 Mei 2023 dan dilanjutkan dengan kunjungan ke lapangan pada tanggal 20 Mei 2023 yaitu di tempat dimana usaha UMKM berada.

2. Penyuluhan dan Pelatihan

Penyuluhan dan pelatihan dibuka oleh Kepala Bidang Koperasi dan UMKM yang mewakili Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten TTS. Kepala Dinas dalam sambutan pembukaan acara menyatakan berterima kasih kepada Tim dosen Undana yang telah berbagi ilmu dalam rangka pengembangan digitalisasi UMKM di Kabupaten TTS. Kepala Dinas berharap kegiatan serupa dapat terus dilakukan, sehingga UMKM dapat lebih maju sesuai dengan perkembangan zaman.

Ketua Pelaksana Kegiatan IbM mewakili Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Undana Sementara, dalam sambutan pembukaan menyatakan, dalam era modern sekarang ini, yang dikenal sebagai era disrupsi, para pelaku usaha, termasuk UMKM, dituntut untuk terus beradaptasi dengan kemajuan – kemajuan perkembangan terkini dalam bidang teknologi, transportasi dan telekomunikasi. Bahwa kemajuan dalam bidang – bidang tersebut, adalah hal yang tak dapat dihindarkan. Mau atau tidak mau, suka atau tidak suka. Untuk itu, penerapan digitalisasi menjadi tuntutan yang seharusnya dilakukan oleh pelaku usaha mikro, kecil dan menengah, dalam rangka memperkenalkan produknya dan bersaing dengan usaha lainnya. Para pelaku usaha

seharusnya menggunakan digitalisasi tidak hanya pada pemasaran produk, tetapi juga dalam pembukuan usaha dan penggunaan sistem informasi dalam pengambilan keputusan. Berikut beberapa momen yang terekam selama kegiatan pelatihan:



Pelatih dan peserta



Beberapa peserta pelatihan



Peserta Pelatihan



Peserta pelatihan bertanya

Gambar 1.
Dokumentasi Kegiatan

Setelah itu diajukan pertanyaan-pertanyaan kepada peserta untuk mendapatkan gambaran sekaligus sebagai *pretest* tentang pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan tentang materi yang akan dilatih. Hasil pre-test menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap bahan yang akan dilatih, yaitu digitalisasi usaa termasuk rendah (70% menyatakan tidak paham), sebagian bersikap masa bodoh karena bukan menjadi kompetensi mereka untuk memahaminya atau sibuk dengan urusan proses belajar-mengajar (20%) dan sisanya sebanyak 10% menyatakan tidak tahu sama sekali. Namun demikian, sebagian besar (90%) menyatakan keinginan mereka bahwa usahanya dapat lebih meju, karena perubahan kondisi konsumen atau masyarakat yang makin maju dan melek terhadap teknologi.

Penyuluhan dan pelatihan bagi mitra dilakukan oleh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Undana yang kompetensinya sesuai dengan materi yang disampaikan. Adapun materi utama dan nara sumber dalam kegiatan ini berjumlah delapan materi mencakup :

- Materi I : Pengelolaan UMKM di Era Modern
 - Oleh Bapak Dr. Petrus E. de Rozari, M.Si
- Materi II : Pemasaran Digital
 - Oleh Ibu Christien C. Foenay, ST, SE, M.Si
- Materi III : Strategi Pemasaran Digital yang Efektif
 - Oleh Ibu Yuri Sandra Fa'ah, S.Sos., MM
- Materi IV : Praktek Desain Canva

- Oleh Ibu Debryana Yoga Salean, SE, M.S.M
- Oleh Ibu Yuri Fa'ah, S.Sos., M.Si
- Poulkje Dedifrans Boimau
- Novarisma Tefbana



Pemateri I



Pemateri IV



Pemateri II



Pembicara dari Asosiasi UMKM

Gambar 2.

Sosialisasi Dan Pelatihan

3. Uji coba

Pada dasarnya uji coba pembuatan Canva pada UMKM di Kabupaten TTS sudah dipersiapkan jauh sebelum kegiatan pelatihan dilaksanakan, sehingga data yang digunakan merupakan data riil yang ada pada UMKM sebagai upaya promosi, informasi dan transaksi.

Uji coba pembuatan Canva bagi UMKM dilakukan dengan tahapan sbb:

- 1) Penyiapan Materi Uji Coba, yang meliputi: data profil usaha UMKM meliputi Nama perusahaan, jenis produk yang dihasilkan atau yang dijual, harga jual (jika harga standar), contact person dan nomor *hand phone* yang bisa dihubungi, serta kata-kata promosi yang menggugah konsumen untuk membeli.

- 2) Desain promosi menggunakan aplikasi Canva (canva.com). Desain dikerjakan langsung oleh pelaku usaha, dibawah bimbingan tim PKM yang ada.
- 3) Upload hasil desain Canva pada media sosial seperti WhatsApp (WA), Instagram (IG), Face Book (FB) dan Tik-Tok. Jika pelaku usaha tidak mempunyai aplikasi-aplikasi tersebut, maka dibantubuatan oleh tim PPM yang ada.
- 4) Pemantauan. Kegiatan pemantauan dilakukan oleh tim PPM untuk memastikan keberhasilan pelaku usaha dalam mengupload hasil kerjanya pada media-media social yang ada. Kegiatan pemantauan dilakukan secara terus menerus atau berkelanjutan.

Uji coba ini tidak berhenti sampai disini, namun dilanjutkan dalam kegiatan pendampingan. Beberapa hasil kerja peserta yang diupload di media social sbb:



Barber shop



Catering



Meubelair



Bengkel las

Gambar 3.
Hasil Desain Menggunakan Canva

4. Kegiatan Pendampingan

Selama kegiatan pendampingan akan dilakukan untuk melihat keberhasilan atau efektivitas promosi yang sudah dilakukan pelaku usaha. Tim PPM akan terus membantu merevisi, menyebarkan dan menghitung jumlah like (dan dislike), comment yang ada pada media social mereka, kemudian memberikan masukan untuk memperbaiki atau menambah desian yang ada, sehingga lebih efektif.

Pendampingan dilakukan sampai tingkat pemahaman peserta pada taraf mahir. Pendampingan akan dilakukan setelah kegiatan penyuluhan dan pelatihan serta uji coba. Pendampingan dilakukan secara offline dan online dengan menggunakan alat-alat komunikasi yang ada, sehingga lebih bermanfaat dan tepat sasaran. Pendampingan akan berlangsung selama tiga (3) bulan termasuk kegiatan evaluasi. Kegiatan pendampingan dilakukan selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai selesainya kegiatan.

5. Evaluasi

Kegiatan evaluasi akan dilakukan dua kali. Pertama, dilakukan pada akhir kegiatan penyuluhan dan pelatihan dan uji coba; dan Kedua, dilakukan setelah 3 (tiga) bulan. Tujuan pelaksanaan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman, keterampilan, dan kemampuan pelaku usaha (pemilik atau pekerja UMKM mitra) dalam menerapkan digitalisasi usahanya. Sedangkan evaluasi lanjutan dapat dilakukan dengan mengamati keberlanjutan penerapannya dalam media sosial yang sudah diupload.

Evaluasi yang dilaksanakan pada akhir kegiatan penyuluhan dan pelatihan diketahui bahwa tingkat pemahaman peserta meningkat sebesar 70% berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada peserta dan hasil kerja mereka dan akan dilanjutkan dalam evaluasi kegiatan pendampingan selanjutnya.

6. Pelaporan

Pelaporan kegiatan ini dibuat pada akhir kegiatan IbM sebagai bahan pertanggung jawaban kepada institusi pemberi dana dan laporan kepada pejabat terkait yang berkepentingan dalam pembinaan dan pengawasan UMKM di Kabupaten TTS.

KESIMPULAN

Para peserta pelatihan menyadari bahwa perkembangan dunia usaha sekarang ini dengan adanya kemajuan di bidang teknologi, menuntut penyesuaian dari semua pelaku usaha, khususnya UMKM. Pelaku usaha harus menyesuaikan diri dengan kemajuan masyarakat yang menuntut pelayanan yang makin maju dan berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi. Salah satu kemajuan yang dimaksud adalah penggunaan digitalisasi usahanya. Digitalisasi UMKM di Kabupaten TTS, khususnya di Kota Soe menjadi kebutuhan yang penting dan mendesak. Digitalisasi dibutuhkan untuk memasarkan produk-produk yang beragam dan berkualitas, transaksi non-tunai dan pembukuan usaha berbasis teknologi. Pelaku UMKM tidak mampu melaksanakan program digitalisasi usahanya sendiri, tetapi membutuhkan kerjasama dengan pemerintah, perguruan tinggi dan asosiasi usaha yang ada.

UMKM perlu meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan dalam digitalisasi usahanya, baik untuk memasarkan produk, transaksi non-tunai dan pembukuan berbasis digital sehingga dapat lebih maju dan berkembang di era seperti sekarang ini. UMKM perlu menyediakan dana untuk investasi usaha berbasis digital, karena dalam jangka panjang akan lebih membantu UMKM dalam mengetahui hasil usaha yang profitable, memonitor perkembangan usahanya dan dalam rangka memenangkan persaingan usahanya yang makin ketat di era sekarang ini. Pemerintah Kabupaten TTS dapat meningkatkan peran pembinaan dan pengawasan UMKM dengan menyediakan pelatihan/penyuluhan dan fasilitasi pendanaan untuk mewujudkan digitalisasi UMKM. Pemerintah Kabupaten TTS juga dapat menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi dan pihak asosiasi usaha dalam mewujudkan digitalisasi UMKM.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada tempatnya akhirnya kami mengucapkan limpah terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut terlibat dan memberikan sumbangan pemikiran demi terlaksananya kegiatan ini serta dapat memetik hasil yang baik. Terima kasih kepada Pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Nusa Cendana, Kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana, Kepada Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana, kepada Pemerintah Kabupaten Timor Tengah Selatan dan para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Ramlah Puji, Kartono, Kartono, Rahmadi, Rahmadi. (2020). Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Tekonolgi dan Integrasi Akses Permodalan. *Ethos. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 8 No. 2 (Juni).
- Harahap, Reni Agustina Reni. (2021) *Buku Saku Digitalisasi UMKM*. KKN-DR UINSU Kelompok 200 Desa Hinai Kanan. Cetakan I (Agustus).
- LPPI dan Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Laporan Penelitian dalam www.bi.go.id.
- Muclis, M. (2017). *Kiprah UMKM Ditengah Krisis Ekonomi, Perannya Besar, Minim Perhatian Pemerintah*.
- Mujianto; Ramaditya, Muhammad; Mustika, Maya; Tanuraharjo, Hans H; dan Ridwan Maronrong, Ridwan. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada UMKM Warung Ritel Tradisional Di Indonesia dan Strategi Bertahannya. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, Volume 30 Number 02 (Desember).
- Rosita, Rahmi. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol 9 No. 2.
- Suryani, Evi. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus : Home Industri Klepon Di Kota Baru Driyorejo), *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1 No.8 (Januari).
- PP No. 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah