



PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL BAGI UMKM DI KOTA BATAM

ENTREPRENEURSHIP TRAINING IN THE DIGITAL ERA FOR MSMEs IN BATAM CITY

Fendi Hidayat^{1*}

^{1*}Universitas Batam, Kota Batam,

^{1*}fendihidayat@univbatam.ac.id

Article History:

Received: April 10th, 2023

Revised: April 17th, 2023

Published: April 20th, 2023

Keywords: *Entrepreneurship, MSME, Digital Marketing, Financial Management.*

Abstract : *Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are one of the pillars of the Indonesian economy which is a solution to reducing poverty and reducing the unemployment rate in Indonesia. With this strategic existence, it is necessary to develop MSME actors. With the development of information technology, MSMEs must be taught how to maximize digital marketing in order to reach a wider market. In addition, the use of business strategies and good financial management can make the business healthier and growing. Therefore, with entrepreneurship training in the digital era for MSMEs in Batam City, it is hoped that it can provide knowledge and skills for micro-entrepreneurs so that they can develop appropriate business strategies and maximize the use of digital technology and good financial management for their businesses.*

Abstrak

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia yang keberadaannya terbukti mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan keberadaan yang strategis ini, maka pembinaan terhadap pelaku UMKM menjadi sangat penting agar memiliki keunggulan kompetitif sehingga usahanya bisa semakin berkembang. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, maka pemanfaatan teknologi digital untuk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah menjadi suatu keharusan agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, penggunaan strategi bisnis dan pengelolaan keuangan yang baik dapat membuat usaha semakin sehat dan berkembang. Oleh karena itu dengan adanya pelatihan kewirausahaan di era digital bagi UMKM di Kota Batam ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kemampuan bagi pelaku usaha mikro agar dapat menyusun strategi usaha yang tepat dan memaksimalkan penggunaan teknologi digital serta pengelolaan keuangan yang baik bagi usahanya.

Kata Kunci: Kewirausahaan, UMKM, Pemasaran Digital, Pengelola Keuangan.

PENDAHULUAN

Dalam UU Cipta Kerja pasal 90 ayat 1 dijelaskan bahwa Pemerintah pusat maupun daerah harus berperan aktif dalam memfasilitasi, memberikan dukungan serta menstimulasi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) agar usahanya semakin meningkat dan naik level. Regulasi ini disusun tidak lepas dari keberadaan UMKM yang menjadi salah satu komponen penting bagi pertumbuhan ekonomi bangsa (Satria et al., 2021). UMKM sendiri merupakan bentuk usaha yang lazim di kalangan masyarakat kita dan didirikan atas inisiatif oleh seseorang yang terbukti memiliki peran penting dalam membantu pemerintah untuk mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia (Suhendar & Suhardi, 2018). UMKM berkontribusi menyerap jumlah tenaga kerja sebesar 99,45% pada tahun 2006 dan terbukti dapat membantu menanggulangi kemiskinan yang ada di Indonesia (Zahra et al., 2021).

Berdasarkan data pada tahun 2019, terdapat 81.486 UMKM yang ada di Kota Batam dan jumlah itu terus bertambah setiap tahunnya sehingga untuk memaksimalkan potensi UMKM maka Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam menganggap perlu menyelenggarakan berbagai pelatihan yang dapat membantu UMKM menghadapi berbagai permasalahan yang dihadapi (Kurniawan et al., 2022).

Dengan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat menuntut UMKM untuk menerapkan pemasaran secara digital (Bhakti et al., 2022) sehingga ini menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM. Pemasaran digital dimaksudkan agar pelaku UMKM dapat menyebarkan produk dan jasanya melalui jejaring elektronik (online) (Yulaini et al., 2022). Jejaring elektronik (internet) merupakan media pemasaran yang efektif dan murah saat ini (Biduri et al., 2022). Beberapa keuntungan menggunakan internet sebagai media promosi adalah dapat menjangkau konsumen lebih luas (Wibowo et al., 2022).

Promosi barang dan jasa menjadi mudah dan dapat menjangkau konsumen dari berbagai negara. Pelaku usaha juga tidak harus memiliki toko atau tempat usaha fisik karena dengan menggunakan pemasaran digital UMKM dapat menggunakan sosial media ataupun *marketplace* secara online untuk menjual produk dan jasanya (Hazwardy & Gunawan, 2020). Hal ini dikarenakan media sosial yang menjadi alat pemasaran digital dapat digunakan untuk membangun interaksi dan mengaitkan orang dalam kelompok (Pranogyo et al., 2022). Sosial media memiliki dampak positif untuk meningkatkan daya beli konsumen serta dapat digunakan untuk membangun persepsi positif usaha terhadap konsumen (Hidayat, 2020).

Kurangnya pengetahuan dan kepiawaian UMKM dalam menghadapi perkembangan teknologi dan digitalisasi membuat UMKM mengalami kendala ketika mengelola usahanya. Karena untuk menjangkau konsumen lebih luas, maka UMKM harus bisa mengoptimalkan pemasaran secara digital (Puspita et al., 2023). Oleh karena itu dalam pengabdian ini dilakukan pelatihan kewirausahaan di era digital bagi UMKM di Kota Batam dengan tujuan agar UMKM dapat memaksimalkan pemasaran digital dan mendapatkan keunggulan kompetitif sehingga

usahanya dapat bersaing secara global, mendapatkan konsumen lebih luas hingga mancanegara dan usahanya bisa naik level. Kegiatan ini difasilitasi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam yang terus berkomitmen untuk melakukan pendampingan dan pembimbingan bagi UMKM di Kota Batam agar dapat bersaing secara global dan ikut serta dalam meningkatkan perekonomian.

METODE

Pelatihan kewirausahaan di era digital bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Batam dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 20 Oktober 2022 jam 08.30-16.00 WIB bertempat di Hotel Travelodge, Batam dengan menerapkan beberapa metode diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Metode Ceramah

Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi kepada peserta pelatihan dengan menggunakan slide pemaparan yang ditampilkan dengan menggunakan media proyektor dimana pemateri memberikan penjelasan dan peserta menyimak materi yang diberikan.

b. Diskusi

Setelah mendapatkan materi yang diberikan oleh narasumber, selanjutnya dilakukan metode diskusi untuk meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Melalui diskusi ini peserta menyampaikan pertanyaan sesuai dengan materi yang disampaikan dan kendala yang sering mereka hadapi berkaitan dengan materi yang disampaikan. Tanya jawab yang terjadi selama diskusi memberikan banyak pemahaman bagi peserta dan juga pemateri dalam melihat penerimaan peserta terhadap materi yang telah disampaikan.

c. Praktik

Untuk membiasakan peserta terhadap berbagai sistem dan teknologi yang harus digunakan, maka metode selanjutnya yang digunakan adalah Praktik secara bertahap langkah-langkah menyusun strategi dan juga pemanfaatan teknologi untuk pemasaran usahanya.

d. Konsultasi

Metode terakhir yang digunakan adalah konsultasi yang diberikan oleh narasumber terhadap peserta yang ingin mendalami dan mencari solusi terhadap persoalan usaha yang dihadapi. Dengan metode ini peserta mendapatkan bimbingan secara intensif untuk mencari solusi atas permasalahan usaha yang dihadapinya.

HASIL

Kegiatan pelatihan kewirausahaan di era digital kepada pelaku usaha mikro diselenggarakan oleh dinas koperasi dan usaha mikro pada hari Kamis tanggal 20 Oktober 2022 bertempat di Hotel Travelodge, Batam. Adapun peserta pelatihan adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah menjadi binaan dari dinas koperasi dan usaha mikro Kota Batam.



Gambar 1. Penyampaian Materi

Peserta pelatihan diberikan beberapa materi yang bermanfaat untuk meningkatkan usahanya diantaranya adalah tips strategi kewirausahaan dan cara membangun usaha di era digital, kemudian peserta juga diberikan bimbingan tentang cara mengelola keuangan dan pemahaman tentang tantangan yang akan dihadapi dalam menjalankan usahanya. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan dan pembekalan bagi pelaku usaha mikro dalam meningkatkan daya saing usahanya di tengah persaingan dan pesaran digital seperti saat ini. Dengan mengikuti pelatihan ini diharapkan peserta memiliki strategi dalam pengembangan usahanya serta bisa menerapkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualannya dengan memanfaatkan perangkat digital yang dimilikinya.



Gambar 2. Penyampaian Materi Tentang Strategi dan Pemetaan Bisnis di Era Digital

Penyampaian materi dengan metode ceramah juga disampaikan dengan santai disesuaikan dengan karakteristik peserta. Selain itu juga disertai visual yang memudahkan pemahaman peserta. Hal ini dimaksudkan agar materi dapat diserap peserta dengan baik dan tujuan kegiatan dapat tercapai. Peserta sangat antusias dengan materi yang disampaikan, meskipun peserta kebanyakan berusia lanjut tidak menyurutkan semangat mereka untuk terus mengasah ilmunya agar usahanya dapat meningkat dan naik level.



Gambar 3. Foto bersama dengan peserta pelatihan

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan tema Pelatihan kewirausahaan di era digital bagi pelaku UMKM di Kota Batam berjalan dengan lancar dan peserta sangat antusias dengan kegiatan tersebut. Peserta pelatihan mendapatkan pengetahuan dan kemampuan baru tentang cara menyusun strategi bisnis, pemetaan usaha, pemasaran digital dan pengelolaan keuangan bagi usaha mikro.

Era digital saat ini memang membutuhkan pesaran dengan memanfaatkan media digital. Tidak hanya sekedar posting di sosial media, namun juga membutuhkan strategi tertentu untuk menarik pembeli melalui postingan yang dibuat di sosial media. Penyusunan strategi pembuatan konten dan melihat pangsa pasar sesuai dengan perilaku pengguna sosial media juga sangat penting agar promosi yang dibuat bisa menjangkau target pasar yang tepat sesuai kebutuhan konsumen.

Dengan berbagai perangkat digital dan strategi usaha yang tepat dapat membantu pelaku UMKM untuk mengoptimasi bisnisnya dan meminimalisir resiko kerugian. Penyusunan strategi yang baik dapat meningkatkan daya saing usaha dan mengotomasi proses bisnis, sehingga usaha dapat berjalan secara efektif dengan penggunaan sumber daya yang efisien.

Pada awalnya peserta pelatihan masih belum memahami tentang pentingnya memetakan usaha dan menyusun strategi usaha. Peserta juga masih belum memaksimalkan pemasaran secara digital dan masih memasarkan secara konvensional sehingga belum memaksimalkan pemasaran digital dengan baik. Hal ini tidak lepas dari pemahaman peserta yang masih kurang terhadap optimalisasi pemasaran digital dan pemilihan alat pemasaran digital yang tepat sesuai dengan karakteristik penggunaannya. Dalam hal pengelolaan keuangan usaha, peserta masih mengelola keuangan usaha secara konvensional dan bercampur dengan keuangan pribadinya. Selain itu peserta yang mayoritas telah berusia lanjut memberikan tantangan tersendiri dalam memperkenalkan berbagai aplikasi digital yang dapat digunakan mendukung usahanya.

Dengan pelatihan ini, pelaku usaha mikro diajarkan dan dituntun dalam penyusunan dan pembuatan strategi usahanya, mengembangkan potensi usaha agar meningkat menjadi lebih besar dan memaksimalkan perangkat digital untuk pemasaran usahanya.

Setelah mengikuti pelatihan ini diharapkan peserta dapat :

1. Menyusun strategi usahanya agar sesuai dengan kebutuhan pasar dan mendapatkan pangsa pasar yang sesuai dengan usahanya.
2. Menyusun peta persaingan usaha untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dari usaha yang dimiliki
3. Memanfaatkan media digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga usahanya bisa berkembang dan mendapatkan pangsa pasar lebih luas.
4. Mengelola keuangan usaha secara lebih rapi dan terstruktur sehingga alur transaksinya dapat diketahui dengan baik dan lebih cerdas dalam mengelola keuangan usaha.

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan bisnis sekecil apapun tetap harus membuat strategi bisnis atau bisnis model sehingga usaha yang akan dijalankan memiliki peta bisnis yang jelas. Selain itu dengan berkembangnya teknologi digital maka usaha mikro harus memanfaatkan teknologi digital tersebut untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan jangkauan pasar lebih luas tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan omset usahanya. Pelaku usaha juga harus mampu mengatur alur keuangannya agar tidak kehabisan modal karena salah mengelola keuangan usahanya. Dari pelaksanaan pelatihan ini peserta mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang cara membuat usaha dan meningkatkan usaha di era digital. Diharapkan pendampingan terhadap usaha mikro terus berlanjut, mengingat UMKM merupakan salah satu nadi perekonomian bangsa. Dengan pendampingan yang berkelanjutan diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan usahanya dan bisnisnya semakin berkembang.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih pada Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro yang telah memfasilitasi dan menyelenggarakan kegiatan ini sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami sampaikan untuk seluruh staf dan pegawai Dinas Koperasi dan Usaha Mikro yang tidak lelah mendukung dan menyiapkan kegiatan ini dengan baik

DAFTAR REFERENSI

- Bhakti, Y. B., Astuti, I. A. D., & Syahid. (2022). Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Hasil Pertanian di Desa Citorek Timur. *Sinar Sang Surya (Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(2), 453–460.
- Biduri, F. N., Widiastuti, Harun, Y., & Yuniar, E. (2022). PELATIHAN PEMASARAN PRODUK (BERWIRAUUSAHA) DI MASA NEW NORMAL. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 276–283.
- Hazwardy, D., & Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81–88. <https://mail.journal.unjani.ac.id/index.php/jkwk/article/view/11>
- Hidayat, F. (2020). Analisa Data Pengaruh Akun Instagram @Kulinerkotabatam Terhadap Minat Beli Konsumen. *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)*, 17(2), 29–32. <https://doi.org/10.36080/bit.v17i2.1132>
- Kurniawan, D., Lestari, N., Gunawan, H., Sinarti, S., Darmawan, A., Putri, W. A., Setiyanto, A. I., Irianto, D., Slamet, M. R., Halim, M. I., & Sumarna, A. D. (2022). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis PSAK EMKM Bagi Koperasi dan UMKM di Kota Batam di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, 4(2), 94–104. <https://doi.org/10.30871/abdimpolibatam.v4i2.2878>

- Pranogyo, A. B., Megayani, M., Hendro, J., Tarsono, O., Sumampouw, R. W. J., & Syamsuar, G. (2022). Pelatihan Soft Skills Wirausaha UMKM Go Digital. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 2(2), 20–29. <https://doi.org/10.36406/progresif.v2i2.648>
- Puspita, D., Anggraeni, L., Khumaidi, A., & Wati, R. (2023). SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK MELALUI (INTERNET MARKETING) PADA UMKM. *Jurnal Gembira (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 155–160.
- Satria, W. I., Zulkarnain, P. D., & Effendy, M. (2021). PKM Penyuluhan Tren UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 177–184. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1307>
- Suhendar, D., & Suhardi, D. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kerupuk Dorokdok Desa Cibingbin Kecamatan Cibingbin, Kabupaten Kuningan. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 45–52. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v1i02.1573>
- Wibowo, F. X. P., Hernawan, E., Alexander, Simbolon, S., Limajatini, Winata, S., & Gultom, J. B. (2022). Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing Bagi Pemuda dan Pemudi di Era Pandemi Covid 19 Kelurahan Kotabumi Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. *ABDI DHARMA*, 2(1), 5–10. <https://doi.org/10.31253/ad.v2i1.1073>
- Yulaini, E., Pramika, D., Hodsay, Z., Widhi, D., Gunawan, H., Toyib, M., Permatasari, N., & Suryani, I. (2022). PELATIHAN DAN WORKSHOP KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL DI SEKOLAH Abstrak Indonesia merupakan bangsa yang memiliki penduduk yang banyak Kewirausahaan atau entrepreneur merupakan banyak orang dengan cepat dan berbasis digital (digital entrepreneur). *Digit. Wahana Dedikasi*, 5(1), 151–156.
- Zahra, I. P., Khoirunisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Toko Kuenak Di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–4.