

PELATIHAN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN USAHA KECIL DI ERA DIGITAL PADA PELAKU USAHA KECIL DI KENTEN PALEMBANG

Rafika Sari^{1*}, Muhammad Hamdan Sayadi¹, Siti Komariah Hildayanti¹

¹Program Studi Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri

email: rafikasari@uigm.ac.id

Abstract: The Ministry of Cooperatives and SMEs recognizes that Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the economy in ASEAN, contributing to the Gross domestic product of employment and development of the country, must be ready to face the digital era. The challenge of MSMEs in the era of digital economic transformation is the low ability of human resources (HR) to deal with trading methods from conventional ways of doing business to online businesses. Digital transformation, which is getting more and more advanced every day, has many benefits for the development of the business world today. This needs to be addressed with a high sense of optimism and never give up. A business must be able to adjust to technology that continues to grow. Business owners will be required to continue learning and learning. It sounds like it will drain time and energy, but if it succeeds, it will greatly facilitate the running of the business. For this reason, it is necessary to socialize for small businesses about the challenges that must be faced in facing the digital era. can recognize the challenges of small scale digital era businesses to be able to adjust the USA-only, the method used by the method of socialization by providing outreach and training using online media, the results of activities that are small business owners seem enthusiastic in facing the challenges of digitalization era.

Keywords: challenge; digital; small business

Abstrak: Kementerian Koperasi dan UKM mengakui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jadi tulang punggung perekonomian di ASEAN, berkontribusi pada Gross domestic produk penyerapan tenaga kerja dan pembangunan negara, harus siap menghadapi era digital. Tantangan UMKM dalam era transformasi digital ekonomi adalah rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) menghadapi metode perdagangan dari cara berbisnis secara konvensional menjadi online bisnis. transformasi digital yang setiap hari makin maju dan canggih memang memiliki banyak sekali manfaat untuk perkembangan dunia bisnis saat ini. Hal ini perlu disikapi dengan rasa optimis yang tinggi dan pantang menyerah. Sebuah bisnis harus bisa menyesuaikan diri dengan teknologi yang terus berkembang. Pemilik bisnis akan dituntut untuk terus belajar dan belajar. Memang terdengarnya akan menguras waktu dan tenaga, namun apabila berhasil nantinya akan sangat mempermudah jalannya bisnis untuk itu perlu adanya sosialisasi bagi usaha kecil tentang tantangan yang harus dihadapi dalam menghadapi era digital, tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar masyarat pengusaha kecil diwilayah kenten dapat mengenal tantangan usaha kecil di era digital agar mampu menyesuaikan usahanya dengan adanya digitalisasi ,metode yang dipakai metode sosialisasi dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan menggunakan media online ,hasil kegiatan yaitu para pemilik usaha kecil terlihat antusias dalam menghadapi tantangan di era digitalisasi.

Kata Kunci: digital; tantangan; usaha kecil

PENDAHULUAN

Era digital telah dimulai, yang berarti era perdagangan bebas pun juga telah dimulai. Pasti akan banyak peluang dan tentu saja banyak juga tantangan bisnis yang akan dihadapi di era ini. Kebebasan dan kecepatan informasi merupakan salah satu faktor penyebabnya. Peluang merupakan sebuah berita baik bagi pemilik bisnis kecil. Namun, lain halnya jika yang datang merupakan tantangan bisnis. Apabila ini yang terjadi maka seorang pemilik bisnis harus mempunyai strategi dalam menghadapinya. Akan tetapi, sebelum mencari strategi, Anda terlebih dahulu harus mengetahui apa saja jenis tantangan bisnis yang akan dihadapi pada era digital ini.

Dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015, negara anggota ASEAN akan mengalami aliran bebas barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terdidik dari dan ke masing-masing negara. Bagaimana Indonesia sebagai bagian dari komunitas ASEAN berusaha untuk mempersiapkan dan memanfaatkan peluang MEA, serta harus meningkatkan kapabilitas untuk dapat bersaing dengan negara anggota ASEAN lainnya. Sejauh ini, langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Indonesia berdasarkan rencana strategis pemerintah untuk menghadapi MEA/AEC, antara lain Penguatan Sektor UKM (Slamet, 2017)

Teknologi digital juga menjadi jalan mencetak wirausahawan-wirausahawan baru yang berdampak baik terhadap pertumbuhan ekonomi dan mempengaruhi pencapaian kesuksesan MEA. Indonesia merupakan pasar yang besar dan cukup diperhitungkan di negara ASEAN, dengan adanya MEA akan menjadikan tantangan bagi pelaku usaha di

Indonesia karena dengan terbukanya pasar antara negara-negara ASEAN ini akan menambah persaingan yang cukup ketat. Bagi UMKM Indonesia MEA merupakan tantangan besar sekaligus sebagai peluang pasar juga. UMKM Indonesia yang selama ini masih sebagian besar berfikir inward looking kemungkinan akan mengalami tantangan yang cukup berat, karena selama ini mereka menjalankan roda usahanya di tujuan untuk konsumsi pasar domestik saja, karena memang Indonesia merupakan pasar yang besar juga. Akan tetapi UKM Indonesia dengan adanya MEA ini mau tidak mau, siap tidak siap harus mengubah pemikiran dan produksi mereka menjadi outward looking. Karena jika mereka tidak merubah cara bagaimana bisa menjual produknya ke luar Indonesia, mereka tentunya akan kehilangan pangsa pasar mereka dengan banyaknya produk-produk dari negara-negara lain termasuk negara ASEAN yang bebas masuk ke Indonesia. Inilah yang harusnya dijadikan peluang bagi para pelaku usaha khususnya UMKM bahwa MEA akan memicu dan mendorong untuk melakukan inovasi, spesialisasi dalam rangka merebut pasar di MEA nanti (Emma, 2017). Penggunaan komputer dalam bidang pemasaran dan penjualan dalam beberapa tahun terakhir terus berkembang dengan pesatnya. Dengan adanya internet proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Kemajuan teknologi digital tersebut harus dimanfaatkan secara baik dalam mengelola perekonomian Indonesia khususnya UMKM (Maulida & Yunani, 2018)

Pemerintah telah berupaya meningkatkan akses dan transfer teknologi untuk mengembangkan pelaku UKM inovatif yang antara lain dengan pemanfaatan Teknologi Informasi dan

Komunikasi (TIK) sehingga diharapkan akan mampu bersaing dengan pelaku UKM asing. Saat ini, pemasaran produk dan pelayanan perusahaan merupakan proses yang interaktif akibat penggunaan teknologi informasi. Perusahaan tidak hanya menyediakan katalog produk dan promosi di situs-nya, namun situs perusahaan sudah digunakan sebagai sarana untuk berdialog, berdiskusi, dan berkonsultasi dengan konsumen secara online, menampilkan buletin boards, membuat kuesioner elektronik, mailing list, dan koordinasi melalui surat elektronik (Niaga, 2007).

Pelaku bisnis di Indonesia semakin menyadari kekuatan internet dan perangkat digital dalam peningkatan kinerja usahanya, Situs, media sosial, dan aplikasi mobile messaging merupakan media yang sangat penting bagi pelaku UKM dalam berinteraksi dengan konsumen (Deloitte Access Economic, 2015). Lebih lanjut Deloitte menyampaikan hasil risetnya terhadap 437 UKM yang tersebar di kota Medan, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya dan Makassar yang menunjukkan beberapa keuntungan penggunaan teknologi digital bagi UKM di Indonesia adalah: kenaikan pendapatan hingga 80%, satu setengah kali lebih mungkin untuk meningkatkan kesempatan kerja, 17 kali lebih mungkin untuk menjadi lebih inovatif dan UKM lebih kompetitif secara internasional (Deloitte Access Economic, 2015)

Kementerian Koperasi dan UKM mengakui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jadi tulang punggung perekonomian di ASEAN, berkontribusi pada Gross Domestik Produk, penyerapan tenaga kerja dan pembangunan negara, harus siap menghadapi era digital. Tantangan UMKM dalam era transformasi digital ekonomi adalah rendahnya kemampuan sumber daya manusia

(SDM) menghadapi metode perdagangan dari cara berbisnis secara konvensional menjadi online bisnis. transformasi digital yang setiap hari makin maju dan canggih memang memiliki banyak sekali manfaat untuk perkembangan dunia bisnis saat ini. Teknologi dapat menghemat waktu, tenaga, serta biaya dengan hasil yang cukup maksimal. Namun, transformasi ini bisa menjadi sebuah tantangan yang cukup berarti apabila bisnis yang dijalankan tidak dapat mengikutinya. Apalagi, adanya ketakutan untuk mengubah cara-cara lama akan menimbulkan kekhawatiran apabila transformasi yang dilakukan tidak sesuai dengan yang diharapkan atau justru gagal. Hal ini perlu disikapi dengan rasa optimis yang tinggi dan pantang menyerah. Sebuah bisnis harus bisa menyesuaikan diri dengan teknologi yang terus berkembang. Pemilik bisnis akan dituntut untuk terus belajar dan belajar. Memang terdengarnya akan menguras waktu dan tenaga, namun apabila berhasil nantinya akan sangat mempermudah jalannya bisnis. Untuk itu perlu dilakukanlah pelatihan dan sosialisasi dan penggunaan media digital dalam menghadapi tantangan bisnis kecil di era digital saat ini.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan dikelurahan kenten dilaksanakan pada tanggal 25 januari 2020 bertempat dikediaman Ketua RT 04A RW 03 Bapak M Sopah Kelurahan Kenten, tahapan awal kegiatan dilakukan yaitu Survey ditujukan untuk memilih lokasi yang tepat untuk pelaksanaan penyuluhan kepada masyarakat yang dibantu oleh mahasiswa KKN Universitas Indo Global

Mandiri Palembang. Selanjutnya dilakukan bimbingan dan pelatihan kepada peserta dalam menggunakan media digital serta sosialisasi mengenai tantangan usaha kecil dan cara berbisnis di era digital

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dalam penyuluhan, pelatihan dan sosialisasi pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 25 pelaku bisnis kecil di kelurahan kenten Palembang, dengan memberikan pelatihan menggunakan media digital serta materi materi tentang apa yang menjadi tantangan usaha kecil di era digital.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan sosialisasi tantangan usaha kecil di era digital dilakukan selama 4 minggu

Pada minggu pertama kegiatan pendekatan dan pengenalan dilakukan bersama dengan mahasiswa KKN Universitas Indo Global Mandiri Palembang, minggu kedua penyusunan materi yang akan digunakan dalam kegiatan penyuluhan yang dilanjutkan minggu ketiga pengumpulan peralatan , hadiah , untuk kegiatan pelatihan dan sosialisasi

Selanjutnya pada minggu keempat pelaksanaan kegiatan bersama pelaku usaha kecil di kelurahan kenten Palembang. Hasil yang didapat dari kegiatan pelatihan dan sosialisasi ini masyarakat usaha kecil di kelurahan kenten sangat antusias dan mulai memahami penggunaan media digital seperti facebook, Instagram, shopee, gojek, dan grab serta memahami apa saja tantangan usaha kecil yang dapat dijadikan peluang usaha, para pelaku usaha kecil mulai mampu memahami konsep digitalisasi

untuk mengembangkan usahanya baik dalam segi promosi maupun pemasaran, hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Slamet et al yang menyatakan bahwa kontribusi dari digitalisasi sangat berperan dalam kemajuan bisnis namun masih banyak bisnis kecil yang tidak mengetahui tantangan dan peluang yang ada di era digitalisasi.



Gambar 1. Pelaksanaan kegiatan survey dan undangan ke warga



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan sosialisasi tantangan usaha kecil di era digital

Tantangan usaha kecil yang ada di era digital terdiri dari

Transformasi Digital

Transformasi digital yang setiap hari makin maju dan canggih memang memiliki banyak sekali manfaat untuk perkembangan dunia bisnis saat ini. Teknologi dapat menghemat waktu, tenaga, serta biaya dengan hasil yang cukup maksimal.

Kecepatan

Layaknya teknologi yang menuntut pemilik bisnis untuk adaptif, masyarakat saat ini pun menuntut produk dan layanan yang serba cepat serta praktis. Dan jika pemilik bisnis tidak dapat memenuhi keinginan ini, konsekuensinya bisnis akan ditinggalkan oleh konsumen secara perlahan. Pemilik bisnis dapat mengatasinya dengan berkolaborasi dengan teknologi yang ada saat ini.

Sumber Daya Manusia

Teknologi sudah diadopsi dalam bisnis, namun masih ada beberapa pekerjaan rumah lagi yang harus diselesaikan, yakni membuat sumber daya manusia yang dipekerjakan juga adaptif terhadap teknologi tersebut. Jangan sampai biaya besar yang dikeluarkan untuk pembaharuan teknologi malah tidak dapat dioptimalkan karena orang-orang yang terlibat tidak mampu untuk menggunakannya.

Masyarakat Yang Senantiasa Berubah

Selain menginginkan hal secara cepat dan praktis, tantangan dari masyarakat saat ini adalah karena mereka senantiasa berubah, baik dari segi selera, keinginan dan kebutuhan. Masyarakat saat ini mudah sekali merasa bosan dengan satu hal dan mempunyai keinginan yang cukup kompleks.

Persaingan Semakin Tinggi

Lagi-lagi teknologi mempunyai pengaruh dalam hal ini. Teknologi canggih mampu mengintegrasikan saluran bisnis sehingga dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu. Efeknya, sebuah bisnis bisa menjalin kerja sama dengan bisnis lain di belahan dunia mana saja.

SIMPULAN

Setelah dilakukan pengabdian berupa pelatihan dan sosialisasi dan pelatihan, tanya jawab dan praktek langsung sangat tepat digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Para pelaku bisnis kecil berminat untuk berlatih menggunakan berbagai sarana digital untuk prospek usaha dan mengantisipasi tantangan yang ada dalam memajukan bisnis kecil rumahan di era digital.

Saran yang dapat diberikan dari kegiatan Pelatihan dan sosialisasi tantangan usaha kecil di era digital dapat diteruskan kepada para pelaku bisnis kecil yang masih menggunakan metode manual di era digital sebagai kontribusi pada bisnis kecil yang ada dalam memanfaatkan era digital dalam prospek usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima diberikan kepada Bapak M Sopah selaku Ketua RT 04A RW 03 Kelurahan Kenten yang telah memberikan kesempatan kepada kami dalam Pelatihan dan sosialisasi Usaha Kecil kepada masyarakat Kenten. Serta tak lupa kami mengucapkan banyak terimakasih kepada pelaku usaha kecil yang

ikut serta dalam sosialisasi tantangan usaha kecil di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asean, E., Di, M. E. A., Perguruan, Y., Shum, A., Hasanah, U., Azhar, Z., Informasi, S., & Royal, S. (2018). *MENINGKATKAN PROFESIONALITAS GURU DI ERA MASYARAKAT. 1(2)*.
- Deloitte Access Economic. (2015). SMEs Powering Indonesia's success: The Connected Archipelago's Growth Engine. *Deloitte Access Economic*, 3.
- Maulida, S., & Yunani, A. (2018). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai

Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181–197.

- Mózo, B. S. (2017). Emma Dwi Ratnasari. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Niaga, J. A., & Semarang, P. N. (2007). *KELOMPOK BISNIS ENTREPRENEUR. 1990*.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. L. (2017). Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>