

Pemberdayaan Dan Pengembangan Entrepreneur-X Melalui Digitalisasi di Medokan Semampir RW 03 Surabaya

Empowerment and Development of Entrepreneur-X Through Digitalization in Medokan Semampir RW 03 Surabaya

Ratnaningsih Sri Yustini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
ratnaningsih@untag-sby.ac.id

Dyah Rini Prihastuty

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
dyahrini@untag-sby.ac.id

Alamat : Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118
korespondensi email : ratnaningsih@untag-sby.ac.id

Article History:

Received: 30 Mei 2024

Revised: 05 Juni 2024

Accepted: 30, Juni 2024

Keywords: Empowerment, entrepreneur-X development, digitalization, the Community Service Program, MSMEs, material creation, education, evaluation.

Abstract: Implementing Community Service (PKM) activities is very important because it will provide an introduction and knowledge about entrepreneurship. Empowerment and development of local potential through digitalization has become the main focus in Medokan Semampir RW 03. This research aims to explain the method of activities carried out in solving problems related to the development of MSMEs in the region. Through this activity method, it is hoped that empowerment and development of local potential can be achieved by improving the problems faced by MSME actors. Steps such as consultation with local authorities, direct approaches to MSME players, as well as providing education and assistance in the form of banners and stickers are expected to help improve marketing and branding of their products. Apart from that, by creating new business ideas such as making grass jelly iced milk, it is hoped that it can encourage innovation and creativity in local businesses. In the process, follow-up and monitoring of MSME actors as well as evaluation of work program results are carried out to ensure the success of implementing solutions and evaluating their effectiveness. It is hoped that the results of this research will provide benefits in improving the economy and strengthening local potential in Medokan Semampir RW 03. By utilizing digitalization and community empowerment holistically, it is hoped that it can create a conducive environment for the development of MSMEs and improve the quality of life of local communities.

Abstract: Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sangat penting karena akan memberikan pengenalan dan pengetahuan tentang kewirausahaan. Pemberdayaan dan pengembangan potensi lokal melalui digitalisasi telah menjadi fokus utama di Medokan Semampir RW 03. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan metode kegiatan yang dilakukan dalam memecahkan masalah yang terkait dengan pengembangan UMKM di wilayah tersebut. Melalui metode kegiatan ini, diharapkan dapat tercapai pemberdayaan dan pengembangan potensi lokal dengan memperbaiki masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Langkah-langkah seperti konsultasi dengan pihak berwenang setempat, pendekatan langsung kepada pelaku UMKM, serta pemberian penyuluhan dan bantuan dalam bentuk banner dan stiker diharapkan dapat membantu meningkatkan pemasaran

* Ratnaningsih Sri Yustini, ratnaningsih@untag-sby.ac.id

dan branding produk mereka. Selain itu, dengan menciptakan ide usaha baru seperti pembuatan es susu cincau, diharapkan dapat mendorong inovasi dan kreativitas dalam usaha lokal. Dalam prosesnya, follow-up dan monitoring terhadap pelaku UMKM serta evaluasi hasil program kerja dilakukan untuk memastikan keberhasilan implementasi solusi dan mengevaluasi efektivitasnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan perekonomian dan memperkuat potensi lokal di Medokan Semampir RW 03. Dengan memanfaatkan digitalisasi dan pemberdayaan masyarakat secara holistik, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan UMKM dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.

Kata Kunci: *Pemberdayaan, pengembangan entrepreneur-X, digitalisasi, , UMKM, pembuatan bahan kegiatan, penyuluhan, evaluasi.*

PENDAHULUAN

Pada era digital yang semakin maju seperti saat ini, pemanfaatan teknologi menjadi kunci penting dalam mengembangkan dan memberdayakan sektor bisnis. Salah satu sektor yang perlu mendapatkan perhatian adalah UMKM, yang memiliki peran strategis dalam perekonomian. Di Kota Surabaya, khususnya di Kelurahan Medokan Semampir RW 03, terdapat potensi besar untuk mengembangkan UMKM menjadi lebih kuat dan berdaya saing. sebagai solusi untuk mendorong pemberdayaan dan pengembangan entrepreneur di wilayah tersebut.

Program ini memiliki fokus utama pada penerapan digitalisasi sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM di Medokan Semampir RW 03. Dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti internet, platform e-commerce, metode pembayaran digital, dan banyak hal lainnya, diharapkan UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan kualitas produk serta layanan yang mereka tawarkan. Pemanfaatan digitalisasi ini juga diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM, seperti masalah pemasaran, branding, manajemen keuangan, dan lain sebagainya.

Selain itu, program ini juga bertujuan untuk memberikan pendidikan dan pelatihan kepada para pelaku UMKM di Medokan Semampir RW 03 mengenai penggunaan teknologi digital dalam mengoptimalkan potensi lokal yang ada. Melalui pendekatan ini, para pelaku UMKM akan diberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha mereka. Dalam hal ini, mahasiswa sebagai agen perubahan akan berperan sebagai fasilitator yang membantu UMKM dalam menerapkan solusi digitalisasi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan bisnis mereka.

Dengan demikian, melalui program ini di Medokan Semampir RW 03, diharapkan dapat terlihat dampak positif dari penerapan digitalisasi dalam pemberdayaan potensi UMKM lokal. Selain memberikan manfaat langsung bagi UMKM, program ini juga diharapkan dapat menjadi contoh dan inspirasi bagi wilayah lain dalam mengembangkan potensi UMKM

melalui digitalisasi. Melalui sinergi diharapkan terwujud ekosistem yang mendukung pertumbuhan pelaku UMKM yang tangguh dan inovatif melalui pemanfaatan teknologi digital

METODE KEGIATAN

Metode pengabdian ini berbentuk empiris atau pendekatan yang dilaksanakan melalui bimbingan teknik pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital. Pada pengabdian ini akan disajikan dan di presentasikan berbagai materi sesuai kebutuhan tentang kewirausahaan dan pemasaran digital . Yang menjadi anggota atau tim dalam kegiatan ini adalah Ratnaningsih dan Dyah Rini. Metode kegiatan yang dilakukan dalam memecahkan masalah pengembangan potensi lokal terbagi menjadi beberapa tahap. Pertama, dilakukan pengenalan sebagai langkah awal. Kedua, dilakukan konsultasi dengan ibu-ibu Kepala Desa untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang kondisi dan kebutuhan masyarakat setempat. Ketiga, dilakukan pendekatan kepada pelaku UMKM di berbagai RT untuk mengetahui permasalahan yang mereka hadapi dan memberikan solusi yang sesuai. Keempat, dilakukan pembuatan bahan kegiatan program bantuan berdasarkan hasil analisis dan konsultasi sebelumnya.

Setelah itu, dilakukan penyuluhan dan pembagian banner serta stiker kepada pelaku UMKM untuk membantu meningkatkan pemasaran dan branding produk mereka. Selanjutnya, dilakukan pembuatan es susu cincau sebagai bentuk kreativitas ide usaha baru yang dapat membantu mengembangkan variasi produk UMKM. Tahap berikutnya adalah follow-up dan monitoring pelaku UMKM untuk memastikan implementasi solusi dan memberikan bimbingan jika diperlukan.

Selanjutnya, dilakukan evaluasi hasil program kerja untuk mengevaluasi keberhasilan dan efektivitas solusi yang diberikan.. Dengan demikian, melalui metode kegiatan yang terstruktur dan terorganisir ini diharapkan dapat mencapai tujuan pemberdayaan dan pengembangan potensi lokal di wilayah tersebut.

a) Pembukaan





Program ini dimulai dengan acara pembukaan yang berlangsung di Medokan Semampir RW.03, Surabaya. Tepat pada hari Senin, 13 Mei 2024 pembukaan dilaksanakan dengan lancar. Acara ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai tujuan dan tanggung jawab dalam menjalankan program tersebut. Melalui acara ini, diharapkan mahasiswa dapat memahami pentingnya kontribusi mereka dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat. Acara ini dihadiri oleh Ketua RW 03, Ketua RT 01-05, serta ibu-ibu kader yang menjadi penggerak inti segala kegiatan yang akan di lakukan.

b) Konsultasi dengan Ibu-Ibu Kades mengenai Program yang Akan Dijalankan



Kegiatan selanjutnya yaitu pada hari Selasa, 14 Mei 2024 adalah konsultasi dengan ibu-ibu Kader mengenai program yang akan dijalankan. Dalam konsultasi ini, kami berinteraksi untuk mendengarkan aspirasi, kebutuhan, dan harapan mereka terhadap program yang kami lakukan. serta akan menjelaskan rencana program yang telah disusun dan meminta masukan serta saran untuk meningkatkan keberhasilan program tersebut. Konsultasi dengan ibu-ibu Kader ini akan memungkinkan adanya kolaborasi dan sinergi

antara mahasiswa dengan masyarakat setempat, sehingga program dapat lebih sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

c) Pendekatan kepada Pelaku UMKM di berbagai RT



Kegiatan selanjutnya, yakni berupa kegiatan yang melibatkan pendekatan kepada pelaku UMKM di RT.01- 05 yang dilakukan selama 3 hari di tanggal 21,22 dan 27 Mei 2024. kami melakukan pertemuan dengan pelaku UMKM untuk memahami kondisi usaha mereka, tantangan yang dihadapi, serta peluang pengembangan. Dalam interaksi tersebut, serta memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk menyampaikan aspirasi dan kebutuhan mereka, sambil menjelaskan program bantuan yang dapat disediakan oleh tim.

d) Pembuatan Bahan Kegiatan Program Bantuan



f) Pembuatan Es Susu Cincau Sebagai Salah Satu Bentuk Kreativitas Ide Usaha



Pada hari Minggu, 26 Mei 2024 adalah kegiatan pembuatan produk yaitu Es Cincau Susu sebagai salah satu bentuk kreativitas ide usaha dari kami terhadap warga RT 04 terutama terhadap usaha ibu Ida.

g) Follow-up dan Monitoring Pelaku UMKM Mengenai Implementasi Program Kerja

Selanjutnya pada hari Sabtu, 1 Juni 2023 dilakukannya Follow Up dan Monitoring terhadap pelaku UMKM mengenai implementasi program kerja yang telah kami lakukan apakah ada kendala atau berjalan dengan baik.

h) Evaluasi Hasil Program Kerja

Selanjutnya pada hari Sabtu, 2 Juni 2024 dilakukannya kegiatan Evaluasi hasil Program Kerja dari kami mengenai implementasi program kerja yang telah kami lakukan apakah ada kendala atau berjalan dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Solusi

Berdasarkan informasi yang diperoleh terkait permasalahan mitra seperti yang diuraikan di analisis situasi dan permasalahan mitra, tim pengabdian ingin membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu kurangnya kemampuan UMKM dalam menggunakan IT sehingga dilaksanakan Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Media aplikasi yang bisa digunakan dalam pemasaran digital yaitu whatsapp, instagram, facebook, google adsen, dll. Aplikasi atau media di atas merupakan media atau aplikasi yang dapat memudahkan UMKM dalam melaksanakan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital. Sehingga UMKM menjadi go digital dan

menambah omset penjualan. Tim pengabdian bermaksud untuk memberikan pendampingan kepada UMKM dalam memberikan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital DI MEDOKAN SEMAMPIR RW 03, SURABAYA.

Adapun metode ahli yang dimaksud yaitu transfer ilmu serta membimbing untuk membuat media dengan memanfaatkan IT untuk memfasilitasi pemasaran digital dalam menuju UMKM go digital di lapangan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah tercapainya seluruh kegiatan pemberdayaan dan pengembangan pelaku UMKM. Sebagai langkah awal, dilakukan pre-test sebelum pendekatan berlangsung dengan topik pembahasan tentang pemberdayaan potensi lokal dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai peluang yang potensial. Pre-test ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan awal mitra terkait topik topik yang dibahas di dalamnya. Kemudian, setelah pemateri memberikan materi kepada mitra, dilakukan post-test untuk menilai pemahaman mereka setelah mendapatkan materi tentang topik tersebut.

Analisis pre-test dan post-test dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana terjadi peningkatan pengetahuan para mitra. Data dari kedua tes tersebut dianalisis dan hasilnya direpresentasikan dalam tabel berikut:

Responden	Rata-Rata		Selisih	N-Gain
	Pre-Test	Post-Test		
Mitra	680	1.580	900	0,88

Dapat dilihat hasil diatas nilai dari N-Gain yang ditampilkan adalah 0,88 yang mengartikan bahwa peningkatan pengetahuan dari mitra termasuk kedalam kategori yang tinggi. Terlihat pada Table di atas juga perbandingan dari hasil rata-rata pre-test dan post-test yang cukup besar. Hal ini menunjukkan setelah diberi pendekatan tentang pemberdayaan potensi lokal dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai peluang yang potensial sudah berjalan dengan sukses.

Dari hasil analisa selama kegiatan yang telah dilakukan disimpulkan bahwa pengetahuan dan keterampilan mitra telah bertambah/meningkat. Mitra juga merasakan peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang dirasa sangat membantu pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi yang ada demi keberlangsungan usaha mereka.

2. Digital Marketting

Cara kerja digital marketing adalah dengan membangun sebuah website atau akun media sosial untuk bisnis yang akan dipromosikan, membuat konten di website atau akun media sosial (organic marketing), memilih media periklanan digital marketing (paid marketing), melakukan analisis pasar (paid marketing), membuat iklan yang menarik dengan menautkan post website atau media sosial (paid marketing), publikasi iklan (paid marketing), menghasilkan pelanggan dari iklan tersebut. Berikut merupakan beberapa aktivitas digital marketing, yaitu:

- a. Content Marketing (Pemasaran Konten) Content Marketing merupakan sebuah cara untuk menjangkau dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui konten-konten yang berbasis kepentingan pelanggan.
- b. Search Engine Marketing (Teknik Pemasaran Produk) Search Engine Marketing merupakan sebuah cara mencari informasi produk melalui search engine atau mesin pencari dengan mengetik kata kunci yang akan dibeli.
- c. Social Media Strategy (Strategi Sosial Media) Social Media Strategy merupakan sebuah cara untuk memasarkan produk melalui media sosial, seperti artikel, Facebook, Twitter, dan lain-lain. Fungsi periklanan digital marketing adalah dapat menyampaikan, menyebarluaskan, dan menawarkan produk maupun jasa agar mencapai tujuan tertentu secara cepat dan tepat. Beriklan melalui digital marketing juga membuat perusahaan semakin kompetitif di era digital. Brand awareness merupakan bagian yang ingin ditonjolkan oleh perusahaan melalui periklanan melalui pemasaran konvensional maupun digital, yang bertujuan untuk mengenalkan suatu produk ataupun merek agar semakin mudah diterima oleh masyarakat. Keuntungan lainnya adalah membangun database market, dengan digital marketing dapat mengumpulkan prospek konsumen dengan kriteria target audiens yang spesifik. Database ini dapat digunakan perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa melalui e-mail atau iklan digital yang sangat efektif dan efisien dalam kegiatan digital marketing. Analisis data merupakan salah satu tujuan dari periklanan di bidang digital marketing, setelah menentukan target maka hal berikut yang dilakukan adalah menganalisa untuk menerapkan sistem digital marketing yang paling efektif dan efisien kepada perusahaan klien. Menggunakan beberapa macam alat sebagai halaman analisa untuk mengukur sebuah iklan, perilaku user, dan termasuk penggunaan anggaran iklan, sehingga dapat mencapai target pemasaran. Seperti Google Analytics, Search Console, Facebook Ads Manager, Instagram Insights, dan lain-lain. Terdapat beberapa media dalam memaksimalkan penggunaan digital marketing yaitu website, content marketing, Media sosial, SEO

(Search Engine Optimization, dan SEM (Google Ads & Facebook Ads). Karena digital marketing cenderung baru, banyak perusahaan yang belum paham dalam pengaplikasiannya di komunikasi pemasaran. Perusahaan-perusahaan ini membutuhkan bantuan dari agency yang bergerak di bidang digital marketing. Digital marketing dimaknai sebagai satucara promosi atau pemasaran sebuah produk maupun jasa melalui media digital dan selama beberapa tahun terakhir ini merupakan sebuah pendekatan kreatif baru bagi konsumen, terlebih untuk menciptakan kesan yang menyenangkan.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa dengan kegiatan pendekatan dapat meningkatkan pengetahuan mitra dengan N-Gain sebesar 0,88 yang dapat dikategorikan tinggi, dan terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital. Secara keseluruhan, pemberdayaan melalui digitalisasi telah memberikan manfaat yang besar dalam pengembangan potensi bisnis lokal dan kontribusi positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Medokan Semampir RW 03, Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bala, D. Verma (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing.
- Baltes, L. P. (2015). Content marketing-the fundamental tool of digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 8(2), 111.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital marketing: strategy. Implementation And.*
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation \& practice.* Pearson uk.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *e Marketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing.* Routledge.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing.* Routledge.
- Charlesworth, A. (2014). *Digital marketing: A practical approach.* Routledge.
- Desai, V. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 5(5), 196–200.10.Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019).

Digital marketing. In Handbook of the Economics of Marketing(Vol. 1, pp. 259–290). Elsevier.

Insani, Abdi. (2021). “TemplatePenulisan Artikel Jurnal Abdi InsaniUnram”. Lembaga Pengabdian PadaMasyarakat-Unram: Mataram.

Stafa, Regina (2022). “Perancangan Website Desa Mamben Baru Berbasis Content Management System (Cms) Wordpress”. Lembaga Pengabdian PadaMasyarakat-Unram: Mataram.