

## PERANCANGAN STRATEGI INOVASI DIGITAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EFEKTIVITAS KINERJA UMKM DI SMKS AL-HIDAYAH DEPOK

Annisa Anindya<sup>1</sup>, Amy Septrina Tampubolon<sup>2\*</sup>, Rebeka Meidiana Purba<sup>3</sup>, Siti Rahayu<sup>4</sup>, Anastasia Soo<sup>5</sup>, Muhammad Muhklas<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Universitas Ichsan Satya, Banten

[annisaanindya.okt@gmail.com](mailto:annisaanindya.okt@gmail.com), [annisaanindya.okt@gmail.com](mailto:annisaanindya.okt@gmail.com),

[amytampubolon99@gmail.com](mailto:amytampubolon99@gmail.com), [rebekameidiana@gmail.com](mailto:rebekameidiana@gmail.com), [ayuchipa@gmail.com](mailto:ayuchipa@gmail.com),

[anastasyatasya213@gmail.com](mailto:anastasyatasya213@gmail.com), [muhhammad.muhklas24@gmail.com](mailto:muhhammad.muhklas24@gmail.com)

Received: 08-10-2025

Revised: 13-10-2025

Approved: 25-10-2025

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi inovasi digital sebagai upaya peningkatan efektivitas kinerja UMKM binaan SMKS Al-Hidayah Depok melalui pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha, pemasaran, dan pencatatan keuangan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pelatihan dan pendampingan partisipatif melalui tahapan pemaparan materi, praktik langsung, monitoring implementasi, evaluasi pre-test dan post-test, serta konsultasi teknis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 90% peserta berhasil mengimplementasikan akun bisnis digital dan katalog produk online, terjadi peningkatan interaksi pelanggan sebesar 30% melalui media sosial, serta peningkatan pemahaman keterampilan digital peserta sebesar 2,6% setelah pelatihan. Simpulan, penerapan strategi inovasi digital terbukti mampu meningkatkan efektivitas kinerja UMKM di SMKS Al-Hidayah Depok melalui peningkatan efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan kemampuan digital pelaku usaha sekolah.

**Kata Kunci:** Inovasi Digital, Efektivitas Kinerja, UMKM Sekolah, Pelatihan, Pendampingan

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan menjalankan kegiatan ekonomi. Transformasi ini mendorong berbagai sektor untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan daya saing usaha (Haryanto, 2023). Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk yang berada di lingkungan pendidikan seperti SMKS Al Hidayah Depok. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja, serta penguatan ekonomi lokal dan nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja, penggerak ekonomi lokal, maupun sebagai motor penguatan daya saing nasional. Namun, di tengah perkembangan teknologi dan transformasi digital yang semakin pesat, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam beradaptasi terhadap perubahan tersebut. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi digital pelaku usaha, serta kurangnya pemanfaatan platform digital dalam pengelolaan bisnis (Susanto & Lestari, 2021). Selain itu, perubahan perilaku konsumen menuju platform digital dan meningkatnya persaingan pasar global menuntut UMKM untuk mampu berinovasi dalam strategi pemasaran dan pengelolaan bisnisnya (Wahyuni et al., 2024).

Penerapan inovasi digital menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan efektivitas dan kinerja UMKM. Melalui inovasi digital, UMKM dapat

memperluas pasar, meningkatkan kualitas layanan, mempercepat proses bisnis, serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki. Contohnya, penggunaan sistem manajemen berbasis cloud, pemasaran digital (*digital marketing*), *e-commerce*, dan analisis data pelanggan dapat membantu pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat dan efisien. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang strategi inovasi digital yang dapat diterapkan oleh unit-unit usaha di bawah binaan SMKS Al-Hidayah Depok, baik yang dijalankan oleh siswa, alumni, maupun mitra UMKM sekitar sekolah. Perancangan strategi ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif, sehingga kinerja usaha dapat meningkat dari sisi produktivitas, efisiensi waktu, dan pencapaian target penjualan.

Secara konseptual, inovasi digital mengacu pada proses penerapan teknologi digital dalam model bisnis, produk, maupun proses operasional dengan tujuan menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saing (Westerman et al., 2014). Dalam konteks UMKM, inovasi digital dapat diwujudkan melalui penggunaan platform *e-commerce*, sistem pencatatan keuangan digital, strategi pemasaran berbasis media sosial, hingga otomatisasi proses administrasi. Dengan demikian, perancangan strategi inovasi digital perlu disesuaikan dengan karakteristik dan kapasitas masing-masing pelaku UMKM agar implementasinya berjalan efektif. Namun, banyak UMKM sekolah yang masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Keterbatasan pengetahuan digital, kurangnya strategi pemasaran berbasis daring, serta minimnya sistem manajemen digital menyebabkan efektivitas kinerja UMKM menjadi kurang maksimal.

SMKS Al Hidayah Depok memiliki unit-unit usaha seperti koperasi sekolah, kantin, dan produksi karya siswa yang berpotensi besar untuk dikembangkan melalui inovasi digital. Melalui penerapan strategi inovasi digital, seperti penggunaan media sosial, sistem kasir digital, pemasaran online, dan pembukuan berbasis aplikasi, diharapkan kinerja UMKM sekolah dapat meningkat, baik dari segi efisiensi operasional maupun jangkauan pasar. Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan pentingnya penerapan inovasi digital dalam meningkatkan kinerja UMKM. Sari & Kurniawan (2022) dalam penelitiannya yang berjudul "Digital Transformation Strategy for MSMEs in the Post-Pandemic Era" menyimpulkan bahwa adopsi teknologi digital secara terencana mampu meningkatkan efisiensi operasional hingga 35% dan memperluas akses pasar secara signifikan. Putri, Hidayat, & Rahman (2021) menemukan bahwa pelatihan dan pendampingan berbasis digital literacy berpengaruh positif terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dan promosi produk. Firmansyah (2020) dalam penelitiannya mengenai "Inovasi Digital dan Kinerja Bisnis UMKM" menjelaskan bahwa inovasi digital berperan sebagai mediasi antara kemampuan adaptasi teknologi dan peningkatan profitabilitas usaha. Sementara itu, Wibowo & Ananda (2023) melalui kegiatan pengabdian masyarakat di Kota Bogor menunjukkan bahwa penerapan sistem keuangan berbasis aplikasi sederhana dapat meningkatkan akurasi laporan keuangan UMKM hingga 90%, serta mempermudah pengambilan keputusan manajerial.

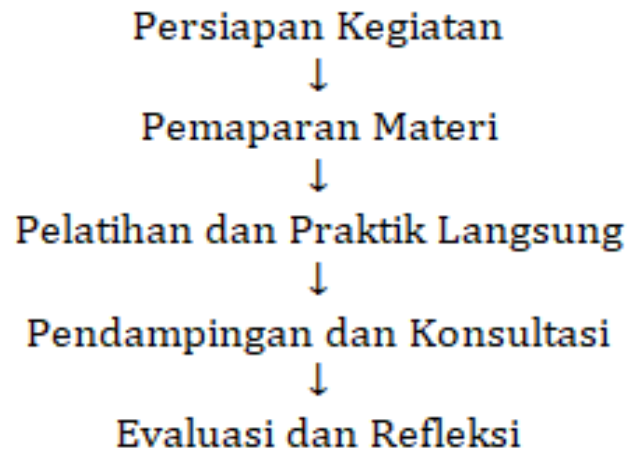
Dari hasil penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi inovasi digital memberikan dampak positif terhadap efektivitas dan kinerja UMKM. Namun, sebagian besar studi masih berfokus pada pelaku usaha di tingkat kota atau komunitas bisnis, sementara implementasi strategi inovasi digital di lingkungan pendidikan kejuruan yang memiliki unit usaha mandiri masih

relatif jarang dilakukan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menjadi relevan sebagai upaya membekali para pelaku UMKM binaan SMKS Al-Hidayah Depok dengan strategi inovasi digital yang terstruktur, aplikatif, dan berkelanjutan.

### **METODE KEGIATAN**

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu metode pelatihan dan pendampingan, yang dilaksanakan melalui kegiatan pemaparan materi, praktik langsung, dan evaluasi hasil penerapan strategi inovasi digital. Metode ini dipilih karena efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta melalui proses belajar yang interaktif dan aplikatif. Kegiatan ini melibatkan guru pembimbing kewirausahaan, siswa SMKS Al-Hidayah Depok yang memiliki unit usaha, serta pelaku UMKM binaan sekolah. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif agar peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung pada aktivitas usaha masing-masing. Tahapan Kegiatan yaitu :

- 1) Tahap Persiapan  
Pada tahap ini dilakukan koordinasi dengan pihak sekolah dan mitra UMKM untuk menentukan kebutuhan pelatihan, waktu pelaksanaan, serta menyiapkan materi dan perangkat digital yang akan digunakan dalam kegiatan.
- 2) Tahap Pemaparan Materi  
Tim pengabdian memberikan pemaparan mengenai pentingnya inovasi digital dalam peningkatan efektivitas kinerja UMKM. Materi meliputi:
  - Konsep dasar inovasi digital dalam bisnis kecil.
  - Strategi pemasaran digital (digital marketing) menggunakan media sosial.
  - Penerapan aplikasi pencatatan keuangan digital sederhana.
  - Pengelolaan konten dan branding digital untuk meningkatkan daya saing usaha.
- 3) Tahap Pelatihan dan Praktik Langsung  
Peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik secara langsung, seperti membuat akun bisnis di media sosial, mengelola katalog produk digital, menggunakan aplikasi keuangan digital, dan merancang strategi promosi berbasis teknologi.
- 4) Tahap Pendampingan dan Konsultasi  
Tim pengabdian melakukan pendampingan terhadap peserta secara intensif untuk membantu menyelesaikan kendala teknis maupun manajerial yang muncul selama penerapan strategi inovasi digital. Pendampingan dilakukan secara tatap muka dan daring melalui grup komunikasi.
- 5) Tahap Evaluasi dan Refleksi  
Evaluasi dilakukan dengan membandingkan tingkat pemahaman dan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan (pre-test dan post-test), serta menilai penerapan strategi digital pada UMKM binaan. Hasil evaluasi digunakan untuk memberikan rekomendasi lanjutan bagi keberlanjutan program.



**Gambar 1.** Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

### HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Perancangan Strategi Inovasi Digital sebagai Upaya Peningkatan Efektivitas Kinerja UMKM di SMKS Al-Hidayah Depok” telah dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini berlangsung secara terstruktur melalui tahapan pemaparan materi, pelatihan praktik, pendampingan implementasi, dan evaluasi hasil. Secara umum, kegiatan ini berjalan dengan lancar dan mendapatkan respon positif dari peserta, yang terdiri atas guru pembimbing kewirausahaan, siswa-siswi jurusan bisnis daring dan pemasaran, serta pelaku UMKM binaan SMKS Al-Hidayah Depok.



**Gambar 1.** Pemaparan Materi

Pada tahap ini, tim pengabdian menyampaikan materi mengenai:

- Pentingnya inovasi digital dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kinerja UMKM.
- Pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran, pencatatan keuangan, serta pengelolaan operasional usaha.

- Pengenalan berbagai platform digital seperti media sosial (Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business), aplikasi pembukuan digital (BukuWarung, Catatan Keuangan Excel/Google Sheet), serta marketplace (Shopee dan Tokopedia).

Peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama sesi pemaparan, terlihat dari banyaknya pertanyaan terkait penggunaan aplikasi digital dan strategi pemasaran berbasis media sosial.



**Gambar 2.** Pelatihan dan Praktik Langsung

Pada tahap pelatihan, peserta dilibatkan secara aktif dalam praktik pembuatan akun bisnis, penyusunan konten promosi digital, serta pencatatan transaksi usaha menggunakan aplikasi digital.

Hasil yang diperoleh dari tahap ini antara lain:

- 90% peserta berhasil membuat akun bisnis digital dan mempublikasikan katalog produk online.
- Sebagian peserta mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital untuk merekam transaksi harian.
- Peserta memahami pentingnya konsistensi branding digital untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.



**Gambar 3.** Pendampingan dan Konsultasi

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan terhadap pelaku UMKM untuk memastikan penerapan strategi inovasi digital berjalan dengan baik. Pendampingan dilakukan selama dua minggu dengan sistem monitoring langsung dan konsultasi daring. Hasil dari tahap ini menunjukkan:

- UMKM binaan mulai menerapkan sistem promosi berbasis media sosial dengan peningkatan interaksi pelanggan hingga 30%.
- Peserta mampu melakukan pembaruan konten promosi secara mandiri.
- Terjadi peningkatan keterampilan digital, terutama dalam pengelolaan data usaha dan laporan keuangan sederhana.

**Tabel 1.**  
**Hasil Pre dan Post Test**

No	Nama	Pre Test	Post Test				
1	Abdul Aziz	60	80	34	Irene Dwiary	80	80
2	Abdullah Khairul Azam	80	80	35	Izzal	80	80
3	Abdusy Sayyid Rafiq	80	80	36	Jauza Sofwan Nadia	80	80
4	Adeliana putri	80	80	37	Kaifa Salma	80	80
5	Adira aprilia	80	80	38	Karolina Winasih	80	80
6	Aisah Ba Sari	80	80	39	Katsya Eugenia Priambodo Putri	80	80
7	Aisyah Lailany	80	80	40	Lutfah Azahra	80	80
8	Alif Fadilah	80	80	41	Muhammad Akbar	80	60
9	Anmolia Nur Hassanah	80	80	42	Muhammad Rangga Putra	60	80
10	Anisa Azahra	80	80	43	Muhammad Rayudin Iqbal	80	80
11	Anisa Febryana	80	80	44	Nabila Andini	80	80
12	Anisa Fitri	80	80	45	Nayla Rahma Dewi	80	80
13	Ardiza Nazula Madita	80	80	46	Nazwa Sahabilla	80	80
14	Arjuna Fernanda Nugraha	80	80	47	Noval Kurniawan	80	80
15	Azahra Aeyanti	80	80	48	Nur Apriliani	80	80
16	Az-zahra Moura Putri	80	80	49	Nur Kania Aisyah	80	80
17	Bima Aditya	80	80	50	Phika Lestari	80	80
18	Camilla Azis	80	80	51	Putri Khairunisa	80	80
19	Cinta Aditya Salitri	60	80	52	Rahmatun Nazila	80	80
20	Davina Sisilia Renata	80	80	53	Randi Pratama	80	80
21	Dexinurhaliza	60	80	54	Rano Adiatama	80	80
22	Dhisya	80	80	55	Rizki Rahmat Faria	80	80
23	Emma Yumier	60	80	56	Rizki Ramdani	60	80
24	Erwinsyah	80	80	57	Rothan Fakhri	80	80
25	Fajar Gunawan	80	80	58	Roni Rizki Lubis	80	80
26	Fajri Aditya	60	80	59	Ryan Adi Saputra	80	80
27	Fika Zira Zulayka	80	80	60	Selwa SM	80	80
28	Fikri Maulana	80	80	61	Siti Nur Anisah	80	80
29	Ghazi Maulana	80	80	62	Sri Wahyuni	80	80
30	Gi lang Putra Ramadhan	80	80	63	Suci Dwi Novita	80	80
31	Iham Pratama	80	80	64	Wilda Hidayat	80	80
32	Indah Khairunnisa	80	80	65	Zahrotul Syarifah	80	80
33	Indah Lian Naila	80	80		Hasil	5060	5180
					Rata-rata Nilai	77,84615	79,69231

Evaluasi dilakukan dengan menggunakan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta terhadap inovasi digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa:

- Terjadi peningkatan rata-rata pemahaman peserta sebesar 2,6% setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan.
- Peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola usaha berbasis digital.
- 98% peserta menyatakan kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka dan berpotensi meningkatkan efektivitas kinerja UMKM.

Selain itu, hasil refleksi bersama menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga menumbuhkan motivasi berwirausaha secara mandiri dan profesional.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui perancangan strategi inovasi digital terbukti mampu meningkatkan efektivitas kinerja UMKM binaan SMKS Al-Hidayah Depok, yang ditunjukkan dengan keberhasilan peserta dalam mengimplementasikan

akun bisnis digital, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan, serta peningkatan interaksi pelanggan hingga 30%. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif memberikan peningkatan pemahaman dan keterampilan digital peserta sebesar 2,6%, sekaligus memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola usaha secara efisien, produktif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan motivasi berwirausaha, kemandirian digital, serta kesiapan UMKM sekolah dalam menghadapi persaingan bisnis berbasis teknologi. Dengan demikian, penerapan strategi inovasi digital secara terencana, terstruktur, dan berkelanjutan menjadi solusi efektif untuk mendukung penguatan kinerja UMKM berbasis pendidikan kejuruan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Firmansyah, D. (2020). Inovasi Digital dan Kinerja Bisnis UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(3), 145-158. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.3.145-158>
- Haryanto, B. (2023). Transformasi Digital dan Daya Saing Usaha Mikro di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 55-68. <https://doi.org/10.36296/jebi.v9i1.2541>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan Perkembangan UMKM dan Digitalisasi di Indonesia Tahun 2022. Jakarta: KemenkopUKM. <https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan-umkm-2022>
- Putri, N., Hidayat, T., & Rahman, A. (2021). Pengaruh Literasi Digital terhadap Penerapan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 120-130. <https://doi.org/10.21107/jppm.v5i2.10376>
- Sari, A., & Kurniawan, R. (2022). Digital Transformation Strategy for MSMEs in the Post-Pandemic Era. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 6(1), 34-48. <https://doi.org/10.21009/ijebd.v6i1.245>
- Susanto, I., & Lestari, D. (2021). Tantangan Literasi Digital UMKM dalam Adaptasi Teknologi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 10(2), 88-96. <https://doi.org/10.36782/jies.v10i2.1876>
- Wahyuni, S., Nugroho, A., & Rahayu, F. (2024). Strategi Digital Marketing UMKM dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Inovasi dan Bisnis Digital*, 3(1), 15-28. <https://doi.org/10.52345/jibd.v3i1.458>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press, Boston. <https://hbr.org/books/leading-digital>
- Wibowo, R., & Ananda, S. (2023). Optimalisasi Sistem Pencatatan Keuangan Digital pada UMKM Melalui Aplikasi Sederhana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3), 201-210. <https://doi.org/10.29303/jpmi.v4i3.691>