

PENDAMPINGAN TIK BAGI UMKM PEREMPUAN DI KABUPATEN MALANG

Eris Dianawati^{1*}, Sirodjudin¹, Razzan Zaki Muhammad²

¹Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

²Politeknik UNISMA Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden Penulis: erisdiana@unisma.ac.id

ABSTRAK

Keterampilan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sangat penting bagi UMKM perempuan, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang. Tujuan pendampingan keterampilan TIK, mereka dapat mengoptimalkan potensi usahanya, meningkatkan daya saing, dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Juga agar dapat memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik tingkat lokal, nasional, bahkan internasional. Platform seperti media sosial dan marketplace, serta website e-commerce memungkinkan mereka memasarkan produk kepada lebih banyak konsumen tanpa dibatasi jarak geografis. Keterampilan teknologi dapat membantu mengelola usaha lebih efisien, membantu mempercepat proses inovasi produk dan layanan, serta menyesuaikan diri dengan tren dan permintaan pasar yang dinamis. Model Pendampingan akan memberi UMKM perempuan kesempatan berkembang, naik kelas dan profesional. Budaya bisnis berbasis data dan teknologi, memudahkan bank dan lembaga keuangan mengakses informasi mengenai kelayakan finansial suatu usaha. Dengan menggunakan sistem berbasis digital dan memiliki rekam jejak digital, seperti laporan keuangan yang dikelola dengan aplikasi atau riwayat penjualan yang tercatat secara online, mereka lebih mudah mendapatkan pembiayaan atau pinjaman modal usaha. Hasil pendampingan diharapkan dapat membentuk UMKM perempuan sebagai UKM dengan jaringan luas, dapat berkolaborasi dengan pelaku usaha lain, mengikuti grup diskusi dan komunitas bisnis online, bergabung dengan asosiasi UKM, atau bekerja sama dengan mitra bisnis yang berada jauh dari lokasi mereka. Hasil lainnya adalah UMKM Perempuan dapat menggunakan teknologi dalam operasional bisnis, mengurangi biaya untuk pengelolaan usaha, biaya administrasi dapat dipangkas, dengan aplikasi, manajemen bisnis bisa dikelola lebih efisien, waktu yang biasanya digunakan untuk proses manual bisa digunakan untuk kegiatan produktif lainnya.

Kata Kunci:

pelatihan tik; e-commerce umkm; digital literacy

PENDAHULUAN

Penerapan teknologi dianggap penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM, karena Penggunaan teknologi digital dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Contohnya adalah penggunaan perangkat lunak (*software*) untuk mengelola persediaan, menghitung keuntungan dan memperoleh informasi pelanggan.

Meskipun tidak ada satu undang-undang yang secara eksplisit mengharuskan UMKM menguasai TIK, berbagai dasar hukum dan kebijakan di atas secara langsung maupun tidak langsung mendorong atau mewajibkan UMKM untuk mengembangkan keterampilan TIK guna meningkatkan efisiensi, daya saing, dan keberlanjutan usaha mereka. Hal ini sejalan dengan perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang memprioritaskan pengembangan TIK untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas UMKM.

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). 1) Pasal 5 (Penggunaan Informasi Elektronik): Mengatur tentang pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik, yang memberikan dasar hukum untuk memfasilitasi UMKM dalam memanfaatkan TIK untuk kepentingan bisnis mereka, termasuk e-commerce dan transaksi digital; 2) Pasal 19 (Keamanan Transaksi Elektronik): Keamanan transaksi digital menjadi aspek penting dalam mengembangkan bisnis berbasis teknologi, yang juga mengharuskan pelaku UMKM untuk memahami aspek-aspek teknis dan keamanan dalam menggunakan TIK.

Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No. 6 Tahun 2016 tentang Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Teknologi. Poin 4: Mengatur tentang pengembangan UMKM berbasis teknologi. Salah satu arah kebijakan adalah mendorong penggunaan dan pemanfaatan TIK untuk pengelolaan dan pemasaran produk. Dalam hal ini, penguasaan TIK menjadi bagian dari strategi pengembangan kewirausahaan di sektor UMKM.

Tantangan

UMKM perempuan di Indonesia memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian, dan dalam banyak kasus, populasi UMKM perempuan cenderung lebih banyak atau bahkan dominan. Beberapa faktor yang mendasari fenomena ini antara lain adalah faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi peran perempuan dalam kegiatan ekonomi, terutama di sektor mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Hal ini tidak lepas dari Faktor Sosial dan Kultural

1) Dari sisi Peran Tradisional Perempuan dalam Kegiatan Ekonomi Rumah Tangga: Dalam banyak masyarakat, perempuan memiliki peran penting dalam mengelola ekonomi rumah tangga, yang sering kali melibatkan kegiatan produksi dan perdagangan skala kecil. Kegiatan seperti menjual makanan, kerajinan tangan, atau produk lokal lainnya biasanya dilakukan oleh perempuan untuk mendukung kebutuhan keluarga. Karena alasan ini, banyak perempuan yang memulai usaha kecil-kecilan (UMKM) di rumah; **2) Dari sisi Budaya Kewirausahaan Perempuan:** Di banyak daerah, perempuan sudah terbiasa dengan kegiatan produktif di rumah, seperti membuat makanan, menjahit, atau memproduksi barang kerajinan. Kebiasaan ini memungkinkan mereka untuk lebih

mudah memulai usaha kecil-kecilan tanpa membutuhkan modal yang besar. Dengan demikian, usaha mereka seringkali berkembang menjadi UMKM.

Sekitar 64% dari total pelaku UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan. Jumlah UMKM di Indonesia yang dikelola oleh perempuan adalah 37 juta, atau sekitar 64,5% dari total UMKM di Indonesia. Memperhatikan dasar hukum terkait penerapan teknologi dianggap penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM, karena Penggunaan teknologi digital dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha maka pendampingan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi UMKM Perempuan di Kabupaten Malang sangat penting untuk mendukung perkembangan dan pemberdayaan ekonomi, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi.

Situasi dan kondisi kemampuan UMKM perempuan dalam penguasaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Indonesia, khususnya di Kabupaten Malang, bisa sangat bervariasi, tergantung pada beberapa faktor seperti tingkat pendidikan, usia, akses terhadap infrastruktur teknologi, dan budaya setempat.

Masalah

Secara umum, ada beberapa hal yang perlu dipahami terkait kemampuan UMKM perempuan dalam menguasai dan memanfaatkan TIK. 1) Tingkat penguasaan TIK yang masih terbatas, banyak UMKM perempuan di daerah yang masih memiliki keterbatasan dalam menguasai teknologi, baik dari segi perangkat maupun keterampilan. Ini bisa disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dasar teknologi, banyak pelaku UMKM perempuan, terutama yang berada di pedesaan atau memiliki latar belakang pendidikan yang terbatas, belum terpapar dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam pengelolaan bisnis mereka. 2) Ketergantungan pada metode tradisional: banyak UMKM perempuan yang masih mengandalkan metode manual dalam berbagai aspek bisnis, seperti pencatatan keuangan, pemasaran, atau pengelolaan stok barang. Hal ini menghambat efisiensi dan daya saing mereka di pasar yang semakin digital. 3) Perbedaan keterampilan digital berdasarkan usia dan pendidikan. 4) Kurangnya pemahaman tentang pentingnya TIK dalam bisnis. 5) Keterbatasan dukungan dan pelatihan pentingnya pendampingan dan pelatihan dalam penguasaan TIK sangat besar, namun masih banyak UMKM perempuan yang tidak memiliki akses ke pelatihan yang efektif dan relevan. 6) Tidak semua UMKM perempuan menyadari pentingnya TIK untuk pengembangan usaha mereka

Kebutuhan masyarakat (mitra) yang melatarbelakangi atau menginspirasi pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat. 1) Dapat memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik tingkat lokal, nasional, bahkan internasional. a) Platform seperti media sosial dan marketplace, serta website e-commerce memungkinkan mereka memasarkan produk kepada lebih banyak konsumen tanpa dibatasi jarak geografis; b) Keterampilan teknologi dapat

membantu mengelola usaha lebih efisien, membantu mempercepat proses inovasi produk dan layanan, serta menyesuaikan diri dengan tren dan permintaan pasar yang dinamis; 2) UMKM perempuan kesempatan berkembang, naik kelas dan profesional; 3) Memiliki budaya bisnis berbasis data dan teknologi, memudahkan bank dan lembaga keuangan mengakses informasi mengenai kelayakan finansial suatu usaha. a) Dengan menggunakan sistem berbasis digital dan memiliki rekam jejak digital, seperti laporan keuangan yang dikelola dengan aplikasi atau riwayat penjualan yang tercatat secara online, mereka lebih mudah mendapatkan pembiayaan atau pinjaman modal usaha. 4) Menjadi UMKM perempuan sebagai UKM dengan jaringan luas. a) Dapat berkolaborasi dengan pelaku usaha lain; b) mengikuti grup diskusi dan; c) komunitas bisnis online; d) bergabung dengan asosiasi UKM, atau; d) bekerja sama dengan mitra bisnis yang berada jauh dari lokasi mereka. 5) Dapat menggunakan teknologi dalam operasional bisnis, mengurangi biaya untuk pengelolaan usaha, biaya administrasi dapat dipangkas, dengan aplikasi, manajemen bisnis bisa dikelola lebih efisien, waktu yang biasanya digunakan untuk proses manual bisa digunakan untuk kegiatan produktif lainnya.

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat

1) Melakukan pendampingan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi UMKM perempuan di Kabupaten Malang untuk mendukung perkembangan dan pemberdayaan ekonomi, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi, dapat mengoptimalkan potensi usahanya, meningkatkan daya saing, dan mempercepat pertumbuhan bisnis; 2) Juga agar dapat memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik tingkat lokal, nasional, bahkan internasional. Platform seperti media sosial dan marketplace, serta website e-commerce memungkinkan mereka memasarkan produk kepada lebih banyak konsumen tanpa dibatasi jarak geografis; 3) Keterampilan teknologi dapat membantu naik kelas dari UMKM menjadi UKM dan mengelola usaha lebih efisien, membantu mempercepat proses inovasi produk dan layanan, serta menyesuaikan diri dengan tren dan permintaan pasar yang dinamis; 4) Menjadi UMKM skala nasional bahkan internasional; 5) Dapat menggunakan teknologi dalam operasional bisnis dengan manajemen produksi yang lebih efisien.

Hasil Kajian Pustaka

Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital akan mempermudah upaya pemasaran yang dilakukan oleh UKM. UKM tidak memerlukan toko fisik berbiaya besar untuk memasarkan produk. Pemasaran digital akan membantu UKM untuk meningkatkan brand awareness konsumen dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Lebih lanjut, UKM akan memperoleh insight tentang aktivitas pemasaran digital yang dilakukan dan lebih mengenal target pasar yang dimiliki. Hal ini akan membantu UKM untuk membuat formulasi strategi dan taktik pemasaran yang lebih tepat. Pada akhirnya pemasaran digital

yang dilakukan oleh UKM akan membantu meningkatkan pendapatan dan laba yang diperoleh.

Tim pengabdian melakukan evaluasi berupa penilaian hasil materi yang disampaikan dalam pelatihan. Dari hasil evaluasi dapat dikatakan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai pembuatan toko online di *marketplace* dan bagaimana cara untuk meningkatkan kunjungan ke *marketplace* yang diharapkan nantinya dapat membantu meningkatkan penjualan oleh mitra maupun pengurus BUMDesma Kecamatan Wagir.

METODE PELAKSANAAN

Pendekatan Praktis dan Langsung (*Hands-on*)

Keterampilan TIK sebaiknya diberikan melalui pendekatan praktis agar peserta dapat langsung merasakan manfaatnya. UMKM perempuan cenderung lebih mudah memahami teknologi yang relevan dengan pekerjaan sehari-hari mereka. Beberapa langkah praktis yang dapat diterapkan adalah; a) Pelatihan Berbasis Aplikasi Praktis: Mengajarkan aplikasi-aplikasi yang langsung dapat diterapkan dalam bisnis mereka, seperti aplikasi kasir digital, software akuntansi, alat promosi online, atau aplikasi e-commerce (misalnya Shopee, Tokopedia); b) Workshop Praktis: Selain teori, perlu adanya sesi workshop di mana peserta langsung mempraktikkan apa yang mereka pelajari. Misalnya, mereka bisa membuat akun media sosial untuk bisnis mereka, atau mempelajari cara mengelola keuangan usaha menggunakan aplikasi seperti BukuWarung atau Jurnal.

Pendekatan Berbasis Teknologi Lokal

Menggunakan teknologi lokal atau teknologi yang sudah dikenal oleh peserta akan membantu mempercepat adopsi TIK. Misalnya, banyak UMKM perempuan di Indonesia lebih familiar dengan WhatsApp daripada aplikasi lain. a) Pengenalan Aplikasi yang Familiar: Mulai dengan mengajarkan penggunaan aplikasi yang sudah sering mereka gunakan, seperti WhatsApp, Instagram, atau Facebook, untuk pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan; b) Platform E-Commerce Lokal: Berikan pelatihan mengenai platform e-commerce yang lebih ramah pengguna dan populer di pasar lokal, seperti Tokopedia, Bukalapak, atau bahkan aplikasi pengelolaan usaha sederhana yang berbasis lokal.

Pendekatan Sosial dan Ekonomi

Selain pelatihan teknis, penting untuk memberikan perspektif sosial dan ekonomi kepada peserta. Membantu mereka memahami bagaimana TIK dapat meningkatkan efisiensi usaha mereka, memperluas pasar, dan meningkatkan pendapatan adalah hal yang sangat penting. a) Pelatihan Pemasaran Digital: Mengajarkan cara memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pembuatan konten yang menarik, penggunaan media sosial

untuk pemasaran, serta strategi penjualan online; b) Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran: Pelatihan juga bisa mencakup pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi digital, yang akan membantu mereka mencatat pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan secara lebih efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Pelatihan whatsapp business

Pelatihan WhatsApp Business untuk UMKK tidak hanya tentang mengajarkan cara mengoperasikan aplikasi, tetapi juga tentang memaksimalkan potensi alat ini untuk meningkatkan operasional, pelayanan pelanggan, pemasaran, dan penjualan. Dengan pelatihan yang tepat, UMKK dapat menggunakan WhatsApp Business sebagai alat yang powerful untuk mendukung pertumbuhan dan kesuksesan bisnis mereka di dunia digital yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan berbagai fitur di WhatsApp Business ini, UMKK bisa lebih efisien dalam mengelola komunikasi dan promosi, yang tentunya mendukung pertumbuhan bisnis.

Kegiatan dilaksanakan pada kelompok UMKK Perempuan yang tergabung pada komunitas IPEMI Kota Malang, yakni Ikatan Pengusaha Muslimah Kota Malang.

Peserta kegiatan kurang lebih 50 (lima puluh) peserta yang terdiri dari UMKK anggota IPEMI Kota Malang, Kelompok UMKK Fatayat NU Kabupaten Malang, himpunan mahasiswa kewirausahaan dan Masyarakat sekitar yang tertarik untuk mengikuti kegiatan pelatihan yang diselenggarakan di Gedung MCC lantai 3. Dari 50 (limapuluh) peserta, sebanyak 30% (tiga puluh persen) mengikuti alur pelatihan dengan sempurna, selebihnya terkendala perangkat yang tidak mendukung dan masalah pada jaringan. Program pelatihan ini berkelanjutan dengan program kemitraan yakni pelatihan berkelanjutan di bidang TIK, keuangan dan pemasaran dan bidang lain terkait produksi.

Pelatihan Digital Marketing di lingkungan UMKK Kecamatan Pakisaji, diikuti sekitar 50 (lima puluh) peserta, yang terdiri dari UMKK anggota IWAPI Kab.

Malang, UMKM di wilayah Kecamatan Pakisaji, UMKM Fatayat NU di wilayah Kecamatan Pakisaji dan mahasiswa dengan peminatan kegiatan kewirausahaan. Kegiatan pelatihan di dukung dengan pihak ketiga menghasilkan kerjasam di bidang pengembangan ketrampilan dalam hal pemasaran dan literasi keuangan.

Secara Teori, kemitraan UMKM adalah kerja sama yang dilakukan antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan usaha besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kemitraan UMKM harus dilakukan atas dasar saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kemitraan UMKM, yaitu: 1) Prinsip kesetaraan dan kedudukan hukum yang seimbang; 2) Memenuhi prinsip dasar kemandirian UMKM; 3) Tidak menciptakan ketergantungan UMKM terhadap usaha besar; 4) Usaha besar dilarang memiliki dan/atau menguasai UMKM sebagai mitra usahanya; 5) Usaha menengah dilarang memiliki dan/atau menguasai UMKM mitra usahanya.

Ada 3 (tiga) prinsip dalam kemitraan yaitu: 1) Unsur kerjasama antara usaha kecil disitu pihak dan usaha menengah atau usaha besar dilain pihak; 2) Unsur kewajiban pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha menengah dan pengusaha besar; 3) Usaha paling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

KESIMPULAN

Pendampingan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi UMKM perempuan di Indonesia sangat penting untuk mendukung perkembangan dan daya saing mereka dalam era digital. Mampu memberikan kontribusi yang cukup besar yaitu meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, peningkatan keterampilan dan pengetahuan, inovasi produk dan layanan, mendukung kemandirian ekonomi, peningkatan daya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan oleh penulis sekaligus bagian dari pelaksana pengabdian kepada Masyarakat terutama kepada: 1) Ketua IPEMI Kota Malang, Prof. Dr. Dyah Sawitri, S.E., M.M. yang selalu memberi dukungan pada program-program kegiatan IPEMI Kota Malang; 2) Ketua IWAPI Kabupaten Malang, Hj. Dewi Irvani S. Hut, MCHt, CI, MPh, MSI, yang selalu memberi semangat di setiap kegiatan pengembangan anggotad I lingkungan IWAPI Kab. Malang; 3) Yuli Nur Rohmawati, M.Pd, pengawas pembina pada 8 lembaga binaan, yang selalu menghadirkan saran dan masukan-masukan bijak di setiap kegiatan yang melibatkan UMKM Kabupaten Malang; 4) Bapak Ibu di BPR Putra Dana Kota Malang , yang selalu memberi semangat dan terbuka dalam Kerjasama dalam kemajuan UMKM di Malang Raya; 5) RRI Kota Malang, Mbak Penta sebagai penyambung informasi dan menyemangati kami dalam hak publikasi; 6)

Mahasiswa terbaik di lingkungan FEB UNISMA Malang yang selalu kompak penuh semangat dalam pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Drucker, Peter. F. 1993. *Inovasi Dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga Kusmulyono, M.S. & Soehadi & Eko. S & V. Winarto. (2011).
- Prasetya Mulya EDC on Entrepreneurship Education Strategi Komperhensif Membentuk Wirausaha Terdidik: Prasetya Mulya Publishing.
- Lim, Seong, B. & Sang M. Lee & Daesung Chang. (2005). "Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea". *International Entrepreneurship and Management in The United States*. 1, 27-43.
- Rakib, Muhammad. (2010). Pengaruh Model Komunikasi Wirausaha, Pembelajaran Wirausaha, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Kecil. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Jilid 17 no.2, 121-129.
- Romdhon, Muhammad. R. (2015). *Jual Beli Online menurut Madzhab Asy-Syafi'i*. Tasikmalaya: Pustaka Cipasung.
- Saputro, Edy Purwo., Achmad, Nur dan Handayani, Sih. 2016. Identifikasi Faktor yang Mempengaruhi Sukses Wirausaha. *Benefit, Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 1, Nomor 1.
- Zimmerer, Thomas W dan Scarborough, Norman M. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat. Daftar rujukan menggunakan