

PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN DIGITALISASI PIN UMKM DI GOOGLE MAPS DESA ANDONOSARI

Eka Farida*, Tri Sugiarti Ramadhan

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: arida@unisma.ac.id

Abstrak

Untuk mendukung digitalisasi di desa Andonosari khususnya pada sektor UMKM adalah dengan cara melalui pendampingan dan pelatihan serta menginput data UMKM yang berada di desa Andonosari, untuk di masukan ke google maps. Sistem pemasaran UMKM di desa Andonosari masih tergolong kurang, dikarenakan masyarakat disana kurang memahami dunia internet secara spesifik, sehingga yang diharapkan dengan adanya pelatihan dan penginputan data umkm ini, dapat membantu UMKM di Desa Andonosari semakin maju dan berkembang. Metode yang kami gunakan adalah observasi langsung kepada pemilik UMKM, mengumpulkan data UMKM, dan memberi pelatihan dan pendampingan kepada pemilik UMKM. UMKM di desa Andonosari sebenarnya memiliki potensi yang sangat baik, karena produk dan letak usaha berada pada jalan utama menuju wisata gunung Bromo, oleh karena itu kami tertarik untuk memberikan pelatihan serta pendampingan ini guna mendukung UMKM yang berada di desa Andonosari sehingga mudah diakses oleh para pelanggan atau konsumen secara digital.

Kata Kunci:

pendampingan dan pelatihan digitalisasi; pin UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia menunjukkan pola yang baik. Adanya dukungan dari pemerintah melalui cara-cara tertentu memengaruhi angka pertumbuhan jumlah unit usaha mikro, kecil, dan menengah. Dan dengan kondisi pandemi serta perkembangan digitalisasi yang sangat pesat, maka diperlukan pengembangan digital terhadap UMKM dalam penyediaan infrastruktur teknologi informasi dan perluasan pasar agar UMKM memiliki daya saing dan dapat meningkatkan kinerjanya (Slamet, et.,al., 2016). Pemanfaatan sarana teknologi dan komunikasi, alokasi kredit usaha dari perbankan untuk rakyat, serta menurunnya tarif pajak PPh Final menjadi beberapa faktor yang mendorong perkembangan UMKM di Indonesia. Meski begitu, pertumbuhan ini dinilai masih lambat karena beberapa faktor pendukung tersebut dinilai belum terlalu efektif. Dan aspek terbesar dari lambatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia sendiri adalah pada aspek teknologi dan pemasaran. Masih banyak pelaku UMKM yang awam terhadap dunia teknologi, dan masyarakat belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi komunikasi secara spesifik.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk memperbaiki kesenjangan digital antar wilayah, terutama untuk usaha UMKM yaitu dengan cara memperluas akses pasar digital (Dina, 2020). Kualitas Produk dari UMKM di Indonesia sendiri

tidak kalah dengan kualitas produk luar maupun lokal yang sudah memiliki *brand image*, hanya saja pengolahan sistem pemasaran mereka masih jauh dan pemanfaatan teknologi yang tidak maksimal menjadikan UMKM tertinggal. Sektor UMKM merupakan salah satu pilar perekonomian penting di Indonesia. Putri (2019) mengungkapkan bahwa UMKM memiliki kontribusi besar dan krusial bagi perekonomian Indonesia. Dari 60 juta pelaku UMKM yang 90% diantaranya adalah usaha mikro, hanya 5% yang sudah *go digital*, sisanya masih konvensional (Duriyanto, 2019). Padahal jika UMKM di Indonesia mayoritas telah menggunakan teknologi komunikasi secara tepat, sangat memungkinkan perekonomian Indonesia akan melesat maju. Oleh karena itu perlu diadakan sosialisasi secara berkala tentang penggunaan teknologi komunikasi yang lebih spesifik dari pemerintah, praktisi, akademisi, masyarakat, maupun dari pemilik UMKM yang sudah menerapkan *go digital* dalam usaha mereka, supaya semakin banyak UMKM yang turut serta *go digital*, dan tentunya jika hal ini tercipta dengan baik, maka Indonesia akan menjadi penguasa perekonomian ASIA dan dunia.

Kotler dan Keller (2012) mengungkapkan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Banyak perusahaan yang memanfaatkan sosial media tersebut untuk dapat berinteraksi dan menjalin hubungan dengan pelanggannya. Kemajuan tersebut dirasa sangat bermanfaat untuk dijadikan sebagai salah satu strategi pemasaran bisnis (Rahmawati, 2016). Digitalisasi atau beralih ke pola perdagangan daring via *marketplace* menjadi satu solusi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bertahan dan menopang perekonomian Indonesia di tengah pandemi COVID-19. Seperti yang kita ketahui bahwa pada era pandemi saat ini sangat sulit menjajakan produk dari para pelaku UMKM di Indonesia maupun mancanegara, banyak pelaku usaha yang mengeluh penjualan menurun drastis yang mengakibatkan banyak UMKM yang gulung tikar dimasa pandemi, dan hal ini akan sangat berpengaruh terhadap segala aspek, mulai dari perekonomian, pengangguran, dan memicu kenaikan angka kriminalitas. Sari (2020) memaparkan digitalisasi telah menjadi sesuatu yang tak terelakkan sekaligus menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM yang jumlahnya cukup besar di Indonesia.

Di masa pandemi ini pemerintah menghimbau untuk tetap menjaga jarak dan menjaga protokol kesehatan. Oleh karena itu, kami disini membantu pelaku UMKM di desa Andonosari ini untuk memasukan data usahanya ke dalam *google maps* agar para calon konsumen tidak lagi kesulitan mencari usaha yang akan dituju, dan tidak perlu melakukan kontak dengan masyarakat untuk mencari lokasi yang akan dituju, dikarenakan UMKM di desa Andonosari telah kami input ke dalam *google maps*.

Program pelatihan dan pendampingan serta penginputan UMKM ke *google maps* ini adalah kegiatan yang kami harapkan membantu perekonomian di desa Andonosari, serta mendukung kemajuan digitalisasi di desa Andonosari. Pelatihan dan pendampingan ini menekankan pada sistem pemasaran UMKM di sana, karena

hasil observasi kami di desa Andonosari tersebut sangat banyak UMKM yang memiliki produk yang berkualitas dan memiliki daya saing, akan tetapi produk tersebut hanya dibeli dan dikenal di desa Andonosari dan sekitarnya dan belum tersebar secara luas. Kendala yang kami hadapi selama pelatihan dan pendampingan adalah banyak masyarakat yang masih tabu (gagap) teknologi, karena mayoritas pemilik UMKM didominasi usia lanjut. Karena kondisi dan permasalahan tersebut, pada waktu pelatihan dan pendampingan kami meminta bantuan dari saudara pelaku UMKM yang usianya terbilang muda, dengan tujuan ada keberlanjutan pembimbingan kepada pemilik usaha untuk menuju *go digital*.

Pengabdian kepada masyarakat ini sebagai wadah untuk memperluas pengetahuan serta mengetahui bagaimana kondisi UMKM di Indonesia secara langsung. Selain itu, sebagai upaya untuk memberikan kontribusi dalam memajukan perekonomian desa, melalui pendampingan digitalisasi untuk mengembangkan UMKM yang sudah ada. Sehingga masyarakat di desa Andonosari menjadi desa yang inovatif dan *go digital* dalam merancang sistem pemasaran UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan kegiatan, kami berkunjung langsung ke lokasi UMKM masyarakat desa Andonosari, kemudian melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai digitalisasi yang bertujuan untuk membantu meningkatkan usaha mereka. Setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan, kami mengumpulkan data UMKM yang selanjutnya di input ke dalam *google maps*. Langkah dalam proses pendampingan dan pelatihan secara detail adalah sebagai berikut.

1. Mempersiapkan Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari pendataan dan pelatihan langsung UMKM di desa Andonosari meliputi kegiatan wawancara mengenai identitas pemilik usaha (nama pemilik usaha, nama produk, alamat lengkap, modal usaha, izin usaha, dan minimal pemesanan produk). Untuk alat yang digunakan yaitu alat tulis dan *handphone* untuk penempatan pin lokasi usaha para pelaku UMKM.

2. Metode Pendampingan Pendataan UMKM bersama Ibu Kades dan Ibu PKK

Kami turba langsung ke lapangan bersama Ibu Kepala Desa dan Ibu PKK untuk pendataan UMKM di setiap rumah warga yang memiliki usaha seperti sari apel, carang mas, keripik pisang, dan sayur mayur. Dengan melakukan turba, maka secara langsung kami mengajak semua para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya secara *go digital*.

3. Metode Pelatihan Digitalisasi Pin UMKM di *Google Maps*

Data UMKM yang telah kami dapatkan melalui pendataan, kemudian kami menginput data tersebut ke dalam *google maps*. Dengan melakukan pelatihan digitalisasi UMKM dan penempatan pin UMKM melalui *google maps* kepada para pelaku usaha diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan UMKM desa Andonosari. Penyebaran pendampingan dan pelatihan UMKM pada

kegiatan diharapkan dapat memberikan memotivasi kepada pelaku usaha untuk lebih semangat lagi dalam memajukan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pelaksanaan pendampingan dan pelatihan digitalisasi UMKM di *google maps* desa Andonosari kami melakukan serangkaian kegiatan sebagai berikut.

1. Tahapan Pendampingan Pendataan UMKM

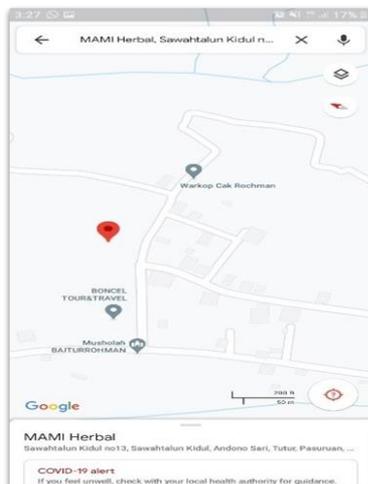
Pendataan UMKM di desa Andonosari dilakukan di setiap dusun dengan mendatangi setiap rumah yang mempunyai usaha UMKM, kami mengumpulkan informasi dengan menggunakan teknik wawancara dimana cara mengajukan pertanyaan secara lisan dan dijawab dengan lisan juga. Kami mengajukan pertanyaan kepada pemilik UMKM meliputi nama pemilik usaha, modal usaha, minimal pemesanan, nama produk-produk yang di jual, surat izin usaha, dan harga produk yang di jual. Dalam melaksanakan kegiatan ini kami dibantu oleh Ibu Kepala Desa dan perwakilan kelompok Ibu PKK.



Gambar 1. Pendataan UMKM

2. Tahapan Pelatihan Digitalisasi Pin UMKM di *Google Maps*

Menyadari pentingnya penggunaan *google maps* bagi para pelaku UMKM, kami membuat program kerja yang bermanfaat untuk masyarakat desa Andonosari yaitu membantu cara marketing usaha UMKM yang ada di desa Andonosari dengan cara mempatkan nama, alamat, serta lokasi usaha mereka di *google maps*, maka secara otomatis lokasi usaha para pelaku UMKM akan terdeteksi di *google maps*. Tampilan lokasi usaha (pin) di *google maps* kini juga sangat mudah diakses oleh siapa saja, baik melalui seluler maupun laptop atau PC.



Gambar 2. Pin UMKM di Desa Andonosari

Fasilitas ini akan secara langsung menampilkan alamat dan profil usaha para pelaku UMKM desa Andonosari. Dengan begitu, para konsumen atau pelanggan akan datang langsung ke tempat usaha yang dituju, dengan panduan dari fasilitas *google maps* tersebut. Hal ini guna memudahkan pelanggan atau konsumen luar untuk menemukan lokasi usaha masyarakat desa Andonosari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan dan pelatihan digitalisasi Pin UMKM di *google maps* desa Andonosari, Kecamatan Tutur, Kab. Pasuruan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendampingan dan pelatihan pada masyarakat di desa Andonosari berjalan dengan sesuai rencana, pelaku UMKM dapat mengetahui sistem pemasaran modern dan mengetahui hal apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga pelaku UMKM mampu bersaing dengan UMKM yang lain.
2. Antusias masyarakat desa Andonosari sangat bagus, mereka sangat menerima dengan baik seluruh materi pendampingan dan pelatihan. Setelah kegiatan ini, pelaku UMKM mampu untuk menjalankan sistem pelatihan pemasaran yang telah kami berikan, sehingga kami berharap UMKM di desa Andonosari dapat bersaing dan semakin maju yang nantinya akan mendukung kemajuan perekonomian desa Andonosari.
3. Untuk pengumpulan data UMKM di desa Andonosari sudah dikumpulkan semua, dan sudah kami input ke dalam *google maps*, sehingga calon konsumen dapat mengetahui letak lokasi UMKM yang dapat dituju dengan tepat dan akurat, sehingga yang diharapkan dengan penginputan data UMKM di desa Andonosari ini dapat membantu meningkatkan penjualan dan dapat memajukan perekonomian desa Andonosari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian dalam pengabdian ini mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Malang, kepada seluruh warga desa Andonosari, Ibu Kepala Desa dan Ibu PKK yang telah membantu melancarkan proses pendampingan dan pelatihan digitalisasi pin UMKM di *google maps*.

DAFTAR RUJUKAN

- Dina, S. A. (2020). *Pemerintah Dinilai Perlu Fokus Perluas Akses Pasar Digital UMKM*. Diakses tanggal 1 September 2021 pada laman: <https://www.antaranews.com/berita/1886460/pemerintah-dinilai-perlu-fokus-perluas-akses-pasar-digital-umkm>
- Durianto, Darmadi. (2019). *Digitalisasi UMKM tak Mudah*. Diakses tanggal 5 Agustus 2021 pada laman: <https://www.indotelko.com/read/1573428039/digitalisasi-umkm>
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 14 Jakarta: Erlangga.
- Putri, Arum S. (2019). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Diakses tanggal 3 Agustus 2021 pada laman: <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia>
- Rahmawati, Edy. (2016). *E-Marketing : Strategi Pemasaran Ukm Berbasis Teknologi Informasi Untuk Menembus Pasar Global, Seminar Nasional IENACO-2016 ISSN: 2337 - 4349*. Management Department, Faculty of Economics & Business, University Of Mataram.
- Sari, D. A. (2020). *Digitalisasi, Solusi UMKM Bertahan Kala Pandemi*. Diakses tanggal 20 September 2021 pada laman: <https://www.antaranews.com/berita/1577194/digitalisasi-solusi-umkm-bertahan-kala-pandemi>
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). *Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.