

# Book Chapter - Pemanfaatan Kepiawaian Penggunaan Gawai Pengusaha Mikro

*by Elty Sarvia*

---

**Submission date:** 28-Mar-2025 10:46AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2627541243

**File name:** pengajuan-10-16\_book\_chapter.pdf (158.56K)

**Word count:** 1567

**Character count:** 10196

## **Pemanfaatan Kepiawaian Penggunaan Gawai Pengusaha Mikro**

**1**

Kharens Emerentia, Christian Vallentino Wadu,  
Ivonne Averina Setiawan, Eimel Narwasti, Elizabeth, Christina,  
Elty Sarvia, Florence Leony, Vivi Arisandhy

**A**kibat dari penyebaran COVID-19 yang telah berlangsung selama sekitar dua tahun, yaitu dari akhir 2019 hingga akhir 2022, telah menimbulkan sejumlah tantangan dalam upaya pemulihan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan. Namun, menurut Sinlaeloe (2022), pemerintah Republik Indonesia aktif mendorong pemulihan ekonomi Indonesia, terutama di sektor yang didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang mencakup sekitar 98% perusahaan di Indonesia (Sinlaeloe, 2022). Dari 98% tersebut, mayoritas terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah. Sebagai contoh, usaha mikro, seperti yang diulas dalam studi kasus ini, memiliki kriteria berupa kekayaan bersih yang tidak melebihi Rp50 juta, tanpa termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki pendapatan penjualan tahunan yang tidak melebihi Rp300 juta (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, 2008). Di sisi lain, usaha UMKM yang tergolong menengah memiliki kriteria yang berbeda, yaitu kekayaan bersih di atas lima ratus juta rupiah hingga sepuluh miliar rupiah, tanpa termasuk tanah atau bangunan tempat usaha, atau memiliki pendapatan penjualan tahunan antara dua setengah hingga lima puluh miliar

rupiah. Dengan keragaman kriteria ini, strategi pengembangan usaha tentu akan berbeda-beda.

Studi kasus yang dilakukan pada sebuah usaha mikro di Bandung yang menjual seblak basreng telah dianalisis secara rinci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha mikro ini mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai salah satu sarana penjualan mereka. Fakta ini menarik karena, terlepas dari keputusan pemilik untuk mengadopsi teknologi digital, saat ini ketersediaan smartphone dan perangkat sejenis telah semakin meluas, dan hal ini tidak lagi membatasi akses penggunaan teknologi hanya pada kelompok ekonomi tertentu. Hal ini disebabkan oleh harga perangkat yang semakin terjangkau, sehingga pengguna dari berbagai lapisan masyarakat kini dapat memahami sistem teknologi digital secara lebih luas (Berenguer *et al.*, 2017; Birenboim & Shoal, 2016).

Dengan demikian penting kiranya menilik lebih lanjut penggunaan teknologi yang mengeksplorasi potensi usaha mikro yang terkategori sebagai elemen wira usaha mandiri terkecil dalam mengembangkan usahanya.

### **Telaah Situasi**

Melakukan survei langsung terhadap subjek penelitian, yaitu penjual jajanan kekinian di Bandung, telah dilaksanakan. Usaha ini memiliki kendala dalam hal akses jalan yang sempit (hanya cukup untuk satu sepeda motor), namun memiliki pasar potensial yang luas karena harga makanannya sangat terjangkau, mulai dari Rp3.000,00. Meskipun begitu, berdasarkan informasi dari pemilik usaha, Teh Dini, lokasi usahanya cukup sulit dijangkau, sehingga beliau telah mulai menggunakan aplikasi perantara seperti Grab Food dan Gofood sejak setahun yang lalu untuk mencapai pelanggan yang tidak tinggal dekat dengan tempatnya berjualan.

Tidak ada informasi lebih lanjut mengenai awal mula pemilik usaha memutuskan untuk menggunakan aplikasi perantara, namun dari penuturan beliau, terlihat bahwa beliau sudah terbiasa mempromosikan produknya melalui WhatsApp kepada kontak pribadi dengan mengunggah foto produk dan mengajak persuasif untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, pemilik ini cukup mahir dalam menggunakan perangkat digital. Berdasarkan hasil observasi dan pengakuan dari pemilik, terlihat bahwa menu yang ditawarkan oleh usaha mikro ini diminati oleh penduduk sekitar (terutama di daerah Cibogo Lebak) karena rasa yang enak, harga yang sangat terjangkau, dan variasi menu yang cukup lengkap (termasuk seblak, basreng, cilok keceak, sotong, cibay, cireng, nugget, tutut, pempek, serta minuman sachet). Namun, popularitas jenis menu ini telah mengakibatkan adanya beberapa penjual makanan serupa dalam radius 0,5 km. Untungnya, pemilik usaha mikro ini memiliki keahlian memasak yang baik melalui pelatihan bersertifikat, sehingga diharapkan bahwa kualitas rasa produknya dapat tetap unggul. Potensi pangsa pasar untuk usaha ini cukup baik karena lokasinya berada di dekat hunian mahasiswa, dan harga yang terjangkau menjadi daya tarik utama bagi target pasar mereka, yaitu perempuan berusia 13 hingga 40 tahun.

Penelitian lebih lanjut mendapati bahwa peluang bertahan usaha ini cukup baik, mengingat usaha ini telah didirikan sejak tahun 2016, dan pemilik usaha beserta suaminya yang juga menjadi pemasok bahan baku telah menjaga konsistensi usaha mikro ini agar tetap berjalan dengan baik.

#### **Usulan Peningkatan Layanan Usaha Mikro**

Hasil survei menunjukkan bahwa pemilik usaha mikro ini memiliki tingkat daya tahan atau ketangguhan yang baik dalam bersaing di pasar. Meskipun pemilik usaha memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dan kemampuan untuk mempromosikan

usahanya, ia telah mengikuti perkembangan terkini dan mengikuti tren pasar di kota besar dengan menggunakan teknologi. Dengan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran produknya, ia berhasil mengatasi kendala utama dalam bisnis rumahnya. Hanya saluran pengiriman yang perlu menghubungi produsen, sementara produk jadi akan diantarkan secara langsung kepada konsumen. Namun, masih ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan agar produknya lebih menarik bagi konsumen di kota Bandung. Oleh karena itu, tim pengabdian, yang terdiri dari tim mahasiswa dan beberapa dosen sebagai konsultan, memberikan beberapa rekomendasi perbaikan sebagai berikut:

*Pertama*, pemanfaatan teknologi digital yang telah dikuasai oleh pemilik sebaiknya didukung oleh pengambilan foto produk yang lebih baik. Dengan menghasilkan gambar yang menarik dan menggoda selera, diharapkan calon konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk.

*Kedua*, pemanfaatan harga produk yang terjangkau bisa ditingkatkan melalui *bundling* antara makanan dan minuman. Dengan menghadirkan paket-paket dengan harga yang lebih ekonomis, diharapkan volume penjualan dan omzet harian akan meningkat. Rekomendasi ini diberikan untuk memastikan bahwa harga jual produk yang sangat terjangkau tidak lebih rendah daripada biaya aplikasi dan biaya pengiriman.

*Ketiga*, mengingat bahwa pemilik memiliki keahlian dalam menggunakan perangkat digital, disarankan untuk meningkatkan pengetahuan tentang fitur *cashless* seperti QRIS. Penggunaan fitur ini tidak hanya memudahkan calon konsumen yang tidak perlu membawa uang tunai, tetapi juga akan membantu pemilik menghindari pengeluaran kas yang tidak terduga karena uang kontan di tangan.

## **Pemanfaatan Gawai sebagai Upaya Peningkatan Layanan Usaha Mikro**

Meskipun menghasilkan usulan-usulan sederhana, hal ini bisa membuka mata bahwa kemampuan penggunaan gawai pemilik usaha mikro mensyaratkan adanya literasi digital dalam pengoperasiannya. Melalui contoh kasus yang ditemui, maka dapat disinyalir, masyarakat Indonesia dari berbagai lapisan ekonomi, yang berada di kota besar seperti Bandung, dapat menjangkau dan mengoperasikan teknologi digital secara mandiri walaupun ketepatan penggunaannya masih perlu dikaji lebih lanjut. Temuan ini kontradiktif dengan yang dilakukan oleh (Nurhayati & Falah, 2020), yang melandaskannya pada kondisi masyarakat yang belum menyadari bahwa internet dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan wirausaha. Apabila kondisi ini pada kemudian hari lebih merata, maka perbaikan literasi digital yang mengarah pada penggunaan internet yang lebih positif dapat ditingkatkan ke arah kesejahteraan yang berkelanjutan, sehingga tim pengabdian perlu meningkatkan persepsi *baseline* kemampuan calon terabdi serupa agar pelatihan yang diberikan dapat lebih bermanfaat.

Selain itu, kedaan literasi yang menggembirakan ini bisa menjadi pengingat bahwa rakyat Indonesia pada berbagai lapisan semakin terbuka terhadap informasi dan dapat memanfaatkan teknologi komunikasi/*Information and Communication Technology* (ICT), sehingga konteks '*digital divide*' sebagaimana yang disinggung oleh Haryanti and Rusfian (2018) semakin menyisakan porsi kecil bagi mereka yang tidak dapat memanfaatkan ICT yang dimaksud. Adapun kompleksitas pihak yang tidak tersentuh oleh informasi yang dikirim melalui teknologi komunikasi atau dikenal sebagai '*digital outcast*' oleh Rogerson (2020), sehingga melahirkan situasi '*digital inequalities*' (Robinson, Ragnedda, & Schulz, 2020), selayaknya mendapatkan perhatian dan perlakuan yang sesuai untuk mencapai kesejahteraan yang dicita-citakan bersama.



Dengan demikian, adapun ketiga usulan pembaruan, berkaitan dengan fitur-fitur yang berkesan 'modern' sehingga diharapkan layanan yang diberikan oleh pemilik usaha mikro bisa tampak lebih 'berkelas' dan terencana. Selain itu, hasilnya juga menunjukkan bahwa kualitas, harga dan citra produk pangan memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan (Amalia, 2019; Fatlahah, 2013; Fatmaningrum, Susanto, & Fadhilah, 2020), sehingga usulan yang diutamakan adalah yang terlihat konkret bagi pelanggan. Pada tahapan selanjutnya, masih dapat digali lebih dalam mengenai loyalitas pelanggan *offline*, sehingga usaha ini dapat menjadi pilihan utama pelanggan pencinta makanan sejenis di daerah Cibogo Lebak.

#### REFERENSI

- Amalia, N. (2019). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Mie Endess di Bangkalan. *Jurnal studi Manajemen dan Bisnis*, 6(6), 96-104. Retrieved from <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6688>
- Berenguer, A., Goncalves, J., Hosio, S., Ferreira, D., Anagnostopoulos, T., & Kostakos, V. (2017). Are smartphones ubiquitous? An in-depth survey of smartphone adoption by seniors *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 6(2), 104-110. doi:[https://10.1109/MCE.2016.2614524](https://doi.org/10.1109/MCE.2016.2614524)
- Birenboim, A., & Shoval, N. (2016). Mobility Research in the Age of the Smartphone. *Annals of the American Association of Geographers*, 106(2), 283-291. doi:10.1080/00045608.2015.1100058
- Fatlahah, A. (2013). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian es krim Wall's Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 472-485.

- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 4(1), 176-188. doi:<https://doi.org/10.31955/mea.v4i1.270>
- Haryanti, S., & Rusfian, E. Z. (2018). Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problems. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 22(2), 128-145.
- Nurhayati, S., & Falah, A. M. N. (2020). Implementasi workshop literasi digital dalam membangun keberdayaan ekonomi masyarakat. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(3), 348-359. doi:<https://doi.org/10.31764/jmm.v4i3.2457>
- Robinson, L., Ragnedda, M., & Schulz, J. (2020). Digital inequalities: contextualizing problems and solutions. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 18(3), 323-327. doi:10.1108/JICES-05-2020-0064
- Rogerson, S. (2020). The digital divide is a multi-dimensional complex. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 18(3), 321-321. doi:10.1108/JICES-05-2020-0060
- Sinlaeloe, F. D. (2022). Akselerasi Pembiayaan Ultra Mikro sebagai Salah Satu Aksi Konkret Pemerintah dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional. Retrieved from <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/3991-akselerasi-pembiayaan-ultra-mikro-sebagai-salah-satu-aksi-konkret-pemerintah-dalam-mendukung-pemulihan-ekonomi-nasional.html>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, No 20 tahun 2008 C.F.R. (2008).



# Book Chapter - Pemanfaatan Kepiawaian Penggunaan Gawai Pengusaha Mikro

## ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://cube.maranatha.edu">cube.maranatha.edu</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	1%
4	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://repository.umpalopo.ac.id">repository.umpalopo.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id">jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://ojs.unpkediri.ac.id">ojs.unpkediri.ac.id</a> Internet Source	1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

# Book Chapter - Pemanfaatan Kepiawaian Penggunaan Gawai Pengusaha Mikro

---

## GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---