

Program Pelatihan Kewirausahaan Digital di Desa Blerong Kabupaten Demak

Nur Atika Yuniarti ^{1*}, Ryan Arya Pramudya ²

^{1*,2} Faculty of Economics and Business, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Indonesia

Email: nuratika-yuniarti@untagsmg.ac.id ^{1*}, ryanarya-pramudya@untagsmg.ac.id ²

Article history:

Received June 22, 2024.

Revised July 12, 2024.

Accepted July 14, 2024.

Abstract

The community service program is a digital entrepreneurship training program held in Blerong Village. The aim is to increase the ability of MSME players to entrepreneurship using technology, both in collaborating and marketing products. This activity includes knowledge transfer and entrepreneurship training, which takes place at the Computer Laboratory of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Semarang. This program will be implemented on April 28, 2024, followed by continuous coaching. This training involves resource persons from business practitioners and economic academics. The method used is an educational and participatory approach, which has proven effective in improving the digital skills of MSME owners. The ultimate goal is to help MSMEs achieve business success and increase income through increasing digital entrepreneurial agility.

Keywords:

Entrepreneurship; Digital; MSMEs.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat berupa program pelatihan kewirausahaan digital yang diselenggarakan di Desa Blerong. Tujuannya adalah meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam berwirausaha menggunakan teknologi, baik dalam berkolaborasi maupun memasarkan produk. Kegiatan ini meliputi transfer pengetahuan dan pelatihan kewirausahaan, yang berlangsung di Laboratorium Komputer Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Program ini dilaksanakan pada 28 April 2024, diikuti dengan pembinaan berkelanjutan. Pelatihan ini melibatkan narasumber dari kalangan praktisi bisnis dan akademisi ekonomi. Metode yang digunakan adalah pendekatan edukatif dan partisipatif, yang terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital para pemilik UMKM. Tujuan akhirnya adalah membantu UMKM mencapai kesuksesan usaha dan meningkatkan penghasilan melalui peningkatan kelincahan berwirausaha secara digital.

Kata Kunci:

kewirausahaan, digital, UMKM

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital memainkan peran krusial dalam berbagai aspek kegiatan, termasuk metode kerja sama. Hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk berinovasi demi meningkatkan keuntungan mereka (Sekaran, 2014). Di Desa Blerong, terdapat 13 pelaku UMKM. Untuk mendukung kemajuan ekonomi warga, program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi dapat menjadi solusi yang efektif.

Pelaku UMKM di Desa Blerong menghadapi beberapa tantangan utama, yaitu keterbatasan dalam pendidikan dan pelatihan manajemen usaha, kurangnya pemahaman pemasaran digital, serta rendahnya kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital. Penjualan produk keripik belum optimal, dengan jangkauan pasar yang masih terbatas di sekitar wilayah Guntur Demak. Hanya sedikit pedagang yang berhasil

memasarkan produk ke kota-kota lain seperti Semarang. Kurangnya penguasaan teknologi informasi menjadi hambatan bagi masyarakat dalam melakukan pemasaran online secara efektif. Selain itu, banyak warga belum menyadari potensi pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah seperti rempeyek, serta belum memahami peluang usaha yang ada. Menyikapi kondisi ini, diadakan program pengabdian masyarakat berupa Program Pelatihan Kewirausahaan Digital di Desa Blerong Kabupaten Demak.

2. METODE

Dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat (PKM) di Desa Blerong pada hari Minggu tanggal 28 April 2023 yang dilaksanakan di Laboratorium Komputer FEB Universitas Semarang pada tanggal 17 Agustus 1945 dilaksanakan beberapa metode yaitu: metode sosialisasi, metode diskusi dan praktik.

Metode sosialisasi yaitu metode yang dilaksanakan dengan cara menyampaikan informasi kepada peserta. Kegiatan ini dimulai dari menyiapkan materi menggunakan power point, kemudian mempresentasikan dan menjelaskan mengenai strategi yang betul dalam berwirausaha, menentukan harga jual yang sesuai, dan materi strategi bisnis berkembang mengikuti perkembangan teknologi yang ada.



Gambar 1. Sosialisasi

Metode diskusi dilaksanakan dengan memberikan kesempatan peserta untuk mengajukan pertanyaan yang kemudian dijawab oleh narasumber atau pemateri dalam sesi diskusi. Tahap akhir melibatkan sesi praktik langsung dengan cara narasumber memandu peserta UMKM dalam membuat grup WhatsApp sebagai sarana kolaborasi digital, serta mengajarkan cara memasarkan produk secara online melalui platform e-commerce Shopee dan media sosial Instagram. Dalam sesi ini, seorang peserta diminta untuk mendemonstrasikan pembuatan akun e-commerce dan Instagram, yang ditampilkan melalui proyektor. Sementara itu, peserta lainnya juga melakukan praktik serupa menggunakan smartphone masing-masing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul " Program Pelatihan Kewirausahaan Digital di Desa Blerong Kabupaten Demak" dilaksanakan melalui serangkaian langkah-langkah yang akan diuraikan di bawah ini:

3.1. Identifikasi Masalah

Kegiatan PPK Ormawa yang diselenggarakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang di Desa Blerong, Kecamatan Guntur, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, menjadi titik awal penemuan berbagai masalah. Tahap identifikasi masalah, yang merupakan langkah krusial dalam proses investigasi empiris. Menurut (Nasution, 2021) mengungkap beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM setempat diantaranya mencakup minimnya edukasi dan pelatihan dalam aspek manajemen usaha, pemasaran, keterampilan digital, serta pengembangan produk. Temuan ini sejalan dengan studi (Joensuu-Salo et al., 2018) yang menekankan signifikansi teknologi digital terhadap kinerja UMKM. Studi yang dilakukan mengungkapkan bahwa penduduk lokal masih kurang memahami pentingnya keterampilan dalam pengelolaan bisnis, strategi pemasaran online, serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital. Berdasarkan temuan ini, perlu diadakan program edukasi untuk mengatasi kesenjangan pengetahuan tersebut.

3.2. Pelaksanaan Kegiatan

Menanggapi masalah kurangnya keterampilan manajemen bisnis, pemasaran digital, dan kelincahan digital, dosen program studi manajemen mengadakan pelatihan kewirausahaan teknologi pada Minggu, 28 April 2024 di Laboratorium Komputer. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kemampuan *digital agility* masyarakat. Kegiatan diawali dengan sosialisasi pentingnya kewirausahaan, fokus pada manajemen usaha yang efektif dan strategi pemasaran digital. Para pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan pelatihan diberi pemahaman tentang nilai penting keterampilan wirausaha dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran untuk mengembangkan bisnis mereka.

Sosialisasi diberikan melalui presentasi slide, mencakup topik-topik seperti konsep kewirausahaan, penerapan praktis teori bisnis untuk UMKM, analisis SWOT, penetapan harga, dan penyusunan laporan keuangan yang akurat. Kegiatan ini bertujuan memberi pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pengelolaan usaha yang efektif.

Kegiatan selanjutnya meliputi pendampingan secara langsung pada saat kegiatan dilaksanakan dan edukasi dalam membuat profil *e-commerce* dan platform sosial media untuk memasarkan produk UMKM secara online. Strategi pemasaran digital memanfaatkan teknologi untuk memudahkan pelaku UMKM memperkenalkan produk mereka melalui saluran *online*. Proses pembuatan akun dimulai dengan mengunduh aplikasi *Shopee Seller* dan *Instagram*. Tahap berikutnya adalah memasukkan informasi pribadi, mengisi detail usaha, termasuk data pemilik, jenis bisnis, dan informasi terkait lainnya untuk registrasi. Setelah itu, data usaha diajukan dan menunggu proses verifikasi hingga akun disetujui. Begitu akun aktif, langkah terakhir adalah mengunggah foto produk disertai deskripsi yang menarik dan relevan ke platform *e-commerce*.

3.3. Penyampaian Materi

Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan ini meliputi diskusi kelompok terarah dan presentasi mengenai kemajuan teknologi. Peserta akan mendapatkan perspektif baru tentang strategi pemasaran di era digital. Bagi yang belum familiar dengan pemasaran online, akan diperkenalkan konsep transisi dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital. Perubahan ini cukup besar, karena dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi, terutama bagi usaha baru atau yang sedang berkembang.

Pemateri akan membahas keuntungan serta tantangan yang mungkin dihadapi saat memulai proses digitalisasi usaha. Materi yang disampaikan mencakup isu-isu terkini, baik yang bersifat global maupun spesifik, disesuaikan dengan kondisi peserta. Penggunaan metode diskusi kelompok terarah bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari peserta, sehingga permasalahan dapat diidentifikasi dengan lebih jelas. Hal ini memungkinkan pencarian solusi yang tepat dan penanganan akar masalah secara efektif.

3.4. Praktek Pembuatan Whatsapps Grup dan Digital Marketing

Perkembangan digital marketing sangat bergantung pada teknologi komunikasi. Untuk kemajuan bisnis, komunikasi yang efektif dan intensif menjadi hal yang esensial. Berbagai fitur yang ditawarkan oleh platform aplikasi dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha, salah satunya adalah grup WhatsApp.

Pembentukan grup WhatsApp melibatkan beberapa langkah diantaranya mengumpulkan kontak UMKM, membuat grup dengan identitas yang jelas yaitu UMKM Desa Blerong Jaya, mengajak anggota UMKM bergabung, menjelaskan tujuan grup, serta menetapkan admin dan aturan. Media ini memungkinkan interaksi intens antar ratusan anggota, memfasilitasi komunikasi dua arah yang produktif.

Tujuan utama pembentukan grup ini adalah untuk mempermudah interaksi antar peserta dan membantu mereka mengatasi kendala yang dihadapi. Melalui grup ini, perkembangan peserta dapat dipantau dan mereka dapat didampingi dalam pemanfaatan digital marketing secara optimal.

Beberapa pemilik usaha masih belum memaksimalkan potensi UMKM mereka. Platform marketplace menawarkan berbagai manfaat yang dapat mendorong pertumbuhan UMKM. Para peserta UMKM juga didampingi dalam pembuatan dan pengelolaan akun marketplace.

Dalam sesi praktik, para pelaku UMKM dilatih untuk mengidentifikasi produk unggulan desa, membuat akun bisnis di media sosial, memasarkan produk di Instagram dan Shopee, membuat konten promosi yang menarik, menganalisis strategi engagement dan interaksi pelanggan, dan kemudian mempraktikkan interaksi dengan calon pelanggan melalui Instagram dan Shopee. Dengan adanya pendampingan dari tutor, diharapkan peserta dapat lebih leluasa bertanya dan berpartisipasi aktif dalam pelatihan.

3.5. Dampak Kegiatan Sosialisasi

Pelatihan ini bertujuan meningkatkan keterampilan digital marketing peserta. Melalui bimbingan tutor, peserta UMKM diharapkan dapat memahami penggunaan *WhatsApp* untuk bisnis dan meningkatkan kemampuan pemasaran digital dasar. Pembentukan grup *WhatsApp* UMKM desa memfasilitasi komunikasi, kolaborasi, dan pertukaran informasi antar pelaku usaha.

Pembuatan akun *marketplace* mendorong peserta menjelajahi peluang di luar wilayah mereka. Tutor akan memantau akun ini untuk mengukur jangkauan penjualan dan iklan peserta. *Digital marketing* memungkinkan UMKM menjangkau lebih banyak calon pelanggan, meningkatkan potensi penjualan, daya saing di era digital, dan pertumbuhan ekonomi desa.

Peningkatan interaksi harus dilanjutkan dengan pengembangan peserta untuk meningkatkan *brand awareness* dan minat beli. Dampak positif pelatihan mendorong warga Blerong untuk memulai UMKM baru, meningkatkan jumlah peserta dari 13 menjadi 15 kelompok. Dua kelompok baru ini terinspirasi oleh keberhasilan kelompok sebelumnya dalam hal omset, jangkauan penjualan, dan pengelolaan bisnis.

3.6. Perlu Penguasaan Teknologi

Perkembangan teknologi yang terus-menerus perlu diikuti dengan seksama. Pelaku UMKM harus memanfaatkan kemajuan ini, terutama dalam pemasaran digital, untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Agar dapat memperoleh keuntungan maksimal, para pengusaha UMKM perlu aktif memperbarui pengetahuan mereka tentang platform media sosial dan pasar daring terkini.

Dengan mengikuti tren terbaru, diharapkan pelaku UMKM dapat mengidentifikasi peluang yang ada dan memanfaatkannya untuk kemajuan bisnis mereka. Penguasaan terhadap perangkat lunak dan keras yang terus diperbarui menjadi kunci keberhasilan. Ini termasuk aplikasi-aplikasi yang mendukung pembuatan konten pemasaran.

Akan tetapi masih banyak alat dan teknologi yang belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan akses informasi dan kurangnya kesempatan untuk mempelajari teknologi tersebut.

3.7. Pembahasan

Berbagai metode seperti ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung telah terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan akun media sosial, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian (Tutik et al., 2021). Temuan ini didukung oleh studi (Rijal & Sopiha, 2023) yang mencatat peningkatan penjualan hingga 30% setelah pelatihan serupa. Penelitian (Kusumawati & Anik, 2023) menekankan pentingnya kombinasi keterampilan digital dan kepemimpinan yang adaptif bagi karyawan UMKM. Studi (Juwita et al., 2022) menyoroti bahwa penggunaan media online yang terintegrasi membantu mempersiapkan pelaku usaha menghadapi era digital. Sementara itu (Raharja & Natari, 2021) melaporkan adanya peningkatan dalam pengelolaan branding sebagai dampak positif dari pelatihan. Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan berhasil meningkatkan pemahaman warga Blerong tentang kelincuhan digital. Para pelaku UMKM di daerah tersebut menjadi lebih termotivasi dan mendapatkan panduan yang jelas dalam mengembangkan usaha mereka. Testimoni dari peserta mengatakan bahwa pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan digital mereka dan memberi inspirasi untuk mengembangkan usaha dengan memanfaatkan teknologi lebih aktif lagi.

4. KESIMPULAN

Pelaku UMKM di Desa Blerong menghadapi banyaknya tantangan dalam meningkatkan kemampuan bisnis dan promosi digitalnya. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh pentingnya keterampilan digital dalam era ekonomi digital saat ini, terutama bagi pelaku usaha di pedesaan. Untuk mengatasi hal ini, bantuan konkret diperlukan, terutama dalam bentuk kolaborasi antar-UMKM serta penerapan strategi pemasaran digital yang efektif melalui platform sosial media dan *e-commerce*. Pelatihan ini mencakup beberapa aspek penting yaitu pengenalan konsep digital agility dan pentingnya dalam kewirausahaan modern, pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha, strategi pemasaran online dan penggunaan media sosial. Program pelatihan komprehensif, mencakup pemberian teori, sesi diskusi, hingga praktik langsung pembuatan konten pemasaran digital, sangat dibutuhkan. Kegiatan ini merupakan langkah penting dalam mempersiapkan masyarakat Desa Blerong menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital, serta mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan di tingkat desa. Tujuannya adalah membantu UMKM meningkatkan kualitas usahanya dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi terkini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang mengadakan Program Pengabdian Masyarakat (PKM) berupa sosialisasi untuk UMKM di Desa Blerong. Kegiatan ini berlangsung di Laboratorium Komputer dengan partisipasi Nur Atika Yuniarti, Ryan Arya Pramudya, Atika Mutiarachim, dan Jaluanto. Artikel ini berfokus pada materi yang disampaikan oleh Nur Atika Yuniarti dan Ryan Arya Pramudya mengenai “Program Pelatihan Kewirausahaan Digital di Desa Blerong Kabupaten Demak.”

REFERENCES

- Joensuu-Salo, S., Sorama, K., Viljamaa, A., & Varamäki, E. (2018). Firm Performance among Internationalized SMEs: The Interplay of Market Orientation, Marketing Capability and Digitalization. *Administrative Sciences*, 8(3), 31. <https://doi.org/10.3390/admsci8030031>

- Juwita, O., Firdonsyah, A., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2022). Studi Literatur Platform Digital Sebagai Sarana Pembangunan Ekosistem Dalam Mengembangkan UMKM. *INFORMAL: Informatics Journal*, 7(1), 59. <https://doi.org/10.19184/isj.v7i1.31547>
- Kusumawati, D. A., & Anik, S. (2023). Kelincahan Organisasi : Peran Keterampilan Digital Dan Kepemimpinan Agile Pada Umkm. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 12(1), 74–87. <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i1.763>
- Nasution, A. R. S. (2021). Identifikasi Permasalahan Penelitian. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 13–19. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.21>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rijal, M. S., & Sopiah, S. (2023). Kajian Studi Literatur: Pelatihan Untuk Pengembangan Karyawan UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 645–656. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1543%0Ahttps://dinastirev.org/JIMT/article/download/1543/926>
- Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business)* (Buku 1 Edisi). Salemba Empat.
- Tutik, T., Krisnalia, H., Satato, Y. R., Solichoel, S., & Hadi, S. (2021). Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital Rintisan Desa Wisata Branjang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 973. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.4900>