

PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL DAN MANAJERIAL UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN SUKAMULYA KECAMATAN CIGUGUR KABUPATEN KUNINGAN

Dicky Fauzi Firdaus, Eva Siti Ropiah, dan Asanah

Universitas Islam Al-Ihya Kuningan

Email: df.firdaus.20@gmail.com, evasitiropiah@gmail.com, aasasanah6@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Artikel Masuk: September 2025	Kewirausahaan digital mencakup pemahaman konsep, praktik, serta kesiapan adopsi teknologi digital untuk peningkatan bisnis. Manajerial adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan, pengorganisasian, dan kepemimpinan, baik itu dalam bentuk seni, ilmu, atau kemampuan, untuk mencapai tujuan tertentu. Kemampuan manajerial mencakup keterampilan untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya (termasuk sumber daya manusia) agar suatu organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien. Pendekatan metodologi yang dipilih adalah model siklus pemberdayaan kolaboratif yang dilakukan secara luring, memastikan interaksi langsung antara mahasiswa dan mitra untuk optimalisasi transfer pengetahuan. Hasil dan pembahasan program ini membuktikan bahwa digitalisasi dan manajemen yang baik dapat menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Komitmen pelaku usaha turut menentukan keberhasilan perubahan. Kesimpulan bahwa Pendampingan kewirausahaan digital dan manajerial terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Melalui pelatihan dan <i>coaching</i> berkelanjutan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan kualitas pengelolaan usaha.
Kata kunci: Kewirausahaan Digital, Manajerial, UMKM	
Keywords: Digital Entrepreneurship, Managerial, UMKM	

Abstract

Digital entrepreneurship encompasses an understanding of concepts, practices, and readiness to adopt digital technology for business improvement. Managerial skills encompass everything related to management, organization, and leadership, whether in the form of art, science, or skill, to achieve specific goals. Managerial skills encompass the skills to plan, organize, direct, and control resources (including human resources) so that an organization can operate effectively and efficiently.

The chosen methodological approach is a collaborative empowerment cycle model conducted offline, ensuring direct interaction between students and partners to optimize knowledge transfer. The results and

discussion of this program demonstrate that digitalization and sound management can be key to increasing the competitiveness of

MSMEs. The commitment of business actors also determines the success of change. The conclusion is that digital entrepreneurship and managerial mentoring has proven effective in increasing the competitiveness of MSMEs. Through ongoing training and coaching, MSMEs can utilize digital technology to expand their markets and improve the quality of business management.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, namun pertumbuhannya kerap terhambat oleh tantangan struktural. Tantangan utama yang dihadapi UMKM secara umum mencakup rendahnya inovasi dan adaptasi teknologi, keterbatasan literasi digital, kelemahan dalam branding dan pemasaran, serta masalah dalam tata kelola internal. Pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan telah mendorong digitalisasi sebagai strategi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong orientasi pasar yang lebih luas. Kesenjangan antara potensi UMKM dengan tuntutan pasar di era Revolusi Industri 4.0 memerlukan intervensi program yang terstruktur.

Pengabdian kepada Masyarakat bertujuan memberikan solusi ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) atau manajemen yang inovatif kepada mitra non-profit, termasuk kelompok UMKM di tingkat desa/kelurahan.

Program ini berfokus pada dua pilar solusi manajerial utama: Kewirausahaan Digital dan Manajemen Internal (Keuangan dan Legalitas). Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, tim pelaksana berupaya mentransfer pengetahuan dan keterampilan praktis agar UMKM mitra mampu bertransformasi, menciptakan produk bernilai tambah, dan mengoptimalkan kanal penjualan digital, sehingga siap mengadopsi teknologi untuk meningkatkan bisnis mereka. Mitra sasaran program ini adalah kelompok pelaku UMKM di Kelurahan Sukamulya Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan.

Berdasarkan hasil survei awal (*Pre-Assessment*), kondisi *existing* UMKM mitra menunjukkan serangkaian permasalahan yang menghambat akelerasi usaha: Rendahnya Inovasi Produk dan Branding: Produk yang dihasilkan umumnya bersifat tradisional tanpa diferensiasi yang kuat, serta memiliki kemasan dan merek (*branding*) yang kurang profesional, sehingga daya tarik jual rendah. Rendahnya wawasan dan pengetahuan mitra tentang inovasi produk menjadi penghalang utama dalam memperoleh keunggulan kompetitif. Literasi dan Pemasaran Digital yang Terbatas: Mitra masih mengandalkan pemasaran konvensional, sehingga jangkauan pasar terbatas. Meskipun potensi pasar digital besar (perluasan jangkauan, hemat biaya promosi, pengukuran hasil), mereka belum mampu memanfaatkan media sosial atau *marketplace* secara optimal. Tata Kelola Keuangan dan Legalitas yang Belum Tertib: Banyak pelaku UMKM belum melakukan pencatatan transaksi yang sistematis, menyebabkan kesulitan dalam menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan profitabilitas secara akurat. Selain itu, pemahaman tentang legalitas usaha (NIB) dan klasifikasi usaha (KBLI) masih sangat rendah.

Solusi yang Ditawarkan

Untuk mengatasi permasalahan di atas, program ini menawarkan paket solusi pelatihan kewirausahaan terpadu yang terdiri dari tiga modul utama, dilaksanakan secara luring dan interaktif.

Permasalahan Mitra (Kondisi Eksisting)	Solusi Intervensi PKM	Luaran Kuantitatif Terukur
Inovasi produk	Modul 1: Inovasi Produk dan <i>Branding</i>	Minimal 1 produk inovatif baru

Permasalahan Mitra (Kondisi Eksisting)	Solusi Intervensi PKM	Luaran Kuantitatif Terukur
rendah & <i>branding</i> lemah	Profesional. Pelatihan konsep nilai tambah, desain kemasan, dan visualisasi merek.	dihadarkan dan 80% mitra mengadopsi desain kemasan yang diperbarui.
Keterbatasan jangkauan pasar & literasi digital	Modul 2: Inkubasi Kewirausahaan Digital Dasar. Pelatihan membuat identitas usaha digital, akun media sosial bisnis, dan simulasi penjualan di <i>marketplace</i> .	Kenaikan skor Post-Test (literasi digital) minimal 30 poin; 75% mitra aktif menggunakan akun bisnis digital.
Tata kelola keuangan & legalitas lemah	Modul 3: Manajemen Keuangan Sederhana dan Legalitas. Pelatihan penyusunan Laporan Laba-Rugi dan simulasi pengurusan NIB via OSS.	75% mitra mampu menyusun Laporan Keuangan Sederhana dan memahami prosedur OSS.

PKM merupakan skema pengabdian yang menekankan pada transfer solusi keilmuan kepada masyarakat mitra. Program ini memerlukan evaluasi ketat melalui Penilaian Kemajuan Pelaksanaan PKM (PKP2), yang menuntut perbandingan objektif antara kondisi riil/eksisting mitra sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Pendekatan metodologi yang dipilih adalah model siklus pemberdayaan kolaboratif yang dilakukan secara luring, memastikan interaksi langsung antara mahasiswa dan mitra untuk optimalisasi transfer pengetahuan.

Landasan Konseptual Kewirausahaan Digital

Pelatihan ini mengadopsi kerangka Kewirausahaan Digital Dasar, yang bertujuan membentuk *mindset* kewirausahaan yang adaptif terhadap Revolusi Industri 4.0. Kewirausahaan digital mencakup pemahaman konsep, praktik, serta kesiapan adopsi teknologi digital untuk peningkatan bisnis.

Materi Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) adalah inti dari modul ini, yang didefinisikan sebagai pemanfaatan internet untuk promosi, peningkatan penjualan, dan penguatan merek. Manfaatnya bagi UMKM sangat besar, termasuk memperluas jangkauan pelanggan, menghemat biaya promosi, dan memungkinkan pengukuran hasil pemasaran secara terukur. Selain itu, pelatihan juga mencakup simulasi langkah-langkah penting seperti membuat akun media sosial bisnis dan mendemonstrasikan cara melakukan klasifikasi usaha berdasarkan KBLI serta simulasi pengurusan legalitas via OSS.

Pentingnya Inovasi Produk dan *Branding*

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, inovasi produk adalah cara untuk meningkatkan nilai tambah dan memperoleh keunggulan. Kemampuan untuk merancang kemasan baru dan visualisasi merek yang kuat sangat penting untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan merek secara efektif kepada pelanggan. Penguatan merek lokal dan desain kemasan yang profesional akan meningkatkan nilai jual produk UMKM, yang merupakan bagian krusial dari upaya akselerasi sumber daya lokal.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan PKM ini berlokasi di Kelurahan Sukamulya Kecamatan Cigugur Kabupaten Kuningan. Pendekatan metodologi yang dipilih adalah model siklus pemberdayaan kolaboratif yang dilakukan secara luring, memastikan interaksi langsung antara mahasiswa dan mitra untuk

optimalisasi transfer pengetahuan. Pelaksanaan PKM direncanakan berlangsung selama 5 (lima) bulan dan dilakukan secara luring penuh dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Tim pelaksana melibatkan mahasiswa dan pendamping (Dosen/Tutor).

A. Tahapan Pelaksanaan Program

1. Tahap Persiapan dan *Assessment* (Bulan ke-1):

- Survei mendalam, penentuan mitra, dan pengumpulan data *baseline* (kondisi *existing* produk, kemasan, dan keuangan).¹³
- Pelaksanaan Pre-Test untuk mengukur tingkat pengetahuan awal mitra mengenai literasi digital, manajemen, dan inovasi.
- Finalisasi dan pencetakan Modul Pelatihan.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan (Bulan ke-2):

- Pelaksanaan modul secara luring interaktif, yang mencakup penyampaian materi, tanya jawab, diskusi, dan praktik di kelas.
- *Workshop* Inovasi Produk dan *Branding* Baru.
- *Workshop* Praktik Digital Marketing (pembuatan akun, *setting* bisnis digital, pengenalan platform *marketplace*).

3. Tahap Pendampingan Intensif (Bulan ke-3 hingga Awal Bulan ke-4):

- Pendampingan personal/kelompok kecil untuk penerapan langsung hasil pelatihan (luring).
- Pendampingan praktik: mitra didampingi untuk mengunggah konten promosi daring, melakukan pencatatan keuangan harian, dan mengadopsi kemasan baru.
- Simulasi pengurusan legalitas usaha (NIB) melalui sistem OSS.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi (Bulan ke-4 hingga Bulan ke-5):

- Pelaksanaan Post-Test untuk mengukur peningkatan pengetahuan (dibandingkan Pre-Test).
- Observasi dan wawancara untuk mengukur tingkat adopsi keterampilan praktis (misalnya, frekuensi *upload* konten digital).¹⁵
- Penyusunan laporan kemajuan (PKP2) dan laporan akhir.

B. Desain Kurikulum Modul Pelatihan

Modul	Fokus Materi Utama	Tujuan Instruksional Khusus (TIK)
Modul 1	Inovasi Produk dan <i>Branding</i>	Mampu: 1) Menjelaskan konsep nilai tambah produk. 2) Merancang kemasan yang menarik. 3) Menciptakan merek yang mudah dikenali.
Modul 2	Kewirausahaan Digital & Legalitas	Mampu: 1) Menjelaskan manfaat digital marketing. 2) Membuat akun email dan media sosial bisnis. 3) Melakukan simulasi pengurusan legalitas usaha (OSS).
Modul 3	Manajemen Keuangan Sederhana	Mampu: 1) Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP). 2) Menyusun Laporan Laba-Rugi sederhana. 3) Memahami konsep adaptasi platform keuangan digital.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pelaksanaan program antara lain:

- Branding usaha meningkat melalui desain logo, penguatan identitas produk, serta storytelling bisnis.
- Akses pasar lebih luas dengan pemanfaatan marketplace dan media sosial sebagai kanal penjualan.
- Peningkatan pencatatan keuangan, termasuk manajemen stok dan perhitungan harga pokok produksi.
- Peningkatan omzet UMKM peserta setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat.

Program ini membuktikan bahwa digitalisasi dan manajemen yang baik dapat menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Komitmen pelaku usaha turut menentukan keberhasilan perubahan.

Program ini berkomitmen untuk menghasilkan luaran yang memenuhi standar PKM:

1. Luaran Wajib:

- Laporan Akhir Pelaksanaan Program.
- Publikasi 1 (satu) artikel ilmiah minimal pada jurnal nasional (terkait hasil kegiatan akademik mahasiswa).

2. Luaran Tambahan:

- Modul Pelatihan dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) (Hak Cipta Modul Pelatihan).
- Buku Pedoman Mitra PKM
- Peningkatan Kapasitas Digital: Kepemilikan dan penggunaan aktif akun bisnis digital oleh mitra.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program diukur berdasarkan matriks perbandingan kondisi *existing* (PKP2):

Aspek Dampak	Indikator Kinerja Kunci (KPI)	Tolak Ukur Keberhasilan (Target Terukur)
Peningkatan Pengetahuan	Kenaikan rata-rata skor Post-Test (literasi digital dan keuangan)	Kenaikan skor minimal 30 poin dari nilai Pre-Test.
Inovasi dan <i>Branding</i>	Jumlah mitra yang merilis produk inovatif dan mengadopsi kemasan baru	80% mitra mengadopsi kemasan baru dan merilis 1 produk baru.
Adopsi Digital	Persentase mitra yang memiliki dan aktif mengunggah konten di akun bisnis digital	75% mitra memiliki akun digital aktif (minimal 5 unggahan/bulan).
Keterampilan Keuangan	Kemampuan mitra menyusun Laporan Laba-Rugi Sederhana	75% mitra mampu membuat laporan keuangan sederhana.

Rekapitulasi Anggaran Biaya

Total anggaran maksimal adalah Rp 10.000.000,00 sesuai pedoman Belmawa.

No.	Jenis Pengeluaran	Justifikasi Penggunaan	Biaya (Rp)
1	Perlengkapan Penunjang	Sewa fasilitas pelatihan (projektor), <i>banner</i> program.	Rp 2.500.000
2	Bahan Habis Pakai	Bahan baku praktik inovasi, paket data/kuota internet untuk praktik digital marketing, ATK, modul materi, konsumsi pelatihan. ¹⁸	Rp 3.500.000

No.	Jenis Pengeluaran	Justifikasi Penggunaan	Biaya (Rp)
3	Perjalanan Lokal dan Transportasi	Mobilisasi tim pelaksana (mahasiswa dan dosen pendamping) selama 5 bulan (survei, pelatihan, pendampingan).	Rp 2.000.000
4	Lain-lain	Biaya publikasi artikel ilmiah, biaya pendaftaran HKI Modul Pelatihan, administrasi.	Rp 2.000.000
	TOTAL		Rp 10.000.000

Linimasa Pelaksanaan Program (5 Bulan)

Bulan ke-	Jenis Kegiatan	Pelaksana
1	Persiapan, <i>Assessment Awal (Pre-Test)</i> , dan Finalisasi Modul.	Tim PKM & Mitra
2	Pelaksanaan Pelatihan Modul 1 (<i>Inovasi & Branding</i>) dan Modul 2 (<i>Digital Marketing</i>).	Tim PKM & Tutor
3	Pelaksanaan Pelatihan Modul 3 (<i>Keuangan & Legalitas</i>) dan <i>Workshop Konten Digital</i> .	Tim PKM
4	Pendampingan Intensif (Penerapan Digital Marketing dan Pembukuan) & Monitoring PKP2.	Tim PKM & Pendamping
5	Evaluasi Akhir (<i>Post-Test</i>), Penyusunan Laporan Akhir, Pengurusan HKI & Publikasi Artikel Ilmiah.	Tim PKM

Kesimpulan

Pendampingan kewirausahaan digital dan manajerial terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Melalui pelatihan dan coaching berkelanjutan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan kualitas pengelolaan usaha. Program lanjutan perlu dilakukan untuk memantau perubahan jangka panjang dan memperdalam aspek digital seperti iklan berbayar, analisis data pelanggan, serta penggunaan sistem yang mendukung.

DAFTAR PUSTAKA

- Agit, Alamsyah, Mira Wulandari, dan Azizah Hasna Arifin. (2024). *Kewirausahaan Digital*. Sleman: Penamuda Media.
- Alma, B. (2020). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Hafiluddin, M. R., Suryadi, S., & Saleh, C. (2014). “Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis ‘Community Based Economic Development’ (Studi pada Pelaku UMKM di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo).” *WACANA, Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 17 No. 2, hlm. 68-77.
- Halawati, F., & Nurhasanah, R. (2025). HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN SPIRITAL DENGAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL SISWA DI SMA NEGERI 1 CINIRU. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman UNISA Kuningan*, 6(1), 53-64.
- Halawati, F., & Nur'Aisah, E. (2025). EDUKASI CUCI TANGAN PAKAI SABUN (CTPS) SEBAGAI UPAYA UNTUK PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN KESEHATAN SISWA SDN 1 SALAREUMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 20-25.

- Halawati, F., & Jumadi, A. (2025). PENGARUH RESILIENSI MATEMATIS TERHADAP KEMAMPUAN PEMAHAMAN MATEMATIS SISWA. *Jurnal Ilmiah ATSAR Kuningan*, 4(2), 29-42.
- Halawati, F., & Apriliani, G. N. (2025). PENGARUH PENERAPAN SOAL BERBASIS HIGHER ORDER THINKING SKILL (HOTS) TERHADAP SELF EFFICACY PESERTA DIDIK. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman UNISA Kuningan*, 6(2), 133-147.
- Halawati, F., & Sukur, R. A. (2024). Penerapan Kurikulum Merdeka Dalam Pembelajaran Di SMP Binaul Ummah Kuningan. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman Kuningan*, 5(2), 152-166.
- Halawati, F., Hidayati, R., & Firdaus, D. F. (2024). Pembuatan Pojok Baca Guna Menumbuhkan Minat Baca Di Desa Kancana Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 16-22.
- Halawati, F. (2023). Pelatihan Pengolahan Limbah Organik Menjadi Pupuk Kompos di Majalengka. *Pabitara: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 147-157.
- Halawati, F. (2023). Analisis Kemampuan Siswa dalam Menyelesaikan Soal Pemecahan Masalah Matematis. Linear: *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(1), 15-29.
- Halawati, F., & Hidayati, R. (2023). Analisis Kemampuan Koneksi Matematis Ditinjau Dari Kesulitan Siswa Menyelesaikan Soal Matematika Pada Generasi Alpha Di Min 7 Kuningan. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 6(4), 1861-1871.
- Halawati, F., & Laelasari, D. (2022). Mathematics Communication Ability In Mathematics Learning. In ICoIS: International Conference on Islamic Studies (Vol. 3, No. 1, pp. 72-81).
- Halawati, F. (2020). Pengaruh Pendidikan Karakter Terhadap Perilaku Siswa. *Education and Human Development Journal*, 5(2), 51-60.
- Hidayati, R., & Halawati, F. (2024). Efektivitas pbl terintegrasi stem ditinjau kemampuan pemecahan masalah dan kepercayaan diri siswa. *JUMLAHKU: Jurnal Matematika Ilmiah STKIP Muhammadiyah Kuningan*, 10(1), 201-212.
- Nur, A. M., & Halawati, F. (2022). Analysis of Mathematics Literature Ability in Review of The Personality of Students. *International Journal of Advanced Mathematics Education*, 3(1).
- Nur'aisah,E & Halawati, F. 2023. Manajemen Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Sampah di Lebakherang. *Jurnal PKM UNISA Kuningan*, 1(2), 5-9
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2024). *Pelatihan Kewirausahaan Digital Dasar: Modul Pembentukan Mindset dan Pengenalan Platform Digital*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Pratama, I. Y., & Alamsyah, P. (2024). "Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, Vol. 2 No. 1.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Diambil dari <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8761/10/BAB%202.pdf>