

Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk

Faisol¹, Hestin Sri Widiawati², Erna Puspita^{3*}

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kota Kediri

Email: ernapuspita@unpkediri.ac.id^{2*}

Abstrak

UMKM tidak pernah lepas dari permasalahan dan hambatan dalam menjalankan usahanya, diantara permasalahan tersebut ialah lemahnya mental berwirausaha, pemasaran, kurang adaptif dengan perubahan dan perkembangan teknologi. Oleh karena itu dirasa perlu bagi pelaku UMKM untuk memperoleh tambahan pengetahuan dan pelatihan terkait kewirausahaan dan digital marketing agar lebih memahami bagaimana seharusnya menghadapi tantangan global agar usahanya dapat bertahan dan semakin berkembang. Metode pelatihan yang digunakan dibagi menjadi empat tahap, tahap pertama ialah penyampaian materi, tahap kedua studi kasus terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, tahap ketiga diskusi untuk memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya terkait permasalahan yang dihadapi, dan tahap keempat post test, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya berwirausaha dan strategi pemasaran digital sehingga memungkinkan pelaku UMKM dapat mencapai pasar yang lebih luas dan memanfaatkan potensi digital marketing.

Keywords: *Kewirausahaan, Pemasaran digital, UMKM*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu bentuk usaha di Indonesia yang jumlahnya terus bertambah dari tahun ke tahun. Di Provinsi Jawa Timur saja, pertumbuhan UMKM hingga tahun 2023 jumlahnya mencapai 1.153.576. Pelaku UMKM di seluruh provinsi di Indonesia 43,13% didominasi oleh Gen X, yaitu generasi yang lahir pada tahun 1965 hingga 1980, diikuti oleh generasi milenial atau Gen Y sebanyak 29,43% yaitu generasi yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996. Sedangkan dilihat dari latar belakang pendidikan, pelaku usaha UMKM sebesar 46% hanya tamatan SMA/sederajat, 24% tamat SD/sederajat, 20% tamat Diploma I/II/III. Latar belakang pendidikan yang rendah dan usia yang sudah tidak lagi muda, merupakan salah satu permasalahan bagi pelaku UMKM ketika dihadapkan dengan persaingan global dan perkembangan teknologi. Tidak heran jika metode pemasaran yang digunakan oleh sebesar 56% pelaku UMKM adalah non digital, dan hanya sebesar 20% saja yang sudah menggunakan pemasaran berbasis digital (https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/statistik).

Meskipun jumlah UMKM terus bertambah dari tahun ke tahun, akan tetapi pelaku UMKM tidak pernah lepas dari permasalahan dan hambatan dalam menjalankan usahanya, diantara permasalahan tersebut ialah lemahnya mental berwirausaha, pemasaran, kurang

adaptif dengan perubahan dan perkembangan teknologi, dan cenderung mengabaikan kualitas (Rahyono & Alansori, 2021). Lebih lanjut (Dewi et al., 2022) menjelaskan bahwa meskipun UMKM diakui mampu menyerap tenaga kerja, akan tetapi kontribusi dalam output nasional masih dikategorikan rendah. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat produktivitas pelaku UMKM yang diakibatkan oleh tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha yang masih rendah.

Selain kewirausahaan, pemasaran juga menjadi permasalahan bagi pelaku UMKM, seperti telah diungkapkan sebelumnya bahwa metode pemasaran yang digunakan oleh 56% pelaku UMKM adalah *non digital*, dan hanya sebesar 20% saja yang sudah menggunakan pemasaran berbasis digital. Padahal saat ini perkembangan teknologi pemasaran tidak dapat diabaikan begitu saja apabila pelaku usaha ingin bertahan dan dapat bersaing. Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi sehingga kegiatan pemasaran lebih interaktif dan terpadu dan memudahkan interaksi antara produsen, perantara dan calon konsumen. Dengan *digital marketing* membuat konsumen lebih mengenal produk UMKM meskipun berada di tempat yang jauh tanpa harus melihat secara langsung (N. Jannatin et al., 2020). Karena itulah adopsi pemasaran digital menjadi sangat penting bagi keberlangsungan hidup UMKM (Susanti, 2020). Menurut (Supriyanto, 2022) kemampuan pelaku usaha kecil dalam inovasi strategi pemasarannya menjadi sangat penting, karena dengan memanfaatkan platform digital berdampak signifikan terhadap penjualan produk dan meningkatkan profit.

Permasalahan yang sama juga dialami oleh pelaku UMKM di Kabupaten Nganjuk. Pelaku UMKM Kabupaten Nganjuk juga didominasi oleh Gen X dengan latar belakang pendidikan SD, SMP, SMA/sederajat. Oleh karena itu dirasa perlu bagi pelaku UMKM untuk memperoleh tambahan pengetahuan dan pelatihan terkait kewirausahaan dan *digital marketing* agar pelaku UMKM lebih memahami bagaimana seharusnya seorang pelaku usaha menghadapi tantangan global agar usahanya dapat bertahan dan semakin berkembang.

Pelaku UMKM Kabupaten Nganjuk juga didominasi oleh Gen X dengan latar belakang Pendidikan SD, SMP, SMA/sederajat. Oleh karena itu dirasa perlu bagi pelaku UMKM untuk memperoleh tambahan pengetahuan dan pelatihan terkait kewirausahaan dan *digital marketing* agar pelaku UMKM lebih memahami bagaimana seharusnya seorang pelaku usaha menghadapi tantangan global agar usahanya dapat bertahan dan semakin berkembang. Oleh karena itu, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk bekerja sama dengan Universitas Nusantara PGRI Kediri untuk memberikan pelatihan mengenai kewirausahaan

dan *digital marketing* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Nganjuk sebagai Solusi permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM di Kecamatan Nganjuk.

Rencana kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam dua gelombang dan dibagi menjadi empat tim pelaksana, karena banyaknya jumlah peserta dan dilaksanakan di dua kecamatan yang berbeda pada setiap gelombangnya. Materi yang disampaikan kepada peserta pelatihan ialah terkait pengelolaan keuangan, penyusunan laporan keuangan, kewirausahaan dan *digital marketing*. Waktu pelaksanaan ialah 28 sampai dengan 31 Agustus 2023 di Kecamatan Tanjunganom dan di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk. Target yang diharapkan ialah peserta pelatihan yaitu pelaku UMKM di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk lebih memahami bagaimana seharusnya seorang pelaku usaha menghadapi tantangan global agar usahanya dapat bertahan dan semakin berkembang.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam dua gelombang, gelombang pertama dilaksanakan pada 28 dan 29 Agustus 2024 di Kecamatan Tanjunganom, gelombang kedua dilaksanakan pada 30 dan 31 Agustus 2024 di Kecamatan Prambon. Materi yang disampaikan kepada peserta pelatihan ialah terkait pengelolaan keuangan, penyusunan laporan keuangan, kewirausahaan dan *digital marketing* yang dilaksanakan oleh empat tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Tim penulis ialah tim empat, yang bertugas melaksanakan kegiatan pelatihan pada 31 Agustus 2024 dengan materi kewirausahaan dan *digital marketing*. Kegiatan diikuti oleh 40 pelaku UMKM di Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk. Metode pelatihan yang digunakan dibagi menjadi empat tahap, di mana tahap pertama ialah penyampaian materi, tahap kedua ialah studi kasus terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, tahap ketiga adalah diskusi untuk memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya terkait permasalahan yang dihadapi, dan tahap keempat ialah *post test*, yang bertujuan untuk mengetahui Tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan dilaksanakan pada hari Kamis, 31 Agustus 2024, mulai pukul 08.00 - 12.00 di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk. Metode pelatihan yang digunakan dibagi menjadi empat tahap, di mana tahap pertama ialah penyampaian materi, tahap kedua ialah studi kasus terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, tahap ketiga adalah diskusi untuk memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya terkait

permasalahan yang dihadapi, dan tahap keempat ialah *post test*, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan Pelatihan

Pada tahap pertama dengan pemberian materi tentang kewirausahaan dan teknik pemasaran digital (*Digital Marketing*). Hal ini menjadi pertimbangan tim karena UMKM di Kecamatan Prambon Nganuk dianggap perlu dan penting memahami pentingnya materi tersebut untuk menumbuhkan kemajuan dalam usahanya. Dikarenakan para pelaku UMKM di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganuk masih banyak melakukan pemasaran yang sederhana salah satunya dengan metode dari “mulut ke mulut”. Dengan adanya masalah tersebut peserta diberikan materi terkait permasalahan tentang bagaimana cara pemasaran yang bisa meningkatkan penjualan sehingga dapat pula meningkatkan ekonomi keluarga. Tim pengabdian masyarakat juga memberikan solusi kendala dan trik dalam menghadapi permasalahan dalam usahanya. Kegiatan ini dihadiri 40 peserta terlihat sangat semangat, hal ini bisa dilihat dari banyaknya pertanyaan peserta terkait permasalahan yang dihadapi. *Sharing* berjalan dengan sangat lancar dengan susana kekeluargaan memudahkan materi dipahami oleh peserta. Secara teori UMKM di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganuk masih sangat kurang dalam pemahaman dari kewirausahaan tersebut, sehingga dengan pemberian materi dari tim pengabdian masyarakat tentang kewirausahaan sangatlah membantu dan diharapkan akan menambah wawasan peserta yang akan berdampak pada perkembangan usaha mereka dan juga akan berdampak pada perkembangan ekonomi keluarga.



Gambar 2. Sesi Pemaparan Materi

Tahap kedua dilakukan studi kasus terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan tahap ketiga adalah diskusi untuk memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya terkait permasalahan yang dihadapi,. Pada tahap kedua dan ketiga ini lebih banyak kegiatan diskusi antara tim pengabdian dengan para peserta, terkait permasalahan yang selama ini dihadapi oleh pelaku usaha, mulai dari kesulitan memperoleh modal, bagaimana pengemasan yang baik, membaca peluang usaha, hingga masalah pemasaran produk. Tahap keempat ialah *post test*, yang bertujuan untuk mengetahui Tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan. Pada tahap ini, peserta diberikan post test terkait materi yang disampaikan. Dari hasil post test dapat diketahui bahwa pengetahuan peserta jauh lebih baik dibandingkan sebelum kegiatan pelatihan. Sehingga, kegiatan pengabdian ini bisa dikatakan telah berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.



Gambar 3. Peserta, Tim Pengabdian Dan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk.

KESIMPULAN

Kesimpulan kegiatan pelatihan tentang kewirausahaan dan teknik pemasaran digital (*Digital Marketing*) untuk UMKM di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk adalah bahwa kegiatan ini memiliki dampak positif yang signifikan pada kemampuan pelaku UMKM untuk mengelola dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efisien dan efektif. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM di Kecamatan Nganjuk telah diberdayakan dengan pengetahuan dan keterampilan yang mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Setelah kegiatan berakhir, peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya berwirausaha dan strategi pemasaran digital sehingga memungkinkan pelaku UMKM di Kecamatan Prambon Ngajuk dapat mencapai pasar yang lebih luas dan memanfaatkan potensi pemasaran *online*. Harapan ke depan kerja sama antara Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri dengan Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk terus berlanjut dan pelaku UMKM mampu menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh dalam setiap kegiatan pelatihan yang dilaksanakan

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan khususnya kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menjadi narasumber dalam banyak kegiatan selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M. W., Kusuma, I. L., Kristiyanti, L., Fitria, T. N., & Budiyono, B. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26–31. <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.4304>
- Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur (2024). Statistik Data UMKM Nasional. https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/statistik.
- N. Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation And Action*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Rahyono, R., & Alansori, A. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM dan Masyarakat di Kelurahan Sukarame Bandar Lampung. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 100–104. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1479>
- Supriyanto, A. (2022). Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Uliq Food di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus. *Journal of Community Service and Empowerment (JCSE)*, 3(1), 38–46. <https://doi.org/10.32639/jcse.v3i1.80>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36–50. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>