

**Pelatihan Inovasi Usaha dan Digital Marketing
Bagi Pelaku Usaha Catering dan Angkringan di Kel. Sidanegara,
Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap**

***Business Innovation and Digital Marketing Training
For Catering and Angkringan Business Actors in Kel. Sidanegara,
District Central Cilacap, Kab. Cilacap***

Asharryadi Noegroho, Annisa Rahayu Pangesti, Dede Yusuf, Safitri Dwi Lestari, Syifa Marsyanda

Kewirausahaan, Universitas Al-irsyad Cilacap, Indonesia
dms.unaic@gmail.com, r.nisapangesti@gmail.com, yusuf.dede17@gmail.com,
Safitridw24@gmail.com, Syifamarsyanda29@gmail.com

Alamat : Jl. Cerme No.24, Wanasari, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53223

Korespondensi email : dms.unaic@gmail.com

Article History:

Received: januari 29, 2024;

Accepted: februari 29, 2024;

Published: maret 30, 2024;

Keywords: *Business Innovation;*

Digital Marketing; MSMEs;

Community Economy.

Abstract: *Business Innovation and Digital Marketing Literacy is important knowledge to improve business development and how to utilize digital marketing among society now and in the future. Good literacy knowledge of business innovation and digital marketing makes people who want to or have even entered the business world able to plan, manage and develop their business. Entrepreneurship is one way that can be done by various groups of people to gain social status in society, improve the community's economy and for investment in the future. The aim of this service is to improve the mindset of good, organized, innovative business development and more contemporary marketing, especially for MSMEs in the Cilacap Regency area. As a result of this activity, it is hoped that the public will gain knowledge regarding how to innovate business development and attractive digital marketing.*

Abstrak

Literasi Inovasi Usaha dan Digital Marketing merupakan pengetahuan yang penting guna meningkatkan pengembangan usaha dan bagaimana memanfaatkan digital marketing dikalangan masyarakat pada masa sekarang dan mendatang. Pengetahuan literasi inovasi usaha dan digital marketing yang baik menjadikan masyarakat yang ingin atau bahkan sudah terjun ke dunia usaha mampu untuk merencanakan, mengelola dan mengembangkan usahanya. Berwirausaha merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk memperoleh status sosial dimasyarakat, meningkatkan perekonomian masyarakat dan untuk investasi dimasa yang akan datang. Tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan pola pikir pengembangan usaha yang baik, tertata, inovatif dan pemasaran yang lebih kekinian khususnya bagi pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Cilacap. Hasil kegiatan ini, diharapkan masyarakat mendapatkan pengetahuan terkait bagaimana inovasi pengembangan usaha dan pemasaran digital yang menarik.

Kata Kunci : Inovasi Usaha; Digital Marketing; UMKM; Ekonomi Masyarakat.

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, literasi inovasi usaha dan digital marketing menjadi dua komponen vital yang tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan dasar, tetapi juga sebagai kunci keberhasilan bagi pelaku usaha. Inovasi dalam berwirausaha membuka peluang untuk

* Asharryadi Noegroho, dms.unaic@gmail.com

menciptakan produk dan layanan yang berbeda dan lebih unggul dibandingkan kompetitor. Sementara itu, digital marketing menyediakan platform yang efektif dan efisien untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, memperkenalkan produk atau layanan, dan membangun brand awareness. Dalam konteks ini, literasi inovasi usaha dan digital marketing tidak hanya membantu pelaku usaha dalam merencanakan dan mengelola bisnis mereka, tetapi juga memungkinkan mereka untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis.

Bagi masyarakat yang ingin atau sudah terjun ke dunia usaha, memiliki pemahaman yang mendalam mengenai literasi inovasi usaha dan digital marketing adalah investasi berharga (Sufa et al., 2023). Dengan pengetahuan ini, mereka dapat mengidentifikasi peluang, memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, dan mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka. Selain itu, kemampuan untuk berinovasi dan menggunakan digital marketing secara efektif juga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan mencapai status sosial yang lebih baik. Oleh karena itu, mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya literasi inovasi usaha dan digital marketing merupakan langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di masa mendatang (Anwar, 2022).

Tidak dapat dipungkiri bahwa di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kompetisi dalam dunia usaha semakin ketat. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk atau layanan yang mereka tawarkan, tetapi juga pada bagaimana mereka bisa berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran (Riofita et al., 2024). Penguasaan literasi inovasi usaha dan digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai platform digital, seperti media sosial, e-commerce, dan iklan online, guna menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Dengan demikian, kemampuan untuk berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital tidak hanya menjadi keunggulan kompetitif, tetapi juga menjadi kebutuhan dasar dalam menjalankan usaha yang berkelanjutan di tengah perkembangan teknologi yang pesat.

(Dwijono Wiyono et al., 2020) Inovasi adalah implementasi praktis dari ide-ide kreatif. Untuk mewujudkan inovasi, diperlukan tingkat kreativitas yang tinggi. Kreativitas itu sendiri adalah kemampuan untuk memperkenalkan sesuatu yang baru ke dalam kehidupan kita. Faktor yang mempengaruhi pencapaian keberhasilan (Sukmawati & Chahyono, 2021), Proses belajar interaktif dalam sebuah unit organisasi inovatif, di mana proses belajar dan penelitian dari ide-ide mengabaikan fungsi tradisional dalam suatu organisasi, adalah faktor kunci dalam menciptakan inovasi. Organisasi yang datar dan kecil juga memainkan peran penting. Selain

itu, orientasi pasar, yang didasarkan pada visi mereka yang berada dalam pasar, merupakan elemen penting. Suasana inovasi dan visi, yaitu memiliki visi yang sederhana dan jelas serta memberikan dukungan yang serius untuk menciptakan suasana inovasi, juga menjadi faktor penentu keberhasilan dalam menciptakan inovasi. (Dwijo Wiyono et al., 2020)

Mitra merupakan pelaku usaha catering dan angkringan di wilayah Kel Sidanegara, lebih tepatnya di jalan Jl. Indraloka No.49, Tambaksari, Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53212. Usaha ini sudah dimulai sejak September 2020 dengan konsep “Om Ndut Culinary Station “ yang mana diharapkan dikemudian hari ada banyak divisi dagangnya dan lebih dapat memaksimalkan lagi pemasarannya secara digital. Untuk proses produksinya, semua makanan yang dijual dimasak di rumah dengan pengawasan langsung dari pemilik usaha, bahan-bahan yang digunakan dibeli dari pedagang di pasar tradisional yang menjadi langganan pemilik usaha. Selama ini pengelolaan manajemen usaha dipegang langsung oleh pemilik, mulai dari jenis masakan yang akan dijual, belanja bahan makanan, penerimaan pesanan makanan, keuangan usaha hingga pemasaran produk usaha.



Gambar 1. Foto Tampak Depan Angkringan Om Ndut

KEGIATAN IDENTIFIKASI

Berdasarkan uraian permasalahan yang dihadapi oleh mitra, solusi yang dapat diberikan oleh pengusul yaitu dengan memberikan pelatihan inovasi dan digital marketing yang efektif, tepat dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Pemberian solusi ini didasarkan pada pokok permasalahan yang dihadapi oleh mitra yang ingin ada inovasi pada usahanya dan memaksimalkan digital marketing untuk usahanya. Pengetahuan literasi tentang inovasi usaha dan digital marketing yang efektif diharapkan menjadi solusi bagi mitra, agar usahanya semakin berkembang dan semakin dikenal banyak orang melalui digital marketing yang efektif dan tepat bagi mitra. Karena tidak memiliki staf khusus yang ahli di bidang teknologi informasi yang terus berubah, pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam menemukan solusi teknologi informasi yang tepat. Untuk dapat berkembang dan bersaing, mereka memerlukan teknologi

informasi yang sesuai di era digital sekarang ini. Kendala lain, yakni banyaknya ragam produk teknologi, membuat pelaku UMKM bingung memilih solusi yang pas. Oleh sebab itu para pelaku UMKM membutuhkan panduan dalam memilih teknologi informasi yang tepat sesuai jenis usaha dan kebutuhannya (Riofita et al., 2024).

METODE

Metode yang digunakan pada pengabdian masyarakat ini sebagai berikut : Menghubungi mitra untuk pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu Om Ndut Culinary Station di Kel. Sidanegara, Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap. Setelah itu mengkonfirmasi kepada mitra mengenai permasalahan yang dihadapi dan melakukan perencanaan kegiatan serta solusi atas persoalan yang dihadapi. Selanjutnya menyiapkan tempat yang digunakan untuk kegiatan pengabdian masyarakat. Melaksanakan kegiatan pelatihan tentang literasi Inovasi Usaha dan Digital Marketing. Permasalahan dibidang pemasaran akan diatasi dengan melakukan promosi melalui media offline dan media sosial online facebook, Instagram, Adsense serta WhatsApp Business.

Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan UMKM Entrepreneur Expo UNAIC, untuk menentukan lokasi, waktu, dan peserta kegiatan. Tim pengabdian juga menyiapkan materi, fasilitas, dan peralatan yang dibutuhkan untuk pelatihan dan pendampingan. Selanjutnya dilakukan tahapan sosialisasi kegiatan. Tim pengabdian juga memberikan presentasi materi pelatihan inovasi berwirausaha dan digital marketing secara tatap muka langsung. Pada tahap terakhir ini tim pengabdian melakukan evaluasi hasil dan dampak dari pelaksanaan kegiatan.

HASIL

A. Pelatihan Inovasi Usaha

Peserta akan mempelajari prinsip-prinsip dasar inovasi, termasuk pengertian inovasi, jenis-jenis inovasi (seperti inovasi produk, proses, atau pemasaran), dan peran inovasi dalam pertumbuhan bisnis. Selain itu juga mempelajari tentang analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*) (Sasoko & Mahrudi, 2023) yang berguna untuk mengembangkan usahanya dan menghadapi persaingan di pasar. Hasil dari pelaksanaan pelatihan tersebut pelaku UMKM berinovasi dalam mengembangkan menu makanannya, antara lain oseng mercon daging sapi, gulai daging sapi, rawon daging sapi, oseng mercon ceker dan menjadi agen susu murni di kota Cilacap.

B. Pelatihan Digital Marketing

Memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran digital, optimisasi media sosial, serta analisis data untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis mereka. Pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang tren terkini dalam industri digital, membekali peserta dengan keterampilan yang relevan dalam menghadapi tantangan ekonomi yang terus berkembang. Hasil dari pelaksanaan pelatihan tersebut pelaku UMKM menggunakan beberapa media sosial untuk mendukung usahanya, yaitu Whatsapp Business dan Facebook.



Gambar 2. Kunjungan Ke Kedai Om Ndut

Ketentuan Tabel

Pada pelatihan ini, setelah melakukan pelatihan kami melaksanakan evaluasi terhadap kegiatan tersebut. Dengan cara menyebarkan kuisioner kepada peserta, terdapat 5 pertanyaan yang disebarkan. Dan berikut ini tabel pertanyaannya ;

Tabel 1. Tabel Pertanyaan.

PERTANYAAN	YA	TIDAK
Apakah kegiatan ini dimulai dan berakhir sesuai jadwal?		
Apakah Anda memahami materi yang disampaikan?		
Apakah metode yang digunakan membantu Anda dalam memahami materi?		
Apakah narasumber menguasai materi yang disampaikan?		
Apakah kegiatan ini berguna dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari?		

Setelah melakukan penyebaran kuisioner kepada para responden, kami berhasil mengumpulkan data jawaban dari peserta. Di bawah ini adalah tabel yang memuat jawaban dari tiga peserta yang berpartisipasi dalam penelitian ini:

Tabel 2. Tabel Jawaban Peserta

Peserta 1	Peserta 2	Peserta 3
1	1	1
1	1	1
1	0	0

1	1	1
0	1	0

Keterangan :

1 = YA

0 = TIDAK

DISKUSI

Dari 3 peserta yang mengikuti pelatihan ini dan sudah mengisi kuisioner, pelatihan ini memberikan manfaat serta menjawab permasalahan yang ada di angkringan Om Ndut. Dimulai dari waktu pelatihan yang bisa tepat waktu, akhirnya membuat peserta merasa nyaman memulai pelatihan ini. Selanjutnya terkait mereka memahami terkait materi yang disampaikan oleh narasumber, semua peserta memahami karena cukup relate dengan aktivitas yang ada di tempat usaha mereka. Selain itu aspek metode yang digunakan untuk memahami materi, memang ada beberapa peserta yang kurang paham dikarenakan Bahasa yang digunakan memang cukup akademis. Tapi pada aspek narasumber yang menguasai materi, itu bisa dipastikan narasumber memahami materi karena memang dosen maupun mahasiswa sudah ahlinya di bidang tersebut. Selanjutnya apakah kegiatan tersebut bisa diterapkan pada kehidupan sehari-hari atau tidak memang ada beberapa peserta yang tidak sesuai karena berbeda dengan tupoksi mereka ketika melakukan aktifitas. Kesimpulan dari pelatihan yang kami laksanakan itu memberikan manfaat bagi peserta saat ini, walaupun.

KESIMPULAN

Literasi inovasi dalam usaha dinilai penting untuk pengembangan dan kemajuan sebuah usaha. Pengetahuan literasi inovasi usaha dan digital marketing yang baik menjadikan masyarakat yang ingin atau bahkan sudah terjun ke dunia usaha mampu untuk merencanakan, mengelola dan mengembangkan usahanya. Pada masa kini digital marketing sangat penting untuk mendukung pemasaran online, meningkatkan jangkauan dan akses pembeli, baik di dalam maupun manca negara.

Literasi inovasi usaha dan digital marketing merupakan elemen kunci yang tidak bisa diabaikan dalam pengembangan usaha di era digital saat ini. Pemahaman yang baik mengenai kedua aspek ini memungkinkan pelaku usaha untuk merencanakan, mengelola, dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif dan efisien. Inovasi usaha memberikan keunggulan kompetitif yang dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, sementara digital marketing menyediakan sarana untuk menjangkau konsumen secara luas dan membangun brand awareness dengan cara yang lebih modern dan terukur.

Secara keseluruhan, peningkatan literasi inovasi usaha dan digital marketing di kalangan masyarakat tidak hanya akan mendukung pertumbuhan ekonomi, tetapi juga membantu individu mencapai status sosial yang lebih baik dan mempersiapkan investasi yang berkelanjutan di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi berbagai kalangan, baik pemerintah, lembaga pendidikan, maupun sektor swasta, untuk terus mendorong dan memfasilitasi pendidikan serta pelatihan yang berkaitan dengan inovasi usaha dan digital marketing guna menciptakan ekosistem usaha yang lebih dinamis dan kompetitif.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Karena kegiatan ini sudah berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi para peserta, kami mengucapkan terima kasih untuk angkringan Om Ndut sudah memperbolehkan kami melakukan kegiatan pengabdian ini. Serta kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM UNAIC sudah memfasilitasi kegiatan PkM ini dan alhamdulillah berjalan dengan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, M. (2022). GREEN ECONOMY SEBAGAI STRATEGI DALAM MENANGANI MASALAH EKONOMI DAN MULTILATERAL.
- Dwijo Wiyono, H., Ardiansyah, T., Rasul, T., & Bahasa dan Seni, F. (2020). KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM BERWIRAUSAHA. 1(2), 2020.
- Riofita, H., Rifky, Mg., Raudatul Salamah, L., Asrita, R., Nurzanah, S., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). PERUBAHAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PASAR KONSUMEN DI ERA DIGITAL. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 1(3), 21–26. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). JURNAL STUDI INTERDISIPLINER PERSPEKTIF TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM SEBUAH PERENCANAAN KEGIATAN.
- Sufa, S. A., Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., & Indriastuti, Y. (2023). MEDIA SOSIAL, LITERASI DIGITAL, DAN INOVASI BISNIS TRIKOTOMI BARU DALAM MANAJEMEN STRATEGI. <https://www.journal.uinsgd.ac.id/index.php/branding>.