

SAS APP: MEWUJUDKAN UMKM BERBASIS DIGITAL DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PRINGGASELA LOMBOK TIMUR

Selamat Muliadi

Institut Agama Islam Hamzanwadi NW Lombok Timur, Indonesia
selametsmuliadi@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Pada era industri 4.0, pengetahuan teknologi informasi sangat penting. UMKM merupakan perusahaan mikro yang seharusnya menggunakan akses informasi untuk kesejahteraan ekonomi. Hadirnya teknologi digital mengubah cara pengelolaan usaha dengan memberikan tantangan dan peluang baru bagi pengembangan UMKM. Program pengabdian ini fokus untuk menyusun sebuah sistem aplikasi di lingkungan UMKM yang terletak di Desa Pringgasele Lombok Timur. Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahap, menganalisis situasi dengan observasi langsung, wawancara ke pihak-pihak terkait, menetapkan program yang relevan dan membuat aplikasi sistem terintegrasi. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan internet dan teknologi untuk menunjang pemasaran dan memperluas jangkauan target konsumen melalui digital *marketing*. Peluang ini hadir dengan solusi aplikasi bernama *SAS APP* (Selamat Abdullah Salim: Aplikasi Konsultasi Bisnis Syariah), yakni aplikasi untuk membantu para UMKM dan *Entrepreneurs* dalam meningkatkan perekonomian dan mendapatkan konsultasi yang tepat pada bisnis yang dijalankan. Aplikasi ini juga dilengkapi fasilitas dan fitur permodalan syariah bagi *Entrepreneurs* terkendala dengan modal usaha.

Kata Kunci: Teknologi; UMKM; Desa Pringgasele; SAS APP

Abstract: *In the industry era 4.0, knowledge of information technology very important. Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) is a micro business that should used the information access for economic welfare. The presence of digital information to change the way of business management by giving challenges and opportunities for the development of SMEs. This dedication program has a focus on developing application system in the SMEs area Desa Pringgasele East Lombok. The dedication method activity is carried out in several stages, namely by analyzing the situation by observation, interview with relevant parties, establishing relevant program and create an integrated system application. The purpose of this activity is to make SMEs people can take advantage of the internet and technology to support the marketing and to expand consumers range through digital marketing. This opportunities come out with an application named SAS APP (Selamat Abdullah Salim: Islamic Business Consultant Application), that is an application used to help SMEs and Entrepreneurs for increasing economic purpose, also getting the right consultation for their business. This application also completed by facilities and fislamic capital eatures for those who has less capital work.*

Keywords: *Technology; SMEs; Desa Pringgasele; SAS APP*



Article History:

Received: 20-06-2021
Revised : 04-07-2021
Accepted: 04-07-2021
Online : 01-08-2021



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Di era industri 4.0 sekarang ini, pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) masih mengharapkan produk lokal sebagai salah satu sumber penghasilannya. Era globalisasi menuntut setiap pelaku usaha untuk berinovasi dalam produk, jasa, teknologi dan perluasan area pemasaran.(Astuti et al., 2020; Basry & Sari, 2018). UMKM ialah bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu dalam menjalankan usaha, seperti tingkat pendidikan, keahlian (*skill*) dan penggunaan modal usaha relatif kecil serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. (Permana, 2017). Pemerintah Kabupaten Lombok Timur terus selalu mendorong berdirinya UMKM bagi masyarakat agar mampu memenuhi kebutuhan ekonomi dan berdaya saing. Usaha produktif hampir sebagian besar masih dilakukan menggunakan cara yang sangat sederhana, seringkali menyebabkan pendapatan UMKM kurang maksimal.(Santhi & Affandi, 2020).

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu daerah, terkait dengan penciptaan lapangan pekerjaan, produk domestik bruto dan pengurangan tingkat kemiskinan. (Susanti, 2020; Syaiful, 2016). Keberadaan UMKM zaman sekarang tidak dapat untuk dihindarkan dan dihapuskan dari masyarakat saat ini. Keberadaannya sangat penting dan bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan bagi masyarakat lingkungan sekitar. Program pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat serta menjadi solusi ketika menghadapi krisis. (Febriyantoro & Arisandi, 2018; Putra, 2018). Terdapat 3 (tiga) alasan yang mendasari pentingnya keberadaan UMKM. *Pertama*, diyakini UMKM memiliki keunggulan dari segi fleksibilitas. *Kedua*, kinerja dari UMKM cenderung lebih baik dari segi menghasilkan tenaga kerja kreatif dan produktif. *Ketiga*, UMKM sering kali mencapai peningkatan produktivitas melalui perubahan teknologi serta investasi. (Hafni & Rozali, 2017).

Hadirnya teknologi digital berdampak positif dalam segala aspek kehidupan, salah satunya adalah pada dunia bisnis. Teknologi berperan penting dalam rangka mengembangkan UMKM menjadi lebih baik lagi. Pesatnya perkembangan teknologi menuntut pelaku usaha mulai untuk mengenal dan selalu terkait dengan internet. Dahulu orang menganggap bahwa internet sebagai kecanggihan semu, disaat yang sama menjelma menjadi dunia nyata yang berhasil membentuk gaya hidup masyarakat *modern*. Mulai dari *handphone*, laptop, *notebook* dan aneka jenis barang elektronik lainnya.(Arianto, 2020; Idah & Pinilih, 2020; Slamet et al., 2017). Banyaknya permintaan masyarakat terhadap produk kerajinan tangan melalui market *E-commerse*, tidak hanya merubah pola pemasaran (*marketing*) yang sebelumnya secara *offline* (langsung) menjadi berbasis *online* (internet).(Lubis & junaidi, 2016). Upaya dari strategi *digital marketing* mempengaruhi hingga 78 persen terhadap keunggulan

berkompetisi UMKM didalam memasarkan produk lokal. Pelaku bisnis dapat juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana *marketing* digital. Biaya yang tidak begitu besar menjadi harapan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah agar mampu berkembang dan menjadi pusat kekuatan dalam ekonomi.(Saifullah, 2015; Wardhana, 2015).

Pringgasela termasuk salah satu dari 14 (empat belas) Desa yang berada di Kabupaten Lombok Timur yang memiliki penguatan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Salah satu sektor usaha unggulan Desa Pringgasela adalah Tenun. Kita bisa lihat, kekayaan warisan budaya yang tidak saja terlihat dari teknik dan aneka ragam corak melalui kain tradisional ini.(Juniati, 2020). Akan tetapi, juga memiliki fungsi dan arti kain dalam kehidupan masyarakat Sasak mencerminkan kebudayaan dan adat istiadat yang bermuara pada jati diri seseorang. Pada saat sekarang ini, usaha kerajinan Tenun dihadapkan dengan berbagai permasalahan dari segi pemasaran dan permodalan. *SAS APP (Aplikasi Konsultasi Bisnis Syariah)* merupakan rancangan aplikasi yang dapat membantu pelaku UMKM dan *entrepreneurs* mendapatkan konsultasi bisnis yang sedang maupun sudah dijalankan. Tidak hanya itu, aplikasi *SAS* memberikan fasilitas dengan menambah fitur permodalan syariah untuk *entrepreneurs* terkendala dengan modal usaha. Didalam aplikasi *SAS* terdapat fitur halal MUI untuk membantu mendapatkan label halal pada produk yang dimiliki dan juga terdapat fitur asuransi syariah bagi *entrepreneurs* yang membutuhkan jaminan bagi perusahaannya.

Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik), jumlah UMKM di Kabupaten Lombok Timur per 31 Desember 2019 sebanyak 1.486. Selain itu sebanyak 60 persen kapasitasnya masih rendah. Untuk melestarikan dan menjaga eksistensi dari kerajinan tenun ini diperlukan pembenahan khususnya dalam digital *marketing*. Secara sederhana, ketika pemain *proverty* menggagas istilah *One Stop Living* dalam satu hunian dengan tujuan memudahkan mengakomodir kebutuhan warga yang tinggal dalam kawasan. *SAS* juga memiliki visi, yaitu *One Stop App* bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan *entrepreneur* dalam menjalankan bisnis. Misi yang ingin dicapai dengan adanya aplikasi *SAS APP* ini adalah (1) Menyediakan konsultan terpercaya membantu menyelesaikan masalah bisnis (2) Menyajikan informasi yang lengkap berkaitan dengan produk UMKM berbasis *Real Time* (3) Memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM terkait bisnis berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Dengan adanya *SAS APP* ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM di Desa Pringgasela. Adapun dari sisi akademik, tujuan dari program ini yakni mengaktualisasikan salah satu unsur Catur Darma Perguruan Tinggi IAIH NW Lombok Timur dalam bentuk *Pengabdian Kepada Masyarakat* (PKM) dan membantu para UMKM meningkatkan pendapatan ekonomi melalui digital *marketing*.

B. METODE PELAKSANAAN

Proses pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada kelompok UMKM di Desa Pringgasele Lombok Timur meliputi beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Dalam menjalankan program pengabdian ini, perlu melakukan persiapan yang matang. Hal pertama yang dilakukan adalah observasi kepada masyarakat yang bergerak pada UMKM di Desa Pringgasele untuk mengetahui karakteristik secara menyeluruh.

2. Tahap Analisis Kebutuhan

Tahap analisa ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang perlu dipersiapkan dalam membuat aplikasi. Tahap ini mencakup kebutuhan perangkat keras (*Hardware*) dan perangkat lunak (*Software*).

a. *Hardware*

Merupakan perangkat keras sebagai sarana penunjang dalam pembuatan aplikasi *SAS* ini berupa Laptop maupun PC (*Personal Computer*).

b. *Software*

Perangkat lunak digunakan dalam pembuatan aplikasi *SAS*, meliputi: Microsoft Windows 8.1 64 bit sebagai sistem operasi, Visual Studio Code sebagai software untuk proses pemrograman, dan MySQL sebagai database *management system*.

3. Tahap Perancangan Sistem

Aplikasi yang dirancang harus sesuai dengan permasalahan yang akan diatasi. *SAS APP* dirancang menggunakan metode pengembangan *incremental (Incremental Development Model)*. Model proses ini memiliki fase perancangan *software*, yaitu perancangan spesifikasi, desain, pengkodean dan pengujian aplikasi. Pemilihan metode *incremental* pembuatan aplikasi *SAS* didasarkan pada kelebihan dari metode ini yang sederhana dan risiko kegagalan lebih rendah karena mengacu pada kebutuhan pengguna (*User*).

4. Tahap Pembuatan *Software*

Aplikasi *SAS* dibuat berbasis webiste menggunakan Sublime dan Visual Studio Code yang merupakan text editor dari PHP. Dalam aplikasi ini terdapat fitur MVP (*Minimum Viable Product*), yaitu produk aplikasi dengan spesifikasi dengan seminimal dan pembuatan secepat mungkin.

5. Tahap Pengujian *Software*

Tahan pengujian ini bertujuan untuk mengetahui kesalahan dari aplikasi sebelum sampai kepada pengguna. Teknik pengujian menggunakan *black box*, pengujian ini tidak mencakup pengujian *source code* program.

6. Tahap Implementasi

Aplikasi *SAS* yang telah dirancang akan diimplementasikan kepada mitra, yaitu pelaku UMKM Desa Pringgasela.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dimulai dengan memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM yang bersedia diberikan pendampingan secara intensif. Kegiatan ini dilakukan langsung di lokasi, yaitu di Desa Pringgasela Lombok Timur. Kegiatan ini dilakukan dengan sosialisasi tentang perkembangan teknologi bagi pelaku UMKM. Kemudahan teknologi menyebabkan peningkatan penjualan produk dan memudahkan pelaku UMKM untuk melakukan promosi lebih efektif, efisien dan ramah lingkungan. Kegiatan ini berhasil untuk menumbuhkan motivasi pelaku UMKM lebih berinovasi dan berkreasi terhadap produk yang sudah ada.

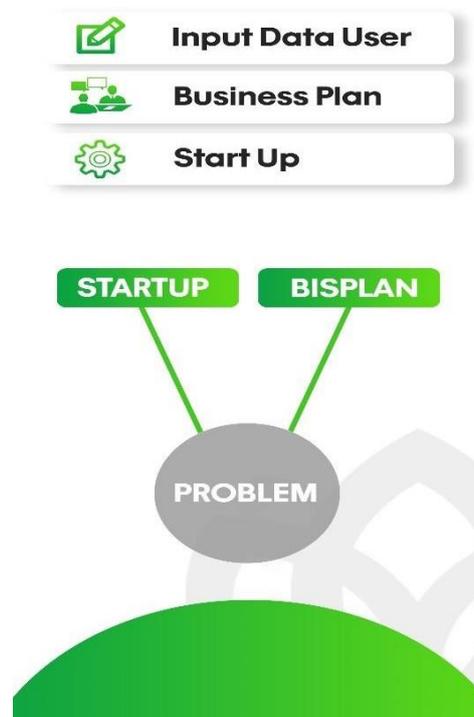
Tahap kedua, yaitu pelatihan penjualan produk secara online melalui simulasi kasus. Setelah produknya sudah jadi, dapat dipasarkan langsung secara online. Kegiatan ini berhasil mengubah produk UMKM yang tadinya tidak terlalu bernilai kemudian dikemas menjadi efisien dan bernilai jual tinggi. Fokus utama dalam aplikasi *SAS* ialah pada *product market fit*. *Product market fit* merupakan suatu kondisi yang ditujukan bagi semua *startup*, titik *product market fit* *startup* telah berhasil menyelaraskan antara *product* dan *market* itu sendiri. Dimana *product* yang ditawarkan dapat menjadi jawaban maupun dapat memberikan nilai tambah bagi konsumennya terhadap kebutuhan yang belum terpenuhi dan belum teroptimalisasi.

Dalam pengaplikasiannya nanti, aplikasi ini akan menjalankan konsep *Lean Product Process* yang terdiri dari enam tahapan, diantaranya menentukan target konsumen, mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, menentukan keunggulan yang membedakan aplikasi *SAS* dengan aplikasi sejenis lainnya, menentukan fitur apa saja yang akan ditampilkan di MVP, membuat prototipe MVP dan yang terakhir menguji MVP. Adapun tampilan beranda *SAS APP* seperti pada Gambar 1 berikut.



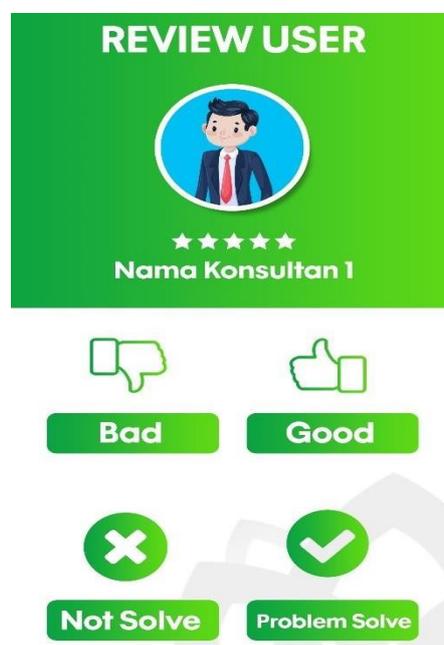
Gambar 1. Beranda SAS APP

Tahap pertama yang akan dilakukan ialah menentukan target konsumen. Konsumen pada aplikasi ini akan dibagi kedalam tiga target konsumen. *Pertama*, para milenial yang baru memulai merintis bisnis, *Kedua*, para UMKM dan *Ketiga* para *entrepreneurs* yang sudah lama bergelut dalam dunia bisnis. Kemudian dilanjutkan kepada tahap yang kedua, yakni identifikasi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi. Dalam tahap ini, dilakukan uji coba dengan memposisikan diri sebagai konsumen. Munculnya ide aplikasi SAS ini merupakan hasil dari kebutuhan konsumen, yakni masih belum terpenuhi dan berdasarkan hipotesis terhadap kebutuhan konsumen ialah perlu adanya *One Stop App* untuk para UMKM dan *entrepreneurs* dalam menyediakan informasi yang lengkap terkait bisnis. Secara umum yang menjadi perbedaan adalah belum adanya aplikasi konsultan bisnis yang berbasis aplikasi serta belum adanya penyediaan informasi secara real time dan lebih spesifik. Model Khusus UMKM dan Entrepreneur dalam aplikasi ini seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Model Khusus UMKM dan Entrepreneur

Mengenai strategi pemasaran yang akan dilakukan, *SAS APP* mengacu pada *Customer Path*, yaitu *Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate*. Kemudahan yang di dapat dalam hal ini adalah diberikan kemudahan dalam menggiring konsumen dari mengenal aplikasi (*Aware*) sampai *advocate* tidak hanya menggunakan tetapi juga merekomendasikan atau mengadvokasi ke konsumen-konsumen lainnya. Jadi, dalam *customer path* ini, akan menerapkan sedemikian rupa agar mencapai *advocate*. Dalam penerapannya nanti, prosesnya akan terbagi ke beberapa bagian. Bagian pertama ialah fokus pada *Aware* dan *Appeal* seperti pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Review User

D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan Pengaduan Kepada Masyarakat (PKM) dan proses pengembangan aplikasi *SAS* di Desa Pringgasela yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM berhasil memasarkan produk melalui internet dengan memanfaatkan teknologi, sehingga biaya dari pemasaran jadi lebih efektif dan efisien. Peningkatan distribusi produk UMKM berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi di Desa Pringgasela. Sebelumnya produk hanya dipasarkan di daerah setempat, saat ini produk yang dihasilkan sudah dipasarkan sampai luar daerah.

Saran, dibutuhkan program lanjutan secara berkesinambungan mengarah pada peningkatan kapasitas UMKM, khususnya permodalan Kain Tenun serta fasilitas promosi melalui pameran tingkat Kabupaten, Provinsi hingga Nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada AHASS Arbi Motor yang membantu dan memberikan bantuan dalam program Ini, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Institut Agama Islam Hamzanwadi NW Lombok Timur dan pelaku UMUM Desa Pringgasela sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik dan memenuhi target luaran.

DAFTAR RUJUKAN

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Tekonolgi dan Integrasi Akses Permodalan. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 248–256. <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i2.5764>
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*, 15(2), 77–96.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1), 195–204.
- Lubis, T. A., & junaidi, junaidi. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 3(3), 163–174. <https://doi.org/10.22437/ppd.v3i3.3535>
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93–103.
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan

- Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2).
<https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Saifullah, M. R. (2015). Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi: Adopsi Inovasi dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi pada UMKM Kampung Sepatu di Tambak Osowilangon, Kecamatan Benowo, Kota Surabaya. *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 132–141.
- Santhi, N. H., & Affandi, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada UKM Tenun Di Kecamatan Pringgasela Kabupaten Lombok Timur). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 52–65.
<https://doi.org/10.29408/jpek.v4i1.2112>
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. L. (2017). Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136.
<https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>
- Susanti, E. (2020). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Kecamatan Jatinangor. 1.*
- Syaiful, S. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 13(3), 629–636.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.