

Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital pada Era 4.0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha

Digital Literacy Training in The Era of 4.0 for Small Businesses to Increase Entrepreneurship Intention

Ismah¹⁾. Suhendri²⁾. Wiwik KUSDARYANI³⁾

Program Studi Bimbingan dan Konseling, Universitas PGRI Semarang

Email : ¹⁾ismarifai0503@gmail.com, ²⁾suhendri@upgris.ac.id,

³⁾wiwikkusdaryani@upgris.ac.id

ABSTRAK Perkembangan UMKM belum berkembang secara maksimal dan belum mampu mengikuti pertumbuhan zaman, terlebih di era digital. Hal ini disebabkan x kurangnya sikap mandiri masyarakat dalam mengembangkan usaha, rendahnya minat berwirausaha di era digital 4.0, dan ketidakmampuan mengembangkan strategi interaksi terhadap pemasaran produk. Padahal, perkembangan UMKM sangat memberikan manfaat terkait kesejahteraan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, perkembangan UMKM sangat penting untuk dikembangkan agar masyarakat mendapatkan kesejahteraan ekonomi yang baik. Metode pengabdian ini adalah menyusun dan mengimplementasikan program PKM yang bermitra dengan PKK UMKM Kelurahan Kemijen, Kota Semarang. Pelaksana program ini adalah tim Universitas PGRI Semarang yang memberikan materi terkait perkembangan UMKM di era digital kepada anggota UMKM sebagai partisipan. Target yang dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yaitu anggota UMKM memperoleh pemahaman dan keterampilan terkait pengembangan UMKM sebagai sarana penting dalam kesejahteraan ekonomi masyarakat. Dengan berkembangnya perekonomian, diharapkan masyarakat lebih mampu memenuhi kebutuhannya. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini adalah peserta UMKM dapat memiliki pemahaman dan keterampilan terkait pengembangan sikap mandiri dalam berwirausaha, mampu mengembangkan minat untuk mengembangkan UMKM, serta memiliki keterampilan interaksi terhadap pemasaran produk.

KATA KUNCI Pengembangan UMKM, peningkatan minat berwirausaha

ABSTRACT The problem with the development of UMKM is that they have not developed optimally and have not been able to develop according to the times, namely the development of UMKM in the digital era. This is due to the lack of an independent attitude in developing businesses, low interest in entrepreneurship in the digital era 4.0 and the inability to develop interaction strategies for product marketing. If you look at the condition of the importance of the development of UMKM, it is very beneficial related to the economic welfare of the community. Therefore, the development of UMKM is very important to be developed so that society can get good economic welfare. This PKM program collaborates with partners, namely PKK UMKM, Kemijen Village, Semarang City. In this program, the Universitas PGRI Semarang team provided materials to UMKM members regarding the development of UMKM in the digital era. The output target achieved in community service activities (PKM) is that UMKM members gain understanding and skills related to the development of UMKM as an important means of developing the community's economy. It is hoped that the development of the people's economy will be able to meet their needs. The benefits obtained from this community service activity are that UMKM participants can have

understanding and skills related to developing independent attitudes in entrepreneurship and are able to develop interest in developing UMKM and have the skills to interact with product marketing.

KEYWORDS *UMKM development, increasing entrepreneurial interest*

Di era 4.0 ini, banyak masyarakat yang ingin berwirausaha karena memandang bahwa wirausaha merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas perekonomian keluarga dengan mudah. Sumardi (2007) menjelaskan bahwa pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan seorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang diharapkan dengan risiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan, dan mengembangkan bisnis dengan cara membuka kesempatan lapangan kerja. Seorang wirausaha adalah individu yang selalu mencari peluang bisnis dengan melihat masalah yang terjadi di masyarakat, lalu hadir dan menawarkan suatu produk barang atau jasa yang dapat menjadi solusi.

Dalam konteks ekonomi 4.0 misalnya, kita dapat menyaksikan berbagai inovasi yang diciptakan pengusaha untuk membuat hidup menjadi lebih mudah. Berbagai aplikasi pasar digital seperti BukaLapak, Shopee dan Tokopedia misalnya, memberi jalan bagi masyarakat untuk menjajakan barangnya. *Marketplace* tersebut membuka peluang yang sangat besar bagi masyarakat di semua daerah untuk berwirausaha. *Marketplace* tersebut telah terintegrasi dengan jasa perniagaan yang memungkinkan suatu barang dan jasa dibeli oleh seseorang yang berjarak jauh secara geografis dari penjual.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu cara untuk membangun perekonomian nasional, dimana perekonomian nasional diawali dengan membangun perekonomian di tingkat keluarga (UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM). Kebijakan pemberdayaan UKM secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, serta revitalisasi pertanian dan pedesaan, yang menjadi prioritas pembangunan nasional dalam tahun 2006.

Dalam kerangka itu, pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Sementara itu, pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah. Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, nilai tambah, dan

kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam *output* nasional dikategorikan rendah.

Segal, Borgia, dan Schoenfeld (2005) menyatakan bahwa toleransi akan resiko, keberhasilan diri dalam berwirausaha dan kebebasan dalam bekerja memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Menurut Susanto (2000), terdapat beberapa faktor yang memotivasi seseorang untuk menjadi *entrepreneur*, yaitu keinginan merasakan pekerjaan bebas, keberhasilan diri yang dicapai, dan toleransi akan adanya resiko

Dengan total penduduk sebanyak 13.413 jiwa dan luas wilayah 120,90 km², Kemijen berdampak pada pemenuhan kebutuhan yang besar terutama dalam hal kewirausahaan. Kemijen adalah wilayah yang strategis dari berbagai sisi. Kekayaan alam sangat melimpah ruah dikarenakan Kemijen dekat dengan laut dan memiliki lahan persawahan atau perkebunan yang luas. Hal ini menyebabkan potensi produksi yang sangat besar dan bervariasi. Daerah Kemijen terletak pada wilayah timur Semarang yang dekat dengan kota maupun kabupaten lain seperti Demak, Jepara, Grobogan, dan Pati. Daerah-daerah tersebut dapat menjadi daerah pasar atau konsumen bagi Kemijen.

Program pengabdian ini merangkul mitra PKK Kemijen, Semarang Timur. Secara umum, PKK Kemijen adalah organisasi masyarakat yang cukup aktif dalam berkegiatan. Namun, terlepas dari banyaknya kegiatan yang dirancang, terkadang pengurus PKK masih kebingungan dengan bagaimana merancang program yang pas yang dapat membuat warga masyarakat khususnya mensejahterakan keluarganya dengan meningkatkan kualitas hidup keluarga, misalkan dengan meningkatkan perekonomian.

Berdasarkan latar belakang di atas, tim pengabdian kepada masyarakat Universitas PGRI Semarang yang terdiri dosen dan dibantu mahasiswa memiliki solusi untuk mengembangkan sektor ekonomi melalui UMKM di Kelurahan Kemijen, Semarang Timur, Kota Semarang. Adapun *setting* kegiatan yaitu bentuk seminar, tujuannya adalah untuk mengembangkan UMKM melalui *platform* digital yang pelaksanaannya berbasis literasi digital agar terwujud Kelurahan Kemijen yang edukatif dan kreatif. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan format yang sederhana yaitu materi, praktik, dan diskusi agar peserta dapat memperdalam ilmu yang didapat mengenai *digital marketing*.

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengedukasi para ibu-ibu PKK yang memiliki atau ingin membuat UMKM khususnya di lingkungan Kelurahan Kemijen. Materi yang akan diberikan adalah mengenai UMKM dan cara mempromosikan produk melalui

platform digital (rencana kerja atau program lewat digital). Hal ini mengingat ada banyak sekali UMKM yang berhenti berproduksi dikarenakan ketidakmampuan untuk mendapatkan laba yang cukup untuk *cash flow*. Program pengabdian ini berusaha untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola penjualan dan pemasaran menggunakan aplikasi secara daring sehingga penjualan produk dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Dengan memahami strategi penjualan daring, diharapkan peserta memiliki keinginan untuk memulai atau mengembangkan usaha mereka sehingga tercipta lebih banyak UMKM di Kemijen, disertai dengan meningkatnya kesejahteraan di wilayah mereka.

PROSEDUR PELAKSANAAN

Metode kegiatan yang digunakan yaitu ceramah, praktek, dan diskusi tentang materi pengembangan UMKM yang meliputi pengembangan sikap mandiri dan kolaboratif, pengembangan minat berwirausaha, serta strategi pemasaran produk di era digital. Ketiga materi tersebut disampaikan oleh tiga orang dosen sebagai pelaksana kegiatan PKM. Selain ceramah dan praktik, ada sesi tanya jawab dengan peserta untuk mendapatkan masukan anggota UMKM dan pihak Kelurahan Kemijen. Tim pengabdian juga melakukan evaluasi secara langsung dengan menanyakan kesan dan pesan para peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap pengembangan UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan melalui waktu yang telah terencana antara tim PKM Universitas PGRI Semarang dan mitra (ibu-ibu PKK sebagai pelaku UMKM dan pihak kelurahan), dan diikuti sejumlah 48 orang ibu-ibu PKK sebagai anggota UMKM.

Kajian kebijakan pemberdayaan UKM tahun 2006 telah mengamanahkan pentingnya pengembangan UMKM. Maka, tim PKM melakukan kajian secara mendalam terkait permasalahan pengembangan UMKM Kelurahan Kemijen. Hasil menunjukkan bahwa UMKM belum berkembang secara maksimal, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Misalnya, *brand image* dari UMKM belum terbangun dan nilai profit tidak menunjukkan grafik peningkatan. Dengan demikian, tim menyusun suatu program terkait pengembangan UMKM melalui *digital marketing* kepada PKK Kelurahan Kemijen, dengan metode pelaksanaan yaitu ceramah, diskusi, serta pelatihan secara tatap muka.

Kegiatan ini diikuti 48 orang peserta PKK sebagai anggota UMKM Kelurahan Kemijen, seluruhnya wanita. Peserta dipilih langsung berdasarkan data dari kelurahan. Mereka adalah anggota yang aktif

dalam UMKM, dengan usia rata-rata sebanyak 45 tahun dan sudah menikah.

Pelaksanaan PKM dilakukan secara langsung di aula kelurahan yang dihadiri langsung pihak Kelurahan Kemijen. Harapan pasca pelatihan adalah adanya partisipasi dan *support* dari pihak kelurahan terhadap UMKM yang telah dilatih, baik secara moral maupun program. Pada hari pertama dilakukan penyajian materi dari tim PKM dan disusul pelatihan terkait strategi pemasaran produk berbasis digital di era 4.0 pada hari kedua. Untuk mengetahui hasil kegiatan ini, maka tim melakukan evaluasi pada setiap akhir kegiatan melalui metode diskusi, observasi, dan wawancara mendalam terkait materi yang telah disajikan dan pelatihan yang telah dipraktekkan langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM tentang pengembangan UMKM pada ibu-ibu PKK Kelurahan Kemijen ini memiliki keterkaitan dengan bimbingan dan konseling, yaitu layanan informasi dan konsultasi. Sebagai layanan informasi karena program ini dapat diberikan kepada seluruh pelaku UMKM yang belum memiliki sikap mandiri dan mengerti bagaimana strategi pemasaran produk di era digital. Dari segi pelayanan konsultasi, program ini menyediakan kegiatan konseling bagi peserta yang belum mampu mengembangkan kegiatan UMKM.

Pada sesi pertama, peserta diberikan materi pengembangan sikap mandiri dan kolaboratif dalam berwirausaha. Kemudian dilanjutkan materi tentang pengembangan minat berwirausaha di era digital 4.0, serta interaksi dengan memberikan masukan secara langsung oleh tim pengabdian kepada masyarakat untuk perbaikan kedepannya. Pada sesi selanjutnya, peserta mendapatkan materi strategi pemasaran produk di era digital dan melakukan simulasi secara langsung tentang pemasaran *online*.

Berdasarkan hasil evaluasi di lapangan, pelaksanaan program ini berjalan dengan baik. Peserta sangat antusias dan dapat memahami bagaimana cara mengembangkan UMKM untuk menambah penghasilan sehingga perekonomian masyarakat dapat meningkat. Selanjutnya, peserta diminta membuat kelompok kecil dan melakukan simulasi tentang cara pemasaran produk secara digital. Mereka belajar secara langsung dari pengalaman bagaimana menjual produk jasa atau barang UMKM melalui media daring atau media sosial.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait erat dengan bimbingan dan konseling. Bidang konseling yang difokuskan pada kegiatan ini yaitu layanan konseling karir, yang mana peserta diberi kesempatan

untuk berkonsultasi langsung tentang bagaimana menumbuhkembangkan sikap mandiri dan minat dalam berwirausaha, khususnya pengembangan UMKM di Kelurahan Kemijen untuk mendapatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Melalui pengabdian ini, peserta dapat memahami bagaimana seharusnya memasarkan produk secara *online* melalui simulasi.

Di dalam literatur, dapat ditemukan bahwa digitalisasi usaha adalah tren yang saat ini berkembang. Terlebih teknologi komunikasi telah matang pada satu dekade terakhir, bersamaan dengan infrastruktur jaringan yang terbangun merata di berbagai belahan bumi. Beberapa tim lain telah melakukan pelatihan *digital marketing* dengan maksud yang berbeda dari program pengabdian ini. Misalnya saja, Rahim dkk (2020) yang mendorong digitalisasi usaha dengan fokus memperkenalkan *artificial intelligence* yang sangat membantu menyederhanakan dan mengotomatisasi model bisnis apapun.

Sementara itu, temuan lain dari Nurhayati (2020) menunjukkan hasil yang serupa dengan salah satu tujuan program pengabdian ini. Melalui pelatihan mengenai *e-business*, ia menemukan bahwa guru-guru memiliki motivasi yang lebih tinggi untuk mencoba berwirausaha daring. Alasan utama dari guru-guru itu adalah wirausaha daring dapat dilakukan secara paruh waktu tanpa perlu mengesampingkan tugas pendidikan di sekolah. Belum lagi bisnis *online* dapat dengan mudah dilakukan hanya menggunakan perangkat ponsel genggam yang mereka miliki dengan modal seminimal mungkin.

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa masih terdapat kebutuhan dan potensi yang besar untuk bisnis *online* oleh masyarakat secara luas. Hal ini mengingat kebutuhan untuk mendongkrak dan melakukan pemerataan ekonomi, serta potensi untuk mempergiat masyarakat dalam berpartisipasi melakukan bisnis *online*. Harapannya, ke depan lebih banyak lagi usaha yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta dalam menstimulasi wirausaha melalui program pelatihan bisnis *online*.

Sementara itu, evaluasi dari kegiatan dilakukan setelah acara selesai dengan tanya jawab secara langsung. Sesi evaluasi menghasilkan bahwa bertambahnya tingkat pemahaman *digital marketing* dan ketertarikan peserta terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, peserta mendapatkan manfaat dari kegiatan ini karena tahu bahwa pada zaman sekarang kita harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan UMKM sehingga menghasilkan pendapatan maksimal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk kegiatan seminar kepada ibu-ibu PKK sebagai anggota Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Kelurahan Kemijen kota Semarang untuk memahami cara mengembangkan UMKM dan mempromosikan produk di era digital secara *online*. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini adalah pengetahuan dan pemahaman anggota UMKM tentang bagaimana mengembangkan sikap mandiri dan kolaboratif serta cara menumbuhkembangkan minat berwirausaha. Cramer (2002) secara eksplisit mempertimbangkan peran resiko dalam pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Soemanto (2002) mengatakan bahwa satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Kegiatan pengabdian ini sangat bermanfaat untuk masyarakat terutama para anggota UMKM. Dengan demikian kegiatan ini dapat ditindaklanjuti secara langsung memberikan pemahaman terhadap para anggota PKK agar mampu mengembangkan UMKM melalui kontrol pihak kelurahan sebagai pengambil kebijakan di Kelurahan Kemijen.

Para peserta tidak hanya mengembangkan UMKM saat kegiatan PKM, namun dapat dilakukan secara terus-menerus. Selain itu pihak kelurahan dapat menjadi pengawas terkait pengembangan UMKM di Kelurahan Kemijen. Hal ini bertujuan untuk kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Adi Susanto. 2000. Kewirausahaan. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Chabibie, Hasan, 1 Februari 2017. "Literasi Digital Sebagai Tulang Punggung Pendidikan". <http://pustekom.kemdikbud.go.id/literasi-digital-sebagaitulang-punggung-pendidikan/> / diunduh 20 Januari 2017.
- Erdianto, Kristanto, "Tingkatkan Literasi Digital Masyarakat, Pemerintah Bikin Program Ini". Kompas.com - 08/12/2017, 17:23 WIB. <http://nasional.kompas.com/read/2017/12/08/17231901/tingkatkanliterasi-digital-masyarakat-pemerintah-bikin-progam-ini> diunduh 20 Januari 2018.
- Nurhayati, S. (2020). Improving teachers' entrepreneurship skills in the Industry 4.0 through online business workshops. In Teacher Education and Professional Development In Industry 4.0: Proceedings of the 4th International Conference on Teacher Education and Professional Development (InCoTEPD 2019), 13-14 November, 2019, Yogyakarta, Indonesia (p. 81). CRC Press.
- Rahim, H., Ibrahim, S., Kamaruddin, S. B. A., Ghani, N. A. M., & Musirin, I. (2020). Exploration on digital marketing as business strategy model among Malaysian entrepreneurs via neurocomputing. IAES International Journal of Artificial Intelligence, 9(1), 18.

- Segal, G., Borgia, D. and Schoenfeld, J. (2005), "The motivation to become an entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 11 No. 1, pp. 42-57.
- Sumardi, K. (Pebruari 2007). Menakar jiwa wirausaha mahasiswa teknik mesin angkatan 2005. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, IV(10).
- Soemanto, (2002). Mengaktualisasikan sikap dan perilaku wirausaha. *Jurnal Online*.
- Mahesa. 2012. Analisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi minat berwirausaha. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/787/762>