

## PELATIHAN PENGEMBANGAN UMKM DESA CIBATU DALAM PENINGKATAN PRODUKSI DAN PENDAPATAN BERBASIS DIGITAL

**Fitri Rezeki**

Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Sosial, Universitas Pelita Bangsa  
[fitri\\_rezeki@pelitabangsa.ac.id](mailto:fitri_rezeki@pelitabangsa.ac.id)

### Abstrak

Digitalisasi telah memberikan banyak kemudahan untuk menghubungkan konsumen langsung dengan produsen untuk saling memenuhi permintaan dan penawaran meskipun di masa pandemi, dengan banyaknya kemudahan yang dapat mengembangkan bisnis melalui digitalisasi tersebut berbanding terbalik dengan kondisi yang ada. Salah satu contohnya adalah usaha-usaha yang ada di Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi. Rendahnya kreativitas menjadi permasalahan utama, khususnya dalam hal proses produksi, dan pemasaran yang sebelumnya menggunakan offline. Minimnya kemampuan juga akan berakibat langsung terhadap prospek bisnis kedepan yang sulit menghadapi persaingan sehingga perlu dilakukan sebuah pelatihan Pelatihan Pengembangan UMKM Desa Cibatu Dalam Peningkatan Produksi Dan Pendapatan Berbasis Digital. Dalam pengabdian masyarakat di Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan ini ada 4 metode yang digunakan diantaranya adalah metode observasi, metode wawancara dan metode pelatihan. Hasil yang dicapai pada saat pelatihan pengembangan UMKM Mebel dan kelompok usaha Ibu-Ibu PKK mendapatkan inovasi dalam mengembangkan usaha dengan memanfaatkan sistem digital yaitu mereka harus beradaptasi dengan teknologi pada pemasaran, selalu kreatif dalam pengembangan usahanya baik itu inovasi produk maupun kreatif dari sisi proses serta strategi pemasaran. Pelatihan pengembangan ini juga secara otomatis meningkatkan pendapatan dari UMKM Mebel dan kelompok usaha ibu-ibu PKK melalui platform e-commerce dan melakukan promosi digital kepada UMKM Mebel untuk menjangkau pangsa pasar yang luas.

**Kata Kunci: Pelatihan Pengembangan, Desa Cibatu, Digitalisasi, Peningkatan Produksi dan Pendapatan**

### Abstract

*Digitalization has provided many benefits for connecting consumers directly with producers to meet demand and supply even during a pandemic, with the amount that businesses can get through digitization is inversely proportional to existing conditions. One example is a business in Cibatu Village, Cikarang Selatan District, Bekasi Regency. Low creativity is the main problem, especially in terms of production and marketing processes that previously used offline. His minimal ability will also have a direct impact on future business prospects that are difficult to face competition, so it is necessary to conduct training in Cibatu Village MSME Development Training in Increasing Digital Based Production and Income In this community service in Cibatu Village, Cikarang Selatan District, there are 4 methods used, including the observation method, the interview method and the training method. The results achieved during the MSME Furniture development training and PKK women's business groups received innovations in developing businesses by utilizing digital systems, namely that they had to adapt to technology in marketing, always be creative in their business development, both product innovation and creative in terms of processes and strategies marketing. This development training also automatically increases income from Furniture MSMEs and PKK business groups through e-commerce platforms and carries out digital promotions to Furniture MSMEs to reach a wide market community.*

**Keywords: Development Training, Cibatu Village, Digitalization, Increased Production and Income**

## PENDAHULUAN

Di tengah kondisi perekonomian global yang masih diliputi ketidakpastian akibat pandemi, perspektif masyarakat Indonesia yang berbasis konsumsi menjadi sebuah pilihan yang strategis dalam menghadapi permasalahan guna meningkatkan produksi dan pendapatan yang cukup tinggi dari kemudahan aktivitas jual beli melalui berbagai platform, yang semakin memudahkan konsumen untuk memperoleh barang dan jasa. “Salah satunya adalah aktivitas belanja daring atau (*e-commerce*),”

Digitalisasi telah memberikan banyak kemudahan untuk menghubungkan konsumen langsung dengan produsen untuk saling memenuhi permintaan dan penawaran meskipun di masa pandemi, dengan banyaknya kemudahan yang dapat mengembangkan bisnis melalui digitalisasi tersebut berbanding terbalik dengan kondisi yang ada.

Di Indonesia *digital marketing* telah banyak diterapkan oleh berbagai macam industri mulai dari skala kecil, menengah, hingga besar tak terkecuali di bidang mebel dan usaha lainnya. Dengan menerapkan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* serta bisa menggolongkan atau mendunia. Jumlah pengguna *social media* berbasis digital ini banyak dan semakin bertambah sehingga membuka peluang bagi banyak pengusaha untuk mengembangkan pasarnya hanya dalam genggamannya *smartphone*. Salah satu contohnya adalah usaha-usaha yang ada di Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi.

Desa Cibatu merupakan daerah yang sangat potensial dan berada di tengah kawasan industri. Rendahnya kreativitas menjadi permasalahan utama, khususnya dalam hal

proses produksi, dan pemasaran yang sebelumnya menggunakan *offline*. Minimnya kemampuan juga akan berakibat langsung terhadap prospek bisnis kedepan yang sulit menghadapi persaingan. Akibatnya minimnya produksi dan pendapatan kepada pelaku UMKM tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan sebuah pelatihan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan produksi dan pendapatan yang diperoleh sesudah penerapan digital sebagai media penjualan beberapa usaha yang ada di Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi.

## METODE

Dalam pengabdian masyarakat di Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan ini ada 3 metode yang digunakan diantaranya adalah :

### 1. Metode Observasi

Metode ini merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode observasi sering kali diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada subyek penelitian. Teknik observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis hendaknya dilakukan pada subyek yang secara aktif mereaksi terhadap obyek.

### 2. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si peneliti dengan objek penelitian. Keterangan-keterangan yang

hendak diperoleh melalui wawancara biasanya adalah keterangan dalam memperoleh dan memastikan fakta, memperkuat kepercayaan, memperkuat perasaan dan mengenali standar kegiatan.

### **3. Metode Pelatihan**

Untuk mempelajari pengetahuan, keterampilan, perilaku serta kemampuan, pelatihan merupakan salah satu proses sistematis yang digunakan dalam mengetahui tujuan pribadi dan organisasi. Pelatihan juga suatu kegiatan yang bermaksud untuk memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku keterampilan, dan pengetahuan dari karyawannya sesuai dengan keinginan perusahaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1.1 Pelatihan Pengembangan UMKM**

UMKM Mebel Bapak Udin dan usaha dari ibu-ibu PKK yang berlokasi di Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi semula sangatlah sederhana dan pemasarannya masih bersifat *offline*. Setelah dilakukan pengenalan terhadap pengembangan berbasis digital, UMKM dapat mengembangkan kapasitas produksi dan pendapatan serta mengetahui bentuk strategis yang berbasis digital saat ini menjadi trend dan dapat dijadikan basis dalam penyusunan strategi dalam persaingan dimasa yang akan datang. Berikut pendeskripsian dari hasil pelatihan UMKM Mebel dan Pelatihan Ibu- Ibu PKK Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi.



**Gambar 4.1 Pelatihan Pengembangan**

### **UMKM**

Hasil yang dicapai pada saat pelatihan pengembangan UMKM Mebel dan kelompok usaha Ibu-Ibu PKK mendapatkan inovasi dalam mengembangkan usaha dengan memanfaatkan sistem digital yaitu mereka harus beradaptasi dengan teknologi pada pemasaran, selalu kreatif dalam pengembangan usahanya baik itu inovasi produk maupun kreatif dari sisi proses serta strategi pemasaran. Selain itu juga UMKM juga diberikan tips melakukan rencana usaha dan strategi untuk pengembangan usahanya, termasuk memberikan gambaran persaingan era bisnis yang modern saat ini dimana penggunaan teknologi informasi dan internet dapat memberikan keunggulan bagi UMKM. Pola pikir masyarakat menjadi berubah, yang awalnya hanya sekedar bisa berdagang dan menjual kini lebih fokus bagaimana mengembangkan usahanya agar meningkatkan kapasitas produksi dan pendapatan dengan sering mengikuti seminar dan pelatihan manajemen usaha.

### **4.2. Pelatihan Penggunaan E-Commerce**

Pelatihan *e-commerce* yang di berikan adalah jenis *business to consumers* dimana produsen memperdagangkan atau menjual secara elektronik terhadap masyarakat umum melalui

Shopee, Amazone, Tokopedia, Lazada, Grab, Gojek

**Tabel 4.2 Susunan Acara Pelatihan Penggunaan E-Commerce**

| No | Hari   | Tanggal         | Materi   | Waktu            |
|----|--------|-----------------|--|------------------|
| 1  | Minggu | 17 Januari 2020 | Tujuan dan Manfaat Penggunaan E-Commerce       | 08.00-10.00      |
| 2  |        |                 | Proses alur E-Commerce dan Kategori E-Commerce | 10.30-12.00      |
| 3  |        |                 | ISHOMA   | 12.00-13.00      |
| 4  |        |                 | Mendokumentasikan bukti pelatihan E-Commerce   | 13.00 - 14.30    |
| 5  |        |                 | Praktek  | 14.30 sd Selesai |

### 4.3 Pelatihan Promosi Digital

Untuk mencapai target pasar yang luas UMKM Mebel dan Ibu-Ibu PKK Desa Cibatuan mendapatkan pelatihan mengenai promosi berbasis digital dengan mengikuti tren yang ada saat ini menggunakan sosial media yang terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana komunikasi, berkumpulnya komunitas bahkan sebagai media mencari informasi, kini juga semakin dioptimalkan pengusaha sebagai sarana promosi bisnis mereka. Beredarnya berbagai platform sosial media seperti Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube dan lain sebagainya, membuat penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan menjangkau lebih banyak dan dapat dilakukan dengan biaya minim bahkan gratis serta dapat meningkatkan brand perusahaan,

dapat pula dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan interaksi antara perusahaan dengan konsumen.

Manfaat yang bisa diambil oleh kelompok usaha ini tersebut dalam pemasaran diantaranya :

1. Model produk, yaitu bagaimana model suatu produk agar menarik perhatian konsumen untuk membelinya, hal yang terkandung dalam model ini termasuk bentuk furnitur yang inovatif menjadi beberapa macam bentuk terbaru atau berbeda dengan yang lainnya.
2. Harga jual produk, yaitu dengan menyesuaikan antara total biaya produksi dan laba yang direncanakan maka akan mengetahui harga jual produk yang sesungguhnya kemudian untuk menjadi pertimbangan apakah harga yang ditawarkan bisa bersaing di pasar atau tidak. Harga jual produk mebel pada umumnya dikisaran Rp. 500.000 s.d Rp. 3000.000,-
3. Promosi, yaitu langkah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Langkah pemanfaatan teknologi adalah yang paling tepat, media pemasaran online sangat membantu untuk mempercepat proses pemasaran produk. Beberapa cara pemasaran yang diajarkan diantaranya yaitu dengan media sosial facebook, Instagram, Whatsapp. Sedangkan media untuk bertransaksi, anggota PKK diberikan pemahaman membuka toko online di Bukalapak, tokopedia dan shopee dan media online lainnya.
4. Distribusi, yaitu bagaimana membuat produk bisa sampai pada konsumen, penjualan bisa dengan cara direct selling atau penjualan langsung dan bisa juga dengan agen. Langkah-langkah pengenalan produk dengan cara langsung tersebut merupakan hal yang paling mudah untuk dilaksanakan bagi

usaha- usaha di masyarakat yang kemudian akan semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat banyak. Jika menggunakan media penjualan online maka jasa pengiriman dibutuhkan seperti JNE, J&T dan Pos Indonesia.



**Gambar 4.3 Pelatihan Promosi Digital**

#### **4.4 Pelatihan Teknologi**

Pelatihan Teknis Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah pelatihan yang dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan dasar atas keterampilan di bidang TIK yang terkait dengan pekerjaan karyawan UMKM sehingga mampu mengetahui bentuk strategis yang berbasis digital, dan dapat dilaksanakan secara berjenjang.



**Gambar 4.4 Pelatihan Teknologi**

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pelita Bangsa yang terdiri dari dosen dan mahasiswa menfokuskan pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UMKM) Mebel Pak Udin Desa Cibatu Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi didapatkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Pada awalnya UMKM Mebel dan Kelompok Usaha Ibu-Ibu PKK tidak memahami strategi pengembangan usaha berbasis digital, akan tetapi setelah diberikan pelatihan pengembangan, UMKM saat ini sudah lebih paham kekuatan kelemahan termasuk peluang-peluang yang bisa dimanfaatkan dengan menggunakan sistem digital.
2. Telah dilakukan pelatihan penggunaan *e-commerce*, promosi digital dan teknologi informasi komputer dilakukan untuk menjangkau pangsa pasar yang luas serta meningkatkan kapasitas produksi dan pendapatan. UMKM Mebel dan Kelompok Usaha Ibu-Ibu PKK saat ini telah memiliki produk berbagai macam varian berikut dengan design baru yang lebih modern setelah mengikuti pelatihan.
3. Telah Diterapkannya UMKM Mebel dan kelompok usaha ibu-ibu PKK pada platform *e-commerce* dan melakukan promosi digital kepada UMKM Mebel untuk menjangkau pangsa pasar yang luas.

### **Saran**

1. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan dapat meningkatkan hasil usaha UMKM yang sudah ada dengan melakukan kerjasama dengan instansi terkait dalam permodalan dan

pengelolaan SDM sehingga dapat lebih berkembang dan meningkatkan produksinya di masa yang akan datang.

2. Bagi Masyarakat Desa Cibatu

Diharapkan masyarakat Desa Cibatu dapat meningkatkan dan melihat peluang usaha khususnya yang berhubungan dengan digital yang ada di wilayahnya saat ini serta dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap usaha kecil yang dimulai dari rumahan.

DALAM MENGHADAPI ERA PASAR BEBAS. Jurnal Manajemen Indonesia, [S.l.], v. 16, n. 2, p. 136-147, feb. 2017. ISSN 2502-3713

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amue, G.J. ., Adiele,K.C (2012) New product development and consumer innovative behaviour: an empirical validation study. European journal of business and social sciences. Vol. 1, No. 6, pp 97-109.
- Anwar Prabu Mangkunegara, 2013, Manajemen Sumber Daya Manusia
- Anoraga, Pandji. 2000 “Manajemen Bisnis” Jakarta: PT Rineka Cipta
- Danang, Sunyoto. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia Frinces 2008) (Frinces, Z. Heflin. (2008). Manajemen, Konsep Membangun Sukses. Yogyakarta: Mida Pustaka
- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi revisi cetakan ke tiga belas)
- Eko, Widodo Suparnoh . 2015 . Manajemen Sumber Daya Manusia
- L. Mathis, Robert & H. Jackson, John. 2011. Human Resource Management (edisi. 10) Marwansyah. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), (1), 1-17.
- SLAMET, Rachmat et al. STRATEGI PENGEMBANGAN UKM DIGITAL