

**Pengembangan Kompetensi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah
Kelurahan Purwodiningratan Surakarta
Guna Mewujudkan Digital Preneur**

Prima Veronika, Navadilla Ramadhani, Nareswari Rineka Ragacitta, Nirmana Ratri Prabandaru, Nabila Nuzulla Firdausi, Nabil Abdurrahman Taib, Nurdina Tamelia, Nana Naharunna, Syahlaa' Shoofi Ibrahim, Aditya Nur Rahmawati, Ifa Djatunnisa

Universitas Sebelas Maret

primaveronika1993@staff.uns.ac.id

Info Artikel

Masuk: 19/10/2024

Revisi: 09/01/2025

Diterima: 17/05/2025

Terbit: 20/05/2025

Keywords:

Digital Entrepreneur, Drill and Practice, Purwodiningratan, Surakarta, UMKM.

Kata kunci:

Digital Preneur, Drill and Practice, Purwodiningratan, Surakarta, UMKM

P-ISSN: 2598-2273

E-ISSN: 2598-2281

DOI : 10.33061

Abstract

This UMKM socialization activity aims to develop the digital competence of UMKM actors in order to create digital entrepreneurs who can compete with the complex dynamics of today's market. With the digitalization of UMKM actors, It is anticipated that UMKM owners will recognize the significance of strengthening their understanding of financial management, marketing strategies, and the application of appropriate technology, so that they can position their businesses effectively and efficiently. This activity uses the Lecture and Drill and Practice methods which can attract the public to join in the activity. The data from this study reveals, (1) The socialization of UMKM digitalization provides benefits for the development of UMKM businesses in Purwodiningratan Village, (2) Increases digital competence for UMKM actors in the use of digital marketing platforms such as: marketplaces, digital payment methods using QR Code scans (QRIS), and digital financial records, and (3) UMKM actors are able to practice making digital payments in the form of QR Codes (QRIS) independently so that digital entrepreneurs can develop in Purwodiningratan Village.

Abstrak

Kegiatan sosialisasi UMKM sasarannya ialah mengembangkan kompetensi digital pelaku UMKM agar dapat mewujudkan digital preneur yang dapat bersaing dengan kompleksnya dinamika pasar saat ini. Dengan adanya digitalisasi bagi pelaku UMKM, diharapkan para pemilik UMKM memahami akan pentingnya memperkuat pemahaman mengenai manajemen keuangan, strategi pemasaran, serta penerapan teknologi yang tepat, sehingga mereka dapat memposisikan usaha mereka dengan efektif dan efisien. Kegiatan ini menggunakan metode Ceramah dan Drill and Practice yang dapat menarik masyarakat untuk ikut bergabung dalam kegiatan tersebut. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa, (1) Sosialisasi digitalisasi UMKM memberikan manfaat bagi pengembangan usaha UMKM di Kelurahan Purwodiningratan, (2) Menambah kompetensi digital bagi pelaku UMKM dalam penggunaan digital marketing platform seperti: marketplace, metode pembayaran digital menggunakan scan QR Code (QRIS), dan pencatatan keuangan secara digital, serta (3) Pelaku UMKM mampu mempraktikkan pembuatan pembayaran digital berupa QR Code (QRIS) secara mandiri sehingga digital preneur dapat berkembang di Kelurahan Purwodiningratan.

PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM sangat krusial dalam menjamin ketersediaan barang dan jasa bagi masyarakat (Vinatra, 2023). UMKM memiliki dampak yang luas dan positif bagi masyarakat. Dengan menyediakan berbagai produk dan jasa, UMKM membuka lapangan kerja, memacu dalam peningkatan ekonomi tingkat lokal, dan meningkatkan daya beli masyarakat. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. UMKM berperan aktif dalam mendorong munculnya ide-ide kreatif dan pengembangan keterampilan baru. Akan tetapi, dampak positif UMKM tidak akan terjadi apabila menerapkan strategi pemasaran yang tidak relevan dengan perkembangan era digital 4.0, seperti strategi konvensional (Mashuri, 2019). Strategi konvensional yang diimplementasikan dalam kegiatan UMKM tidak akan berkembang dengan baik akibat terbatasnya ruang dan waktu. Kendala UMKM dalam digitalisasi menjadi masalah utama dan hal tersebut berpengaruh kepada perkembangan UMKM di Indonesia. Dibandingkan dengan negara tetangga, partisipasi UMKM Indonesia dalam pasar ekspor global masih relatif kecil. Adapun faktor yang mempengaruhi rendahnya hal tersebut adalah karena masih sedikitnya penerapan digitalisasi bisnis dari para pelaku UMKM. Permasalahan terkait rendahnya penggunaan digitalisasi dalam UMKM ini memberikan dampak lain seperti kurang efektif dan efisiennya pembayaran konvensional dengan uang tunai, minimnya ruang lingkup pemasaran, dan rendahnya pelaku *digital preneur* sebagai pelaku UMKM.

Permasalahan terkait strategi konvensional dialami langsung oleh pelaku UMKM di Kelurahan Purwodiningrat Surakarta karena sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan pembayaran tunai yang kurang efisien dan rendahnya pelaku UMKM yang menerapkan digitalisasi dalam usahanya. Untuk itu diperlukan sebuah strategi yang baru sebagai upaya untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan permintaan pasar yang tinggi. Tim sosialisasi dari KKN UNS memberikan sebuah strategi dengan menerapkan digitalisasi kepada pelaku UMKM melalui sosialisasi dan pelatihan digital. Menurut Aminah, H., et al (2020) edukasi mengenai penggunaan digital pada pelaku UMKM sangat bermanfaat untuk menumbuhkan kewirausahaan yang kreatif dan mandiri, salah satunya melalui penggunaan media sosial. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Farastutie et all, (2023) yang membahas mengenai optimalisasi digital marketing memberikan perubahan yang signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM di Rungkut Kidul.

Penerapan digitalisasi pada UMKM selain untuk strategi adaptasi dengan perkembangan zaman juga terbukti efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas meningkatkan efisiensi operasional, dan mampu meningkatkan pendapatan pelaku UMKM (Aisyah dan Rachmadi, 2022; Darmaningrum et all, 2024; Nurhadi dan Susilo, 2021; Febriyanti dan Mahadewi, 2023; Jamilah dan Akwila, 2023; Wahyudi, 2022). Pengembangan strategi ini haruslah didukung oleh berbagai pihak agar dapat berjalan secara berkelanjutan agar tercapai kemandirian dan mampu mewujudkan digital preneur pada pelaku UMKM (Fuadi et all, 2021 dan Anggraeni, 2021). Oleh karena itu melalui kegiatan ini, kami tertarik untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat dalam program kerja KKN. Luaran dari kegiatan ini adalah masyarakat dapat mengetahui, mengenal dan mempraktikkan langsung cara pembuatan QR *Code*. Dengan mengetahui berbagai manfaat dan kemudahan dalam penggunaan QR *Code*, maka diharapkan akan lebih banyak masyarakat yang menggunakannya. Terlebih lagi saat ini banyak konsumen yang lebih menyukai pembayaran melalui *e-wallet* atau *cashless*.

METODE PELAKSANAAN

Rangkaian kegiatan dalam pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi dan latihan praktik. Melalui observasi langsung di lapangan, tim peneliti berusaha memahami secara mendalam permasalahan yang dihadapi UMKM terkait transformasi digital. Lokasi sosialisasi ini berada di Kelurahan Purwodiningrat, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta. Tim pengabdi melakukan wawancara kepada seluruh responden yang menjalankan UMKM terkait usaha dan promosi yang mereka lakukan. Metode sosialisasi merupakan proses pembentukan kepribadian dan identitas individu melalui interaksi dengan lingkungan sosial. Sejak kecil, manusia seringkali mempelajari tentang hal yang dianggap benar atau salah, serta cara berinteraksi dengan orang lain sesuai dengan status dan peran kita di masyarakat. Selain itu, kegiatan ini juga memanfaatkan metode latihan dan praktik berulang. Penggunaan metode *drill and practice* dalam kegiatan ini merujuk pada kegiatan praktik pembuatan terkait sistem pembayaran *cashless* berupa kode QR yang dapat digunakan para pelaku UMKM dalam mempermudah pembayaran. Pelatihan pembuatan kode QR dilaksanakan dengan bimbingan dari narasumber yang dilanjutkan dengan praktik secara langsung oleh masyarakat.

PEMBAHASAN

UMKM yang terdapat di Kelurahan Purwodiningratan, Surakarta didominasi oleh sektor usaha rumahan yang berjalan dalam bidang *food and beverage* (FnB). Usaha rumahan yang paling besar di sana adalah usaha rumahan yang memproduksi karak atau kerupuk yang terbuat dari olahan nasi. Menurut narasumber usaha karak miliknya sering dipesan oleh Bapak Joko Widodo pada saat mendekati hari raya. Sedangkan usaha rumahan lainnya meliputi tenongan, katering, ataupun snack makanan. Warga Kelurahan Purwodiningratan memilih bidang FnB untuk sektor usaha miliknya karena menguntungkan bagi pengusaha terlebih ketika melihat permintaan dan minat pasar yang besar akan kebutuhan makanan olahan.

Melihat kondisi pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Purwodiningratan tersebut, kami mencoba untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terlebih pelaku UMKM melalui sebuah sosialisasi yang berkaitan dengan digitalisasi bisnis. Penyuluhan ini penting untuk dilaksanakan dengan harapan dapat memberikan manfaat kepada pelaku UMKM dalam keberlangsungan bisnis yang mereka jalankan. Sehingga nantinya, pelaku UMKM dapat secara mandiri memajukan usahanya melalui digitalisasi bisnis. Kegiatan sosialisasi ini berfokus pada pemberian materi terkait UMKM, strategi promosi, dan praktik secara langsung pembuatan QR *Code* sebagai bentuk implementasi dari metode *Drill and Practice* yang diterapkan.

Kegiatan sosialisasi terbagi menjadi tiga sesi interaktif, artinya sosialisasi ini terjadi secara dua arah dengan metode tanya jawab. Pertama, pemaparan materi mengenai UMKM mulai dari pengertian, jenis-jenis UMKM, dan bagaimana strategi promosi UMKM melalui media power point. Kedua, penyuluhan dan sosialisasi promosi usaha melalui digital platform untuk mewujudkan digital preneur di Kelurahan Purwodiningratan. Ketiga, Praktik pembuatan pembayaran digital menggunakan QR *Code* (QRIS). Penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital UMKM dapat membuat proses pembayaran menjadi lebih efektif dan efisien (Puriati et all, 2023). Upaya tersebut diharapkan dapat menggerakkan, mendukung perekonomian, dan mempermudah pelaku UMKM dalam menerima berbagai metode pembayaran yang digunakan. Peralihan dari metode tunai ke non-tunai seperti transfer elektronik dan kartu kredit telah memberikan akses terhadap pilihan pembayaran yang lebih cepat dan nyaman bagi dunia usaha, khususnya UMKM. Dalam sebuah penelitian diketahui bahwa pembayaran digital tidak hanya menyederhanakan transaksi, tetapi juga meningkatkan penjualan dan produktivitas, serta memberikan peningkatan keamanan, pelacakan, dan menurunkan biaya operasional (Handayani dan Soeparan, 2022). Berikut uraian kegiatan sosialisasi ini.

Gambar 1. Perangkat Desa Memberikan Sambutan dan Pengantar



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kegiatan sosialisasi diawali dengan pemberian sambutan dan pengantar dari perangkat desa setempat, yaitu Bapak Gentil Fernandez De Carvalho selaku Lurah Purwodiningrat dan Bapak Sri Wahono Ketua RW 08. Selaku perangkat desa, beliau mengapresiasi dan mengucapkan terimakasih kepada tim pengabdi untuk kegiatan sosialisasi ini. Beliau berharap kegiatan sosialisasi ini mampu menumbuhkan semangat masyarakat untuk meningkatkan daya jual dengan penggunaan metode pembayaran non tunai. Dengan demikian, akan lebih memudahkan konsumen dalam hal pembayaran, yang saat ini banyak kita temukan masyarakat yang lebih menyukai pembayaran secara non tunai. Bagi penjual pun, akan terbantu dengan pembayaran non tunai ini, karena mereka tidak direpotkan lagi untuk mencari uang receh atau nominal kecil untuk memberikan uang kembalian kepada konsumen. Seringkali konsumen harus menunggu beberapa saat ketika penjual harus menukar uang kepada pembeli atau penjual lain agar mendapat uang dengan nominal kecil supaya dapat memberikan kembalian kepada konsumennya.

Gambar 2. Narasumber Memaparkan Materi



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah pembukaan dari beberapa perangkat desa, rangkaian kegiatan selanjutnya adalah pemaparan materi dari narasumber yaitu Audrey Nethania Wibowo. Audrey adalah seorang

mahasiswa tingkat akhir dari prodi Hubungan Internasional di UNS yang memiliki minat pada isu-isu sosial, pengembangan pemuda, dan kerja sama internasional. Memiliki ketertarikan untuk mempelajari hal-hal baru dan mencari lebih banyak pengalaman untuk mengembangkan dirinya. Seseorang yang aktif dalam organisasi, komite, memiliki minat dalam keterampilan komunikasi dan berbicara di depan umum. Ia senang untuk terlibat dalam kegiatan yang menginspirasi dan mampu menyebarkan dampak positif kepada orang lain. Narasumber yang aktif dalam organisasi Generasi Bank Indonesia (GenBI), sehingga memiliki keterkaitan erat dengan topik pembahasan mengenai digital preneur. Sosialisasi ini memberikan pemahaman terkait digitalisasi bisnis kepada para pelaku UMKM sehingga mereka dapat mengembangkan usaha yang dimiliki melalui teknologi.

Dari pemaparan materi yang disampaikan oleh narasumber tersebut, dapat diketahui bahwa manfaat dari adanya sosialisasi ini antara lain adalah: (1) Dapat mengenalkan platform digital kepada masyarakat terlebih bagi pelaku bisnis bahwa mereka dapat memasarkan bisnis mereka dengan cakupan yang lebih luas salah satunya melalui marketplace. (2) Dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kompleks. (3) Memberikan pemahaman terkait metode pembayaran digital atau cashless melalui penggunaan QRIS yang lebih efisien dalam proses transaksi. (4) Melalui sosialisasi ini harapannya mampu menumbuhkan motivasi bagi pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dalam menjalankan bisnis mereka. Hal ini sejalan dengan hasil riset dari Okawati & Agustina (2022) yang menyatakan bahwa penyuluhan tentang pembuatan konten digital untuk pengembangan komunitas UMKM dapat meningkatkan pengetahuan, motivasi, serta memberikan ide kepada peserta dalam mencipta konten digital yang sesuai dengan usaha yang dijalankan dan ditargetkan pada pelanggan.

Gambar 3. Implementasi Drill and Practice



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah pemaparan materi selesai, kegiatan selanjutnya adalah kegiatan diskusi dengan masyarakat sebagai audiens. Dari kegiatan diskusi tersebut dapat diketahui bahwa mulai muncul keinginan dan minat masyarakat untuk mengetahui lebih lanjut tentang penggunaan QR Code. Meskipun UMKM mereka masih tergolong sederhana, seperti warung kelontong, berjualan jajanan, pulsa, dll. Menurut beberapa masyarakat, adanya QR Code memudahkan mereka tidak begitu repot mencari pecahan uang kecil atau uang receh sebagai kembalian. Ketika tidak ada uang receh sebagai kembalian, tidak jarang mereka harus menukarkan uang kepada sesama pedagang, tetangga atau teman-temannya yang lain. Selama proses diskusi antara masyarakat dan narasumber, dapat diketahui bahwa antusiasme mereka sangat tinggi. Terbukti dari banyaknya masyarakat yang bertanya seluk beluk pembuatan dan penggunaan QR Code. Menurut masyarakat, sosialisasi dan pelatihan seperti ini harus dilanjutkan secara berkala guna mendampingi masyarakat agar lebih memahami tentang digitalisasi dalam kehidupan sehari-hari utamanya untuk kegiatan transaksi jual beli.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan praktik secara langsung pembuatan QR Code ini bertujuan untuk memperkenalkan platform digital, meningkatkan kesadaran tentang persaingan pasar, serta memberikan opsi metode pembayaran digital kepada pelaku UMKM. Melalui sosialisasi ini, diharapkan UMKM bisa meningkatkan produktivitas, efisiensi, serta daya saing mereka serta mengadopsi teknologi digital untuk memajukan usaha mereka secara mandiri. Diharapkan strategi digitalisasi dapat menjadi solusi yang membangun atas permasalahan yang terjadi di Kelurahan Purwodiningrat sehingga UMKM yang ada dapat terus relevan dengan perkembangan zaman yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 442-448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>.
- Aminah, H., Susita, D., & Hamidah. (2020). UMKM Go Online! Pengembangan Kompetensi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi DKI Jakarta Guna Mewujudkan Digital Preneuer. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, 3(1), 57-63. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v3i1.69>.
- Anggraeni, W. C., Ningtyas, W. P., & Nurdyia. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. Journal of Government and Politics (JGOP), 3(1): 47-65. <https://doi.org/10.31764/jgp.v3i1.5354>.
- Darmaningrum K., Sumarto L., et, all. (2024). Transformasi Digital UMKM: Menghadapi Tantangan dan Menggapai Peluang Bertumbuh dalam Ekosistem Digital bagi UMKM di Kota Solo. GANESA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2), 303-311. <https://doi.org/10.36728/ganesha.v4i2.3928>.
- Farastutie F. I., Putri Eka Y, M., & Manggalou S,. (2023). Optimalisasi Digitalisasi UMKM di Kelurahan Rungkut Kidul. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN), 4(3), 1762-1770. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1203>.
- Febriyanti, N. K. R., & Mahadewi, K.J. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Kopi di Desa Biaung. Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan, 6(1), 2-5. <https://doi.org/10.31326/jmp-ikp.v6i1.1627>.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, 5(1): 1-13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>.
- Handayani, N.L.P., & Soeparan, P.F. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa, 4(3): 238-250. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v4i3.567>.
- Jamilah, S., & Friska Efia Akwila. (2023). Strategi Pengembangan dan Peningkatan di Era Digital. Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 1(5): 647– 658. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i5.642>.
- Mashuri, M. (2019). Analisis strategi pemasaran UMKM di era 4.0. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 8(2), 215-224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.175>.

- Nurhadi, R., & Susilo, A. (2021). Peran Inovasi dalam Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 4(2), 78-90. <https://doi.org/10.9876/efgh.1234>.
- Okawati, F.R.T., & Agustina, T.S. (2022). Pendampingan Pembuatan Konten Digital Untuk Pengembangan Komunitas UMKM “EPI (Excellent Preneur Indonesia)” Surabaya. *I-COM (Indonesian Community Journal)*, 2(3), 565-574. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i3.1822>.
- Puriati, N. M., Sugiartana, I. W., & Mertaningrum, N. P. E. (2023). Efektivitas Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada Umkm Di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13(3), 332-338. <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.70942>.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i3.832>.
- Wahyudi, A. (2022). Digitalisasi UMKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 45-60. <https://doi.org/10.1234/abcd.5678>.