

**OPTIMALISASI UMKM SEHAT MELALUI METODE DESIGN  
THINKING DAN DIGITALISASI KEUANGAN UNTUK  
MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN UMKM  
WARGA MUHAMMADIYAH JUWANA  
KABUPATEN PATI**

Syahrial Aman<sup>1</sup>, Sukma Wijayanti<sup>2</sup>, Diana Tri Lestari<sup>3</sup>, Sri Hindriyastuti<sup>4</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Muhammadiyah Kudus

<sup>4</sup>Institut Teknologi Kesehatan Cendekia Utama Kudus

Email: syahrialaman@umkudus.ac.id

**ABSTRAK**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkembang dengan cepat dan terus meningkat jumlahnya setiap tahun. Dalam proses perkembangan UMKM tersebut seringkali menghadapi permasalahan yang umum dialami diantaranya: terbatasnya jumlah modal, proses urusan perizinan, proses pembayaran pajak, banyaknya pelaku UMKM masih gagap teknologi serta kurangnya inovasi dalam pengembangan usaha yang tidak terelakkan. Melalui program Pengabdian Masyarakat (PKM) hibah riset Muhammadiyah ini, tim PKM berfokus pada peningkatan omset penjualan Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah warga Muhammadiyah Juwana dengan pendekatan *design Thinking* dan digitalisasi keuangan dalam rangka meningkatkan omset penjualan UMKM tersebut. Melalui Metode wawancara dan kualitatif, setelah menemukan masalah yang dihadapi oleh UMKM Muhammadiyah Juwana, kegiatan PKM ini terbagi dalam empat tahap yaitu tahap perencanaan, tahap pemberian materi (*workshop*), tahap pendampingan dan tahap pelaporan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan hampir seluruh UMKM (80-90%) mampu memahami segmen market sesuai dengan kebutuhan keinginan konsumen, mampu membuat produk yang inovatif dan kreatif, mampu memasarkan produk melalui digitalisasi pemasaran, mampu melayani konsumen dengan baik, serta mampu membuat pencatatan keuangan melalui aplikasi keuangan dompetku.

**Kata Kunci:** Design thinking, digitalisasi penjualan, omset penjualan, UMKM Muhammadiyah.

## **ABSTRACT**

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are developing rapidly and continue to increase in number every year. ]. In the process of developing MSMEs, they often face common problems, including: limited amount of capital, licensing process, tax payment process, many MSME players who are still technologically illiterate and a lack of innovation in business development which is inevitable. Through the Community Service (PKM) Muhammadiyah research grant program Currently, the PKM team is focusing on increasing the sales turnover of the Micro, Small and Medium Enterprise Units of Muhammadiyah Juwana residents using a design thinking approach and financial digitalization in order to increase the sales turnover of these MSMEs. Through interviews and qualitative methods, after finding the problems faced by Muhamamdiyah Juwana MSMEs, this PKM activity was divided into four stages, namely the planning stage, the material provision stage (workshop), the mentoring stage and the reporting stage. The results of this activity show an increase in almost all MSMEs (80-90%) being able to understand market segments according to consumer needs, being able to make innovative and creative products, being able to market products through marketing digitalization, being able to serve consumers well, and being able to make Financial recording through the My Wallet financial Application.*

**Keywords:** *Design thinking, sales digitalization, sales turnover, Muhammadiyah SMEs.*

## LATAR BELAKANG

Saat ini di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkembang dengan cepat dan pesat dalam berbagai sektor seperti kuliner, fashion, agribisnis, pariwisata, kriya dan lain sebagainya [1]. Jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta di tahun 2021 [2]. Data lain dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyebutkan bahwa jumlah ini akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi dan potensi sumber daya manusia yang semakin berkembang [3].

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, UMKM sendiri bisa dibedakan berdasarkan jumlah aset dan total omzet penjualannya [3]. Dalam proses perkembangan UMKM tersebut seringkali menghadapi permasalahan yang umum dialami diantaranya: terbatasnya jumlah modal, proses urusan perizinan, proses pembayaran pajak, banyaknya pelaku UMKM masih gagap teknologi serta kurangnya inovasi dalam pengembangan usaha yang tidak terelakkan [3].

Warga Muhammadiyah Juwana masih banyak dalam kategori mikro dengan omset penjualan kurang dari Rp.300,000,000 pertahunnya. Bahkan pendapatan bulannya kategori miskin. Permasalahan utama dari UMKM warga Muhammadiyah adalah rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang memahami tentang digitalisasi pemasaran dan digitalisasi keuangan [4]. Produk UMKM warga Muhammadiyah akan mengalami perubahan dengan menyesuaikan dengan metode design thinking agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen. Digitalisasi pemasaran dan informasi tentang produk yang menarik akan menarik konsumen dan menjadi produk yang laris dan menarik disukai konsumen.

Tidak memahami apa yang diinginkan konsumen mengakibatkan tingkat penjualan menurun. Bahkan perlakuan, pelayanan, murah senyum, bersih penampilan dan karakter menyenangkan menjadi faktor lainnya yang mampu menarik konsumen untuk terus membeli produk pelaku UMKM warga Muhammadiyah Juwana.

Dalam menghadapi tantangan tersebut fokus pengabdian berupa pelatihan teori dan praktik serta pendampingan kepada pelaku UMKM Warga Muhammadiyah yang bertujuan memiliki kemampuan strategi meningkatkan omset penjualan dengan metode design thinking melalui digitalisasi pemasaran lewat sosial media dan kemampuan literasi digitalisasi keuangan sehingga mampu mengatur keuangan dengan baik.

## METODE

Adapun metode pengabdian masyarakat yang kami lakukan adalah:

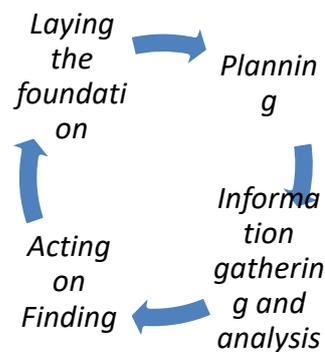
### 1. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan oleh tim PKM agar dapat mengetahui permasalahan utama apa saja yang dihadapi oleh UMKM Muhammadiyah di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati. Dari hasil wawancara ini, tim PKM bisa memetakan strategi efektif dalam mengatasi permasalahan yang di hadapi oleh para UMKM tersebut. Dalam metode ini juga tim PKM memperkenalkan strategi peningkatan omzet melalui model *design thinking* untuk para UMKM dalam kaitannya untuk meningkatkan volume penjualan yang menjadi kendala

utama yang dihadapi para UMKM. Selain itu, **pengenalan** digitalisasi keuangan juga menjadi solusi untuk membantu meningkatkan omset penjualan para pelaku UMKM tersebut [5].

## 2. Metode Kualitatif

Dalam metode ini, tim PKM membuat beberapa paparan melalui hasil dan pembahasan menggunakan metode kualitatif. Sehingga pembaca jurnal ini dapat memahami dan menyimak apa yang kami sampaikan tanpa harus melihat pembahasan yang melibatkan angka dan numerik yang terpapar di jurnal lain pada umumnya [6].



**Gambar 1**  
Diagram pelaksanaan

Penjelasan tahap pelaksanaan sebagai berikut:

### 1. Tahap Perencanaan

Perencanaan meliputi proses perencanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan. Perencanaan ini mencakup persiapan dalam perlengkapan yang meliputi laptop, pulpen, spanduk, koordinasi bersama tim dalam pembuatan MOU dengan PCM Juwana, serta mempersiapkan daftar pertanyaan untuk diskusi dengan UMKM Muhammadiyah Juwana.



**Gambar 2**  
MOU kegiatan Riset Mu dengan PCM Juwana

## 2. Tahap Pemberian Materi (Workshop)

Dalam tahap ini, tim PKM memberikan materi terkait topik utama yaitu metode *design thinking* dan digitalisasi keuangan kepada peserta UMKM Muhammadiyah Juwana.



**Gambar 3**  
**Suasana Workshop UMKM**



**Gambar 4**  
**Bersama Peserta Workshop UMKM**

## 3. Tahap Pelatihan dan Pendampingan



**Gambar 5**  
**Pendampingan UMKM**

#### **4. Tahap Pelaporan**

Dalam tahap ini, kami berfokus pada pembuatan laporan perkembangan kegiatan hingga pembuatan laporan akhir kegiatan berupa publikasi jurnal dan pembuatan buku berISBN serta penerbitan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Metode Design thinking merupakan metode design yang memberikan pendekatan berbasis solusi untuk menyelesaikan masalah UMKM [7]. Design thinking sangat efektif dalam mengatasi masalah kompleks dengan memahami kebutuhan manusia [8]. Design Thinking menjadi konsep berpikir dalam menemukan ide yang mulai digemari oleh banyak orang dalam waktu beberapa tahun ini. Design Thinking sangat esensial dengan manusia sebagai pusat proses inovasi yang menekankan pada observation, collaboration, fast learning, visualization of ideas, rapid concept prototyping dan business analysis, yang sangat berpengaruh pada inovasi dan strategi bisnis [9]. Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa Design Thinking dapat dijadikan alat yang relevan dalam membangun inovasi, serta dapat digunakan sebagai metode dalam membangun Inovasi Model Bisnis. Subjek dapat menggali ide yang menarik lewat pengaplikasian Design Thinking yang merekonstruksi gaya berpikir dan menjadi terobosan baru dalam membuat Model Bisnis yang inovatif [9].

Dalam kegiatan PKM ini, beberapa masalah yang dihadapi UMKM Muhammadiyah Juwana seperti warga Muhammadiyah sepenuhnya belum memahami memasarkan produk sesuai dengan segmen yang tertarget dan digitalisasi pemasaran. Solusi yang kami berikan berupa pelatihan tentang segmen market yang tepat dan digitalisasi pemasaran melalui media sosial. Sehingga di akhir pelatihan, hampir semua (90%) UMKM Muhammadiyah Juwana memahami segmen market sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Permasalahan lain yang kami berikan solusi adalah adanya produksi yang masih mengandalkan proses efisiensi dan murah, sehingga rasa tidak sesuai konsumen. Dalam hal ini, kami memberikan pelatihan tentang metode design thinking yang mampu memberikan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hasil menunjukkan bahwa (90%) UMKM mampu membuat produk yang inovatif dan kreatif sehingga mampu diterima konsumen.

Dalam aspek teknologi digitalisasi, permasalahan yang UMKM Muhammadiyah hadapi adalah masih belum adanya sarana media yang memudahkan konsumen mengetahui produk-produk mereka. Dalam hal ini, kami membuat media teknologi digitalisasi, merupakan aspek yang dianggap penting karena akan memudahkan konsumen dalam mengenalkan produk, promosi dan pemasarannya. Hasil akhir menunjukkan (90%) UMKM mampu memasarkan produk melalui digitalisasi pemasaran yakni: Facebook, Instagram dan Tiktok.

Dari segi aspek peningkatan pelayanan yang merupakan aspek yang penting untuk melindungi produk penjualan. Melalui pemberian pelatihan tentang cara bagaimana bersikap tangkas dan melayani konsumen dengan 3S yakni senyum, sapa dan salam sehingga (80%) UMKM mampu melayani dengan baik dan memuaskan konsumen.

Aspek keuangan dianggap penting karena untuk menciptakan system manajemen keuangan yang baik, Tim PKM dalam hal ini memberikan arahan langkah-langkah digitalisasi keuangan untuk manajemen pemasukan dan pengeluaran pelaku UMKM PCM Juwana sehingga (90%) UMKM mampu membuat pencatatan keuangan dengan aplikasi dompetku. Aplikasi dompetku adalah aplikasi pencatatan keuangan yang dirancang untuk membantu mengelola keuangan dengan mudah dan efisien. Dengan tampilan yang sederhana praktis dan mudah dipahami memudahkan pengguna yakni UMKM warga Muhammadiyah tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Upaya optimalisasi UMKM yang sehat di UMKM Muhammadiyah Juwana kami lakukan melalui metode Design Thinking dan digitalisasi keuangan untuk meningkatkan omset penjualan UMKM tersebut.
2. Dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini kami menerapkan empat tahapan yaitu: tahap perencanaan, tahap pemberian materi, tahap pendampingan dan tahap pelaporan.

### **Saran**

Agar para UMKM Muhammadiyah khususnya mampu menerapkan metode design thinking dan digitalisasi keuangan dalam proses peningkatan omzet penjualannya.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Terimakasih kami ucapkan trimakasih kepada:

- 1) Hibah Riset Muhammadiyah untuk dukungan Pengabdian Kesehatan Masyarakat yang kami lakukan.
- 2) Tim dosen yang terlibat dalam PKM ini untuk terlibat aktif dalam proses pembuatan laporan pengabdian masyarakat ini.
- 3) UMKM Muhammadiyah Juwana atas kerjasama dalam menyukseskan kegiatan ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Databooks. (2023, Oktober 13). Usaha Mikro Tetap Merajai UMKM, Berapa Jumlahnya ?(Kata Data Media Network) Dipetik April 11, 2024, dari [databooks.katadata.co.id: https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya#:~:text=kementrian%20mikro/](https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya#:~:text=kementrian%20mikro/)
- [2] Sriwiyanti, E., Purba, D. S., Tarigan, W. J., Martina, S., Tarigan, V., Saragih, M., ... & Utami, C. (2023). Pendampingan Kelompok Tani Usaha Budidaya Jamur Tiram Dalam Menyusun Laporan

- Keuangan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 3171-3176
- [3] Sandi, 5 permasalahan UMKM yang sering terjadi dan solusinya, <https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/permasalahan-umkm>
- [4] Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G.,
- [5] Rosaliza, M. (2015). Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 71-79.
- [6] Permana dkk (2024), *Pendampingan UMKM untuk meningkatkan omset penjualan di era digital pada UMKM Keripik Singkong Berkah Kecamatan Bandar Kabuoaten Simalungun*.
- [7] Pondaag, V. I., Octavia, J. R., & Theresia, C. (2023). Penerapan Design Thinking dalam Menghasilkan Usulan Rancangan Kemasan Ramah Lingkungan untuk UMKM Makanan dan Minuman. *Journal of Integrated System*, 6(1), 103-124.
- [8] Fitria, M., Pandin, A. T., Shabrina, A., Gunawan, D. F., Prianka, W. T., & Gunadi, H. (2023). Penerapan Design Thinking Dalam Perancangan Strategi Pemasaran UMKM Jahe Cap Maher. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(1), 1-10.
- [9] Aman, S., Supriyanto, S., & Putri, M. A. (2020). Implementasi BMC dengan Metode Design Thinking dalam Menghadapi Covid-19 di IKM Pati. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 1(2), 6-14.