

## PELATIHAN CROWDSOURCING BAGI UMKM MITRA RUMAH BUMN BANDAR LAMPUNG

Aprinisa<sup>1</sup>, Appin Purisky Redaputri<sup>2</sup>, Niki Agus Santoso<sup>3</sup>, Shanaz Rizkyna<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Bandar Lampung, Indonesia

Email: [appin@ubl.ac.id](mailto:appin@ubl.ac.id)

**Abstrak:** Implementasi pelatihan berbasis crowdsourcing untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan fokus pada pengembangan keterampilan dan peningkatan kinerja bisnis. Melalui pendekatan partisipatif, pemangku kepentingan diundang untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi UMKM, menciptakan lingkungan kolaboratif yang mendukung masukan dari masyarakat. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan praktis tentang penggunaan perangkat digital untuk pelaporan keuangan dan pemasaran, tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan dan pemberdayaan di antara peserta, yang penting untuk keberlanjutan inisiatif UMKM. Evaluasi program dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari peserta melalui survei dan wawancara, serta analisis metrik kinerja untuk menilai dampak jangka panjang pelatihan. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai kompleksitas lingkungan bisnis modern, terutama di ranah digital. Selain itu, crowdsourcing berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan inovasi dan keterlibatan komunitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penerimaan produk dan layanan baru. Dengan demikian, artikel ini menekankan pentingnya pendekatan berkelanjutan dalam pelatihan UMKM, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan tetapi juga mendorong pertumbuhan dan keberhasilan berkelanjutan di pasar.

**Kata Kunci:** *Crowdsourcing, UMKM, Inovasi*

### 1. Pendahuluan

Crowdsourcing adalah model kolaboratif yang memanfaatkan kecerdasan kolektif sekelompok besar individu, sering kali melalui platform digital, untuk menghasilkan ide, memecahkan masalah, atau membuat konten. Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan kumpulan pengetahuan dan keterampilan yang beragam, yang dapat menghasilkan solusi inovatif dan hasil yang hemat biaya. Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), crowdsourcing telah muncul sebagai strategi penting untuk meningkatkan kinerja bisnis dan mendorong inovasi. Dengan melibatkan audiens yang lebih luas, UMKM dapat mengumpulkan wawasan dan ide-ide kreatif yang penting untuk pengembangan produk dan adaptasi pasar, khususnya di sektor-sektor kompetitif seperti mode dan teknologi (Mansor et al., 2022; Nasution et al., 2024). Pentingnya crowdsourcing

bagi UMKM terletak pada kemampuannya untuk mendemokratisasi proses inovasi, yang memungkinkan bisnis ini bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dengan mengakses sumber daya dan keahlian eksternal tanpa mengeluarkan biaya yang signifikan. Misalnya, crowdsourcing dapat memfasilitasi pengembangan produk baru dengan memungkinkan UMKM untuk meminta konsep desain dari beragam kontributor, sehingga memperkaya proses kreatif dan mengurangi waktu dan investasi finansial yang biasanya terkait dengan pengembangan produk (Nasution et al., 2024). Lebih jauh lagi, fleksibilitas model crowdsourcing memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar dan preferensi konsumen, yang penting untuk bertahan hidup dalam lingkungan bisnis yang serba cepat saat ini (Mansor et al., 2022).

Selain itu, crowdsourcing tidak hanya meningkatkan inovasi tetapi juga menumbuhkan keterlibatan komunitas dan loyalitas pelanggan. Dengan melibatkan pelanggan dalam proses penciptaan, UMKM dapat meningkatkan penerimaan produk dan layanan baru, karena konsumen merasa memiliki dan terhubung dengan merek (ETLİOĞLU, 2021). Pendekatan partisipatif ini tidak hanya mendorong pemasaran tetapi juga menghasilkan umpan balik berharga yang dapat memandu strategi bisnis di masa mendatang (Chhajer & Satpathy, 2022). Pada akhirnya, crowdsourcing merupakan peluang transformatif bagi UMKM untuk memanfaatkan kecerdasan kolektif, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di pasar.

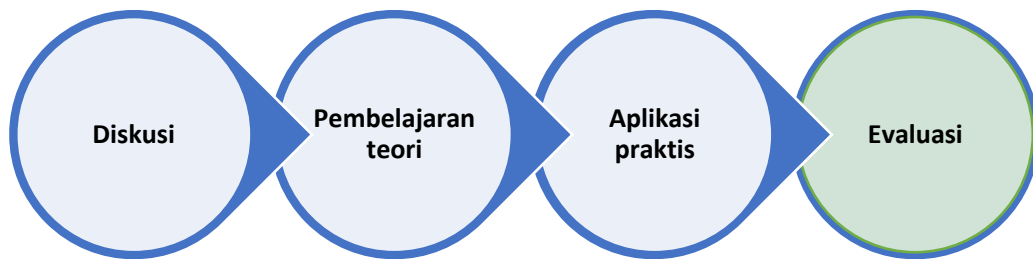
## 2. Metode

Tahapan pelatihan crowdsourcing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan metode community development dapat secara efektif disusun menjadi tiga fase utama: diskusi, pembelajaran teori, dan aplikasi praktis. Pada awalnya, fase diskusi berfungsi sebagai wadah bagi para pemangku kepentingan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh UMKM, sehingga tercipta lingkungan kolaboratif yang mendorong masukan dari anggota masyarakat. Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan metode *Community Based Participatory Research* (CBPR), yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam proses pelatihan (Noviriani, 2024).

Setelah diskusi, fase pembelajaran teori memperkenalkan peserta pada konsep dan kerangka kerja penting yang relevan dengan konteks bisnis mereka, seperti literasi keuangan dan strategi pemasaran digital. Fase ini penting karena membekali pemilik UMKM dengan pengetahuan yang diperlukan untuk menavigasi kompleksitas lingkungan bisnis modern, khususnya di ranah digital (Yusnanto, 2023). Efektivitas pelatihan ini dapat diukur melalui penilaian pra dan pasca pelatihan, yang telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penerapan konsep-konsep ini oleh peserta (Noviriani, 2024).

Tahap akhir, penerapan praktis, melibatkan pelatihan langsung di mana peserta dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam skenario dunia nyata. Ini dapat mencakup lokakarya tentang penggunaan perangkat digital untuk pelaporan keuangan atau pemasaran, sehingga meningkatkan kemampuan operasional mereka (Manalu et al., 2023). Integrasi latihan praktis tidak hanya memperkuat pembelajaran tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan dan pemberdayaan di

antara peserta, yang sangat penting untuk keberlanjutan inisiatif UMKM (Sompa et al., 2021). Secara keseluruhan, pendekatan terstruktur untuk pelatihan crowdsourcing ini tidak hanya meningkatkan keterampilan pemilik UMKM tetapi juga berkontribusi pada tujuan yang lebih luas yaitu pengembangan masyarakat dan ketahanan ekonomi.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Pelatihan Crowdsourcing

Tidak sampai disitu, evaluasi sangat penting untuk menilai efektivitas program pelatihan. Crowdsourcing dapat digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta mengenai pengalaman belajar mereka dan penerapan keterampilan yang diperoleh. Umpan balik ini dapat dikumpulkan melalui survei, wawancara, atau kelompok fokus, yang memberikan wawasan berharga tentang kekuatan dan kelemahan program pelatihan (Oppong et al., 2021; Tahlil et al., 2023). Selain itu, proses evaluasi dapat mencakup analisis metrik kinerja, seperti pertumbuhan bisnis atau tingkat retensi karyawan, untuk menentukan dampak jangka panjang pelatihan terhadap UMKM. Wawasan yang diperoleh dari tahap evaluasi dapat menginformasikan iterasi program pelatihan di masa mendatang, yang menciptakan siklus perbaikan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan crowdsourcing untuk mengumpulkan umpan balik dan saran berkelanjutan dari peserta, program pelatihan dapat berkembang untuk memenuhi kebutuhan sektor UMKM yang terus berubah (Oppong et al., 2021; Tahlil et al., 2023). Pendekatan berulang ini tidak hanya meningkatkan relevansi dan efektivitas pelatihan, tetapi juga menumbuhkan rasa kebersamaan dan kolaborasi di antara peserta UMKM, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberhasilan berkelanjutan mereka di pasar.



**Gambar 2.** Pelatihan Crowdsourcing pada UMKM Mitra Rumah BUMN Bandar Lampung

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Pelatihan crowdsourcing untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan pendekatan transformatif untuk meningkatkan kemampuan bisnis dan mendorong inovasi. Model partisipatif ini secara aktif melibatkan para pemangku kepentingan seperti pemilik bisnis, karyawan, dan pakar industry dalam proses pelatihan, sehingga memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan khusus yang penting bagi pertumbuhan dan kemampuan beradaptasi mereka di pasar yang kompetitif. Literatur menunjukkan bahwa melibatkan beragam perspektif dalam desain pelatihan tidak hanya menyesuaikan program untuk mengatasi tantangan unik yang dihadapi oleh UMKM, tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan di antara para peserta, yang penting untuk

keberhasilan penerapan keterampilan dan strategi baru (Yusnanto, 2023). Dengan memanfaatkan kecerdasan kolektif para pemangku kepentingan, UMKM dapat menavigasi kompleksitas lingkungan operasional mereka dengan lebih baik, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan kinerja bisnis (Yusnanto, 2023).

Selain itu, Crowdsourcing menghadirkan keuntungan signifikan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mendorong inovasi. Dengan memanfaatkan kecerdasan kolektif dari berbagai kelompok, UMKM dapat mengakses berbagai ide dan solusi yang lebih luas, yang dapat mengarah pada pengembangan produk dan penawaran layanan yang lebih baik ((Wu et al., 2019); Saady et al., 2021). Pendekatan kolaboratif ini tidak hanya mengurangi biaya yang terkait dengan riset pasar tradisional, tetapi juga mempercepat siklus inovasi, yang memungkinkan UMKM untuk merespons permintaan pasar dengan cepat (Qin et al., 2016). Lebih jauh, crowdsourcing dapat meningkatkan kinerja UMKM dengan meningkatkan visibilitas dan keterlibatan mereka dengan calon pelanggan, sehingga mendorong penjualan dan loyalitas merek (Manalu et al., 2023).

Dampak crowdsourcing terhadap kinerja UMKM bersifat multifaset. Studi menunjukkan bahwa integrasi crowdsourcing dapat menghasilkan output berkualitas lebih tinggi karena sifat kompetitif dari tugas crowdsourced, di mana banyak kontributor berusaha memberikan solusi terbaik (Lee et al., 2018). Kompetisi ini dapat memotivasi kontributor berkemampuan tinggi untuk mengerahkan upaya lebih besar, sehingga menghasilkan hasil yang lebih unggul bagi UMKM (Lee et al., 2018). Selain itu, crowdsourcing dapat memfasilitasi berbagi pengetahuan dan pembelajaran dalam organisasi, yang berkontribusi pada budaya perbaikan berkelanjutan dan kemampuan beradaptasi (Devece et al., 2019). Namun, UMKM harus menyadari potensi risiko yang terkait dengan crowdsourcing, seperti kemungkinan perilaku jahat dari peserta, yang dapat merusak integritas kontribusi yang diterima (Gadiraju et al., 2015).

Untuk memanfaatkan manfaat crowdsourcing secara efektif, UMKM harus mengadopsi pendekatan strategis yang mencakup definisi tugas yang jelas, struktur insentif yang sesuai, dan mekanisme kontrol kualitas yang kuat (Daniel et al., 2018). Menetapkan kerangka kerja yang terdefinisi dengan baik untuk penugasan tugas dan keterlibatan peserta sangat penting untuk memaksimalkan utilitas yang diperoleh dari upaya crowdsourcing (Ul Hassan & Curry, 2016). Selain itu, UMKM harus terlibat secara aktif dengan khalayak mereka dengan memberikan umpan balik dan menumbuhkan rasa kebersamaan di antara para kontributor, yang dapat meningkatkan tingkat partisipasi dan kualitas kontribusi secara keseluruhan (Song et al., 2020). Dengan menerapkan praktik-praktik ini secara strategis, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan kinerja operasional mereka tetapi juga mengembangkan model inovasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

#### **4. Kesimpulan**

Dalam kesimpulan, penerapan crowdsourcing dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah terbukti menjadi strategi yang transformatif dan inovatif. Dengan memanfaatkan

kecerdasan kolektif dari berbagai pemangku kepentingan, UMKM dapat meningkatkan efektivitas program pelatihan dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang dinamis. Penelitian menunjukkan bahwa umpan balik berkelanjutan, yang diperoleh melalui mekanisme seperti survei dan kelompok fokus, tidak hanya meningkatkan pengalaman pelatihan tetapi juga menumbuhkan komunitas kolaboratif di antara peserta, yang penting untuk keberhasilan jangka panjang mereka.

Lebih jauh lagi, keterlibatan pelanggan dalam proses penciptaan produk dan layanan melalui crowdsourcing dapat meningkatkan penerimaan pasar, karena konsumen merasa memiliki dan terhubung dengan merek. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif tidak hanya mendorong inovasi tetapi juga menghasilkan umpan balik berharga yang dapat memandu strategi bisnis di masa depan. Dengan demikian, kemampuan untuk beradaptasi dan menyesuaikan konten pelatihan secara dinamis sangat penting dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, di mana UMKM harus terus berinovasi untuk tetap kompetitif.

Secara keseluruhan, crowdsourcing tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengurangi biaya operasional, tetapi juga sebagai pendorong utama dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, integrasi crowdsourcing dalam strategi bisnis UMKM harus dipertimbangkan sebagai langkah penting untuk mencapai keberhasilan dan keberlanjutan jangka panjang.

## Referensi

- Chhajer, S. K., & Satpathy, R. B. (2022). Role Of Crowdsourcing in an Organization. *Technoarete Transactions on Advances in Data Science and Analytics*, 1(1). <https://doi.org/10.36647/ttadsa/01.01.a002>
- Daniel, F., Kucherbaev, P., Cappiello, C., Benatallah, B., & Allahbakhsh, M. (2018). Quality control in crowdsourcing: A survey of quality attributes, assessment techniques, and assurance actions. In *ACM Computing Surveys* (Vol. 51, Issue 1). <https://doi.org/10.1145/3148148>
- Devece, C., Palacios, D., & Ribeiro-Navarrete, B. (2019). The effectiveness of crowdsourcing in knowledge-based industries: the moderating role of transformational leadership and organisational learning. *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja*, 32(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1547204>
- ETLİOĞLU, M. (2021). Crowdsourcing and Behaviour of Participant in Social Media Marketing. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(6). <https://doi.org/10.18506/anemon.1003058>
- Gadiraju, U., Kawase, R., Dietze, S., & Demartini, G. (2015). Understanding malicious behavior in crowdsourcing platforms: The case of online surveys. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2015-April*. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702443>
- Lee, H. C. B., Ba, S., Li, X., & Stallaert, J. (2018). Saliency bias in crowdsourcing contests. *Information Systems Research*, 29(2). <https://doi.org/10.1287/isre.2018.0775>
- Manalu, S. P., Muharani, A., Widyawati, E., & Nurzanna, T. N. (2023). UMKM Creative Exhibition as a Realization of the Potential of the Rising Economic Village Desa Perkebunan Tanjung Kasau. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.32734/abdimastalenta.v8i2.10620>

- Mansor, M. F., Abu, N. H., Halim, H. A., & Ahmad, N. H. (2022). Revisiting SMEs' Business Strategy: Shifting Outsourcing to Crowdsourcing Practices to Enhance SMEs' Performance. *Jurnal Pengurusan*, 66. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2022-66-07>
- Nasution, M. D. T. P., Sari, P. B., Aspan, H., Rossanty, Y., Irawan, & Hernawaty. (2024). A study on SMEs' crowdsourcing capability for new product developments: The moderating effects of firm size and business type. *Quality - Access to Success*, 25(198). <https://doi.org/10.47750/QAS/25.198.22>
- Noviriani, E. (2024). Naik kelas dengan digitalisasi: penyusunan laporan keuangan umkm menggunakan aplikasi "si apik". *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 65. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.19584>
- Oppong, E., Bao, H., Tang, W., Echavarria Mejia, M. I., Glozah, F., Asanga, N., Boinett, C. J., Aguilar, A. M., Valido, E., Lestari, T., & Tucker, J. D. (2021). A Global Crowdsourcing Open Call to Improve Research Mentorship in Low- and Middle-Income Countries: A Mixed Methods Analysis. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 106(1). <https://doi.org/10.4269/ajtmh.21-0607>
- Qin, S., Van Der Velde, D., Chatzakis, E., McStea, T., & Smith, N. (2016). Exploring barriers and opportunities in adopting crowdsourcing based new product development in manufacturing SMEs. *Chinese Journal of Mechanical Engineering (English Edition)*, 29(6). <https://doi.org/10.3901/CJME.2016.0808.089>
- Saady, M., ul-Ain, Q., Anwar, S., Anayat, S., & Rafique, S. (2021). Value-risk analysis of crowdsourcing in pakistan's perspective. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business*, 13(2), 22-46. <https://doi.org/10.5815/ijieeb.2021.02.03>
- Sompa, A. T., Syafari, R., & Al Syahrin, M. N. (2021). Sustainable Community Empowerment Efforts Through the Development of Small and Medium Enterprises of Eceng Gondok. *Proceedings of the 2nd International Conference on Social Sciences Education (ICSSE 2020)*, 525. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210222.058>
- Song, Z., Zhang, H., & Dolan, C. (2020). Promoting disaster resilience: operation mechanisms and self-organizing processes of crowdsourcing. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5). <https://doi.org/10.3390/su12051862>
- Tahlil, K. M., Nwaozuru, U., Conserve, D. F., Onyema, U. F., Ojo, V., Day, S., Ong, J. J., Tang, W., Rosenberg, N. E., Gbajabiamila, T., Nkengasong, S., Obiezu-Umeh, C., Oladele, D., Iwelunmor, J., Ezechi, O., & Tucker, J. D. (2023). Crowdsourcing to support training for public health: A scoping review. In *PLOS Global Public Health* (Vol. 3, Issue 7). <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0002202>
- Ul Hassan, U., & Curry, E. (2016). Efficient task assignment for spatial crowdsourcing: A combinatorial fractional optimization approach with semi-bandit learning. *Expert Systems with Applications*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.03.022>
- Wu, S., Liu, Q., Sun, B., & Zhao, X. (2019). Understanding the effect of task descriptions on user participation in crowdsourcing contests: A linguistic style perspective. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2019-January. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.037>
- Yusnanto, T. (2023). Training And Recognition of The Importance of Cybersecurity for UMKM In Entering The Digital Market. *Teumulong: Journal of Community Service*, 1(2). <https://doi.org/10.62568/jocs.v1i2.11>