

Digitalisasi Data dan Roadmap Pengembangan IKM (Industri Kecil dan Menengah) di Kabupaten Tuban

Dias Satria*¹, Citra Rahayu Indraswari², Muhammad Rizqy Purwanto³

^{1,2,3}Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia

*e-mail: dias.satria@ub.ac.id¹

Abstrak

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi pengangguran serta kemiskinan. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai program untuk memajukan sektor IKM, seperti One Village One Product (Ovop), Creative Business Incubator, Indonesian Food Innovation, dan Modest Fashion Project. Digitalisasi data IKM menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk, dengan manfaat yang melibatkan pemerintah, pelaku IKM, dan masyarakat. Kabupaten Tuban memiliki potensi besar untuk pengembangan IKM, tetapi masih menghadapi tantangan seperti kualitas produk yang rendah dan akses yang terbatas. Digitalisasi data diharapkan dapat membantu mengatasi masalah ini dengan memungkinkan akses yang lebih mudah, pengambilan keputusan yang lebih baik, dan peningkatan produktivitas. Selain digitalisasi data, dibutuhkan sebuah roadmap pengembangan yang untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh IKM di Kabupaten Tuban. Pengabdian tentang Digitalisasi Data dan Roadmap Pengembangan IKM di Kabupaten Tuban menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi oleh IKM di Kabupaten Tuban. Pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa data digitalisasi memiliki peran kunci dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk di sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Tuban Regency, Indonesia. Beberapa rekomendasi program seperti inkubasi, akselerasi, dan promosi perlu dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban sebagai bagian dari pengembangan IKM di Kabupaten Tuban.

Kata kunci: Digitalisasi Data, Inovasi, Roadmap IKM

Abstract

Small and Medium Industries (SMIs) play an important role in the Indonesian economy, especially in creating jobs, increasing income, and reducing unemployment and poverty. The Indonesian government has launched various programs to advance the SMI sector, such as One Village One Product (Ovop), Creative Business Incubator, Indonesian Food Innovation, and Modest Fashion Project. Digitalization of SMI data is key in improving efficiency, productivity, and product quality, with benefits involving the government, SMI players, and the community. Tuban Regency has great potential for SMI development, but still faces challenges such as low product quality and limited access. Data digitization is expected to help address these issues by enabling easier access, better decision-making, and increased productivity. In addition to data digitization, a development roadmap is needed to address the challenges faced by SMEs in Tuban Regency. The work on Data Digitalization and Development Roadmap for SMEs in Tuban Regency will analyze the challenges and opportunities faced by SMEs in Tuban Regency, as well as provide recommendations on how data digitalization. The implementation of this activity shows that data digitization has a key role in improving efficiency, productivity, and product quality in the Small and Medium Industry (SMI) sector in Tuban Regency, Indonesia. Several program recommendations such as incubation, acceleration, and promotion need to be carried out by the Tuban Regency Government as part of the development of SMEs in Tuban Regency.

Keywords: Data Digitalization, Innovation, SMIs Roadmap

1. PENDAHULUAN

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat penting bagi Indonesia. IKM memiliki peran yang signifikan dalam peningkatan ekonomi nasional, mengurangi angka pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. IKM terdiri dari beberapa sektor, seperti sektor pangan, kerajinan, fashion, dan masih banyak lagi (Ardani, 2023). IKM memiliki potensi yang besar untuk berkembang di Indonesia. Sebagai contoh, IKM di sektor pangan memiliki potensi besar dalam pengolahan bahan pangan lokal menjadi produk siap

jual dengan nilai tambah tinggi. Selain itu, IKM di sektor kerajinan juga memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk unggulan yang memiliki nilai seni dan budaya tinggi yang dapat menjadi ciri khas daerah tertentu. Potensi besar tersebut membuat pemerintah memberikan perhatian khusus untuk memajukan sektor IKM di Indonesia.

IKM juga memberikan manfaat yang sangat penting bagi masyarakat. Dalam hal peningkatan ekonomi, IKM dapat menciptakan lapangan kerja baru, terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah terpencil. Selain itu, IKM juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat melalui penjualan produk-produknya. Selain itu, IKM dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam upaya memajukan sektor IKM, Pemerintah Indonesia melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka Kementerian Perindustrian meluncurkan berbagai program dan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing IKM di Indonesia (Kementerian Perindustrian, 2023). Program tersebut antara lain:

- a. One Village One Product
- b. Creative Business Incubator
- c. Indonesian Food Innovation
- d. Modest Fashion Project

One Village One Product (Ovop) digagas oleh Prof. Morihiko Hiramatsu, yang pada saat itu menjabat sebagai Gubernur Oita, Jepang pada tahun 1980. Konsep ini kemudian diadopsi oleh negara-negara ASEAN seperti Malaysia, Filipina, Indonesia, Kamboja, Vietnam, dan Thailand, serta negara-negara di Asia Selatan, Afrika, Eropa Timur, dan Amerika Selatan.

Ovop menjadi populer karena konsepnya yang memungkinkan suatu daerah menetapkan satu produk yang memiliki keunikan untuk dikembangkan sehingga dapat memberikan nilai tambah pada produk tersebut. Hal ini kemudian dapat memberikan kontribusi yang cukup besar pada pendapatan daerah tersebut karena produknya memiliki keunggulan dan dapat dipasarkan secara internasional.

Di Indonesia, Ovop umumnya dilakukan oleh IKM yang menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan BUMN dan terus mendapat bimbingan serta berbagai jenis bantuan dari pemerintah. Hal ini berkaitan dengan produk yang dihasilkan, yang mewakili identitas daerah bahkan negara. Produk-produk tersebut mencerminkan keunikan suatu daerah atau desa, sehingga mempunyai nilai ekonomi yang tinggi serta memungkinkan produk tersebut dapat dipasarkan ke pasar lokal maupun internasional.

Program Indonesia Food Innovation adalah program akselerasi bisnis bagi IKM Pangan terpilih yang memiliki inovasi produk dan/atau proses dengan bahan baku utama sumber daya lokal agar siap menjadi industri pangan yang dapat dipasarkan, menguntungkan, dan berkelanjutan. IKM Pangan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu yang menghasilkan produk antara (intermediate product) sebagai bagian dari rantai suplai industri IKM pangan dan yang menghasilkan produk olahan pangan untuk kebutuhan konsumen akhir (end product).

Kemudian, MOFP atau Modest Fashion Project adalah kegiatan kompetisi desain fesyen muslim tahunan yang digagas oleh Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka, Kementerian Perindustrian. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menciptakan startup industri fesyen muslim di Indonesia sehingga Indonesia dapat menjadi pusat fesyen muslim. Digitalisasi menjadi sebuah hal yang semakin penting di era saat ini. Hal ini juga berlaku untuk Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia. Digitalisasi data adalah proses mengubah data fisik menjadi bentuk digital atau elektronik. Digitalisasi data IKM menjadi sangat penting untuk membantu meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis. Gambaran umum digitalisasi data IKM adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam mengelola data bisnis dan transaksi yang dilakukan oleh IKM.

Salah satu manfaat digitalisasi data IKM adalah memudahkan Pemerintah Daerah dalam memantau kinerja dan perkembangan IKM di wilayahnya. Dengan data yang terdigitalisasi, pemerintah dapat dengan mudah melacak jumlah IKM yang ada, jenis produk yang dihasilkan, dan jumlah tenaga kerja yang digunakan. Hal ini akan memudahkan pemerintah dalam mengambil kebijakan dan memberikan dukungan untuk pengembangan IKM.

Pelaku IKM juga akan mendapatkan manfaat dari digitalisasi data. Dengan data terdigitalisasi, IKM dapat memantau dan menganalisis data bisnis mereka dengan lebih efektif dan efisien. Dalam jangka panjang, digitalisasi data IKM dapat membantu meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis. Hal ini akan membantu pelaku IKM untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan profitabilitas bisnis.

Masyarakat juga akan mendapatkan manfaat dari digitalisasi data IKM. Keterbukaan informasi mengenai produk dan bisnis yang dihasilkan oleh IKM akan memudahkan masyarakat dalam memilih produk yang diinginkan dan membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap IKM. Dalam jangka panjang, digitalisasi data IKM dapat membantu menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Keunggulan dari digitalisasi data IKM adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan data bisnis dan transaksi. Data yang terdigitalisasi dapat diakses dengan mudah dan cepat, sehingga memudahkan pelaku IKM dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat. Selain itu, digitalisasi data IKM juga memungkinkan adanya kolaborasi antara IKM dengan mitra bisnis atau pihak lain yang terkait. Hal ini dapat membantu meningkatkan nilai tambah bisnis dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Secara keseluruhan, digitalisasi data IKM memiliki manfaat yang sangat penting bagi Pemerintah Daerah, pelaku IKM, masyarakat, dan pihak-pihak lainnya. Hal ini akan membantu meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas dalam pengelolaan bisnis dan transaksi yang dilakukan oleh IKM. Oleh karena itu, digitalisasi data IKM perlu mendapatkan perhatian yang serius dari semua pihak terkait, baik pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat umum.

Kabupaten Tuban memiliki banyak potensi untuk pengembangan IKM, seperti keberadaan sumber daya alam, tenaga kerja yang terampil, dan akses ke pasar yang luas. Namun, masih banyak tantangan yang dihadapi oleh IKM, seperti rendahnya kualitas produk, kurangnya akses ke teknologi dan pasar, serta minimnya akses ke modal. Oleh karena itu, pengembangan IKM harus dilakukan dengan baik dan strategis agar dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah.

Digitalisasi data dapat menjadi solusi bagi IKM untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi (Wijayanto et al., 2022). Dengan digitalisasi, data dapat diakses dengan mudah dan cepat, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik dan efisien. Selain itu, digitalisasi juga dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk, mempercepat proses produksi, dan memudahkan akses ke pasar. Roadmap ini akan menyediakan panduan yang jelas dan terperinci bagi IKM untuk mengembangkan diri dengan strategi yang tepat dan mengikuti tren teknologi terbaru. Roadmap ini juga memperhatikan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh IKM di Kabupaten Tuban, serta mendorong kolaborasi dan kemitraan antara IKM dengan berbagai pihak terkait.

Dalam pengabdian tentang Digitalisasi Data dan Roadmap Pengembangan IKM di Kabupaten Tuban akan dianalisa beberapa hal termasuk tantangan dan peluang yang dihadapi oleh IKM, selain itu juga terdapat rekomendasi tentang bagaimana digitalisasi data dan roadmap pengembangan dapat membantu IKM di Kabupaten Tuban untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya

2. METODE

2.1. Digitalisasi Data IKM

Digitalisasi data IKM merupakan proses mengubah informasi dan data terkait pelaku IKM, seperti informasi tentang usaha, produk, dan operasional, menjadi bentuk digital yang dapat diakses dan dikelola secara elektronik. Digitalisasi data melibatkan penggunaan teknologi informasi, perangkat lunak, dan infrastruktur digital untuk menyimpan, mengelola, dan mengolah data yang berkaitan dengan sektor IKM. Dengan kata lain, digitalisasi data IKM bertujuan untuk menggantikan metode manual dan berbasis kertas dengan solusi yang lebih efisien dan modern dalam mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis informasi terkait industri kecil dan menengah (Santoso & Dewi, 2022).

Pentingnya digitalisasi data IKM Kabupaten Tuban dapat dijelaskan dari beberapa sudut pandang. Digitalisasi data memungkinkan Pemerintah Kabupaten Tuban untuk memiliki visibilitas yang lebih baik terhadap pelaku IKM di Kabupaten Tuban. Dengan data yang terpusat dan mudah diakses, pemerintah dapat mengidentifikasi potensi dan kebutuhan sektor IKM secara lebih akurat.

Manfaat digitalisasi IKM Kabupaten Tuban meliputi:

- a. Pelaku IKM dapat mencapai pasar yang lebih luas melalui platform digital dan marketplace, yang dapat meningkatkan penjualan mereka.
- b. Pemerintah Kabupaten Tuban dapat menggunakan data digital untuk merancang program dukungan dan kebijakan yang lebih efektif untuk sektor IKM, seperti pelatihan, pendanaan, atau promosi.
- c. Pertumbuhan sektor IKM yang didukung oleh digitalisasi dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja bagi masyarakat Kabupaten Tuban, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran.
- d. Digitalisasi data juga mendorong pelaku IKM untuk terlibat dalam pelatihan dan pendidikan digital, yang dapat memberikan keterampilan yang berguna untuk masa depan.

2.2. Roadmap Pengembangan IKM Kabupaten Tuban

Roadmap Pengembangan IKM (Industri Kecil dan Menengah) Kabupaten Tuban adalah sebuah rencana strategis yang dirancang untuk memandu pertumbuhan dan perkembangan sektor IKM di wilayah Kabupaten Tuban. IKM merupakan bagian integral dari perekonomian daerah, dimana akan memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memajukan sektor industri lokal. Roadmap Pengembangan IKM Kabupaten Tuban mencakup serangkaian langkah konkret, kebijakan, dan program yang ditujukan untuk mendukung dan mendorong pertumbuhan sektor IKM di Kabupaten Tuban.

Roadmap Pengembangan IKM Tuban Kabupaten Tuban merupakan hal yang fundamental dalam pengembangan IKM Kabupaten Tuban. Sektor IKM memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian daerah, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung keberlanjutan ekonomi. Roadmap Pengembangan IKM Tuban Kabupaten Tuban membantu memastikan bahwa sektor IKM dapat berkembang secara berkelanjutan, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Kabupaten Tuban.

2.3. Pembuatan Kuisisioner

Pembuatan kuisisioner merupakan tahap awal dalam digitalisasi data IKM Kabupaten Tuban. Kuisisioner ini dimaksudkan untuk mengetahui profil IKM, wilayah IKM, kendala IKM, sampai dengan kebutuhan yang saat ini dibutuhkan para pelaku IKM untuk memajukan bisnisnya. Pembuatan kuisisioner juga dimaksudkan untuk pembuatan dashboard IKM Kabupaten Tuban yang mana nantinya dashboard tersebut akan menampilkan visualisasi data dari keseluruhan kuisisioner. Dashboard data IKM Kabupaten Tuban nantinya dapat dijadikan alat monitor oleh Pemerintah Kabupaten Tuban untuk mengetahui pemetaan, mengidentifikasi masalah IKM, serta mengidentifikasi potensi dan kebutuhan sektor IKM secara lebih akurat. Kuisisioner yang terkait dengan digitalisasi data IKM Tuban ditunjukkan pada Gambar 1. Beberapa item pertanyaan pada kuisisioner menjelaskan mengenai produk yang dijual oleh masing-masing pelaku IKM meliputi nama produk, foto produk, alamat, jenis produk, NIB, sertifikasi produk, jumlah pekerja, omset, dan lain-lain.

Carijago.id

Formulir ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara detail mengenai WM Kabupaten Tuban. Hasil akhir dari formulir ini akan mendukung Pemerintah Kabupaten Tuban dalam melakukan pemetaan WM.

tok13101990@gmail.com [Cantai alkan](#)

Nama dan foto yang terlampir dengan Akun Google Anda akan dikirimkan saat Anda mengupload file dan mengirim formulir ini. Alamat email Anda bukan bagian dari respons Anda.

*Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

NAMA USAHA *

misal: Jagaan Indonesia, PlankHub, dll

Jawaban Anda

KATEGORI PRODUK *

☐ Makanan dan Minuman

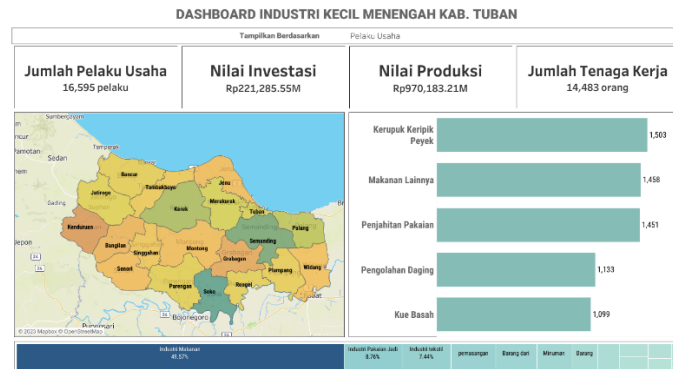
☐ Batik

☒ Kerajinan

Gambar 1. Kuesioner IKM Kabupaten Tuban

2.4. Pembuatan *Dashboard* Visualisasi Data IKM Kabupaten Tuban

Dashboards visualisasi data IKM Kabupaten Tuban dibuat dengan tujuan agar data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dapat terpublikasi dan tervisualisasi dengan baik. Dashboard data IKM Kabupaten Tuban dibuat dengan menggunakan software Tableau. Dashboard data IKM Kabupaten Tuban diolah sedemikian sehingga menampilkan informasi yang komprehensif, mulai dari pemetaan IKM per kecamatan, hingga grafik dan tabel yang informatif seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Dashboard Data IKM Kabupaten Tuban

Gambar 2 menunjukkan bahwa mayoritas pelaku IKM di Kabupaten Tuban didominasi oleh industri makanan (49.57%) dengan posisi teratas adalah aneka Kerupuk, Keripik, dan Peyek. Jumlah pelaku usaha IKM di Tuban ialah 16.595 pelaku dan jumlah tenaga kerja sebanyak 14.483 orang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Roadmap Pengembangan IKM Kabupaten Tuban berisi tentang arah kebijakan, sasaran, rencana strategis, dan indikator keberhasilan pengembangan IKM. Sebelum penyusunan roadmap dilakukan, tim peneliti terlebih dahulu hadir dalam sesi Focus Group Discussion yang dihadiri oleh Paguyuban IKM Kabupaten Tuban dan Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kabupaten Tuban. Dalam sesi Focus Group Discussion yang dilaksanakan tanggal 15 September 2023 ini tim peneliti menggali dan mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang saat ini sedang dihadapi oleh pelaku IKM di Kabupaten Tuban yang ditunjukkan pada Gambar 3. Di samping itu, ketua tim peneliti juga memaparkan bagaimana pentingnya para pelaku IKM dapat memaksimalkan teknologi yang ada untuk meningkatkan pemasaran produk-produk IKM. Dalam hal ini ketua peneliti menerangkan bagaimana platform desain seperti Canva dapat membantu pelaku IKM untuk membuat desain produk yang kekinian untuk membantu pelaku IKM dalam memasarkan produknya melalui sosial media seperti Instagram. Ketua tim peneliti juga memaparkan bahwa saat ini dengan bantuan artificial intelligence, para pelaku IKM dapat membuat caption yang menarik untuk pemasaran produk IKM melalui sosial media.



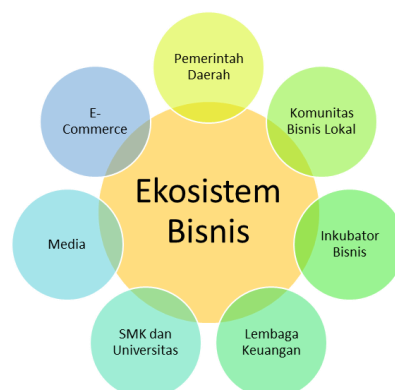
Gambar 3. Sesi Focus Group Discussion dengan Paguyuban IKM Kab. Tuban dan Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kabupaten Tuban

Setelah dilaksanakannya sesi Focus Group Discussion, tim peneliti dapat mengetahui apa saja yang menjadi kendala serta kebutuhan para pelaku IKM Kabupaten Tuban sehingga tim peneliti dapat memulai proses penyusunan roadmap yang relevan dengan kebutuhan Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kabupaten Tuban serta para pelaku IKM di Kabupaten Tuban.

3.1. Ekosistem Bisnis

Ekosistem bisnis dan kewirausahaan adalah konsep yang penting dalam mendorong kewirausahaan, inovasi, dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM). Menurut Sussan & Acs (2017), ekosistem ini melibatkan interaksi antara berbagai pemangku kepentingan institusional dan individu. Model ekosistem kewirausahaan, seperti yang dikemukakan oleh Stam et al (2016), menekankan pentingnya keterkaitan antar aktor dalam menciptakan wirausaha baru yang produktif.

Pengabdian oleh Haratua & Wijaya (2020) menyoroti perlunya pengembangan ekosistem kewirausahaan dan bisnis di Indonesia agar menciptakan hubungan mutualisme antara berbagai aktor dan faktor di dalamnya. Ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada pertumbuhan wirausaha baru di Indonesia. Selain itu, pengabdian lainnya telah mengidentifikasi sembilan dimensi kunci dalam ekosistem bisnis dan kewirausahaan, termasuk kebijakan pemerintah, infrastruktur, dukungan sosial dan budaya, sumber daya manusia, akses pasar yang terbuka, pendidikan-pendampingan, dukungan sumber daya keuangan, dukungan teknologi, dan kondisi lingkungan alam yang terangkum pada Gambar 4 (Bischoff & Volkmann, 2018).



Gambar 4. Ekosistem Bisnis

Konsep ekosistem bisnis juga mencerminkan bagaimana berbagai perusahaan dan komponen lainnya saling ketergantungan (Clark et al., 2020). Kesuksesan satu entitas bisa berdampak pada kesuksesan entitas lainnya. Misalnya, platform digital seperti Android atau iOS menciptakan ekosistem di mana pengembang perangkat lunak pihak ketiga, perusahaan

teknologi, dan pengguna akhir berinteraksi untuk menciptakan, mendistribusikan, dan menggunakan aplikasi. Ekosistem bisnis sering kali melibatkan kerjasama dan kompetisi secara bersamaan. Meskipun ada upaya kolaboratif untuk mencapai tujuan bersama, entitas dalam ekosistem juga bersaing untuk memperoleh pelanggan, pangsa pasar, dan keuntungan. Pemahaman yang baik tentang ekosistem bisnis dapat membantu pelaku bisnis mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah.

3.2. Roadmap Pengembangan IKM Kabupaten Tuban

3.2.1. Database dan Registrasi Usaha (Perijinan)

Database dan Registrasi Usaha (Perijinan) adalah salah satu fondasi utama dalam mendukung pengembangan IKM di Kabupaten Tuban. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk menciptakan lingkungan yang ramah terhadap berjalannya bisnis dan memudahkan pemilik IKM dalam memulai dan mengelola usaha mereka secara legal. Database dan registrasi usaha mencakup pengumpulan data, proses registrasi, dan perijinan yang lebih efisien, transparan, dan mudah diakses oleh pengusaha. Tahapan yang terkait dengan database dan registrasi usaha antara lain:

- a. Evaluasi Sistem Existing:
- b. Pengembangan Sistem Online:
- c. Pemangkasan Regulasi yang Tidak Perlu:
- d. Transparansi Informasi:
- e. Pendampingan dan Pelatihan:
- f. Penggunaan Teknologi:
- g. Sanksi dan Penegakan Hukum:
- h. Pengukuran Kinerja

3.2.2. Labeling Usaha

Usaha tingkat pemula, juga dikenal sebagai usaha mikro, seringkali dimiliki oleh individu dengan keahlian produksi tetapi belum mengelola usahanya secara profesional. Beberapa indikasi dari jenis usaha ini termasuk kurangnya pembukuan yang sesuai dengan standar keuangan, penggunaan packaging sederhana, pemasaran yang terbatas pada tingkat lokal, omset dan aset yang terbatas, serta jumlah karyawan yang sedikit. Untuk meningkatkan kapasitas usaha tingkat pemula di Kabupaten Tuban, Pemerintah dapat mengambil beberapa langkah strategis. Ini mencakup memberikan pelatihan dan bimbingan dalam pembukuan usaha, membantu perbaikan packaging dan branding produk, memfasilitasi kemitraan dan partisipasi dalam event pasar, memberikan akses ke modal usaha lebih besar, dan memberikan pelatihan serta dukungan untuk pengembangan keterampilan tenaga kerja.

Melalui langkah-langkah ini, Pemerintah dapat membantu pelaku usaha mikro untuk mengembangkan keterampilan pengelolaan usaha mereka, meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung pertumbuhan usaha mikro secara keseluruhan. Dengan demikian, usaha tingkat pemula dapat tumbuh menjadi usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan dalam mendukung perekonomian lokal.

Usaha tingkat menengah, juga dikenal sebagai startup skala kecil, memiliki karakteristik khusus yang mencakup aset dan omset yang lebih signifikan, serta sistem pencatatan keuangan yang lebih profesional. Mereka juga cenderung memiliki pemasaran yang lebih luas dan lebih terlibat dalam inovasi produk dan model bisnis. Aset tahunan Usaha tingkat menengah berkisar antara 50 juta hingga 500 juta dengan omset mencapai 300 juta hingga 2,5 miliar (Telaumbanua, 2021). Langkah-langkah yang dapat diambil oleh Pemerintah Kabupaten Tuban untuk meningkatkan kapabilitas usaha tingkat menengah meliputi pelatihan manajemen bisnis, dukungan dalam pengembangan model bisnis, pelatihan pemasaran digital, serta fasilitasi partisipasi dalam event nasional untuk memperluas jangkauan pasar dan akses ke modal usaha.

Pada tingkat lanjut, usaha telah mencapai aset yang lebih besar dan omset tahunan yang signifikan, dengan manajemen yang lebih baik, termasuk penggunaan sistem akuntansi yang teratur. Mereka juga sudah memiliki persyaratan legalitas dan akses ke permodalan perbankan. Pemerintah dapat membantu usaha tingkat lanjut dengan memperkuat pemasaran digital, memberikan akses lebih besar ke permodalan melalui skema investasi, memperkuat branding, mengembangkan inovasi dalam model bisnis, dan mendukung sertifikasi seperti ISO atau HACCP untuk meningkatkan reputasi dan efisiensi operasional.

Dalam konteks usaha tingkat menengah dan tingkat lanjut, pemahaman akan pentingnya digital marketing dan strategi branding sangat penting untuk mencapai pasar yang lebih luas dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Anugrah et al., 2022). Selain itu, akses ke sumber daya keuangan yang memadai dan dukungan untuk pengembangan bisnis model yang inovatif adalah faktor penting dalam pertumbuhan dan keberhasilan usaha di tingkat ini. Terakhir, sertifikasi bisnis yang mematuhi standar tertentu dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, Pemerintah Kabupaten Tuban dapat memainkan peran yang penting dalam mendukung perkembangan usaha tingkat menengah dan tingkat lanjut di wilayah mereka.

3.2.3. Branding

Branding adalah suatu konsep yang penting dalam pemasaran dan bisnis yang melibatkan proses membangun dan mengelola identitas dan citra suatu produk, jasa, perusahaan, atau bahkan individu. Ini dilakukan dengan tujuan untuk membedakan entitas tersebut dari pesaingnya dan menciptakan hubungan emosional dengan konsumen atau pemirsa target (Irawan & Affan, 2020). Branding melibatkan penggunaan berbagai elemen seperti nama, logo, desain visual, pesan, dan nilai-nilai yang terkait dengan merek tersebut. Menurut Philip Kotler branding adalah "nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing."

Dalam praktiknya, branding digunakan dalam berbagai konteks, termasuk product branding (membangun merek untuk produk atau layanan), personal branding (membangun citra pribadi terkait dengan individu), corporate branding (membangun citra perusahaan secara keseluruhan), destination branding (membangun citra destinasi geografis), dan cultural branding (membangun merek yang terkait dengan budaya atau reputasi tertentu).

3.2.4. Inkubasi, Akselerasi, dan Promosi

Pendekatan melalui inkubasi, akselerasi, dan promosi perlu dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban sebagai bagian dari pengembangan IKM di Kabupaten Tuban. Program inkubasi diperlukan untuk membantu calon wirausahawan dan pemilik IKM dalam mengembangkan ide-ide bisnis mereka dan memberikan pelatihan serta dukungan awal. Tahap akselerasi adalah tahap dimana IKM yang sudah ada mendapatkan pelatihan lanjutan, akses ke modal, dan peluang untuk memperluas bisnis mereka. Kemudian memasuki tahap promosi yaitu tahap dimana pelaku IKM Kabupaten Tuban mulai memasarkan produk-produk mereka mulai di tingkat lokal, nasional, maupun sampai tingkat internasional. Berikut ini adalah beberapa tahapan yang dapat dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban dalam proses inkubasi, akselerasi, dan promosi.

3.3. Evaluasi Kegiatan

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan tanpa hambatan yang berarti. Pelaksanaan berjalan sesuai dengan jadwal yang telah disusun. Dalam proses pelaksanaannya, respons masyarakat sebagai peserta kegiatan pengabdian sangat positif, dimana terdapat banyak peserta yang melakukan interaksi dengan bertanya dan menanggapi mengenai materi kepada pemateri. Salah satu hal yang menarik adalah program ini diikuti oleh para pelaku IKM dari berbagai macam kalangan usia yang memiliki semangat luar biasa dalam hal digitalisasi produk IKM ini. Hal ini dapat dilihat dari antusias peserta dan aktif dalam sesi diskusi dan pemaparan materi terkait dengan branding. Para pelaku usaha juga mengemukakan

tantangan yang sedang dihadapi para pelaku usaha saat ini, sehingga hal ini juga mampu memberikan masukan-masukan kepada pemerintah Kabupaten Tuban dalam memberikan kebijakan bagi pelaku IKM.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa data digitalisasi memiliki peran kunci dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk di sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Tuban Regency, Indonesia. Selain itu, abstrak juga mengindikasikan bahwa Tuban Regency memiliki potensi besar dalam pengembangan IKM, tetapi masih menghadapi beberapa tantangan, seperti kualitas produk yang rendah dan akses terbatas. Oleh karena itu, digitalisasi data dan penyusunan roadmap pengembangan diperlukan untuk mengatasi masalah ini dan meningkatkan kinerja dan daya saing IKM di Tuban Regency.

Bagi kegiatan pengabdian selanjutnya, diperlukan adanya pengembangan konten pelatihan yang lebih dalam dengan cara mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang lebih spesifik yang dihadapi oleh UMKM di desa dalam pemasaran digital, dan mengembangkan konten pelatihan yang lebih dalam dan relevan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, keberlanjutan mengenai pelatihan ini dapat dilakukan dengan melakukan pemantauan dan evaluasi yang lebih sistematis untuk mengukur dampak dan kesuksesan pelatihan dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Brawijaya yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini dalam Skema DPP Struktural 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., Rachmawan Putra, M. A., Wardana, B. S., Cahya, R. A., Ramadhan, R. T., & Arum, D. P. (2022). PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 740–746. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4702>
- Bischoff, K., & Volkmann, C. K. (2018). Stakeholder support for sustainable entrepreneurship—A framework of sustainable entrepreneurial ecosystems. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(2), 172. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.092714>
- Clark, D. N., Reboud, S., Toutain, O., Ballereau, V., & Mazzarol, T. (2020). Entrepreneurial education: An entrepreneurial ecosystem approach. *Journal of Management & Organization*, 1–21. <https://doi.org/10.1017/jmo.2020.26>
- Haratua, A., & Wijaya, C. (2020). Membangun Ekosistem Kewirausahaan untuk Usaha Mikro dan Kecil Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 18(2), 36–47.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM IKATAN PENGUSAHA AISYIYAH DI KOTA MALANG. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1). <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Santoso, A. B., & Dewi, M. U. (2022). Digitalisasi UMKM untuk Optimalisasi Sistem Informasi dan Integrasi Layanan Aplikasi Website Transaksi Online di Masa Pandemi. *Jurnal Abdidas*, 3(1), 198–205. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i1.560>
- Stam, F., Spigel, B., & others. (2016). Entrepreneurial ecosystems. *USE Discussion Paper Series*, 16(13).

- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49(1), 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
- Telaumbanua, E. (2021). Kajian Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Taman Jajanan Pasar Kota Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1045–1058. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.464>
- Wijayanto, G., Jushermi, J., Restu, R., Pramadewi, A., & Rama, R. (2022). Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Digitalisasi Markeing Pada Sektor UMKM. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(7), 630–635. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i7.378>