



Pengembangan UMKM *Ecoprint* Berbasis Teknologi Informasi, Komunikasi, dan Manajemen Usaha

Ria Imro'atus Sholihah¹, Ade Wulandari², Rani Yulia Sari³, Theressa Aprilia⁴, Pandu Aplansyah⁵, Septiana Wulandari⁶

^{1,2}Prodi Informatika Universitas Baturaja, ^{3,4}Prodi Manajemen Universitas Baturaja, ^{5,6}Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja

Article Info

Article history:

Received October 2, 2025
Accepted December 10, 2025
Published January 1, 2026

Kata Kunci:

UMKM
Ecoprint
Teknologi Informasi
Komunikasi
Manajemen Usaha

ABSTRAK

Pengembangan UMKM *ecoprint* saat ini menuntut pemanfaatan **teknologi informasi, teknologi komunikasi, dan manajemen usaha** untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Integrasi teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM *ecoprint* untuk memperluas jangkauan pemasaran, melakukan komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen, serta mengelola operasional usaha secara efisien. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adopsi teknologi informasi dan komunikasi meningkatkan produktivitas, pemasaran digital, dan inovasi di usaha mikro kecil dan menengah. Selain itu, penerapan strategi manajemen usaha seperti pencatatan keuangan digital dan perencanaan bisnis berkontribusi pada peningkatan performa UMKM. Dengan pendampingan dan penggunaan teknologi secara tepat, UMKM *ecoprint* diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.



Corresponding Author:

Ria Imro'atus Sholihah¹,
Program Studi Informatika,
Universitas Baturaja, Indonesia,
Email: riaimroatussolahih1125@mail.com

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam struktur ekonomi nasional karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing akibat keterbatasan sumber daya, pemasaran yang masih bersifat konvensional, serta keterbatasan adopsi teknologi digital. Dalam era transformasi digital saat ini, integrasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta praktik manajemen usaha modern menjadi faktor kunci bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Penerapan teknologi informasi telah terbukti membantu UMKM dalam memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memfasilitasi pengelolaan usaha yang lebih profesional melalui sistem digital seperti *e-commerce* dan pemasaran online [1].

Sejalan dengan itu, studi-studi terbaru menegaskan bahwa **digitalisasi operasional dan penggunaan teknologi digital** mampu meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan. Misalnya, aplikasi berbasis *web*, *e-commerce*, dan pemasaran digital membantu kelompok UMKM mengoptimalkan pendapatan serta kapasitas manajerial mereka dalam era digital [2]. Selain itu, **transformasi digital yang strategis di sektor ekonomi kreatif** memperkuat posisi UMKM dengan membuka peluang inovasi produk, otomatisasi proses bisnis, serta peningkatan efisiensi pemasaran [3].

Dalam konteks **UMKM *ecoprint***, yaitu sebuah usaha yang memanfaatkan metode pencetakan motif alami pada kain yang ramah lingkungan, peluang pasar masih sangat terbuka luas jika didukung oleh pendekatan digital dan manajerial yang tepat. Integrasi antara teknologi informasi, komunikasi, dan manajemen usaha akan membantu pelaku UMKM *ecoprint* dalam mengelola usaha secara profesional mulai dari pencatatan operasional, pemasaran digital, hingga pengembangan pasar yang lebih luas. Studi terdahulu menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi dan pelatihan manajemen usaha meningkatkan keterampilan pelaku

UMKM serta mendorong peningkatan daya saing produk dalam skala lokal maupun nasional [4]. Oleh karena itu, diperlukan sebuah model pengembangan UMKM *ecoprint* yang holistik dan berbasis digital untuk memperkuat keberlanjutan usaha dan mengoptimalkan kontribusinya dalam pembangunan ekonomi kreatif.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif** dengan **metode Participant Learning Center (PLC) dan Participatory Action (PA)**. Pendekatan ini dipilih karena menempatkan pelaku UMKM *ecoprint* sebagai **mitra aktif dalam proses pembelajaran dan tindakan perubahan**, bukan hanya sebagai objek penelitian. Dengan demikian, penelitian tidak hanya memetakan kondisi saat ini, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap **pemberdayaan, peningkatan keterampilan, dan pengembangan strategi usaha berbasis teknologi informasi, komunikasi, dan manajemen usaha**.

Pendekatan *PLC* digunakan untuk menciptakan **lingkungan pembelajaran partisipatif** di mana pelaku UMKM aktif berdiskusi, berbagi pengalaman, dan memperoleh keterampilan baru melalui pelatihan, pertemuan kelompok, dan praktik langsung bersama tim peneliti dan pendamping. Sementara itu, *PA* digunakan sebagai **siklus tindakan reflektif** untuk merencanakan, melaksanakan, mengamati, dan mengevaluasi intervensi yang relevan dengan kebutuhan UMKM dalam konteks digital dan manajerial.

a. Perencanaan (Planning)

Pada tahap perencanaan dilakukan identifikasi masalah utama pelaku UMKM *ecoprint* terkait teknologi, pemasaran digital, dan manajemen usaha.

b. Pelaksanaan (Action)

- 1) Kegiatan *PLC* berupa pelatihan penggunaan teknologi digital (misalnya e-commerce, media sosial) dan manajemen usaha
- 2) Implementasi tindakan *PA* pencatatan keuangan usaha
- 3) Pelatihan pembuatan produk *ecoprint* dilakukan dengan memanfaatkan media tas berbahan kain baru (tote bag) sebagai sarana praktik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi teknologi informasi dan komunikasi serta penguatan manajemen usaha memiliki kontribusi signifikan terhadap perkembangan UMKM *ecoprint*. Intervensi berbasis pelatihan, pendampingan digital, dan aksi partisipatif meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola pemasaran, keuangan, dan operasional usaha secara lebih efektif dan terstruktur.

1. Peningkatan Pemasaran Digital

Pelatihan dan pendampingan untuk memanfaatkan **platform digital seperti media Shopee** berhasil membuka akses pasar bagi UMKM *ecoprint*. Identifikasi yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebelum adanya pendampingan, pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional sehingga jangkauan pasar sangat terbatas. Setelah intervensi digital marketing, terutama melalui konten pemasaran yang teratur dan terarah, UMKM mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen potensial. Hal ini sejalan dengan temuan Susanti et al. yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital seperti pemanfaatan Instagram untuk promosi produk *ecoprint* dapat membantu menampilkan konten edukatif, proses pembuatan, dan informasi pemesanan secara langsung kepada audiens online sehingga meningkatkan visibilitas produk [5].



Gambar 1. Sosialisasi pembuatan akun penjualan di *shopee* dan hasil pembuatan akun

Gambar 1. Kegiatan sosialisasi dan pendampingan pembuatan akun penjualan di platform *Shopee* kepada pelaku UMKM ecoprint, serta tampilan hasil pembuatan akun yang siap digunakan sebagai sarana pemasaran digital.

2. Efisiensi Pengelolaan Usaha dan Informasi Operasional

Pencatatan keuangan sangat penting bagi pelaku usaha, oleh karena itu dilakukan sosialisasi dan pelatihan untuk membuat pencatatan keuangan dalam bentuk pembukuan sederhana untuk mengetahui kondisi keuangan usaha yang dijalankan.

Tabel 1. Penerapan Pembukuan Sederhana per produksi

No	Nama Barang	Harga satuan (Rp)	Jumlah terjual	Total pendapatan (Rp)	Modal produksi (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	Ecoprint kain	25.000	50	1.250.000	750.000	500.000
2	Ecoprint tote bag	15.000	30	450.000	140.000	310.000

Tabel 1 menunjukkan contoh pembukuan sederhana yang diajarkan pada ibu - ibu PKK Desa Lekis Rejo Blok J setelah dilakukan pelatihan tentang harga penjualan untuk pembukuan pada penjualan online sama seperti tabel 1 hanya saja berbeda di harga satuan karena terdapat pajak aplikasi *Shopee*.

3. Hasil pelatihan ecoprint dengan bahan baru

Hasil pelatihan *ecoprint* dengan bahan kain baru menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam proses penataan motif, pemindahan warna alami, dan penyelesaian produk yang layak dipasarkan.



Gambar 2. Dokumentasi bersama ibu-ibu PKK Desa Lekis Rejo Dusun VII Blok J

Gambar 2. Dokumentasi kegiatan bersama ibu-ibu PKK Desa Lekis Rejo Dusun VII Blok J dalam pelaksanaan program pengembangan UMKM ecoprint.



Gambar 3. Hasil Tote Bag dari Pelatihan Pemberdayaan UMKM Ecoprint Berbasis Teknologi Informasi, Komunikasi, dan Manajemen Usaha

Gambar 3. Hasil tote bag *ecoprint* sebagai luaran kegiatan pelatihan pemberdayaan UMKM *ecoprint* berbasis teknologi informasi, komunikasi, dan manajemen usaha.

4. KESIMPULAN

Pengembangan UMKM *ecoprint* berbasis teknologi informasi, komunikasi, dan manajemen usaha melalui pendekatan partisipatif terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha. Penerapan metode *Participant Learning Center (PLC)* dan *Participatory Action (PA)* mendorong keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam proses pembelajaran dan tindakan nyata, sehingga meningkatkan pemahaman serta keterampilan dalam pemasaran digital, pengelolaan usaha, dan pemanfaatan teknologi secara berkelanjutan. Integrasi digital marketing dan manajemen usaha yang diterapkan secara partisipatif mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing produk *ecoprint*. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pendampingan berbasis partisipasi dan pemanfaatan teknologi digital berperan penting dalam penguatan kinerja dan keberlanjutan UMKM di sektor ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wati, A. C. P., & Agustianto, M. A. (2025). *The Role of the Digital Economy in Increasing the Competitiveness of MSMEs in Indonesia*. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 2392. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2025.9.1.2392> — membahas peran ekonomi digital dalam peningkatan daya saing UMKM.
- [2] Liniarti, S., Nasution, R. S. A., & Nugraha, Y. T. (2025). *Digitalisasi Aplikasi Berbasis Web dan E-Commerce untuk Peningkatan Pendapatan Kelompok UMKM*. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(4), 24167. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i4.24167> — membahas digitalisasi aplikasi untuk UMKM.
- [3] Meliawati, H., et al. (2025). *Transformasi Digital UMKM sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Indonesia*. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 20(1), 181–190. <https://doi.org/10.2324/06tydp70> — menyoroti peran transformasi digital dalam ekonomi kreatif.
- [4] Mahmudi, A. A., Sari, D. A., Pitaloka, W. D., Sari, N., Jazuli, A. H., & Nafisah, S. (2024). *Implementasi Teknologi Informasi dan Manajemen Usaha UMKM Ecoprint untuk Peningkatan Daya Saing*. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 5(3), 938–949. <https://doi.org/10.26874/jakw.v5i3.655> — membahas langsung kasus ecoprint dan digitalisasi usaha.
- [5] Susanti, I., et al. (2025). Implementasi Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Ecoprint Desa Bugel. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 949–956. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i2.11358>