



STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI DAN TEKNOLOGI DALAM RANGKA MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS UMKM PASCA PANDEMI

Oleh

Devi Anggraeni¹, Shenda Aprilia Christanti², Hermin Sirait³, Oryza Sativa Heningtyas⁴
^{1,2,3,4}Universitas Darma Persada

E-mail: ¹deviagr03@gmail.com

Article History:

Received: 26-12-2022

Revised: 17-01-2023

Accepted: 30-01-2023

Keywords:

Inovasi, Teknologi, UMKM

Abstract: *Sebagai pelaku UMKM harus dapat bertahan di kondisi pasca pandemi dengan mengembangkan inovasi dan mengaplikasikan bisnisnya menggunakan teknologi guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Perlu adanya pendampingan untuk mendorong kinerja UMKM dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan serta eksistensi produk mereka di pasar yang semakin kuat untuk berkompetisi. Berdasar pada kondisi tersebut, maka tim menyusun pendampingan dengan Tema besar yaitu "Strategi Pengembangan Inovasi dan Teknologi dalam Rangka Meningkatkan Produktivitas UMKM Pasca Pandemi". Kegiatan ini akan dilakukan dengan memberikan edukasi serta informasi terkait pentingnya pengembangan inovasi dan penggunaan teknologi bagi pelaku usaha terutama UMKM. Kegiatan akan dilakukan selama 11 bulan yang dibagi menjadi 2 tahap dengan fokus yang berbeda secara berkala dan akan dilaksanakan secara online dengan target peserta 50 – 80 partisipan. Peserta diambil dari pelaku UMKM dan mahasiswa di Jabodetabek.*

PENDAHULUAN

Kondisi pandemi Covid-19 memiliki dampak yang sangat luar biasa bagi masyarakat yang memiliki usaha khususnya pelaku UMKM. Perlu adanya evaluasi dan strategi baru yang diterapkan dan digunakan untuk mengetahui faktor apa saja yang muncul dan berdampak pada performa kinerja pelaku UMKM selama pandemi berlangsung. Pelaku usaha terutama UMKM juga perlu mengembangkan inovasi dan penting dalam menggunakan teknologi supaya dapat tetap bersaing dengan kompetitor di pasar yang semakin kompetitif.

Inovasi merupakan sesuatu hal baru yang kemudian diciptakan dan diterapkan pada produk/ layanan baru dari sebuah perusahaan atau organisasi. Dalam kompetisi yang sangat tinggikan pergerakan pasar yang volatil, maka perlu adanya pengembangan dalam inovasi. Selain baru, inovasi juga sangat khas, direncanakan dengan matang, memiliki tujuan yang jelas dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan atau organisasi.

Maka dari itu, perlu menjadi perhatian dan pertimbangan setiap pelaku UMKM dapat bertahan di kondisi pasca pandemi dengan mengembangkan inovasi dan mengaplikasikan bisnisnya dengan menggunakan teknologi guna mencapai tujuan perusahaan yang telah



ditetapkan.

Pelaku UMKM perlu adanya pendampingan untuk mendorong kinerja usaha mereka dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan serta eksistensi produk mereka di pasar yang semakin kuat untuk berkompetisi. Harapannya kondisi pasca pandemi tidak mencegah pelaku UMKM untuk terus tumbuh dan berkontribusi kepada ekonomi negara Indonesia.

METODE

Kegiatan ini menggunakan metode penerapan dimana dalam proses penyampaian materi menggunakan Bahasa Indonesia sebagai Bahasa pengantar sehingga akan memudahkan peserta dalam memahami materi yang akan disampaikan. Dalam proses pelaksanaannya, materi pembelajaran yang disampaikan adalah berupa teori dan praktek. Selain itu, untuk memudahkan peserta dalam memahami materi, setiap peserta di beri pendampingan. Secara teknis, pelatihan menggunakan metode presentasi yang disertai dengan contoh kasus serta latihan pada setiap sesi serta tanya jawab dengan menggunakan sarana dan media pembelajaran: komputer, infocus, dan alat tulis.

HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah menunjukkan kepada peserta pelatihan bahwa analisis SWOT memiliki peran penting untuk dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan serta pembaharuan di dalam sebuah bisnis atau bahkan organisasi. Sehingga, peserta pelatihan merasa bahwa analisis tersebut penting untuk dapat digunakan dan membantu dalam merumuskan strategi baru yang dapat diterapkan untuk usahanya.

Peningkatan pengetahuan dalam bidang keuangan juga diperoleh oleh peserta dimana setiap peserta memiliki wawasan lebih detail mengenai penyusunan laporan keuangan karena laporan keuangan dapat diandalkan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen atau owner perusahaan UMKM serta dapat mengetahui posisi keuangannya di setiap periode. Selain itu peserta juga memperoleh pengetahuan dalam pengendalian biaya secara khusus pengendalian HPP (Harga Pokok Penjualan) yang berujung untuk pencapaian perolehan laba yang optimal. Berikut hasil *Pre-test* dan *Post-test* pada kegiatan Kegiatan tahap 1 dan dan tahap 2 :

Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Tahap 1

No.	Pre-Test	Post-Test
1	Pemahaman peserta tentang dunia bisnis/ proses bisnis sebanyak 50%	Pemahaman peserta meningkat 4,2% dalam memahami dunia bisnis/ proses bisnis
2	46% peserta lumayan memahami bagaimana cara menyusun laporan keuangan	Meningkat 12,5% peserta yang sangat memahami tentang bagaimana menyusun laporan keuangan
3	Sebanyak 76% peserta lebih mendahulukan keberanian untuk menjalankan sebuah bisnis	Adanya peningkatan sebesar 11,5% yang menunjukkan keberanian adalah hal utama yang dipilih oleh para peserta dalam menjalankan sebuah bisnis
4	Semua peserta memahami bahwa SWOT digunakan untuk	Semua peserta memahami bahwa SWOT digunakan untuk menganalisis UMKM



No.	Pre-Test	Post-Test
	menganalisis UMKM pesaing dan usaha sendiri	pesaing dan usaha sendiri
5	Strategi yang dilakukan oleh para peserta dalam memulai bisnis adalah dengan pengenalan diri ditunjukkan dengan presentase 52%	Strategi pengenalan diri dalam memulai bisnis meningkat sebanyak 2,2%
6	Hanya 8% peserta yang sangat memahami tentang strategi marketing	Pemahaman tentang strategi marketing mengalami peningkatan sebesar 8,7%
7	Hanya 2% dari total peserta yang tidak memahami bagaimana cara menentukan harga	16,7% peserta sangat memahami bagaimana cara untuk menentukan harga

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post-test Tahap 2

No	Pertanyaan	Pre Test	Post Test
1	Apakah anda tahu tentang Harga Pokok Penjualan (HPP) ?	13% Peserta menjawab tidak tahu tentang HPP	2% Peserta menjawab tidak tahu tentang HPP
2	Menurut anda apa tujuan utama dalam sebuah usaha?	18% peserta menjawab dengan tepat	79% peserta menjawab dengan tepat
3	Apakah anda mengerti tentang laporan keuangan?	53% peserta menjawab kurang faham mengenai laporan keuangan	20% peserta menjawab kurang faham mengenai laporan keuangan
4	Menurut anda pada pertumbuhan teknologi saat ini, penting atau tidak untuk bisa menggunakan sosial media?	100% menganggap media social penting	100% menganggap media social penting
5	Apakah anda saat ini sudah menjadi pengguna sosial media?	6% peserta menjawab tidak menggunakan media sosial	6% peserta menjawab tidak menggunakan media sosial
6	Apakah sosial media penting untuk menunjang bisnis/ usaha dalam meningkatkan keuntungan?	3% peserta menjawab tidak penting	0% peserta menjawab tidak penting
7	Menurut anda, warna apa yang baik untuk melambangkan keuntungan dalam berbisnis	70% perserta menjawab dengan jawaban yang benar	100% perserta menjawab dengan jawaban yang benar
8	Apakah anda mengetahui fungsi aplikasi canva?	96% peserta menjawab mengetahui aplikasi canva	100% peserta menjawab mengetahui aplikasi canva



No	Pertanyaan	Pre Test	Post Test
9	Apakah anda mengetahui definisi <i>design thinking</i> ?	53% peserta menjawab tidak mengetahui definisi design thinking	10% peserta menjawab tidak mengetahui definisi design thinking

DISKUSI

Hasil dari pelatihan tahap 1 dan 2 menunjukkan bahwa peserta memiliki peningkatan pemahaman mengenai digital marketing, pengelolaan keuangan. Peserta juga merasa lebih termotivasi untuk membangun bisnis dengan mengaplikasikan ilmu strategi pemasaran digital, serta design produk yang telah tim sampaikan. Berdasarkan ulasan tim, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan baik, harapan dari peserta pelatihan terdapat beberapa pelatihan lagi kedepannya untuk bisa membantu pelaku UMKM. Kebanyakan besar peserta menyetujui untuk dapat dilakukan pelatihan yang berkaitan dengan kejahatan digital agar peserta tidak terkena tipu atau dampak negative dari penerapan digital.

KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "*Strategi Pengembangan Inovasi dan Teknologi dalam Rangka Mengikatkan Produktivitas UMKM Pasca Pandemi*" telah membantu memberikan cara yang tepat tentang bagaimana melakukan pemahaman mengenai digital marketing, pengelolaan keuangan untuk bisnis atau organisasi peserta. Mayoritas peserta pelatihan sebelum melakukan pelatihan belum mengetahui seperti apa analisis tersebut, tetapi setelah pelatihan dilakukan peserta dengan mudah memahami bagaimana melakukan analisis dengan dibantu sesi praktik yang telah dilakukan.

Dari hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan bahwa peserta pelatihan termotivasi dengan adanya pemberian materi terkait kewirausahaan dan menyetujui bahwa sebelum memulai bisnis hal utama yang perlu dilakukan adalah melihat peluang kemudian mencari relasi, dibandingkan fokus dengan mengumpulkan modal usaha. Namun, disisi lain juga pendapat dari orang sekitar dan keluarga menjadi faktor penting alasan sebelum memulai usaha dibarengi dengan melakukan evaluasi diri.

Peserta pelatihan juga merasa terbantu dengan adanya pelatihan pemahaman mengenai digital marketing, pengelolaan keuangan, dikarenakan mayoritas peserta sebelumnya belum pernah mencoba merumuskan strategi dan melakukan analisis dari usaha yang dimiliki sehingga merasa usahanya belum berkembang.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dapat dilakukan kembali dengan waktu yang lebih lama dan lebih mendalam pembahasannya. Metode praktik dapat diterapkan agar peserta dapat lebih memahami dan dapat langsung mengimplementasikan untuk mencapai peningkatan dalam usaha yang dijalankan.

Terima kasih kami ucapkan kepada seluruh peserta UMKM, Mahasiswa/I yang telah ikut serta dalam kegiatan tersebut. Terima kasih kami ucapkan kepada Rektor, Dekan Fakultas Ekonomi, Wakil Dekan Fakultas Ekonomi, Kepala Jurusan Manajemen, Kepala Jurusan Akuntansi beserta jajaran yang telah mendukung dan memberikan pengarahan



kepada kegiatan ini, sehingga dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih kepada mahasiswa/I manajemen yang telah membantu dan mensukseskan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan lancar dan tertib.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Apip Alansori, S.E., Erna Listyaningsih, S.E., M.Si., Ph.D. 2020. *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Jakarta : Penerbit Andi
- [2] Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [3] Slamet Riyanto, S.T.,M.M ; Muh.Nur Luthfi Azis, S,Kom, M.Kom ; Andi Rahman Putera, S.Kom., M.M.S.I. 2021. *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani
- [4] Masyhudi, L., Anggia Praba Putri, Bagus Satra Putra, Baiq Pindayu Widianiswara, Dwi Cahya Andira, I Gde Putu Wandita Yudistira, Kurnia Sri Astuti, Muh. Yusril Hamzani Saputra, Ni Komang Ayu Triani Asih, Rizal Pratama, Silvia Maharani Safitri, & Sainul Abidin Ali1. (2023). PKM PROMOSI DAN PENJUALAN KAIN TENUN DAN PRODUK UMKM DI DESA SUKARARA KECAMATAN JONGGAT. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 6507–6520. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/4948>
- [5] Nurhayati, N., Rahoyo Dini, & Anggraheni, A. (2023). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI BAGI UMKM DI KELURAHAN KRAMAS, KECAMATAN TEMBALANG. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 6485–6488. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/4911>
- [6] Merry Agustina, Vivi Sahfitri, Eka Puji Agustini, & Marlindawati, M. (2023). PENYULUHAN DAN PELATIHAN PENINGKATAN KUALITAS LABELING, PACKAGING DAN MARKETING PRODUK PADA UMKM DESA SUKA NEGERI. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 6383–6388. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/4869>
- [7] Lova Endriani Zen, Yunita Rahmasari, Yulaikha Mar'atullatifah, Dwi Utari Iswavigra, & Nimas Ratna Sari. (2023). STRATEGI IKLAN ADSENSE UNTUK AKSELERASI “UMKM GOES DIGITAL”. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 6367–6376. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/4867>
- [8] Mutia Mawardah, Febriyanti Panjaitan, Susan Dian Purnamasari, Muhammad Iqbal Ramdhani, & Rusti Simatupang. (2023). SOSIALISASI DAN EDUKASI COVID-19 MELALUI MEDIA STIKER PADA DESA SURABAYA TIMUR KECAMATAN BANDING AGUNG. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 6023–6028. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/4722>
- [9] Lukmanul Hakim, Ochi Marshella Febriani, Ruki Rizal Nur Fikri, & Isnandar Agus. (2023). PELATIHAN PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA KEPADA USAHA KECIL MENENGAH ROTI DI KECAMATAN KEMILING, KOTA BANDAR LAMPUNG, PROVINSI LAMPUNG. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5975–5980. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/4556>
- [10] Indrabudi Sumantoro, & Khaidarmansyah, K. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA INFORMASI PADA UMKM DEPOT AIR MINERAL SERTA SOSIALISASI



PADA MASA PANDEMI COVID-19. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5937–5942. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/4538>

- [11] S. Anwar, A. Mawarti, T. Setiawati, S. Natalia, & C. Nurhayati. (2022). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA DIGITAL MARKETING PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM). *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 5571–5580. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/3996>
- [12] Faldi Ilyah Pratama, Sarwindah, S., Hegki, H., Intan Septiani, Karmila Dwi Adinda, & Putri Sundari. (2022). PERAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PENINGKATAN PROMOSI DAN PENJUALAN BAGI UMKM. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(5), 4881–4886. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/3568>