

## ACCOMPANIMENT IN DIGITAL OPTIMIZATION OF STUDENT ENTREPRENEURSHIP IN MSMEs

### PENDAMPINGAN OPTIMALISASI DIGITAL KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DI UMKM

Resita Septia Rahma<sup>1a</sup>, Angga Nugraha<sup>2</sup>, Yudiansyah Fauzi<sup>3</sup>, Yeti Asmawati<sup>4</sup>,  
Annissa Pratiwi<sup>5</sup>, Dita Wahyuni<sup>6</sup>, Lestaria Sinambela<sup>7</sup>,  
Andini<sup>8</sup>, Putri Khadijah Heriyanti<sup>9</sup>, Firmansyah<sup>10</sup>

<sup>1</sup> Politeknik Piksi Input Serang

<sup>a</sup> Korespondensi: Resita Septia Rahma, E-mail: resitaseptia@piksiinputserang.ac.id  
(Diterima: 04-05-2024; Ditelaah: 10-05-2024; Disetujui: 23-07-2024)

#### ABSTRACT

This article discusses the companion to MSME businesses in Banten, namely Growfin Academy as a skills and knowledge development center that is committed to improving professional capabilities in various sectors. This assistance aims to strengthen the capacity of MSMEs, increase their access to new markets, facilitate the adoption of information technology in their businesses, and assist in improving financial and operational management. The method used in this assistance is analysis of field observations of operational activities at Growfin Academy. The results of the analysis and Accompaniment show that the 3 (three) target targets for Accompaniment, namely purchase intention, transaction level, and loyalty during Accompaniment, provide a significant increase in numbers. In this way, Growfin Academy can increase competitiveness, face market challenges, and ultimately contribute more to the regional economy and create new jobs.

*Keywords:* Accompaniment, Business, Promotion, Information Technology

#### ABSTRAK

Artikel ini membahas mengenai pendampingan usaha UMKM di Banten yaitu Growfin Academy sebagai pusat pengembangan keterampilan dan pengetahuan yang berkomitmen untuk meningkatkan kapabilitas profesional di berbagai sektor. Pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas UMKM, meningkatkan akses mereka ke pasar baru, memfasilitasi adopsi teknologi informasi dalam usaha mereka, serta membantu dalam peningkatan manajemen keuangan dan operasional. Metode yang digunakan dalam pendampingan ini yaitu Analisis observasi lapangan kegiatan operasional di Growfin Academy. Hasil Analisis dan pendampingan menunjukkan bahwa dari 3 (tiga) target tujuan pendampingan yaitu niat beli, tingkat transaksi, dan loyalitas saat pendampingan memberikan angka peningkatan yang signifikan. Dengan demikian, Growfin Academy dapat meningkatkan daya saing, menghadapi tantangan pasar, dan pada akhirnya berkontribusi lebih banyak lagi terhadap perekonomian daerah serta menciptakan lapangan kerja baru.

Kata Kunci: Pendampingan, Promosi, Teknologi Informasi, Usaha.

---

Rahma, R. S., Nugraha, A., Fauzi, Y., Asmawati, Y., Pratiwi, A., Wahyuni, D., Sinambela, L., Andini, Heriyanti, P. K., & Firmansyah. Pendampingan Optimalisasi digital kewirausahaan mahasiswa di UMKM. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(2), 125-130.

---

#### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mampu bertahan dan menjadi pemulih perekonomian

di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada tahun 1997-1998 dan krisis ekonomi 2011 (Sudarma *et al.*, 2023). Provinsi Banten memiliki posisi geografisnya yang strategis di pulau Jawa, berbatasan langsung dengan DKI Jakarta, memiliki potensi ekonomi yang signifikan, terutama

dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Banten juga berperan penting dalam perekonomian lokal, tidak hanya sebagai sumber pendapatan bagi sebagian besar penduduknya tetapi juga sebagai penggerak utama dalam inovasi dan kewirausahaan. Namun, meskipun potensinya yang besar, UMKM di Banten menghadapi berbagai tantangan yang membatasi kemampuan mereka untuk tumbuh dan berkembang. Keanekaragaman tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Banten mencakup keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, kesulitan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran, keterbatasan pengetahuan dalam manajemen keuangan, hingga tantangan dalam meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi. Selain itu, aspek regulasi dan perizinan usaha juga menjadi salah satu hambatan yang sering kali dihadapi oleh pemilik UMKM. Pengembangan ekonomi lokal dimulai dari kewirausahaan lokal. Jika tidak ada potensi alam dapat dikembangkan dari potensi manusia melalui masyarakat dengan mengembangkan usaha kecil, sehingga diharapkan akan muncul perekonomian yang bertumpu pada kreatifitas lokal (Bimo *et al.*, 2024) Tantangan-tantangan ini membuat UMKM di Banten memerlukan dukungan dan pendampingan untuk mengatasi berbagai kendala tersebut.

UKM/UMKM Online atau Pengusaha Online telah ramai sejak 10 tahun terakhir dan juga tidak ketinggalan platform dan acara toko online yang telah diadakan. Tapi itu muncul dan tenggelam seolah-olah arahnya tidak begitu jelas (Triwidatin *et al.*, 2022). Mengingat pentingnya peran UMKM dalam perekonomian lokal dan potensi besar yang dimilikinya, terdapat kebutuhan mendesak untuk memberikan pendampingan yang komprehensif kepada UMKM di Banten. Pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas UMKM, meningkatkan akses mereka ke pasar baru, memfasilitasi adopsi teknologi informasi dalam usaha mereka, serta membantu dalam peningkatan manajemen keuangan dan operasional.

Growfin Academy adalah salah satu UMKM yang ada di Banten yang bergerak di Bidang Pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan melalui Zoom meeting yang melibatkan peserta secara Nasional. Hasil dan pembahasan mengenai capaian yang dihasilkan dari metode dan data-data untuk membuktikan hasil dari upaya peningkatan. Hasil pendampingan ini dibagi menjadi tiga jenis yaitu niat beli konsumen, tingkat transaksi usaha, dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, UMKM di Banten dapat meningkatkan daya saing secara terukur melalui pendampingan usaha menghadapi tantangan pasar dan pada akhirnya berkontribusi lebih banyak lagi terhadap perekonomian daerah serta menciptakan lapangan kerja baru.

## MATERI DAN METODE

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Pendampingan kewirausahaan ini dilaksanakan di UMKM GrowFin Academy, sebuah entitas yang terpilih sebagai lokasi utama karena keterlibatannya yang signifikan dalam ekosistem kewirausahaan di Provinsi Banten. Kemudian Waktu Pelaksanaan Kegiatan pendampingan ini berlangsung selama satu semester, atau kurang lebih 6 bulan, yang terintegrasi dalam perkuliahan mata kuliah kewirausahaan.

Pelaksanaan kegiatan ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan teori kewirausahaan yang dipelajari di kelas ke dalam praktik nyata melalui kegiatan pendampingan melalui Analisis SWOT. Analisis ini didasarkan padalogika yang dapat memaksimalkan unsur kekuatan danpeluang, namun secarabersamaan dapat meminimalkan unsur kelemahan dan ancaman (Wachdijono, 2022). Waktu pelaksanaan pendampingan dilakukan bulan Oktober 2023 hingga Februari 2024.

## Prosedur Kegiatan

Pengabdian masyarakat bertema pendampingan kewirausahaan dengan UMKM di Provinsi Banten ini dirancang sebagai respons terhadap tantangan yang ada di Provinsi Banten. Program ini bertujuan untuk membangun kapasitas UMKM, memperkuat fondasi usaha mereka, dan membuka peluang baru bagi pertumbuhan dan ekspansi. Melalui pendekatan yang terintegrasi, melibatkan pelatihan, mentorship, dan dukungan teknis, pengabdian ini berusaha memberikan solusi praktis yang dapat diimplementasikan oleh UMKM untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Selain pendampingan, pengabdian ini juga dilakukan pembuatan digital branding untuk UMKM. Digital branding dianggap penting karena para customer atau peserta dapat dimudahkan untuk menemukan dan membeli sebuah produk saat ini banyak dicari oleh para customer (Kurniawan *et al.*, 2024)

Pendampingan peningkatan usaha dilakukan pelaporan pencapaian kegiatan melalui strategi yang telah ditentukan melalui analisis Pemasaran yang dilakukan oleh tim melalui tahapan berikut: Persiapan: Berkoordinasi dengan Mitra UMKM (GrowFin Academy) Teknik Rapat Awal dan Penetapan Tujuan: Mengadakan rapat awal dengan pemilik dan karyawan GrowFin Academy untuk memahami visi, misi, dan tujuan usaha mereka. Dalam pertemuan ini, akan ditetapkan tujuan-tujuan spesifik pendampingan. Penyusunan Kerangka Kerja: Membuat kerangka kerja pendampingan yang mencakup jadwal, sumber daya yang dibutuhkan, dan metode komunikasi antara tim pendampingan dan UMKM.

## Analisis Masalah yang Dihadapi UMKM

Teknik Wawancara dan Observasi: Melakukan wawancara mendalam dan observasi lapangan untuk mengidentifikasi masalah spesifik yang dihadapi oleh UMKM. Teknik ini membantu mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan operasional dan strategis.

Menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk secara sistematis mengevaluasi kondisi internal dan eksternal UMKM yang mempengaruhi kinerja mereka. Analisis SWOT adalah suatu upaya mengidentifikasi berbagai unsur (internal dan eksternal) secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran atau pengelolaan suatu usaha (Rangkuti, 1997; Fatimah, 2016).

## Analisis Kebutuhan Penyelesaian Masalah UMKM

Workshop Kebutuhan: Mengadakan workshop dengan pemilik dan karyawan UMKM untuk mendiskusikan hasil analisis masalah dan mengidentifikasi kebutuhan penyelesaian masalah yang paling mendesak. Prioritisasi Masalah dan Solusi: Menggunakan teknik prioritisasi seperti voting atau diskusi kelompok untuk menentukan urutan penyelesaian masalah berdasarkan urgensi dan dampaknya terhadap bisnis. Pendampingan Penyelesaian Masalah yang Dihadapi UMKM Sesi Mentoring dan Coaching: Menyediakan sesi mentoring dan coaching secara individual atau kelompok kecil untuk membimbing UMKM dalam proses penyelesaian masalah. Penerapan Best Practices: Memperkenalkan dan mendemonstrasikan praktik terbaik yang relevan dengan masalah yang dihadapi, untuk diadaptasi oleh UMKM. Proses Adopsi Strategi Permasalahan yang Dihadapi UMKM Pilot dan Implementasi: Mendukung UMKM dalam tahap pilot dan implementasi strategi yang telah disepakati untuk mengatasi masalah. Ini dapat meliputi penggunaan teknologi baru, strategi pemasaran, atau metode manajemen yang diperbaiki. Monitoring dan Evaluasi: Melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi yang diadopsi, termasuk pengumpulan feedback dari pemilik, karyawan, dan pelanggan UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan mengenai capaian yang dihasilkan dari metode dan data-data untuk membuktikan hasil dari upaya peningkatan. Hasil dalam pendampingan

adalah sebagai berikut. Niat beli yang Growfin academy dapatkan sebanyak 46 orang, kami mengukur menggunakan jumlah follower dari akun social media Growfin academy. jumlah pengunjung ke akun Growfin academy yang dapat membuktikan calon pelanggan untuk memiliki niat beli terhadap Webinar. Peningkatan pembelian/jumlah transaksi, Peningkatan pembelian atau jumlah transaksi Growfin academy diukur menggunakan laporan tingkat transaksi yang mengalami peningkatan dari sebelum. Dapat kita lihat bahwa Tingkat transaksi Growfin academy meningkat pada tanggal 16 November 2023, di mana sebelumnya pada tanggal 2 November 2023 tidak ada transaksi.

Tabel 1. Laporan Pendampingan

Waktu Pelaporan	Niat Beli	Tingkat Transaksi	Loyalitas
2-Nov	20	-	
16-Nov	46	107	4,125
28-Des	66		dari skala
3-Jan	86		5
11-Jan	101		



Gambar 2. Desain Promosi pendampingan UMKM

Loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan yang mengikuti webinar Growfin Academy dapat di bangun melalui intraksi yang bermakna, konten berkualitas dan dukungan berkelanjutan yang diukur berdasarkan pengukuran melalui survei responden dan dianalisis menggunakan Analisis Deskriptif. Dari hasil survei pelanggan, dapat diketahui bahwa responden menunjukkan tentang webinar sebagai berikut: Sangat setuju mendapatkan 40%; Setuju mendapatkan 27%; Mungkin kurang setuju mendapatkan 15%; Kurang setuju mendapatkan 13%; Sangat kurang setuju 5% .



Gambar 1. Desain Promosi pendampingan UMKM



Gambar 3 Hasil Survei Responden Pelanggan.

## KESIMPULAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau dikenal dengan UMKM memiliki banyak peran dalam memberantas kemiskinan, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat mandiri dalam menopang ekonominya. Pelaku UMKM harus mampu berkembang dan bertahan seiring dengan ketatnya persaingan usaha (Triwidatin, 2022). Kegiatan pendampingan kewirausahaan bersama UMKM GrowFin Academy yang berlangsung selama satu semester akademik, telah memberikan wawasan mendalam dan pengalaman praktis yang berharga baik untuk UMKM yang berpartisipasi maupun mahasiswa yang terlibat dalam proses pendampingan.

Melalui serangkaian kegiatan yang dirancang secara strategis, mulai dari analisis masalah hingga implementasi solusi, program ini telah berusaha untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Pada akhirnya melalui pelaporan rutin yang dilakukan dan pengukuran loyalitas pelanggan yang dilakukan menunjukkan bahwa dari proses pendampingan kewirausahaan ini memberikan peningkatan bagi UMKM Growfin Academy dalam menjalankan usahanya yang dilihat dari nilai niat beli pelanggan yang awalnya menunjukkan nilai 20 menjadi 101 pada akhir periode dan ditunjukkan nilai loyalitas pelanggan dengan

nilai 4,125 dari skala 5. Nilai 4,125 menunjukkan nilai yang lumayan besar mencapai 82%. Dari proses pendampingan UMKM berikut beberapa hal yang dapat disimpulkan:

**Peningkatan Kapasitas UMKM:** Kegiatan ini memberikan pelatihan dan pembelajaran langsung kepada pemilik UMKM tentang aspek-aspek penting dalam menjalankan bisnis, seperti manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan peningkatan kualitas produk. Pemasaran *online* telah menjadi kunci utama saat ini karena dapat menjangkau lebih banyak orang dengan target audiens yang spesifik dan biaya yang lebih efisien (Nur'aeni, 2023). Ini membantu UMKM dalam meningkatkan kapasitas mereka untuk mengelola usaha dengan lebih efektif dan efisien.

**Akses ke Pasar Baru:** Dengan pendampingan dalam digital marketing dan strategi pemasaran lainnya, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, baik lokal maupun internasional. digital marketing yaitu suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merk dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan (Harissa *et al.*, 2020). Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

**Maksimlalisasi Adopsi Teknologi:** Melalui pendampingan, UMKM dikenalkan dengan teknologi terkini yang dapat digunakan untuk mempermudah proses produksi, pemasaran, dan operasional lainnya. Penggunaan teknologi yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha.

**Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Lokal:** Dengan meningkatnya kinerja UMKM, akan terjadi peningkatan dalam penciptaan lapangan kerja dan pendapatan lokal, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Provinsi Banten.

**Keberlanjutan Usaha:** Melalui pembelajaran dan peningkatan kapasitas, UMKM dapat membangun fondasi usaha yang lebih kuat dan berkelanjutan, mampu

menghadapi tantangan pasar dan beradaptasi dengan perubahan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada semua pihak yang terlibat, termasuk pemilik dan karyawan UMKM GrowFin Academy, mahasiswa dan dosen dari mata kuliah kewirausahaan, serta semua mitra dan stakeholder yang telah mendukung keberhasilan program ini. Pencapaian dan hasil yang diperoleh dari kegiatan ini tidak hanya menunjukkan peningkatan dalam aspek teknis dan manajerial UMKM tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ekosistem kewirausahaan di Provinsi Banten. Kegiatan ini telah membuka jalan untuk kolaborasi lebih lanjut dan inisiatif pendukung UMKM di masa depan, yang diharapkan dapat memperkuat pondasi bagi pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ambarsyah, P., (2019). Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen Ud. Intan Unggas. *Skripsi STIE Malang Kucecwar*
- Bimo, S, D., Fadli,., Rozai, M, A. (2024). Pendampingan Analisis Potensi Desa Dalam Meningkatkan Usaha Badan Usaha Milik Desa. *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1) 45-54
- Fatimah, F.N.D. (2016). *Teknik Analisis SWOT* (L. Nurti (ed.); 1st ed.). Anak Hebat Indonesia.
- Harissa, P., Anggrahini, M. (2020). Penguatan Bidang Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Volume Pengajuan Pada Kubah Konveksi Dengan Pelatihan Bisnis Online. *Jurnal Qardhul Hasan : Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 101-106.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Edisi ketujuh. West Sussex.: John Wiley & Sons Ltd.
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches*. Edisi Ketujuh. United State: Pearson Education Limited.
- Hery, A., (2021). *Kewirausahaan*. Yrama widya. Bogor.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Edisi Pertama. Yayasan Kita Menulis. Jakarta
- Kurniawan, I., Maulana, Y., Kamali, M., Sulthony, M., Ibad, I., Izza, A.A., Fitriana, V., Nanda, F.R., Amalya, A.A., Antari, D., dan Absor, U. (2024). "Scale Up Umkm Desa Bategede Melalui Digital Branding Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi dalam Mewujudkan SDGS Desa". *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10 (1): 26-31
- Leon G. Schiffman dan Leslie Kanuk. (2015). *Consumer Behavior*. Edisi Sebelas. Publisher: Pearson Education. New York
- Nur'aeni N, Arina PN, Farhanah N, Dewi FR, Sarma M. (2023). Pengembangan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Menaik Kelaskan UMKM Pada Warung Laksa Bogor Kang Dadi. *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(3) 301-309.
- Rangkuti, F (1997). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarma. M., Wulandari. P.P., VanTama. S.S, & Putri.W. A. (2023). Pelatihan Manajemen Kas dan modal kerja pada UMKM. *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(2) 164-170.
- Triwidatin, T. (2022) "Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Pemasaran di Era Industri 4.0 bagi para pelaku UMKM Kelompok Sejahtera". *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1) 62- 74.
- Wachdijono., Wahyuni. S., & Trinaningsih. U. (2022). Sosialisasi Strategi pemasarankopi lokal. *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(3)275- 285.