



Pemberdayaan UMKM Digital Tingkat Desa : Pengabdian KKN Melalui Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Gaum, Tasikmadu, Karanganyar

Bambang Hadinugroho

Universitas Sebelas Maret

hadinugrohobambang@gmail.com

Brilliant Raiszhul Firdaus

Universitas Sebelas Maret

brilliantraiszhul23@student.uns.ac.id

Kentingan, Jl. Ir Sutami No.36, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126

Abstract : *Kuliah Kerja Nyata (KKN) is a real implementation of the responsibilities of lecturers and students in carrying out the Tri Dharma of Higher Education, especially in the aspect of community service. This activity focuses on the involvement of universities with the Gaum village community, with the main objective of increasing community understanding of financial literacy and digitalization of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era. Community service activities are carried out through various programs, including surveys of MSMEs, counseling on digitalization and financial literacy, socialization of financial protection, and guidance to MSMEs. The results of these activities indicate an increase in community spirit and understanding, especially MSME players in Gaum village, in managing financial aspects and utilizing digital platforms for marketing. Thus, this KKN creates a positive synergy between universities and local communities, supporting the development of micro-economies in the current digital era.*

Keywords: *MSME Empowerment, Digitalization, Community Service*

Abstrak : *Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan implementasi nyata dari tanggung jawab dosen dan mahasiswa dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini berfokus pada keterlibatan perguruan tinggi dengan masyarakat desa Gaum, dengan tujuan utama meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan dan digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam era digital. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui berbagai program, termasuk survei terhadap UMKM, penyuluhan mengenai digitalisasi dan literasi keuangan, sosialisasi perlindungan keuangan, serta bimbingan kepada UMKM. Hasil dari kegiatan ini mengindikasikan peningkatan semangat dan pemahaman masyarakat, khususnya pelaku UMKM di desa Gaum, dalam mengelola aspek keuangan dan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Dengan demikian, KKN ini menciptakan sinergi yang positif antara perguruan tinggi dan masyarakat setempat, mendukung perkembangan ekonomi mikro di era digital saat ini.*

Kata Kunci: *Pemberdayaan UMKM, Digitalisasi, Pengabdian Masyarakat*

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar penduduk Indonesia sebagai sumber penghasilan. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2015, sekitar 90% dari usaha ekonomi di Indonesia adalah UMKM, sedangkan hanya 10% sisanya adalah perusahaan besar. Meskipun UMKM bukanlah perusahaan besar, perannya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara sangat penting. UMKM telah berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dengan sekitar 60% dari pertumbuhan ekonomi berasal dari sektor UMKM. Keberadaan UMKM memiliki dampak yang tak terbantahkan pada perekonomian nasional.

Selain itu, UMKM juga memiliki keunggulan dalam menghadapi resesi ekonomi global karena biasanya lebih fokus pada produksi barang kebutuhan sehari-hari daripada barang mewah. Mereka cenderung beroperasi secara lokal dalam produksi dan pemasaran, sehingga tidak terlalu tergantung pada fluktuasi ekonomi global. Selain itu, UMKM umumnya lebih fleksibel dan tidak terbebani oleh biaya administrasi yang tinggi. (Hill, 2001)

Pentingnya UMKM membangun kesadaran kami dalam melakukan kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) untuk membantu umkm dengan memberikan Pendidikan mengenai digitlisasi UMKM. Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah bentuk kontribusi nyata mahasiswa terhadap pengembangan masyarakat pedesaan. Program ini disusun oleh mahasiswa dengan bimbingan seorang dosen, tujuannya adalah membantu mahasiswa mengembangkan diri mereka sendiri, menggunakan pengetahuan dan kemampuan analisis mereka untuk memahami kondisi masyarakat sekitar, dan memberikan solusi untuk berbagai masalah sosial, ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan politik sesuai dengan bidang keilmuan mereka. (Aliyyah et al., 2021)

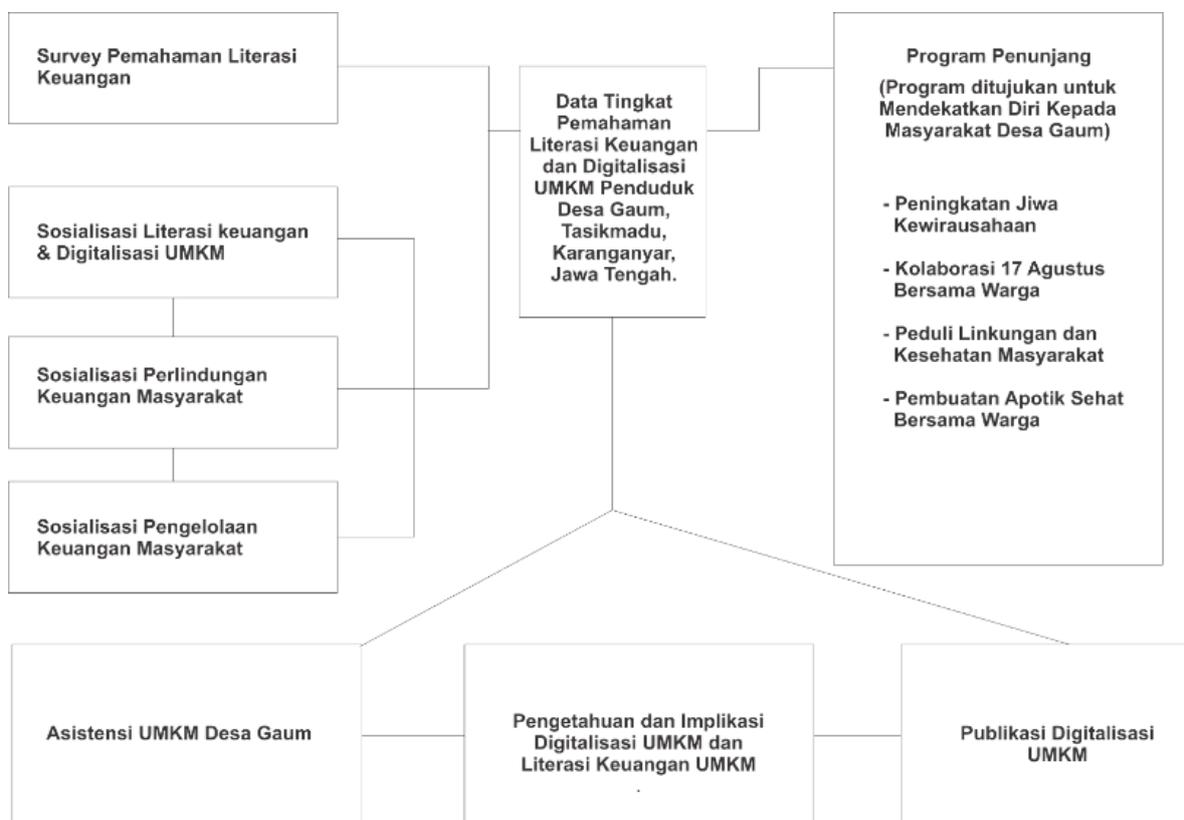
Pendidikan formal maupun non formal secara langsung merupakan hal yang penting. Salah satu masalah yang kompleks dalam proses pembangunan adalah rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan di kalangan masyarakat, terutama yang berada di lapisan bawah. Mereka seringkali sulit mengakses layanan pendidikan, yang menghambat peningkatan pengetahuan dan keterampilan mereka, dan secara keseluruhan, mempengaruhi perkembangan negara berkembang.

Desa gaum yang merupakan lokasi kuliah kerja nyata ini dilaksanakan, terletak di Kecamatan Tasikmadu, Karanganyar, Jawa Tengah merupakan kelurahan dengan 8 dukuh/dusun yaitu dukuh Pondok, dukuh Beningrejo, dukuh Watuombo, dukuh Gaum, dukuh Tegalbiru, Sambilegi, dukuh Maguan, dan dukuh Dawan. Kelompok KKN 158 Mahasiswa universitas sebelas maret memiliki potensi pengembangan UMKM yang baik sehingga

kelompok kami memilih desa ini sebagai destinasi pengabdian mahasiswa dengan tema “Literasi Keuangan dan Digitalisasi UMKM” di Desa Gaum.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa yang sedang menjalani Kuliah Kerja Nyata (KKN) melibatkan beberapa tahapan penting. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada warga Desa Kabupaten Sukabumi, terutama para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam komunitas tersebut. Metode ini terdiri dari empat langkah utama: survey, sosialisasi, asistensi pendidikan, dan pendekatan diri kepada masyarakat.



Tahapan pertama adalah kegiatan survey, di mana mahasiswa melakukan penelitian lapangan untuk memahami kebutuhan masyarakat terkait digitalisasi UMKM. Tujuan dari survey ini adalah untuk mengidentifikasi masalah dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di wilayah tersebut.

Tahapan selanjutnya adalah sosialisasi, di mana mahasiswa memperkenalkan konsep dasar tentang digitalisasi UMKM kepada masyarakat. Ini melibatkan pengenalan terhadap konsep-konsep dasar yang dapat membantu UMKM mengembangkan usaha mereka dengan lebih efisien. Pada tahap ini mahasiswa melakukan 3 sosialisasi yaitu Sosialisasi Literasi

Keuangan & Digitalisasi UMKM yang berguna untuk memperkenalkan digitalisasi UMKM, sosialisasi “Perlindungan Keuangan Masyarakat” yang berfokus pada menghilangkan ketidakpercayaan Masyarakat akan digitalisasi UMKM dan keamanan penggunaan pasar digital, dan sosialisasi “Pengelolaan Keuangan Masyarakat” yang berguna untuk membantu masyarakat dalam mengelola keuangan mereka.

Asistensi pendidikan adalah langkah berikutnya, di mana mahasiswa memberikan kelas intensif kepada UMKM. Dalam tahap ini, mahasiswa membantu UMKM untuk menerapkan konsep-konsep digitalisasi yang telah diajarkan dalam tahapan sosialisasi. Asistensi ini dilakukan secara langsung, di mana mahasiswa akan melakukan survei ulang terhadap UMKM untuk menentukan materi yang paling relevan bagi mereka.

Terakhir, mahasiswa melakukan pendekatan diri kepada masyarakat dan UMKM dengan cara yang lebih personal dengan program kerja lainnya. Hal ini bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih erat dan mendalam dengan para pelaku UMKM, sehingga mereka dapat bekerja sama secara lebih efektif dalam proses digitalisasi usaha mereka.

Dalam keseluruhan kegiatan ini, mitra utama adalah warga Desa Kabupaten Sukabumi, terutama pengusaha UMKM. Melalui metode ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dalam hal digitalisasi usaha mereka, sehingga mereka dapat bersaing lebih baik dalam pasar dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

PEMBAHASAN

Merujuk pada data yang terkumpul Masyarakat desa Gaum rata-rata tidak mau melakukan digitalisasi UMKM ada lebih dari 100 UMKM yang ada, namun yang berminat untuk mengikuti program pengembangan usahanya hanya 40 UMKM dimanamereka sudah melakukan digitalisasi UMKM dengan total 38% sudah melakukan pembayaran secara digital. Selain itu banyak diantara mereka yang sudah melakukan jual beli secara online yaitu diangka 53%, walau demikian UMKM yang sudah digital rata-rata berasal dari dukuh gaum sisanya merupakan umkm yang rata-rata tidak berminat dalam digitalisasi dan tidak percaya akan digitalisasi UMKM. Dari hal itu maka pengabdian Masyarakat dilakukan melalui kegiatan penyuluhan(sosialisasi) dan asistensi UMKM guna meningkatkan mutu penjualan di Desa Gaum, Tasikmadu, Karanganyar.

a. Survey UMKM

Survey UMKM yang ditujukan untuk menilai minat dan kebutuhan UMKM di Desa Gaum memiliki tujuan yang sangat penting. Melalui survey ini, kita dapat mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana UMKM di desa ini beroperasi, apa yang menjadi minat dan kebutuhan mereka, serta kendala yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha mereka. Dengan informasi ini, kita dapat merancang program dukungan yang lebih efektif untuk membantu UMKM di Desa Gaum tumbuh dan berkembang.

Survey ini juga akan memberikan manfaat langsung bagi UMKM di Desa Gaum. Dengan mengeksplorasi minat dan kebutuhan mereka, UMKM dapat menerima bantuan yang lebih sesuai dengan situasi dan aspirasi mereka. Survey ini juga dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi peluang baru dan strategi yang mungkin belum mereka pertimbangkan sebelumnya. Dengan demikian, survey UMKM ini merupakan langkah awal yang penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan UMKM, memperkuat perekonomian lokal, dan mendukung pertumbuhan ekonomi Desa Gaum secara keseluruhan.

No	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan	Persentase
	Seksi Identifikasi UMKM		
1	Apa Nama Dusun Anda	<ul style="list-style-type: none"> • Pondok • Dawan • Gaum • Watuombo • Beningrejo 	<ul style="list-style-type: none"> • 21,9% • 15,6% • 43,8 % • 12,5% • 6,3 %
2	Berapa Umur Anda Umur	<ul style="list-style-type: none"> • 18-22 Tahun • 23-30 Tahun • 31-40 Tahun • 41-60 Tahun • >60 Tahun 	<ul style="list-style-type: none"> • 3,1 % • 6,3 % • 37,5 % • 53,1% • 0% • 0%
3	Apakah Anda Memiliki Telepon Pintar	<ul style="list-style-type: none"> • Ya 	<ul style="list-style-type: none"> • 90,6%

		<ul style="list-style-type: none"> • Tidak 	<ul style="list-style-type: none"> • 9,4%
4	Apakah Bidang UMKM anda	<ul style="list-style-type: none"> • Makanan & Minuman • Industri Pengolahan • Jasa Transportasi • Pengolahan Samah, Limbah, dan Daur Ulang • Informasi & Komunikasi • Pertanian 	<ul style="list-style-type: none"> • 59,4% • 37,5% • 3,1% • 0% • 0% • 0%
5	Apakah Anda Pernah Menjual Produk Usaha Anda Secara Online	<ul style="list-style-type: none"> • Ya (Apabila Ya akan Pindah ke Seksi Penjualan Online) • Tidak (Apabila Tidak akan Pindah ke Seksi Penjualan Offline) 	<ul style="list-style-type: none"> • 46,9% • 53,1%
	Seksi Penjualan Online		
1	Dimana anda Menjual Produk Anda Secara Online? (Boleh memilih lebih dari 1)	<ul style="list-style-type: none"> • Shopee • Tokopedia • Gojek • Shopeefood • LAzada • Social Media (Instagram, Facebook, Tiktok, dsb) • Lainnya (isian singkat) 	<ul style="list-style-type: none"> • 13,3% • 6,7% • 26,7% • 6,7% • 0% • 80% • 20%
2	Metode Pembayaran Apa Yang Tersedia Dalam Penjualan ada Secara Online (Boleh memilih lebih dari 1)	<ul style="list-style-type: none"> • C.O.D (Cash on Delivery) • Kartu Debit • QRIS • Virtual Account Billing • Pembayaran Melalui Minimarket 	<ul style="list-style-type: none"> • – 66,7% • 6,7% • 0% • 6,7% • 6,7% • 0%

		<ul style="list-style-type: none"> • E-Wallet • Lainnya (Isian Singkat) 	<ul style="list-style-type: none"> • 60% • 6,7%
	Seksi Penjualan Offline (hanya diisi ketika tidak menjual produk online)		
1	Metode pembayaran apa yang telah tersedia dalam penjualan anda secara langsung? (Boleh memilih lebih dari 1)	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran Uang Tunai • Transfer • QRIS • Kartu Kredit • Kartu Debit • E-Wallet (OVO, Gopay, Shopeepay, Dana , dsb) • Lainnya (Isian Singkat) 	<ul style="list-style-type: none"> • 93,8% • 40,6% • 12,5% • 0% • 9,4% • - • 31,3% • 3,1%
2	Apakah anda pernah melakukan pelatihan penjualan online?	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah • Belum 	<ul style="list-style-type: none"> • 9,4% • 90,6%
	Seksi Sosialisasi UMKM		
1	Apakah anda berminat untuk mengikuti Sosialisasi UMKM	<ul style="list-style-type: none"> -Ya - Tidak 	<ul style="list-style-type: none"> • 89,7% • 10,3%

1. Bagian Identifikasi UMKM

Survey UMKM ini diawali dengan identifikasi bidang UMKM di wilayah desa gaum. Menghasilkan data berupa dukuh Gaum menjadi dukuh dengan UMKM terbanyak yaitu dengan persentase 43,8%. Usia pelaku UMKM terbesar pada desa ini juga 31-40 tahun dengan persentase 53,1%. Kemudian kami juga menilai apakah pelaku usaha dapat menerima perubahan digital ini dengan kepemilikan ponsel pintar dan menghasilkan persentase sebesar 90,6%. Dilanjutkan dengan memetakan bidang industri umkm apakah yang paling banyak pada desa ini, yang kemudian terjawab bahwa lebih dari setengah pelaku umkm ada dibidang makanan & minuman dengan persentase 59,4%. Seksi ini diakhiri dengan menanyakan apakah pelaku umkm telah menjual produknya secara digital atau belum, jawabannya sebesar 46,9% sudah melakukan penjualan secara digital dan 53,1

% belum melakukan penjualan secara digital. Dari hal ini kami menimbang bahwasannya materi yang akan kami bawaan masih relevan untuk disampaikan di desa gaum ini.

2. Bagian Penjualan Online

Setelah mengidentifikasi bidang UMKM dilakukan survey kepada pelaku usaha tersebut yang telah melakukan penjualan secara digital/*online*. kami mengidentifikasi melalui apa produk mereka dijual, hasilnya menunjukkan paling besar mereka menjual menggunakan social media mulai dari instagram hingga whatsapp dengan persentase 80%. Metode pembayaran tidak lupa kami identifikasikan dengan pembayaran secara langsung tetap memegang persentase tertinggi yaitu media *Cash on delivery* (COD) dengan angka 66,7% dan penggunaan pembayaran digital tertinggi ada pada *e-wallet* yaitu sebesar 60%. Hasil menunjukkan bahwasannya penjualan online belum dioptimalkan pada semua bidang dan juga metode pembayaran digital dan secara fisik hanya memiliki selisih yang kecil.

3. Bagian Penjualan Offline & Bagian Sosialisasi UMKM

Apabila UMKM yang mengisi penjualan online haruslah yang sudah menjual produknya secara *online*, maka pada bagian ini UMKM yang mengisi adalah yang menjual produknya secara *online* dan *offline*. Penilaian yang dilakukan pada bagian ini adalah metode pembayaran apa yang telah dimiliki dan dilakukan, serta apakah pelaku usaha telah melakukan pelatihan penjualan secara *online*. Data menunjukkan bahwasannya pembelian menggunakan uang tunai dengan presentase 93,8%. Pelatihan penjualan *online* masih belum dilakukan oleh pelaku usaha dengan data kami yang menunjukkan bahwa 90,6% belum pernah melakukan pelatihan online. Antusias kami naik dikarenakan masih banyaknya pelaku usaha yang belum pernah melakukan pelatihan penjualan *online*.

b. Sosialisasi Literasi Keuangan dan Digitalisasi UMKM

Pasar digital telah menjadi fenomena global yang memengaruhi hampir semua aspek kehidupan kita. Di Desa Gaum, Tasikmadu, Karanganyar, langkah pertama dalam sosialisasi literasi keuangan dan digitalisasi UMKM adalah memperkenalkan konsep pasar digital. Pasar digital adalah platform online yang memungkinkan produsen dan konsumen untuk berinteraksi tanpa batasan geografis. Ini membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka di luar wilayah desa, mencapai pelanggan baru, dan meningkatkan daya saing.

Digitalisasi penting karena mengikuti tren yang ada, dan juga meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis. Dengan berjualan secara digital, UMKM di Desa Gaum dapat mengurangi biaya operasional, seperti biaya sewa toko fisik, dan memiliki kemampuan untuk beroperasi 24/7. Ini juga memungkinkan mereka untuk mengakses data konsumen, memahami preferensi pelanggan, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Selanjutnya, dalam literasi keuangan dan digitalisasi UMKM, penting untuk menjelaskan mengapa pembayaran harus digital. Pembayaran digital aman, cepat, dan efisien. Hal ini dapat menghindarkan risiko kehilangan uang tunai dan memungkinkan UMKM untuk melacak transaksi dengan lebih baik. Sementara itu, iklan digital adalah alat penting untuk meningkatkan penjualan. Dengan strategi iklan digital yang tepat, UMKM di Desa Gaum dapat menjangkau audiens yang lebih luas, mengkomunikasikan nilai produk mereka, dan membangun merek yang kuat, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis mereka.

c. Sosialisasi Perlindungan Keuangan

Sosialisasi perlindungan keuangan masyarakat adalah tahap krusial dalam menghadapi perkembangan keuangan digital yang pesat. Tujuannya adalah dua bagian penting: pertama, untuk memungkinkan masyarakat memahami dan merasa nyaman dengan penggunaan teknologi keuangan digital yang semakin meluas; dan kedua, untuk membangun kepercayaan mereka terhadap keamanan dan keandalan sistem tersebut. Dalam era di mana transaksi keuangan semakin sering dilakukan secara online, pemahaman tentang langkah-langkah perlindungan keuangan adalah modal utama agar masyarakat dapat menggunakan layanan ini dengan percaya diri.

Sosialisasi perlindungan keuangan juga berperan dalam membangun kepercayaan terhadap keuangan digital. Ketika masyarakat tahu bahwa ada lapisan perlindungan yang kuat untuk melindungi data dan transaksi keuangan mereka, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi ini. Perlindungan ini mencakup enkripsi yang kuat, pengamanan data pribadi, dan perlindungan terhadap penipuan. Dengan masyarakat yang merasa aman dan percaya terhadap keuangan digital, kita dapat mencapai transformasi menuju sistem keuangan yang lebih modern, efisien, dan inklusif, yang pada gilirannya akan membantu meningkatkan kesejahteraan dan aksesibilitas keuangan bagi semua lapisan masyarakat

d. Sosialisasi pengelolaan keuangan masyarakat

Sosialisasi pengelolaan keuangan masyarakat adalah program yang memiliki peran penting di Desa Gaum. Tujuan utamanya adalah memberikan wawasan dan keterampilan kepada masyarakat desa dalam hal mengatur keuangan UMKM mereka dengan lebih efisien. Mengapa ini sangat penting? Karena kemampuan untuk mengelola keuangan dengan baik adalah faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengatur dan melacak aliran keuangan mereka, serta mengenai pentingnya pencatatan transaksi, masyarakat Desa Gaum akan lebih mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya keuangan mereka. Ini bukan hanya akan memperkuat daya saing UMKM, tetapi juga berpotensi meningkatkan kesejahteraan ekonomi dalam komunitas desa.

Dalam konteks Desa Gaum, efektivitas program sosialisasi pengelolaan keuangan juga akan terlihat dalam kemudahan pengelolaan keuangan UMKM. Masyarakat yang terampil dalam mengelola keuangan mereka akan mampu membuat keputusan yang lebih baik, termasuk investasi dalam pertumbuhan usaha mereka dan pengelolaan risiko keuangan. Selain itu, program ini akan membantu menciptakan lingkungan yang lebih ramah terhadap perkembangan UMKM, mendorong inovasi dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Akhirnya, ini bukan hanya tentang mengelola keuangan UMKM secara efisien, tetapi juga tentang memperkuat perekonomian lokal dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di Desa Gaum secara keseluruhan.

e. Asistensi UMKM

Asistensi UMKM adalah program yang sangat strategis untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing UMKM di Desa Gaum. Salah satu aspek kunci dari program ini adalah pemilihan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM lokal. Mengapa ini sangat penting? Karena hanya dengan memahami secara mendalam minat dan kebutuhan mereka melalui survei ulang, kita dapat menyusun materi yang relevan dan bermanfaat bagi UMKM tersebut. Dengan pendekatan intensif, program ini memungkinkan pengiriman informasi dan keterampilan yang sesuai dengan tantangan konkret yang dihadapi oleh UMKM di tingkat desa, membantu mereka mengatasi hambatan dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan

No	Minat Bidang Asistensi	Persentase
1.	Asistensi Manajemen Keuangan (Pengelolaan Kas, Metode Pembayaran, Investasi Keluarga)	71,4%
2.	Asistensi Manajemen Pemasaran (Pemetaan Konsumen, Branding, Promosi)	100%
3.	Asistensi Manajemen Sumber Daya Manusia (Pengelolaan SDM & KPI)	28,6%
4.	Asistensi Manajemen Operasional (Efisiensi & Audit)	28,6%

Tabel 1. Bidang Minat Asistensi UMKM Desa Gaum

Tabel 1 menunjukkan kebutuhan dari UMKM desa Gaum. minat mereka dalam asistensi terlihat jelas melalui survey yang dilakukan secara langsung kepada responden. terlihat minat manajemen tertinggi ada pada manajemen pemasaran dengan persentase 100%, manajemen keuangan berada pada peringkat 2 yaitu dengan persentase 71,4%, dan paling rendah ada di manajemen operasional dan manajemen sumber daya manusia dengan persentase 28,6%. Data tersebut menunjukkan ketertarikan utama pelaku UMKM di desa Gaum adalah di bidang Pemasaran dan Keuangan.

Modul diperlukan pada program ini, sebagai acuan yang dapat diimplementasikan dan di ingat oleh pelaku usaha. Asistensi UMKM yang intensif ini berupaya memaksimalkan dampak positif dengan mengkonsentrasikan perhatian pada hasil yang dibutuhkan oleh UMKM lokal. Melalui survei ulang, kami dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perhatian khusus, seperti pengelolaan keuangan, pemasaran digital, atau peningkatan kualitas produk. Dengan demikian, program ini dapat memberikan solusi yang konkret dan relevan bagi setiap UMKM, membantu mereka mengembangkan potensi bisnis mereka dengan lebih baik. Dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi di Desa Gaum, pendekatan intensif seperti ini akan berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM dan, akhirnya, memperbaiki kondisi ekonomi di tingkat lokal.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian mahasiswa KKN 158 Universitas Sebelas Maret di Desa Gaum menghasilkan berbagai pemahaman mengenai digitalisasi. Peningkatan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi manajemen keuangan dan pemasaran serta aplikasi 4 pilar manajemen terhadap berkembangnya usaha yang pelaku UMKM kembangkan diharapkan akan diimplementasikan dan diserap.

LIMITASI

Program yang telah dilakukan mencerminkan minat dan keberlanjutan UMKM di Desa Gaum pada saat program dilakukan, namun kondisi dan preferensi bisnis dapat berubah seiring waktu. Selain itu, survei dan program ini mungkin tidak mencakup seluruh spektrum UMKM di desa, sehingga informasi yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan keseluruhan UMKM di Desa Gaum. Selain itu, dalam sosialisasi dan asistensi UMKM, faktor-faktor lain seperti infrastruktur teknologi dan tingkat literasi digital di desa tersebut juga dapat memengaruhi hasil dari program-program tersebut. Selain itu masih diperlukannya kegiatan selanjutnya untuk menunjang perkembangan UMKM di Desa Gaum kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayodya, Wulan. (2020). *UMKM 4.0 : Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta : Gramedia
- Bank Indonesia. (2015). *PROFIL BISNIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH*. Jakarta : LPPI.
- Wijoyo, Hadion Dkk. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Solok : CV. Insan Cendekia Mandiri
- Khotimah, H., & Budi, S. (2020). “Analisis Peran Inovasi, kompetensi Akuntansi, dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan”. *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi*, Vol 5 (2): 117-130.
- Rahmawati, Tita, dkk.. (2022). “Digitalisasi UMKM pada Era 4.0”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 3 (1): 1-8.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021