

PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DI ERA DIGITAL MELALUI PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN PELAKU UMKM DESA KADUARA BARAT

Alfin Firdaus¹, Chairul Fajar Tafrilyanto², Moh Zayyadi³

¹Prodi Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Madura, Indonesia

^{2,3}Prodi Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Madura, Indonesia

*Email: chairul_math@unira.ac.id

Corresponding author:

Chairul Fajar Tafrilyanto

Universitas Madura

chairul_math@unira.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara. Dalam era digital abad ke-21, UMKM menghadapi tantangan baru untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kaduara Barat, Kami kelompok KKN 02 Universitas Madura melakukan Pendampingan sekaligus Pelatihan terhadap masyarakat Desa Kaduara Barat, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan guna memberikan edukasi kepada masyarakat desa khususnya pada Pelaku UMKM di Desa Kaduara barat tentang Peningkatan kualitas Produk, sekaligus kami juga memberikan pendampingan dan pelatihan bagaimana manajemen usaha yaang strategis dengan tujuan pelaku UMKM Desa Kaduara Barat lebih meningkat lagi kualitas produknya. Kegiatan KKN ini dilakukan dengan menggunakan metode pendampingan yaitu dengan melakukan seminar di Balai desa Kaduara Barat. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana mengatur dan mengaplikasikan mekanisme usaha yang bagus bagi Pelaku UMKM Adapun target yang diharapkan dalam pengabdian ini adalah meningkatnya Kulaitas Produk pelaku UMKM di Desa Kaduara Barat melalui pelaksanaan seminar oleh kelompok KKN 02 Universitas Madura.

Kata Kunci: UMKM; Kualitas Produk; Peningkatan; Pelaku UMKM; Era Digital

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are an important sector in a country's economy. In the digital era of the 21st century, MSMEs face new challenges to utilize digital technology to develop their business. Real Work Lecture (KKN) activities in West Kaduara Village, We, the Madura University KKN 02 group, provide assistance and training to the people of West Kaduara Village, District Larangan, Pamekasan Regency in order to provide education to village communities, especially MSME actors in West Kaduara Village about improving product quality, at the same time we also provide assistance and training on strategic business management with the aim of West Kaduara Village MSME actors further improving the quality of their products. This KKN activity was carried out using the mentoring method, namely by conducting seminars at the West Kaduara village hall. The aim of carrying out this service is to provide knowledge and understanding about how to organize and apply good business mechanisms for MSME actors. The target expected in this service is to increase the product quality of MSME actors in West Kaduara Village through holding seminars by the Madura University KKN 02 group

Keywords: MSMEs; product quality; improvment; MSME actors; Era Digital

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara (Hidayat et al., 2022). Di Indonesia, UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 yang mana banyak dari perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut (Khakim, 2022). Selain itu, sektor ini mampu meningkatkan

pendapatan per kapita atau Produk Domestik Bruto (PDB) masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.

UMKM diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria (Nalini, 2021).

Usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Di dalam undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai asset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan.

Pemerintah memberi perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan UMKM agar dapat bertahan dalam krisis global. Berbagai inisiatif selalu diusahakan oleh pemerintah melalui Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah agar semakin banyak individu mau menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian UMKM. Perhatian pemerintah terhadap UMKM, kualitas SDM yaitu termasuk perilaku pelaku usaha dapat mempengaruhi keberhasilan usaha (Aprilia & Melati, 2021). Kasmir (2017) usaha dapat dikatakan berhasil jika para pelaku usaha memiliki karakteristik kepribadian yang jujur, kreatif dan inovatif untuk membangun sebuah kepercayaan terhadap konsumen (Dewiwati Pelipa & Marganingsih, 2020), semakin banyak motivasi dan perilaku baik yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha maka semakin besar pula kemungkinan sebuah UMKM dapat berkembang.

Untuk mengembangkan suatu UMKM agar usahanya berhasil, pelaku usaha harus dapat berpikir kreatif dan inovatif untuk lebih mengembangkan usahanya. Kekuatan modal dapat mempengaruhi keberhasilan usaha (Winarni & Mahsun, 2021). Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu, diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang dilakukan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Putri & Pradhanawarti, 2014).

UMKM juga sangat penting bagi pengembangan ekonomi di daerah-daerah, terutama di daerah pedesaan dan terpencil, karena mereka dapat membantu memperkuat ekonomi lokal dan mengurangi tingkat kemiskinan. Selain itu, UMKM juga merupakan sumber inovasi dan

keaktivitas, yang dapat membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing Indonesia di tingkat global. Oleh karena itu, upaya untuk membantu UMKM agar dapat beradaptasi dengan teknologi digital dan memperluas akses mereka ke pasar melalui platform online sangat penting bagi perkembangan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi. Di era digital ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peluang besar untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar mereka melalui pemanfaatan teknologi digital (Anggriani Saputri et al., 2023; Rauf et al., 2024). Namun, tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya di desa-desa seperti Desa Kaduara Barat, tidaklah kecil. Beberapa tantangan tersebut meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan akses informasi, dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital.

Desa Kaduara Barat memiliki potensi besar dalam sektor UMKM, dengan berbagai produk lokal yang dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Namun, tanpa adanya pendampingan dan pelatihan yang memadai, potensi tersebut tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode konvensional dalam proses produksi, pemasaran, dan penjualan, yang sering kali tidak efisien dan kurang kompetitif di era digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan kualitas produk UMKM melalui pendampingan dan pelatihan di Desa Kaduara Barat diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Selain membantu pelaku UMKM meningkatkan keterampilan mereka, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan. Dengan sinergi antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat, Desa Kaduara Barat dapat menjadi contoh sukses dalam memanfaatkan potensi lokal di era digital.

Dalam konteks ini, literasi digital menjadi salah satu elemen penting yang harus diperhatikan. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami data dan informasi yang diperoleh dari platform digital (Asari et al., 2019; Nurfitriya et al., 2022). Pelaku UMKM yang memiliki literasi digital yang baik akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk masyarakat.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat oleh Kelompok 02 KKN Universitas Madura di Desa Kaduara Barat ini ingin membantu proses perkembangan manajemen usaha yang strategis, peningkatan kualitas produk UMKM Desa Kaduara Barat Yang bersaing Di era digital seperti saat ini.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah dengan metode kualitatif dan data diperoleh dari hasil narasumber. Subjek penelitian terkait Peningkatan Kualitas Produk melalui pendampingan Dan Pelatihan Pelaku UMKM di desa Kaduara Barat. Program kerja yang dilakukan adalah dengan melakukan penyampaian materi sekaligus tekhnis terkait peningkatan kualitas produk sesuai dengan yang sudah dipaparkan oleh para narasumber sesuai dengan topik seminar ini dan melakukan tanya jawab antar peserta agar para peserta dapat memahami dan menerima Edukasi yang diberikan oleh narasumber.

Dalam pelaksanaan kegiatan peserta cenderung memperhatikan dan juga membagikan pertanyaan seputar keadaan-keadaan yang terjadi dilingkungan mereka seputar UMKM, mulai dari strategi peningkatan kualitas Produk, manajemen usaha dan pemasaran di era digital seperti saat ini. Tentu forum yang interaktif seperti demikianlah yang diharapkan memberi impact secara langsung kepada pelaku usaha mikro di Desa Kaduara Barat.

Secara umum pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut, identifikasi Kebutuhan dan Potensi UMKM. Pada tahapan ini, tim melakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan, tantangan, dan potensi setiap pelaku UMKM di Desa Kaduara Barat dan mengkaji potensi produk lokal yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk pasar yang lebih luas. Perencanaan program pelatihan dan pendampingan. Pada tahap ini, menyusun modul pelatihan yang mencakup literasi digital, pengelolaan keuangan berbasis teknologi, strategi branding, dan pemasaran digital. Selain itu, tim merencanakan narasumber yang menjadi ahli dalam kegiatan ini. Pelaksanaan pelatihan. Pada tahapan ini, narasumber memberikan materi tentang penggunaan teknologi seperti aplikasi *e-commerce*, media sosial, dan alat pendukung bisnis lainnya. Pendampingan berkelanjutan. Pada tahap ini, tim memberikan pendampingan intensif kepada pelaku UMKM selama beberapa bulan untuk memastikan implementasi hasil pelatihan dan diseminasi hasil. Pada tahapan ini, tim bersama peserta pengabdian mempublikasikan hasil kegiatan melalui media sosial, jurnal pengabdian masyarakat, atau media lainnya untuk menginspirasi desa lain. Tahapan metode pelaksanaan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era digital, peningkatan kualitas produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi semakin penting dan dapat dicapai melalui berbagai teknologi dan strategi digital. Transformasi digital menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan daya saing di pasar global. mengingat perkembangan dunia usaha yang cukup dinamis seiring perkembangan zaman kegiatan seminar ini di peruntukan bagi Pelaku UMKM Desa Kaduara Barat dengan cara penyampaian materi dan melakukan diskusi dengan peserta.



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Narasumber

Beberapa hal yang menjadi fokus pembahasan dari narasumber yakni, Salah satu langkah awal adalah penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Sistem Enterprise Resource Planning (ERP) dan Customer Relationship Management (CRM) dapat membantu UMKM dalam mengelola proses produksi dan hubungan dengan pelanggan secara lebih efektif (Fauzi & Putra, 2018; Setyo Nugroho et al., 2022). Dengan menggunakan data analitik, UMKM dapat memahami tren pasar dan kebutuhan konsumen, sehingga memungkinkan penyesuaian produk yang lebih tepat sasaran.

E-commerce dan platform digital memberikan UMKM akses ke pasar yang lebih luas, memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen global dan mendapatkan umpan balik langsung mengenai kualitas produk. Media sosial dan platform review juga menyediakan saluran penting untuk menerima umpan balik dari pelanggan dan melakukan perbaikan berkelanjutan (Cahyani, 2024).



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Pentingnya pelatihan SDM dalam teknologi digital juga tidak bisa diabaikan (Andiny, 2023; Fauzi et al., 2024). Pelatihan yang memadai membantu karyawan memahami dan memanfaatkan teknologi terbaru untuk meningkatkan kualitas produk. Secara keseluruhan, dengan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, UMKM di Desa Kaduara Barat ini dapat memperbaiki sekaligus meningkatkan kualitas produk mereka, meningkatkan efisiensi, dan bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah paparkan diatas setidaknya ada beberapa poin utama dalam rangka meningkatkan kualitas produk UMKM di era digital seperti saat ini, yang pertama adalah penerapan teknologi informasi dan komunikasi, karena dengan menerapkannya efisiensi suatu UMKM bisa lebih terjamin, mulai dari menghemat waktu hingga biaya tentunya, yang kedua dalam rangka meningkatkan kualitas produk UMKM yakni pemanfaatan platform digital sebagai wadah dimana produk UMKM Bersaing dan berkembang bersama, ditambah jangkauan global yang ini tentu membuat produk mudah dikenal dan yang terakhir yang paling mendasar yakni Kemampuan SDM dalam menggunakan teknologi karena percuma teknologi yang dipakai canggih jika tidak dibarengi dengan kemampuan SDM Dalam mengoprasikannya Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini yakni memberikan edukasi kepada Pelaku Usaha Mikro yang ada di di Desa Kaduara Barat yang outputnya diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, menejemen usaha yang strategis di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Madura dan SDN Kolpajung 2 Pamekasan yang telah memfasilitasi penelitian ini. Selain itu, Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Kaduara Barat untuk menjadi mitra dalam pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Andiny, T. T. (2023). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Diakonia di Era Digital. *Danum Pambelum: Jurnal Teologi Dan Musik Gereja*, 3(1), 82–87. <https://ejournal.iaknpky.ac.id/index.php/pambelum>
- Anggriani Saputri, S., Berliana, I., & Nasrida, M. (2023). PERAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI INDONESIA. *KNOWLEDGE : Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75.
- Aprilia, D. S., & Melati, I. S. (2021). Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Modal Usaha dan Bauran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sentra Batik Kota Pekalongan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.31331/jeee.v2i1.1728>
- Asari, A., Kurniawan, T., Ansor, S., Nur, A. B., & Putra, R. (2019). KOMPETENSI LITERASI DIGITAL BAGI GURU DAN PELAJAR DI LINGKUNGAN SEKOLAH KABUPATEN MALANG. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3(2). <http://journal2.um.ac.id/index.php/bibliotika>
- Cahyani, M. D. (2024). KAJIAN TRANSFORMASI SIKAP MASYARAKAT TERHADAP E-COMMERCE PASCA PENGHAPUSAN TIKTOK SHOP. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(1), 1186–1199.
- Dewiwati Pelipa, E., & Manganingsih, A. (2020). MEMBANGUN JIWA WIRAUSAHAWAN (ENTREPRENEURSHIP) MENJADI MAHASISWA PENGUSAHA (ENTREPRENEUR STUDENT)

- SEBAGAI MODAL UNTUK MENJADI PELAKU USAHA BARU. 5(2), 125–136.
<http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/>
- Fauzi, A., & Putra, Y. H. (2018). Analisa dan Perancangan Model Umum Enterprise Architecture untuk E-Business Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Menggunakan Framework TOGAF ADM. *Jurnal Tata Kelola Dan Kerangka Kerja Teknologi Informasi*, 2.
- Fauzi, M. R., Saimi, S., & Fathoni, F. (2024). Tantangan dan Solusi Administrasi Kesehatan di Era Digital (Tinjauan Literature Review atas Implementasi Teknologi). *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 5(01), 1093–1103.
<https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.6219>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). PERAN UMKM (USAHA, MIKRO, KECIL, MENENGAH) DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6).
- Khakim, M. A. (2022). Pelatihan dan Konsultasi Manajemen, Bisnis dan Keuangan bagi UMKM Kalibata. *Jurnal Abdidas*, 3(3), 525–530. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i3.618>
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Nurfitriya, M., Fauziyah, A., Annisa, T., Koeswandi, L., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2022). Peningkatan Literasi Digital Marketing UMKM Kota Tasikmalaya. In *ACITYA BHAKTI* (Vol. 2, Issue 1). www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/ACB/index
- Putri, K., & Pradhanawarti, A. (2014). PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, MODAL USAHA DAN PERAN BUSINESS DEVELOPMENT SERVICE TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA (STUDI PADA SENTRA INDUSTRI KERUPUK DESA KEDUNGREJO SIDOARJO JAWA TIMUR). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 313–322.
- Rauf, R., Syam, A., & Fuad Randy, M. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal of Research in Management*, 7(1).
- Setyo Nugroho, B., Rahma, A., Marzha Amelya, G., Dwi Yuniarti, I., Dwi Sekar Arum, L., & Alya Pramudia, R. (2022). Implementasi Sistem Point of Sale (POS) dan Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Enterprise Resource Planning Pada UKM Zahira Sprei. *JTET(Jurnal Teknik Elektro Terapan)*, 11(3).
- Winarni, E., & Mahsun, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo. *YOS SOEDARSO ECONOMICS JOURNAL (YEJ)*, 3(3), 2021. <https://ojs.uniyos.ac.id/index.php/YSEJ>