
Pelatihan *Digital Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Secara Digital Pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah

Simanjuntak, Sinta Dameria

Universitas Katolik Santo Thomas, bellvainharo@gmail.com

Abstract

The COVID-19 pandemic has had a profound impact on all aspects of people's lives. This impact is no exception for small, medium and large entrepreneurs. As a result of the pandemic, the community in general (UMKM) must survive and struggle. One thing that UMKM must do is switch from traditional businesses to digital businesses. To help UMKM entrepreneurs switch to digital businesses, digital entrepreneurship training is provided. The training provided starts from Canva's business model, content marketing, website design, Google My Business, social media optimization and power merchants. The method used is lecture and practical training. The results obtained are that MSME entrepreneurs are able to design businesses with the Canva business model, market content, create websites and Google My Business, optimize social media as digital marketing and have an online store.

Keywords: *digital_entrepreneurship, UMKM.*

Abstrak

Pandemi Covid-19 sangat berdampak bagi seluruh aspek kehidupan masyarakat. Dampak tersebut tidak terkecuali mengenai pengusaha kecil, menengah dan besar. Akibat dari pandemic tersebut, masyarakat secara umum UMKM harus bertahan dan berjuang. Salah satu yang harus dilakukan UMKM adalah beralih dari usaha tradisional menuju usaha digital. Untuk membantu pengusaha UMKM beralih ke usaha digital, diberikan pelatihan digital entrepreneurship. Pelatihan yang diberikan mulai dari model bisnis canva, pemasaran konten, merancang website, google my business, optimasi media social dan *power merchant*. Metode yang digunakan adalah pelatihan ceramah dan praktik. Hasil yang diperoleh adalah pengusaha UMKM mampu merancang bisnis dengan model bisnis canva, memasarkan konten, membuat website dan google my business, mengoptimasi media social sebagai digital marketing dan memiliki toko online.

Kata Kunci : *digital_entrepreneurship, UMKM*

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah membawa perekonomian nasional dan global ke masa sulit. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia mengalami kemerosotan dalam pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sebesar -2,07 persen. Kemerosotan tersebut disebabkan karena perkembangan ekonomi di Indonesia mempunyai pergerakan yang kurang stabil.

Salah satu sektor yang sangat mengalami dampak oleh pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sekaligus menyebabkan turunnya perekonomian nasional. UMKM merupakan sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, UMKM mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Husband dan Purnendu, 1999; Mahemba, 2003; Tambunan, 2005). UMKM juga mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2005) yang mempunyai peranan yang penting dalam penanggulangan masalah pengangguran oleh karena itu UMKM mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam perekonomian nasional.

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu sumbangan UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9%

disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%.

Sejak pandemi virus corona terjadilah penurunan pendapatan pelaku UMKM yang sangat signifikan, akibat biaya produksi tetap atau bahkan meningkat sementara penjualan menurun (Rosita, 2020). Bahkan, sebagian orang juga memilih untuk memulai bisnis dari rumah demi menambah pemasukan di tengah pandemi (Hanifawati & Listyaningrum, 2021). Beberapa lapangan usaha UMKM yang terkena dampak besar dari pandemi yaitu perdagangan, pariwisata, dan makan minum, pedagang besar dan eceran, penyedia akomodasi serta reparasi sepeda motor dan transportasi. Berdasarkan data yang diolah P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah di angka 0,07%, terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan, usaha mikro berada di angka 17,03%. Untuk usaha kecil di sektor kerajinan kayu dan rotan 1,77% dan usaha menengah 0,01%. Sedangkan, konsumsi rumah tangga juga akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8%.

Bagaimana mereka dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 merupakan fokus utama dari program Pengabdian kepada

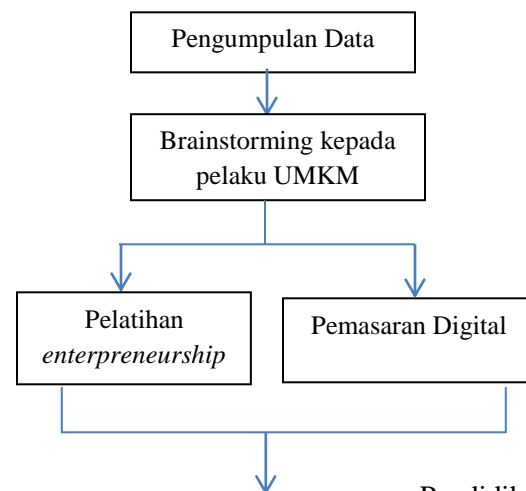
Masyarakat ini, yaitu dengan cara melakukan pelatihan wirausaha digital (*digital entrepreneurship*) dengan memahami strategi pemasaran digital untuk mendapatkan pelanggan, membangun agen pelanggan, mempertahankan pelanggan, mempromosikan merek dan meningkatkan penjualan dengan menggunakan teknologi digital (Wijoyo et al., 2020). *Digital entrepreneurship* menurut Ratih (2021) merupakan agen yang melakukan kegiatan komersial atau sosial baik pemerintah maupun industri yang menggunakan teknologi digital. Lebih spesifik Muafi et al. (2021) menyatakan *digital entrepreneurship* adalah upaya untuk memperoleh celah pasar, peluang usaha yang menghasilkan uang serta berupaya menjadi inovatif, radikal dan pengambil resiko. Seiring pertumbuhan populasi dan kecanggihan teknologi serta meningkatnya kebutuhan orang akan digital, membuat peluang *digital entrepreneurship* menjadi sangat luas (Kasidi, 2020). Hal ini tidak menghalangi sebagian pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran digital dalam menjalankan usaha mereka (Hapsoro et al., 2019). Strategi pemasaran digital ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Hilmiana & Kirana, 2021).

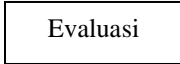
B. PELAKSAAAN DAN METODE

Penelitian ini merupakan penelitian dan pengabdian berupa pelatihan *entrepreneurship* dengan memberikan bimbingan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Toba yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha secara digital. Metodologi penelitian inilah adalah kuantitatif, metode mengalir sebagai

berikut; Tahapan pelatihan diawali dengan menganalisis kebutuhan pelaksana UMKM, melalui analisis permasalahan yang dihadapi pelaku usaha. Setelah itu dilakukan *brinstorming* untuk menemukan solusi terhadap masalah tersebut. Dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan pelatihan dengan mengenalkan ICT dan aplikasi media sosial dan Marketplace, mengembangkan pemahaman tentang kegiatan *digital enterpreneurship* dengan mencari di internet dan evaluasi kegiatan.

Teknik pengumpulan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner untuk melihat tingkat pemahaman mengenai *digital entrepreneurship* setelah melakukan pelatihan dan teknik dokumentasi yang lakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber sebagai referensi, serta melakukan telaah literatur (*literature review*) dan artikel penelitian (*research article*), dari jurnal dan pemberitaan online yang bertujuan untuk membuat kesimpulan dan evaluasi pada permasalahan yang dikaji. Secara garis besar metode pelaksanaan Pelatihan *Digital Entrepreneurship* untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Secara Digital Pengusaha UMKM dapat dilihat dari Gambar 1 berikut.





Gambar 1:Metode pelaksanaan

C.HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM akibat covid-19 dan juga pasca pandemi. Dari analisis data disimpulkan bawa salah satu permasalahan yang dihadapi adalah penurunan omset pendapatan. Menurunnya pendapat UMKM juga disebabkan urangnya kemampuan UMKM dalam perekonomian secara khusus dalam bidang digital.

2. Brainstorming

Untuk meningkan kemampuan bewirausaha di bidang digital maka dilakukan ,Brainstorming merupakan metode dilakukan untuk memecahkan berbagai masalah dan menghasilkan beragam ide baru sebanyak mungkin dengan cepat dengan tujuan untuk merangsang otak berpikir secara logis, spontan, dan kreatif sehingga memicu pelaku UMKM untuk berinovasi kreatif dalam mengembangkan dan mempromosikan usahanya secara diigital melalui media sosial. Kegiatan Pelatihan bagi pelaku UMKM dilaksanakan dengan agenda yang tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Agenda pelatihan Digital Entrepreneurship

No	Kegiatan Pelatihan	
	Materi	Sub-Materi

1	Pre-test, pengenalan apa itu <i>digital entrepreneurship</i> aplikasi media soasial dan Marketplace	<i>Digital Entrepreneurs hip,</i> kompetensi kewirausahaan, literasi ekonomi digital, inovasi ekonomi kreatif
2	Pemasaran Digital	Desain konten pemasaran, menggunakan Canva,Canvas ,google bisnis,SEO
3	Evaluasi	Menjawab kusisioner melihat perkembangan pemahaman.

Pada kegiatan pertama diberikan edukasi tentang pengenalan ICT antara lain,perangkat keras dan perangkat lunak, internet, mesin pencarian seperti google,dan aplikasi media sosial. Setelah itu memperkenalkan apa itu digital eneterpreneurship, bagaimana cara menjadi seorang digital interpreneur dengan mempelajari kompetensi digital entrepreneurship. Kompetensi digital entrepreneurship meliputi tiga kompetensi yakni kompetensi wirausaha digital, kompentensi digital dan ekonomi inovasi ekonomi digital kreatif. Kompetensi wirausaha digital memiliki beberapa komponen yakni:1)Literasi ekonomi digital merupakan gabungan literasi ekonomi dan literasi digital berfungsi untuk meningkatkan keterampilan agar dapat memahami dan menggunakan informasi mengenai ekonomi dari berbagai sumber yang ditampilkan di internet. 2) pemasarasan digital merupakan pemasaran produk dengan menggunakan berbagai media seperti blog,

website, email, edwords dan lain lain. 3) Menciptakan lingkungan bisnis digital, keterampilan digital, kepemimpinan digital dan memahami budaya kewirausahaan. Sedangkan kompetensi digital meliputi literasi data dan informasi, komunikasi dan kolaborasi serta pembuatan konten digital yang terakhir inovasi ekonomi digital kreatif yang meliputi membuat refrensi inovasi ekonomi digital kreatif untuk menjawab kebutuhan pelanggan dan mengembangkan inovasi untuk menghubungkan pelanggan dan produk.

Pada kegiatan kedua diberikan bimbingan dan pelatihan mendesain konten dengan menggunakan aplikasi Canva, website dalam pemasaran digital yang bertujuan agar pelaku UMKM dapat menguasai dan mampu menciptakan konten pemasaran digital yang berkualitas dengan menerapkan tahapan tahapan seperti melakukan literasi informasi yang dibutuhkan konsumen, menetapkan tujuan dan sasaran pemasaran sesuai dengan target konsumen, membentuk strategi konten dan pembuatan konten dan mendistribusikan konten.

3. Pengaplikasian *Digital Entrepreneurship* melalui pemasaran Digital

Pelaku UMKM daerah kabupaten Toba sudah menguasai dalam menggunakan perangkat ICT, sehingga mampu menggunakan smartphone dalam pelatihan digital Entrepreneurship serta mampu mencari informasi melalui google dan aplikasi media sosial. Keterbatasan dalam pengetahuan *digital entrepreneurship* dan juga pemasaran digital sehingga dilakukan pengabdian berupa pelatihan *digital entrepreneur* dan pelatihan membuat konten melalui aplikasi Canva yang dilaksanakan sesuai dengan yang telah

direncanakan. Setelah itu konten akan dipublikasi melalui media sosial mereka.

4. Evaluasi

Setelah melakukan pelatihan dan bimbingan dilaksanakan post-test untuk mengukur perkembangan tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap materi yang diberikan, dari hasil post-test dapat diketahui adanya perkembangan signifikan terdapat kemampuan digital entrepreneurship. hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital juga meningkat sehingga pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya untuk semakin produktif dan berkembang. Hasil evaluasi setelah dilaksanakan pelatihan dari tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Evaluasi *Digital Entrepreneurship*

Kemampuan	Hasil Evaluasi kemampuan Digital entrepreneurship	
	SD	Rata_rata
Inovasi model Bisnis UMKM	2,65	75
Digital Markething Canva	4,49	69
Aplikas Canvas dalam Bisnis		74
Pemahaman internet mengadopsi digital	2,81	75
Dasar Media Digital	4,64	73
Google Bisnis	3,65	72
Membuat SEO	5,1	67
Media Sosial Marketing	4,41	77
Mengelola Toko Online	4,36	72
Pemasaran	4,2	70

konten		
Jumlah	Rata rata	72,4

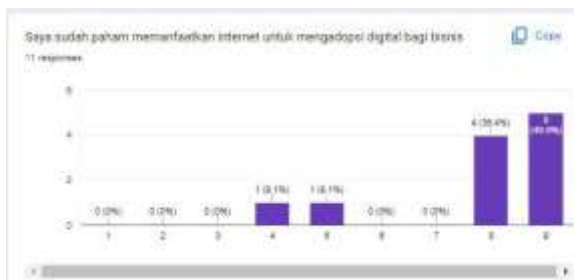
Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan Pelaku UMKM dalam pemahaman *Digital Entrepreneur* mencapai rata-rata mencapai 72,4 dari keseluruhan pelaku dan kemampuan.

Sedangkan peningkatan pemahaman tiap kemampuan dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 2: peningkatan dalam pembuatan SEO

Gambar dua menunjukkan kemampuan memahami dan membuat SEO dengan lebih dari angka 7 mencapai >75%



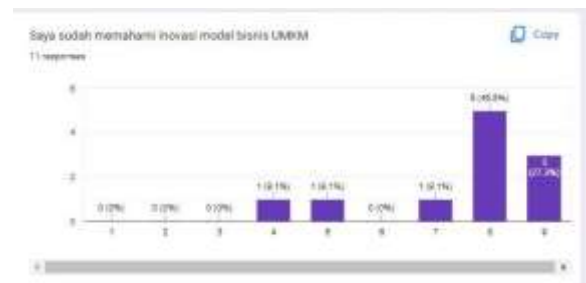
Gambar 3 ; Mengadopsi digital bagi bisnis

Gambar tiga menunjukkan kemampuan mengadopsi digital bagi bisnis dengan lebih dari angka 7 mencapai >86%



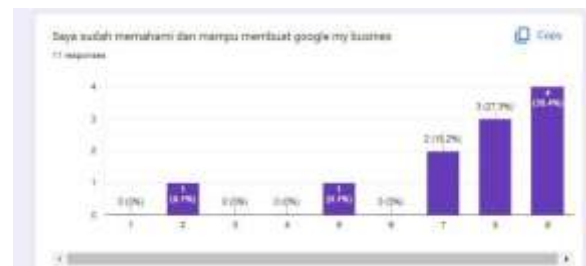
Gambar 4: Kemampuan memahami digital

Gambar empat menunjukkan kemampuan memahami digital marketing canva dengan lebih dari angka 7 mencapai >78%



Gambar 5; kemampuan inovasi

Gambar lima menunjukkan kemampuan inovasi model UMKM dengan lebih dari angka 7 mencapai >82%



Gambar 6: kemampuan memahami google bisnis

Gambar enam menunjukkan kemampuan memahami google bisnis dengan lebih dari angka 7 mencapai >80%

D. PENUTUP

Kesimpulan

Dampak pandemi telah membuat perekonomian nasional maupun global menjadi tidak stabil. Pandemi virus corona (COVID-19) membuat banyak sektor terpuruk, salah satunya sektor UMKM dengan rusaknya rantai pasokan, berkurangnya omset pendapatan, menurunnya kapasitas produksi, penutupan pabrik, *sosial distancing*, hingga larangan bepergian. Untuk membangkitkan UMKM agar bisa bertahan pasca pandemi COVID-19 ini dan berusaha kembali stabil perlu strategi dengan memanfaatkan penjualan melalui digital marketing atau pemasaran digital. Dengan adanya pelatihan *digital Entrepreneurship* terhadap pelaku UMKM memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kemampuan berwirausaha secara digital. Pelaku UMKM dilatih untuk meningkatkan kompetensi wirausahaan digital yang terdiri dari literasi digital pemasaran secara digital, menciptakan lingkungan usaha digital, meningkatkan keterampilan digital dan kepemimpinan digital berupa kemampuan mengambil risiko, sikap mental dalam berusaha, kemampuan manajemen usaha dalam hal produksi dan SDM serta kemampuan mengelola keuangan dalam memahami kebudayaan berwirausaha. Selain itu pelatihan *digital Entrepreneurship* ini juga meningkatkan kompetensi digital antara lain meningkatkan literasi informasi data komunikasi dan kolaborasi pembuatan konten digital, akses informasi, meningkatkan inovasi ekonomi digital dengan inovasi kreatif dalam menjawab kebutuhan pelanggan termasuk memanfaatkan pengetahuan digital dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan dalam menghubungkan antara pelanggan dan produk. Dengan kemampuan tersebut diharapkan mampu meningkatkan

kualitas UMKM dan peningkatan pendapatan UMKM terlebih terlebih menstabilkan perekonomian sosial.

Saran

Kegiatan pelatihan digital entrepreneur dalam upaya untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha secara digital bagi pelaku UMKM diharapkan dapat terus dilakukan. Disarankan supaya ada dukungan dan perhatian khususnya dari pihak Pemerintah daerah dan danasosiasi organisasi industri melalui kebijakan untuk meningkatkan kemampuan entrepreneurship pelaku UMKM guna mendukung penguatan daya saing dan meningkatkan kesejahteraan serta kemandirian ekonomi nasional.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Yenni Ratna Pratiwi, (2022) Pemulihan Perekonomian Indonesia Setelah Kontraksi Akibat Pandemi Covid-19 <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpk-nl-banjarmasin/baca-artikel/14769/Pemulihan-Perekonomian-Indonesia-Setelah-Kontraksi-Akibat-Pandemi-Covid-19.html>
- Dedy Sasongko, (2020) UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Tambunan, Tulus TH, UMKM di Indonesia (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009)
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia.

- Jurnal Lentera Bisnis, 9(2), 109.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Warta LPM*, 24(3), 412–426.
<https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.12615>
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & ... (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *Ikra-Ith ...*, November.
<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITHABDIMAS/article/download/778/584>
- Ratih, P., Zaenal, M., & Silvya, D. (2021). Digital Entrepreneurship in Pandemic Covid 19 Era: The Digital Entrepreneurial Ecosystem Framework. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10(1), 114–135.
<https://searchproquest-com.zorac.aub.aau.dk/docview/2488268016?pq-origsite=primo>
- Muafi, M., Syafri, W., Prabowo, H., & Nur, S. A. (2021). Digital Entrepreneurship in Indonesia: A Human Capital Perspective. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 351–359.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vo18.no3.0351>
- Kasidi. (2020). Tantangan Kewirausahaan Di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17–23.
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2021). Peningkatan Kesejahteraan Umkm Melalui Strategi Digital Marketing. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 124.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32388>
- Mawardi Janitra, (2022) Pengertian, Tujuan, dan Cara Melakukan Brainstorming Agar Berjalan Efektif
<https://www.quipper.com/id/blog/quipper-campus/campus-life/n-brainstorming-adalah-teknik-mengumpulkan-gagasan/>