

Kolaborasi Perguruan Tinggi dan Lembaga Dalam Peningkatan Literasi Digital UMKM

Ismi Kaniawulan^{1*}, Irsan Jaelani¹

¹ Program Studi Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana

* ismi@wastukencana.ac.id; irsan@wastukencana.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM untuk melakukan digital inovasi adalah kurangnya sumber daya manusia di UMKM yang memiliki pengetahuan dibidang literasi digital. Kolaborasi dengan pihak Lembaga swasta, pemerintah dan perguruan tinggi menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan UMKM dalam literasi digital. Pelatihan ini memiliki tujuan kolaborasi antara perguruan tinggi dan Lembaga untuk meningkatkan literasi digital bagi UMKM, secara khusus tentang Digital Marketing yang dapat memberikan kemudahan dalam mengiklankan produk UMKM. Purwakarta. Metoda pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat terdiri dari 2 (dua) metoda yaitu Metoda Daring dan Metoda Luring. Hasil dari kolaborasi antara perguruan tinggi dan Lembaga Pembina UMKM akan meningkatkan literasi digital bagi UMKM sehingga meningkatkan kinerja inovasi digital UMKM.

Kata kunci — Kolaborasi, Perguruan Tinggi, Lembaga, UMKM, Kinerja Inovasi Digital UMKM.

ABSTRACT

The problem faced by SMEs to carry out digital innovation is the lack of human resources in SMEs who have knowledge in the field of digital literacy. Collaboration with private institutions, government and universities is one of the solutions that can be done to increase SMEs knowledge in digital literacy. This training has the aim of collaboration between universities and institutions to improve digital literacy for SMEs, specifically on Digital Marketing which can provide convenience in advertising SMEs products. Purwakarta. The method of implementing community service activities consists of 2 (two) methods, Online Methods and Offline Methods. The results of the collaboration between universities and the Institution will increase digital literacy for SMEs to improve the SMEs digital innovation Performance

Keywords — *collaboration, universities, Institution, SMEs, SMEs digital innovation performance*

 OPEN ACCESS

© 2023. Author's



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Teknologi informasi menjadi sumber dari keunggulan kompetitif dalam peningkatan operasional yang unggul, pengambilan keputusan, inovasi produk dan layanan atau peningkatan pemasaran dan penjualan secara luas [1]. Teknologi Informasi dapat meningkatkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan bisnis, meningkatkan kompetitif Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga UMKM mampu menyamakan kedudukan dengan perusahaan besar dan meningkatkan pertumbuhan bisnis dan kelangsungan hidup [2].

Pemerintah mendorong inovasi teknologi informasi UMKM agar perekonomian di Indonesia semakin meningkat. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami peningkatan Pendapatan Domestik Bruto Republik Indonesia sekitar RP. 2.432 triliun. Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, pada tahun 2018 terdapat 783.132 Unit Usaha Kecil dan 60.702 Unit Usaha Menengah sedangkan Tahun 2019 terdapat 798.679 Unit Usaha Kecil dan 65.465 Unit Usaha Menengah. Terjadi kenaikan 15.547 atau sekitar 1.99% Unit Usaha Kecil dan 4.763 atau sekitar 7.85% Unit Usaha Menengah.

Pada tahun 2019 permasalahan UKM yang paling dominan adalah modal usaha, belum memiliki badan usaha yang jelas, rendahnya kesadaran pembayaran pajak, kurang inovasi dan kurangnya pengetahuan di bidang Teknologi. Pada masa pandemi permasalahan UKM semakin kompleks masalah modal tetap menjadi masalah utama ditambah dengan daya beli masyarakat menurun dan kurangnya jaringan yang dimiliki sehingga UKM harus berupaya lebih keras untuk dapat bertahan, bangkit dan berkompetitif. Pemerintah dan stakeholder mendorong UKM untuk bangkit dalam menghadapi permasalahan. Kolaborasi dan inovasi diyakini mampu menjadi solusi dalam permasalahan UKM di Indonesia.

Penelitian dalam konteks kolaborasi dan inovasi dilakukan baik di perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) kini menjadi sebuah fenomena baru dalam objek penelitian. Kontribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

terhadap perkembangan ekonomi suatu Negara tidak bisa dianggap sebelah mata, terlebih pada masa covid-19, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tumbuh dan berkembang hingga mampu membuat perekonomian bangkit dari keterpurukan, seperti yang disampaikan oleh beberapa penelitian dalam [3] bahwa UKM adalah salah satu bisnis yang diklasifikasikan sebagai alat untuk peningkatan pertumbuhan ekonomi di suatu Negara. UKM mengalami kesulitan saat masa krisis namun UKM lebih cepat beradaptasi dan memiliki fleksibilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar dalam menghadapi perubahan eksternal dan faktor lingkungan [3].

UKM menghadapi globalisasi dan teknologi, seharusnya melakukan kolaborasi sebagai strategi *co-competition* dengan ekosistem luar sebagai partner untuk mendapatkan peningkatan dari kekurangan sumber daya yang dimiliki dan kekuatan posisi pasar dengan memanfaatkan inovasi teknologi. Kolaborasi dikelola secara efektif dapat berdampak pada pengelolaan sumber daya eksternal sebaik sumber daya internal sambil meningkatkan *value co-creation* dan mendapatkan tujuan akhir, dengan kata lain perusahaan perlu mengadopsi konfigurasi *open business model* [4].

Kolaborasi antara UKM, pemerintah, BUMN dan Startup menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk peningkatan inovasi teknologi informasi [4]. Peran serta pemerintah dan BUMN mampu menjembatani kesulitan UKM dalam peningkatan kemampuan untuk meningkatkan keuntungan kompetitif. Kolaborasi perguruan tinggi dan industri dalam [5] menyatakan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja inovasi pada UMKM. Dijelaskan dalam penelitian ini bahwa kolaborasi terdiri dari formal dan informal. Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi informal dengan universitas merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja inovasi UKM.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM untuk melakukan digital inovasi adalah kurangnya sumber daya manusia di UMKM yang memiliki pengetahuan dibidang literasi digital. Kolaborasi dengan pihak Lembaga swasta, pemerintah dan perguruan tinggi menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk

meningkatkan pengetahuan UMKM dalam literasi digital. Pelatihan ini memiliki tujuan kolaborasi antara perguruan tinggi dan Lembaga untuk meningkatkan literasi digital bagi UMKM secara khusus tentang Digital Marketing yang dapat memberikan kemudahan dalam mengiklankan produk UMKM.

2. Target dan Luaran

Kerjasama Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana dengan Rumah BUMN tertuang dalam *Memorandum of Understanding (MoU)* tertanggal dua puluh sembilan maret dua ribu dua puluh dua meliputi ruang lingkup pengembangan potensi sumber daya manusia kedua belah pihak melalui program Pendidikan dan pembelajaran, pelatihan kewirausahaan dan seminar dan workshop terutama dalam program peningkatan dan pengetahuan bagi para pelaku usaha ekonomi mikro yang ada dalam pembinaan Rumah BUMN dan mahasiswa/mahasiswi Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana.

Meningkatkan Kolaborasi antar Perguruan Tinggi dengan Lembaga Swasta untuk peningkatan pengetahuan Digital bagi para pelaku usaha ekonomi mikro, dilakukan secara berkala oleh Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana dengan Rumah BUMN Purwakarta.

Metoda pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat terdiri dari 2 (dua) metoda yaitu Metoda Daring dan Metoda Luring. Secara umum metoda pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui tahapan sebagai berikut: (1) Rumah BUMN dan STT Wastukencana bersepakat waktu dan tempat pelaksanaan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan bagi UMKM; (2) STT Wastukencana menentukan narasumber dan tema pelatihan terkait digitalisasi di UMKM; (3) Rumah BUMN membuat flyer promosi yang disebarluaskan ke UMKM yang ada dibawah naungan pembinaan Rumah BUMN; (4) peserta UMKM melakukan pendaftaran; (5) pelaksanaan kegiatan pelatihan/pengabdian masyarakat. Peserta pelatihan adalah UMKM pelaku usaha dibawah binaan Rumah BUMN, Moderator dari Rumah BUMN, dan narasumber dosen-dosen Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana.

2.1. Metode Daring

Wabah Covid-19 menjadi terobosan teknis pelaksanaan kegiatan pelatihan dari tatap muka menjadi daring sehingga peserta, moderator dan narasumber bertatap maya melalui platform. Berikutnya setelah Covid-19 berlalu, beberapa kegiatan pelatihan dilakukan secara daring. Platform yang digunakan adalah Zoom Meeting.

2.2. Metode Luring

Metoda luring dilakukan dalam sebuah ruangan kelas/ruang pelatihan yang disediakan oleh Rumah BUMN dengan fasilitas yang memadai seperti proyektor dan layar dan alat multimedia seperti Televisi, Internet dan Audio yang memadai.

3. Pembahasan

Artikel ini akan membahas dua pelaksanaan pelatihan/pengabdian masyarakat yang diselenggarakan kolaborasi STT Wastukencana dengan Rumah BUMN untuk meningkatkan literasi digital UMKM dibawah binaan Rumah BUMN.

3.1. UMKM Makin Digital Makin Maju.

Pelatihan dengan tema UMKM, Makin Digital Makin Maju merupakan tema pelatihan yang disampaikan oleh Ismi Kaniawulan., S.T., M.T yang dilaksanakan pada bulan Juli 2022 secara daring.



Gambar 1. Cover depan Slide Materi UMKM Makin Digital Makin Maju

Materi yang disampaikan merupakan pengetahuan dasar mengenai digitalisasi UMKM. Digitalisasi UMKM dapat diartikan sebagai perubahan dari sistem konvensional ke digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis dan operasional UMKM. Gambar 1 memperlihatkan cover depan slide materi UMKM Makin digital makin maju.

Untuk melangkah kedalam Digitalisasi UMKM ada beberapa faktor pendukung diantaranya budaya organisasi, kepercayaan, sikap pemilik UKM, pendukung kemampuan digital, jaringan dan platform sedangkan faktor penghambat antara lain perencanaan yang buruk, kurangnya proses formal, kurangnya pemahaman nilai teknologi dan kinerja bisnis, ketergantungan pada sumber daya eksternal kompetensi IT.

Belajar dari temuan penelitian 43 UKM di Eropa menurut [6] Fase penyelarasan Digital terdiri dari 5 (lima) fase. (1) Passive Acceptance : penggunaan teknologi digital terbatas hanya disebabkan dorongan eksternal; (2) Connection : Penggunaan beberapa alat untuk kegiatan internal dan eksternal, menggambarkan kemajuan dari fase sebelumnya di mana penggunaan alat digital minimal; (3) Immersion : penggunaan teknologi digital yang agak canggih dan saling ketergantungan yang tumbuh antara bisnis dan teknologi; (4) Fusion : penggunaan alat digital yang ekstensif yang digunakan untuk memenuhi tujuan bisnis, disini penyelarasan strategi digital terlihat tidak seperti fase sebelumnya, dimana perusahaan menggunakan teknologi untuk mendukung strategi bisnis. (5) transformation: penggunaan teknologi digital yang sengaja untuk mengubah bisnis, pada fase transformasi mengejar realisasi reorganisasi tersebut.

Peluang-peluang pemanfaatan Teknologi Digital oleh UMKM yaitu Digital Marketing, Sosial Media, E-Wallet, Digital Commerce, Aplikasi penjualan dan Laporan Keuangan, dan Aplikasi Big Data. Gambar 2 Slide contoh Aplikasi penjualan dan laporan keuangan.



Gambar 2. Slide contoh Aplikasi Penjualan dan Laporan Keuangan

Berikut bukti foto kegiatan pada saat Pelatihan UMKM Makin Digital Makin Maju. Gambar 3 Presentasi via zoom.



Gambar 3. Presentasi yang membahas Data Pengguna Internet di Indonesia – 2021

Gambar 4 memperlihatkan interaksi peserta, moderator dan Narasumber dalam layer zoom meeting secara tatap maya.



Gambar 4. Layar Zoom Interaksi Peserta, Moderator dan Narasumber

3.2. Optimasi Pemasaran Digital dengan menggunakan “Ads” Untuk Pemula.

Pelatihan dengan Optimasi Pemasaran Digital dengan menggunakan “Ads” untuk Pemula di sampaikan oleh Irsan Jaelani., S.T., M. Kom, dilaksanakan pada tanggal 15 September 2022 secara Luring.



Gambar 5. Flyer Promosi Pelatihan Optimasi Digital dengan Menggunakan “Ads” Untuk Pemula

Materi yang disampaikan merupakan materi dasar tentang digital marketing, karena UMKM sudah memanfaatkan media sosial dan internet sehingga digital marketing menjadi hal yang memungkinkan digunakan dalam penyelaras digital dengan bisnis masuk ke dalam fase ke dua yaitu Connection: Penggunaan beberapa alat untuk kegiatan internal dan eksternal, menggambarkan kemajuan dari fase sebelumnya di mana penggunaan alat digital minimal.



Gambar 6. Slide Materi Optimasi Digital dengan Menggunakan “Ads” Untuk Pemula

Pelatihan ini mengajarkan materi dasar tentang digital marketing mulai dari konsep periklanan, media sosial yang dapat digunakan untuk digital marketing, dan cara menggunakan fitur “ads” untuk peserta yang akan memasarkan produknya dengan memanfaatkan Facebook dan Instagram “Ads”.

Secara konsep digital marketing terbagi menjadi 3 (tiga) yaitu Traffic, Conversion dan

Engagement. Dua jenis periklanan dalam dunia online terbagi menjadi search advertising dan display advertising. Iklan yang dilakukan untuk menangkap calon pelanggan dari pengguna social media antara lain Instagram, WhatsApp dan Facebook.

Skill iklan dapat dimanfaatkan untuk jual produk sendiri, *dropshipper*, *reseller*, *affiliate marketer*, *digital marketer*, sales dan bagi pemula yang belajar dunia bisnis.

Platform iklan berbayar yang dapat dimanfaatkan antara lain Fb, IG, Youtube, Google dan Tiktok. Perbandingan antara iklan digital dan konvensional antara lain digital memperoleh hasil real time dibandingkan iklan konvensional yang tidak mendapatkan data akurasi, cakupan pasar lebih luas, fleksibel merubah ads, budget dapat disesuaikan dengan kemampuan.

Berikut Gambar 7 foto pada saat pelatihan dilangsungkan di Rumah BUMN.



Gambar 7. Foto Kegiatan saat Pelatihan

Gambar 8 Peserta, panitia penyelenggara dan Narasumber ber foto bersama.



Gambar 8. Foto Bersama

4. Kesimpulan

Kurangnya Literasi Digital dan Sumber Daya Manusia yang memadai di UMKM, menjadi salah satu permasalahan terlambatnya kinerja inovasi digital di UMKM. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan literasi digital di UMKM adalah dengan dilakukan Kolaborasi antara perguruan tinggi dan Lembaga pembina UMKM memberikan pelatihan dan peningkatan literasi digital.

Harapan dalam pelatihan ini, UMKM dapat mempraktekan dan meningkatkan kinerja inovasi digital UMKM, sehingga UMKM Makin Digital Makin Maju.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih saya ucapkan kepada Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana dan Rumah BUMN atas ijin dan dukungan biaya selama melakukan kegiatan ini.

6. Daftar Pustaka

- [1] T. Ramayah, J. W. C. Lee, and J. B. C. In, "Network collaboration and performance in the tourism sector," *Service Business*, vol. 5, no. 4, pp. 411–428, 2011, doi: 10.1007/s11628-011-0120-z.
- [2] B. Ramdani, D. Chevers, and D. A. Williams, "SMEs' adoption of enterprise applications: A technology-organisation-environment model," *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 20, no. 4, pp. 735–753, 2013, doi: 10.1108/JSBED-12-2011-0035.
- [3] A. A. Purwati, Budiyanto, Suhermin, and M. L. Hamzah, "The effect of innovation capability on business performance: the role of social capital and entrepreneurial leadership on smes in indonesia," *Accounting*, vol. 7, no. 2, pp. 323–330, 2020, doi: 10.5267/j.ac.2020.11.021.
- [4] A. Ghezzi, A. Cavallo, S. Sanasi, and A. Rangone, "Opening up to startup collaborations: open business models and value co-creation in SMEs," *Competitiveness Review*, 2020, doi: 10.1108/CR-04-2020-0057.
- [5] R. Apa, V. De Marchi, R. Grandinetti, and S. R. Sedita, "University-SME collaboration and innovation performance: the role of informal relationships and absorptive capacity," *Journal of Technology Transfer*, vol. 46, no. 4, pp. 961–988, Aug. 2021, doi: 10.1007/s10961-020-09802-9.
- [6] A. I. Canhoto, S. Quinton, R. Pera, S. Molinillo, and L. Simkin, "Digital strategy aligning in SMEs: A dynamic capabilities perspective," *Journal of Strategic Information Systems*, vol. 30, no. 3, Sep. 2021, doi: 10.1016/j.jsis.2021.101682.