



Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan suatu upaya untuk mendigitalkan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM. Secara mudahnya, di zaman dengan teknologi yang semakin canggih telah memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk-produknya secara online.

BUKU SAKU Digitalisasi UMKM



KKN-DR Kelompok 200
Desa Hinai Kanan Kabupaten Langkat
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2021

Buku Saku

Digitalisasi UMKM

Penulis

KKN-DR UINSU Kelompok 200 Desa Hinai Kanan

Buku Saku

Digitalisasi UMKM

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang

**Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh
isi buku tanpa izin tertulis dari Penerbit**

Penulis

KKN-DR UINSU Kelompok 200 Desa Hinai Kanan

Editor

Reni Agustina Harahap, S.St., M.Kes

Cetakan pertama, Agustus 2021

ii + 19 hlm; 14 cm x 20 cm

ISBN 978-623-7690-63-4

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya dapat menyelesaikan buku saku yang berjudul "Digitalisasi UMKM" ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Buku saku ini disusun secara sistematis. Hal ini dilakukan agar mempermudah pembaca dalam memahami isi dari makalah ini.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing lapangan yaitu ibu Reni Agustina Harahap, S.ST, M.Kes. dan teman-teman KKN DR Kelompok 200 yang telah berpartisipasi sehingga dapat menyelesaikan buku saku ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah turut berpartisipasi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca

Pembuatan buku saku ini sebagai bentuk pemenuhan tugas KKN kelompok 200. Semoga buku saku ini bisa menjadi pedoman atau menjadi salah satu solusi yang akan memecahkan masalah pada permasalahan yang diangkat. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 14 Agustus 2021

Kelompok 200

DAFTAR ISI

Tim Penulis	2
Kata Pengantar	3
Apa Itu Digitalisasi UMKM?	5
Mengapa Perlu Digitalisasi UMKM?	6
Bagaimana Analisis SWOT terhadap Digitalisasi UMKM?	7
Bagaimana Bentuk Digitalisasi UMKM?	10
Melalui Media Apa?	11
Bagaimana Sistem Pembayaran Online Shop?	13
Adakah Keunggulan dalam Memilih Metode Pembayaran Online?	14
Apa Saja Jenis Metode Pembayaran Untuk Bisnis Online?	15
Daftar Pustaka	19

Mengapa Perlu Digitalisasi UMKM?

Seperti namanya, digitalisasi UMKM adalah sebuah upaya agar para pelaku UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) mulai berpindah ke ranah digital dalam kegiatan bisnisnya.

Namun, meskipun gaya hidup serba digital sudah terjadi dalam berbagai lini kehidupan, tetap saja banyak pelaku UMKM yang ogah meleak digital dan masih terbiasa menjalankan bisnis secara tradisional. Padahal, dengan upaya digitalisasi UMKM, ada banyak keuntungan yang didapat seperti berikut ini:

1. Perubahan Gaya Hidup
2. Biaya Lebih Efisien
3. Pemasaran Makin Luas
4. Kualitas Produk Meningkatkan
5. Khalayak luas dan harga terjangkau
6. 24 Jam Online dan mudah di akses
7. Mudah di cari dan di temukan dan Berkomunikasi dengan mudah
8. Tidak membutuhkan banyak biaya namun merupakan langkah yang efektif dalam mengembangkan UMKM
9. Usaha memperkenalkan UMKM lebih luas (Nasional-Global)
10. Upaya meningkatkan Jumlah Tenaga Kerja yang terserap dari pertumbuhan UMKM

Bagaimana Analisis SWOT terhadap Digitalisasi UMKM?

1. Strengths (Kekuatan)

- a. Bisa menyesuaikan dan mempunyai daya tahan yang sangat baik di pasar persaingan baik nasional maupun internasional, sehingga menjadi modal utama bagi UMKM untuk menjadi pebisnis atau pengusaha UMKM utama dalam ekonomi digital.
- b. Program dari pemerintah Indonesia Making Indonesia 4.0.
- c. Mampu mengoperasikan teknologi digital, menjadikan UMKM lebih kompetitif dan berdaya saing uang tinggi. Terdapat fasilitas yang sangat banyak yang diberikan untuk melakukan bisnis terdigitalisasi.

2. Weaknesses (Kelemahan)

- a. Terdapat sumber daya manusia UMKM yang masih belum mahir dalam bidang internet dan pemasaran penjualan secara online.
- b. Keterbatasan ilmu dan pengetahuan digitalisasi UMKM
- c. Sebagian besar UMKM berada didaerah pedesaan, akses koneksi yang masih ada tidak menjangkau ke seluruh Indonesia.
- d. Sebagian besar UMKM ada di daerah pedesaan, sehingga akses internet terbatas.

- e. Sebagian besar masih belum digital-literate.
- f. Pemberdayaan UMKM masih belum dilakukan secara keseluruhan.

3. Opportunities (Peluang)

- a. Kondisi UMKM yang sudah digital dan terkoneksi dengan platform baru sekitar 13%, dari 63 juta usaha mikro baru sekitar 8 juta pelaku UMKM yang terhubung dengan platform digital. Artinya memiliki peluang sangat besar karena adanya pandemi Covid-19 banyak koperasi UMKM yang tadinya memasok ke pasar induk, grosir, atau distributor kini sudah beralih ke platform digital dan mengirim konsumen secara langsung.
- b. Untuk sektor tertentu seperti pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, termasuk agro omsetnya meningkat, dengan mengkampanyekan slogan hidup sehat. Tentunya peluang menjadi semakin besar dengan mengkampanyekan slogan hidup sehat untuk penjualan makanan tertentu karena masyarakat dipaksa untuk berubah. Di samping UMKM terbantu dengan digitalisasi dan pindah ke platform digital, saat ini harus memerhatikan kebutuhan masyarakat di era pandemi Covid-19.

- c. Peningkatan omset masukan jika menggunakan penjualan secara digitalisasi
- d. Perkembangan digitalisasi meningkatkan jumlah jaringan yang luas untuk mendapatkan pelanggan baru baik dalam negeri maupun luar negeri.
- e. Kemudahan dalam melakukan akses digitalisasi.
- f. Pembeli dan calon pembeli produk - produk UMKM lebih menyukai transaksi secara online.
- g. Di era pasar bebas ASEAN (MEA), UMKM mampu meperluas jaringan pasar regional.

4. Threats (Ancaman)

- a. Banyak pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dari luar negeri, sebagai pesaing yang menerapkan digitalisasi
- b. Begitu juga di Indonesia, banyak pemain dalam markete-commerce
- c. Konsumen memiliki kemudahan dalam berpindah (sekali klik) kepesaing
- d. Masih banyak konsumen yang mempertimbangkan keamanan dalam bertransaksi online.

Bagaimana Bentuk Digitalisasi UMKM?

1. Visual (melalui penglihatan)

Iklan



Adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaianya. Contohnya ialah iklan di aplikasi online shop seperti shopee, olx, tokopedia, lazada, dll.

2. Audio Visual

Video Story



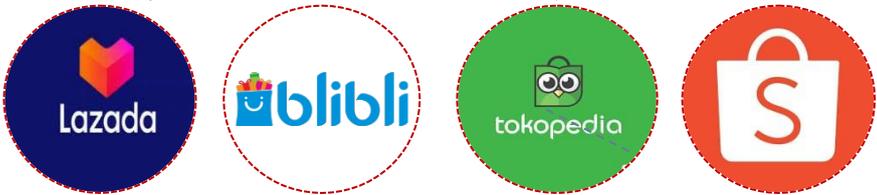
Audio visual atau pandang dengar merujuk kepada penggunaan komponen suara (audio) dan komponen gambar (visual), dibutuhkan beberapa peralatan untuk dapat menyajikan hal ini. Film dan program televisi adalah beberapa contoh dari penyajian audio visual, contoh lain nya ialah dari story video aplikasi seperti instagram, facebook dll.

Melalui Media Apa?

1. Media Sosial



2. Marketplace



3. Ojek Online



Cara Mengenalkan Produk Melalui digitalisasi

1. Melalui media Sosial, yaitu : Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok, Whatsapp dan media lainnya.
2. Market Place, yaitu : Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, dsb.
3. Website Toko
4. Melalui Ojek Online yaitu : Gojek, Grab, dsb.
5. Terhubung dengan Internet 24 Jam/Hari
6. Review dan Endorsement oleh Influencer
7. Terhubung dengan Program Pusat

Cara agar Produk di Minati

1. Produk harus berkualitas dan tersedia di berbagai platform
2. Deskripsi produk jelas dan menarik
3. Foto dan Video produk jelas dan terlihat profesional
4. Respon penjual cepat
5. Packing menarik dan aman
6. Review dan Feedback di kelola dengan baik.

Bagaimana Sistem Pembayaran Online Shop?



Sistem payment online merupakan layanan transaksi dan pembayaran yang dilakukan secara online atau berbasis server. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari waktu ke waktu menjadi alasan hadirnya berbagai kemudahan untuk melakukan transaksi atau payment antara konsumen dan pebisnis.

Dengan adanya internet payment system, kini Anda tidak perlu lagi berlama-lama antri untuk melakukan pembayaran barang yang dibeli. Hanya dengan mengaplikasikan gadget yang support aplikasi tertentu khusus online payment Anda sudah bisa melakukan payment dengan lebih praktis. Saat ini proses payment berbasis online lebih banyak diminati dibandingkan dengan sistem pembayaran yang biasa dilakukan secara langsung.

Adakah Keunggulan dalam Memilih Metode Pembayaran Online?



Ada banyak keunggulan sekaligus keuntungan tersendiri yang dapat diperoleh selama menggunakan layanan pembayaran online tersebut diantaranya:

1. Semua transaksi dan payment secara online bisa di lakukan dalam waktu yang lebih cepat dan efektif.
2. Sistem pembayaran online dimana internet payment system sudah menyediakan berbagai opsi pembayaran selama Anda akan melakukan transaksi.
3. Transaksi dan pembayaran yang di lakukan akan lebih aman dan nyaman
4. Tidak harus memiliki kartu kredit ataupun semacamnya Anda sudah bisa melakukan transaksi dengan lebih mudah dan praktis bahkan bisa melakukannya secara langsung melalui genggamannya via gadget.

Apa Saja Jenis Metode Pembayaran Untuk Bisnis Online?



Dalam melakukan proses pembayaran secara online, Anda khususnya penggemar online shop akan lebih mudah dalam memilih berbagai jenis pembayaran sesuai dengan keinginan. Di antara sekian banyak jenis transaksi pembayaran pada bisnis online, berikut ini beberapa metode pembayaran yang paling sering digunakan dan perlu di ketahui;

1. Melalui Transfer Bank

Metode pembayaran online pertama yang paling sering digunakan adalah transfer bank. Anda bisa melakukannya melalui mobile banking, internet banking, dan ATM. Bisa dibilang, metode ini tergolong cara lama yang masih digunakan hingga sekarang.

Dengan menggunakan metode transfer via bank, tentunya hal ini tidak tergerus oleh keberadaan alat pembayaran online karena mereka dinilai aman dan praktis untuk dilakukan. Selain itu, cara ini

juga paling familiar karena sudah dikenal oleh banyak orang dari berbagai kalangan.

2. Kartu Kredit

Kartu kredit masih menjadi salah satu metode pembayaran online yang disukai banyak orang. Dengan kartu kredit, Anda bisa berbelanja apa saja baik di dalam maupun luar negeri. Selain itu, Anda juga tidak harus langsung membayar barang belanjaan Anda.

3. Paypal

Jika Anda ingin bertransaksi di luar negeri, maka paypal menjadi sarana pembayaran yang telah populer sejak dulu dan bisa menjadi pilihan. Paypal juga tergolong sebagai salah satu metode pembayaran selain kartu kredit yang disukai oleh banyak orang.

Ada juga beberapa toko lokal yang juga menggunakan paypal sebagai salah satu metode pembayaran yang bisa digunakan. Hal ini tentunya sangat memudahkan orang-orang dalam bertransaksi sehingga belanja online akan lebih mudah.

4. Melalui Rekening Bersama

Jenis pembayaran yang kian berkembang ini punya tujuan untuk sama-sama melindungi penjual dan pembeli. Metode ini berkembang, seiring dengan munculnya transaksi jual beli di marketplace online.

Rekening bersama ini nantinya akan melibatkan pihak ketiga yang bertujuan untuk menahan dana hingga transaksi selesai dilakukan dan barang sampai dari tangan penjual ke pembeli secara utuh. Ketika barang sudah sampai, pembeli wajib melakukan konfirmasi agar dana segera dilepaskan kepada penjual.

5. E-Wallet

Metode pembayaran yang satu ini tentunya sudah tidak asing lagi bagi Anda. Meski masih ada keterbatasan layanan pembayaran hanya dan hanya di merchant tertentu yang bekerjasama, namun ke depannya prospek e-wallet dapat berkembang lebih jauh sebagai alat pembayaran online.

Beberapa e-wallet yang dikenal seperti Go-pay dari Gojek, T-Cash dari Telkomsel, dan Ovo, bisa digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk digital dan siap untuk digunakan bertransaksi secara online. Beberapa marketplace bahkan sudah bekerjasama dengan layanan pembayaran melalui e-wallet.



6. Cash on delivery (COD)

Untuk jenis sistem payment online COD (Cash On Delivery) sangat cocok digunakan bagi Anda yang tidak mempunyai kartu kredit dan kartu debit. Jenis pembayaran yang satu ini hanya mengharuskan Anda untuk menyerahkan sejumlah uang secara langsung saat barang atau produk yang dibeli datang.

Dengan semakin berkembangnya tren bisnis ke arah digital, maka alat pembayaran pun semakin bergeser ke tren cashless atau transaksi dengan uang digital. Sebagai pelaku bisnis, Anda juga harus mengakrabkan diri dengan metode pembayaran ini karena sangat penting.

Maka, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Era pandemi covid-19 tentunya menjadi tantangan yang sangat besar bagi pelaku UMKM untuk dapat bertahan hidup, maka demikian mau tidak mau pelaku UMKM harus mengikuti Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui marketplace menjadi suatu solusi bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk tetap bertahan hidup dan menopang perekonomian Indonesia pada era pandemi Covid-19 saat ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah. (2018). *Keunggulan Posisional Nilai Produk Ergo-ikonik untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. Disertasi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hanafi, Mamduh M. (2014) *Manajemen Risiko*. Tangerang: Universitas Terbuka
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium I. Terjemahan Oleh Hendra Teguh. Jakarta: Prehalindo
- Husnan, Suad. (2009). *Manajemen Keuangan*. Tangerang: Penerbit Universitas Terbuka
- Subekti, Surono. (1999). *Kiat Bermain Saham*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum
- Delloitte Access Economics. (2015). *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia Instrumen Pertumbuhan Nusantara*.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5(2)
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1).