

---

**“Upskill Digital Entrepreneurship Sebagai Strategi Bertahan Usaha Mikro Wilayah Nusukan Banjarsari Paska Pandemi Covid-19”**

**"Upskill Digital Entrepreneurship as a Strategy to Survive Micro-Enterprises in the Nusukan Banjarsari Region After the Covid-19 Pandemic"**

Endah Nawangsasi<sup>1)</sup>, Denny Mahendra<sup>2)</sup>, Setyani Sri Haryanti<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dharma AUB Surakarta

Email : [Ajiraisp@gmail.com](mailto:Ajiraisp@gmail.com)<sup>1)</sup>, [dennymahendr@gmail.com](mailto:dennymahendr@gmail.com)<sup>2)</sup>, [pixel\\_cmp@yahoo.com](mailto:pixel_cmp@yahoo.com)<sup>3)</sup>

**ABSTRAK**

Pengabdian Kepada Masyarakat ini berkaitan dengan permasalahan makro terkait pandemik yang berimbas kepada usaha mikro di wilayah Nusukan Banjarsari Surakarta. Peserta dari kegiatan ini adalah pelaku usaha mikro yang sebagian besar adalah ibu-ibu PKK di Kelurahan Nusukan, Pengurus Bank Sampah Kelurahan Nusukan Sub Ekonomi Kreatif dan Karang Taruna RW di Nusukan. Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat STIE AUB pada pertengahan bulan pada 23 Mei 2021 di salah satu Rumah Pengurus RW di Nusukan. Permasalahan pengembangan keahlian di bidang bisnis digital di Kelurahan Nusukan membutuhkan tindak lanjut dalam pengembangannya. Walaupun masyarakat sudah memiliki gadget pendukung seperti HP dalam usahanya namun perlu sekali peningkatan literasi digital untuk mengelaborasi kemampuan bisnisnya. Hal tersebut dimaksudkan agar nilai tambah dalam memberikan pelayanan usaha dapat meningkat. Melalui Tim Pengabdian masyarakat STIE AUB Surakarta pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan metode workshop pelatihan tentang Peningkatan Kompetensi Digital untuk mendukung kewirausahaan digital (*e-entrepreneurship*) yang diawali dengan memperbanyak literasi digital. Pemberdayaan ini disamping dapat meningkatkan kompetensi digital diharapkan juga dapat mendukung kegiatan usaha mikro sehingga di era pandemik ini pendapatan masyarakat juga turut meningkat. Mengikuti perkembangan jaman saat ini yang menerapkan sistem online, pelatihan ini juga melatih masyarakat untuk selalu melek teknologi. Setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan pada warga masyarakat di Kelurahan Nusukan harapannya dapat meningkatkan kompetensi digital dan menambah kreasi dalam melakukan *kegiatan usaha* yang dipasarkan secara online melalui media sosial.

Kata Kunci : Literasi Digital, Kompetensi Digital, Kewirausahaan Digital

**ABSTRACT**

This Community Service is related to macro problems related to the pandemic which has impacted micro businesses in the Nusukan Banjarsari Surakarta area. Participants in this activity were micro business actors, most of whom were PKK women in Nusukan Sub-District, Management of the Nusukan Sub-Creative Economy Garbage Bank and the RW Youth Organization in Nusukan. This Community Service was carried out by the STIE AUB community service team in the middle of the month on May 23 2021 at one of the RW Management Houses in Nusukan. The problem of developing skills in the field of digital business in the Nusukan Village requires follow-up in its development. Even though people already have supporting gadgets such as cellphones in their business, it is very necessary to increase digital literacy to elaborate their business capabilities. This is intended so that added value in providing business services can increase. Through the STIE AUB Surakarta community service team, community empowerment is carried out using a training workshop method on Increasing Digital Competence to support digital entrepreneurship (*e-entrepreneurship*) which begins with increasing digital literacy. In addition to increasing digital competence, this empowerment is also expected to support micro-business activities so that in this pandemic era, people's income will also increase. Keeping up with current developments that implement an online system, this training also trains people to always be technology literate. After carrying out training activities for community members in the Nusukan Village, it is hoped that they can increase digital competence and increase creativity in carrying out business activities that are marketed online through social media.

Keywords: Digital Literacy, Digital Competence, Digital Entrepreneurship

---

### A. Analisis Situasi

Di tengah kondisi dan situasi ekonomi paska pandemik covid-19 saat ini, tertantang untuk menjadi seorang wirausahawan menjadi alternatif motivasi dalam mencari pendapatan yang paling rasional walaupun disertai dengan keberanian pengambilan resiko. UMKM sebagai wadah dalam melaksanakan kegiatan bisnis dihadapkan terhadap perubahan dinamika lingkungan bisnis terkait dengan IPTEK dan digitalisasi bahkan suasana pandemi Covid-19. Menghadapi hal tersebut insan bisnis perlu didukung kompetensi agar dapat melek digital, sebab penyebaran virus Covid-19 ini memaksa para pelaku usaha suka tidak suka dituntut beradaptasi pada media digital. Penguasaan skill bisnis yang didukung kompetensi digita menjadi prioritas utama bagi pelaku UMKM untuk mewujudkan keunggulan bersaing. Jika dilihat dari data BPS semester 2 tahun 2020, bahwa potensi pencari kerja belum mendapatkan kesempatan kerja atau potensi untuk menganggur dengan pencapaian angka 1,7 juta orang yang disumbangkan oleh lulusan fresh graduate perguruan tinggi maupun yang sudah lama lulus. Pilihan logis menjadi subyek wirausahawan menjadi harapan bagi mereka yang tertarik untuk mengambil peluang usaha di tengah pandemik ini. Mengelaborasi masyarakat terdampak covid-19 dengan pendampingan untuk meningkatkan kompetensi digital akan mendorong UMKM naik kelas, sebab hal ini akan memberikan ruang wirausahawan untuk meng-*explore* peningkatan kapabilitas serta kapasitasnya

Pandemi jika dilihat dengan kaca mata positif akan memperuncing daya sensitivitas penemuan kreasi dan inovasi baru di lingkungan yang semakin kompleks ini. Strategi bertahan bagi pelaku usaha mikro paska pandemik ini dapat dilakukan dengan memberikan layanan prima memberdayakan saluran pemasaran online yang sedang *hits* seperti media sosial Facebook, Instagram, whatsUp yang nantinya dapat merambah yang lebih luas dengan investasi sistem *e-commerce* atau *e-bussines*. Disini yang paling penting adalah mampu berkolaborasi dan berkreasi dengan berbagai sumber daya manusia. Hal ini akan menjadi kunci pelaku usaha mikro kecil maupun menengah untuk bertahan di masa sulit pandemik saat ini

Model Struktur Usaha Mikro yang ramping daya tahan dan kemampuan bangkitnya apabila terjadi gangguan ekonomi nasional atau resesi akan lebih cepat dibandingkan dengan korporasi-korporasi yang besar.

Penemuan skema yang efektif dalam menjalankan usaha atau bisnis mikro akan membuka peluang baru dalam pembiayaan terkait dengan modal kerja, karena disini kreditur akan selalu menganalisis prospek bisnis yang dianggap potensial dan mempunyai daya juang dan ketahanan yang kuan dari sisi finansial.

---

Hal inilah yang dapat memutar roda perekonomian nasional sehingga indikator ekonomi menjadi lebih baik.

Proses pengabdian masyarakat dengan karakteristik wilayah luas geografis Kelurahan Nusukan Surakarta yang mempunyai bagian 508,80 ha dari seluruh Kecamatan Banjarsari yang memiliki luas 1.481,10 ha menjadi daya tarik didalam pengembangan kompetensi wirausaha untuk dapat naik kelas. Tingkat populasi dengan data memiliki 27 RW, 193 RT dan 9.774 KK dan jumlah penduduk 35.805 jiwa menjadi tantangan dan peluang di Kelurahan Nusukan Banjarsari (BPS Kota Surakarta 2020). Meningkatnya pertumbuhan masyarakat di Kelurahan Nusukan berdampak terhadap persaingan dalam mencari lapangan pekerjaan, hal itu dapat ditinjau jika kondisi saat ini banyak sekali perusahaan yang melakukan Pemutusan Hubungan Kerja ditambah belum terserapnya lulusan SMK dan perguruan tinggi dalam mencari pekerjaan. Peningkatan kompetensi dalam mengembangkan usaha di era pandemik, sangat penting dilakukan, hal yang menjadi indikator adalah karena menurunnya tingkat pendapatan masyarakat khususnya di kelurahan Nusukan selama pandemik ini dan adanya pembatasan aktivitas masyarakat dalam skala tertentu. Gejolak usaha yang diwarnai dengan pembatasan sosial, himbuan pemerintah tentang protokol kesehatan yang ketat, serta pembatasan yang sifatnya langsung dalam situasi pandemik covid-19 ini akan menyulitkan UMKM untuk melebarkan sayap bisnisnya. Peluang Digitalisasi UMKM menjadi salah satu bentuk yang ditawarkan dalam kajian peningkatan UMKM untuk dapat menaikkan kasta ke tingkat yang lebih tinggi.

Persoalan tersebut tentunya bisa terwujud dapat diawali dengan memberikan akses digital dan memperbanyak literasi digital pada masyarakat pelaku usaha yang belum melek teknologi di kelurahan Nusukan. Biasaya yang tertarik terhadap aktivitas digital adalah generasi milenial, karena mereka sejak dari keci mungkin sudah dikenalkan dengan perangkat pintar, berbeda dengan generasi Y dan sebelumnya.

Dari situasi tersebut tim pengabdian masyarakat dari STIE-AUB Surakarta, berupaya menjembatani dan membantu dalam upaya peningkatan wawasan dan berupaya untuk mendukung pengembangan kompetensi Digital bagi masyarakat pelaku usaha Mikro yang ada di wilayah Nusukan Banjarsari Surakarta. Secara bertahap akan dilaksanakan sosialisasi dan aktivitas pendampingan bagi pelaku UMKM di Nusukan yang sebenarnya memiliki daya tahan terhadap gejolak perekonomian. Terkait dengan kesenjangan usia demografi harapannya tidak menjadi kendala karena biasanya yang

---

sudah lanjut usia/ tua biasanya akan beralasan tidak sanggup dalam meningkatkan kemampuan digital. Upaya memotivasi bagi pelaku UMKM yang belum melek teknologi atau lanjut usia memerlukan tantangan dan kesabaran, karena pandemik ini dapat diatasi dengan menjaga jarak yang salah satu solusinya adalah penguasaan internet untuk mendukung kegiatan usaha tanpa bertatap muka langsung dengan konsumen atau klien.

## **B. IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH**

Mengacu pada analisis situasi yang diuraikan diatas identifikasi permasalahan dapat dijabarkan sebagai berikut :

Pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat di Kelurahan Nusukan dalam meningkatkan literasi digital yang mengasah kompetensi bidang teknologi dan informasi sehingga akan mendukung dalam *upgrade* pemberdayaan dan pengelolaan usaha dengan sentuhan kreativitas digital. Nilai tambah yang bisa dirasakan adalah untuk meningkatnya pendapatan ekonomi masyarakat khususnya di wilayah Kelurahan Nusukan dengan memanfaatkan keahlian digital yang dimiliki dalam mendukung usahanya.

Perumusan masalah berdasar uraian identifikasi masalah tersebut diatas dihasilkan sebagai berikut :

- a. Bagaimana masyarakat di Kelurahan Nusukan Banjarsari Surakarta dapat meningkatkan literasi digital untuk membawa usaha mikronya menjadi naik kelas?
- b. Bagaimana mengatasi kesenjangan terkait teknologi informasi (digital) pada masyarakat di Kelurahan Nusukan dalam menambah pendapatan melalui peningkatan kreatifitas dalam memanfaatkan media digital ?

## **C.TARGET**

Proses pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah dan dampak yang positif dalam peningkatan pengetahuan dan ketrampilan Sumber Daya Manusia masyarakat di wilayah Kelurahan Nusukan Banjarsari. Paska kegiatan diharapkan pula masyarakat di Nusukan dapat tetap termotivasi untuk meningkatkan kompetensi digita dalam berwirausaha serta mengembangkan kreativitas dalam mengorganisasi usaha mikronya dengan manajemen yang baik. Adapun target yang diharapkan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu adanya perbedaan yang signifikan bagi masyarakat antara sebelum diadakan pelatihan dan sesudah diadakan pelatihan

Unsur	Sebelum Pengabdian Masyarakat	Sesudah Pengabdian Masyarakat
Kesadaran akan sulitnya mengembangkan usaha karena dampak pandemik covid-19 saat ini	Persepsi bahwa aktivitas UMKM atau dapat tetap berjalan mengalir seperti biasanya	Adanya pemikiran positif untuk meningkatkan kompetensi Digital dengan memperbanyak Literasi dan Praktek Digital
Pembangunan ide untuk berkreasi dan berkolaborasi dalam mengembangkan usaha	Belum ada motivasi dalam pemanfaatan perangkat digital khususnya mereka yang belum melek teknologi	Pemanfaat Perangkat Teknologi Informasi dapat dimaksimalkan penggunaannya oleh Pelaku Usaha Mikro
Pemasaran Produk dan Jasa melalui operasional usaha yang ditunjang dengan teknologi Digital	Sebatas pemikiran konvensional pengelolaan usaha	Meningkatnya Pengetahuan dan ketrampilan dalam memanfaatkan jaringan internet dan perangkat <i>gadget</i> pendukung

#### D. LUARAN

Melalui kegiatan pengabdian ini nantinya dapat dihasilkan suatu karya ilmiah publikasi pengabdian pada masyarakat berupa :

1. Laporan Pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan sistematika yang sudah ditentukan oleh P3M STIE AUB surakarta
2. Bahan ajar yang dapat mendukung proses pembelajaran mahasiswa
3. Jurnal Kampus Pengabdian Kepada Masyarakat
4. Artikel Ilmiah pada situs daring

Lebih lanjut program pengabdian masyarakat ini diharapkan mendukung luaran dalam:

1. Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat/kelompok sasaran/ mitra dalam hal ini organisasi yang ada di kelurahan Nusukan Surakarta berkaitan dengan pengelolaan operasional dalam berwirausaha dengan didukung kompetensi digital
2. Elaborasi pelaku usaha mikro dari seringnya frekuensi praktek e-entrepreneurship yang selalu dikembangkan dari waktu kewaktu

## E. SOLUSI

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka alternatif jalan keluar yang ditawarkan untuk membantu dalam pemecahan masalah adalah sebagai berikut:

1. Pemberian wawasan melalui penyuluhan melalui akses literasi digital, motivasi serta membangun *mindset* yang baru kepada masyarakat pelaku usaha mikro di Kelurahan Nusukan mengingat pentingnya digitalisasi dalam berwirausaha, hal ini merupakan sesuatu yang harus dilakukan, tidak bisa pasif terhadap perubahan teknologi yang begitu cepat. Hal yang menjadi alasan kuat dalam masa pembatasan karena covid-19 ini, karena dalam menunjang kegiatan operasional usaha para pelaku usaha membutuhkan penyederhanaan kegiatan dengan alih teknologi digital. Hal ini bisa diterapkan pada beberapa aktivitas fungsional Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan dan Pengendalian usaha
2. Pemberdayaan melalui Peningkatan Skill kreativitas dalam sinkronisasi teknologi digital kedalam operasional berwirausaha sehingga pengelolaan usaha dapat memiliki daya saing serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat pelaku usaha
3. Peningkatan ketrampilan dalam memanfaatkan aplikasi dasar yang berbasis media sosial melalui mini workshop agar masyarakat semakin termotivasi dalam berkarya dan tertarik memasarkan secara digital, hal ini dengan memperkecil gap dalam pengenalan teknologi informasi yang mendukung kegiatan usaha.

Didirikannya sentra pendampingan teknologi digital untuk kegiatan berwirausaha di tingkat RW adalah solusi yang tepat untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat tanpa menimbulkan gangguan skema usaha yang sudah dilakukan. Selanjutnya memanfaatkan kegiatan masyarakat untuk *trial and error* dalam meng-kreasi pelayanan yang ditunjang perangkat dan aplikasi digital sederhana menjadi sesuatu yang memiliki daya saing dan nilai tambah. Hal ini merupakan langkah yang baik dalam mengisi kegiatan masyarakat yang bermanfaat dan berdaya jual karena sudah menambahkan elemen digital dalam pengelolaan usahanya.

Kemudian sebagai usaha dalam meng-upgrade UMKM berbasis dukungan digital penting difokuskan beberapa hal diantaranya adalah kualitas dalam memproduksi sesuai kapasitas yang sudah diukur, serta literasi digital, pelayanan yang berorientasi kepada pelanggan. Dalam menjamin keberlangsungan usaha

---

dalam jangka lama tiga variabel tersebut harus selalu dikaji agar muncul catatan pembaharu untuk inovasi. Usaha selanjutnya, dalam rangka naik kelas menuju pengembangan UMKM digital diharapkan subyek usaha bisa berkolaborasi dan bersinergi dengan *netizen* yang dalam hal ini biasanya adalah para generasi milenial yang penasaran terhadap dinamika teknologi baru. Subyek *netizen* ini dapat mendukung untuk bisa ikut dalam proses UMKM digital dengan teknik *reseller*. Pada konteks ini tipe warganet dengan karakteristik *buzzer*, *influencer* dan *follower* yang dapat diajak untuk bersinergi dengan umkm digital diwakili generasi milenial dan generasi Z yang notabene memiliki rasa penasaran yang tinggi dalam dunia digital (Arianto, 2020). Lebih lanjut kemudahan perizinan yang dilakukan Pemerintah akan memberikan stimulan dalam program pengembangan UMKM Digital

## F. KHALAYAK SASARAN

Sasaran Program pengabdian masyarakat yang ini diprioritaskan pada masyarakat di Kelurahan Nusukan dengan kelompok sasaran Pelaku Usaha Mikro di lingkungan yang terkait dan sudah tergabung dalam komunitas/elemen organisasi pada tingkat kelurahan Nusukan Banjarsari seperti PKK, Karang Taruna, Bank Sampah, Pokdarwis, dan lain-lain. Tiap elemen organisasi di tingkat kelurahan tersebut melalui program kerjanya sangat mendukung terhadap peningkatan ketrampilan dalam berwirausaha yang di dukung dengan akses literasi digital dan memiliki potensi dalam memberikan manfaat terhadap pengelolaan usaha menjadi bernilai tambah dan berdaya saing. Muncul harapan adanya tambahan pemasukan dari proses kreativitas digital sehingga mampu meningkatkan motivasi para pelaku usaha mikro dalam mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini. Hal ini sejalan dengan ke-khasan atau kompetensi *road map* penelitian STIE AUB surakarta dalam menganalisis tentang pengembangan kreativitas UMKM

## G. METODE KEGIATAN

### Penyuluhan/Ceramah

1. Mengarah pada peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat; dalam konteks ini masyarakat akan dikenalkan dengan istilah *Literasi Digital* dalam pengelolaan operasional usaha
2. Berguna untuk membangun sikap masyarakat untuk memiliki kesadaran dalam melekat teknologi dan menciptakan layanan usaha berbasis digital

- 
3. Merangsang ide dari masyarakat untuk melakukan kreasi dari chanel pemasaran yang sedemikian komplek di era pandemik saat ini

### **Workshop**

1. Peningkatan kreativitas ketrampilan melalui narasumber yang kompeten dalam upaya mengembangkan akses literasi digital dan pemasaran daring

Melalui Metode Workshop peserta diharapkan setelah selesai mengikuti kegiatan ini mampu untuk mengembangkan chanel usahanya berbasis teknologi digital serta mempraktekkannya untuk menunjang kreativitas pelayanan yang lebih baik.

## **H. PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini telah diadakan pada hari Minggu, 23 Mei, 2021 bertempat di Balai Pertemuan Rumah Warga di daerah Minapadi Nusukan Banjarsari Surakarta. Pelaksanaan dilakukan pada jam 10.00 WIB pagi sampai dengan jampukul 15.00 Sore WIB. Pelaksanaan Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh peserta yang hadir sejumlah 24 orang. Peserta merupakan para Pelaku Usaha Mikro di wilayah Nusukan Banjarsari yang tergabung dalam wadah elemen organisasi di tingkat Kelurahan.. Ada beberapa peserta yang sebelumnya sudah mendaftarkan diri dalam kegiatan ini, namun karena masih suasana pandemik dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat maka berhalangan hadir pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Pelaksanaan pengabdian pada hari-H dapat dilaporkan dapat berjalan dengan lancar terbukti dengan kehadiran para peserta untuk datang lebih awal pada waktu dimulainya pelaksanaan kegiatan. Masyarakat dengan berbagai varian usaha juga antusias dalam mengikuti sesi Penyuluhan/Ceramah sampai dengan Mini Workshop. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan dan doa oleh Pengurus Ibu-ibu PKK kemudian dilanjutkan dengan Ceramah Pertama yang disampaikan oleh Dra.Endah Nawangsasi,SE,MM tentang Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Di Masa Pandemi, dalam kontek ini materi ceramah berkaitan dengan pemasaran produk jadi hasil karya pemberdayaan kreasi usaha yang dapat menciptakan daya saing di masa pandemik covid-19 ini. Hal ini bertujuan untuk merangsang peserta untuk tertarik dalam kegiatan wirausaha dengan gambaran bahwa produk yang akan ditawarkan sudah memiliki potensi peluang yang lebih baik dan layak diperjualbelikan. Ceramah yang kedua disampaikan oleh Yusuf Sutanto, S.Kom,MH,M.Kom. dengan materi yang berhubungan dengan pemasaran produk dengan *framework online*. Materi selanjutnya disampaikan oleh Denny

---

Mahendra,SE,MM berkaitan dengan akses literasi digital dan *trial and error* dalam pemakaian aplikasi digital. Proses penyampaian materi dari Tim Pengabdian masyarakat dapat berjalan dengan baik terbukti dari antusiasme peserta dalam mengajukan pertanyaan di sesi diskusi/tanya jawab. Model dalam kegiatan ceramah sebenarnya berlangsung secara fleksibel, dalam arti terdapat peserta yang mengajukan pertanyaan sebelum di sesi diskusi.

Sebelum kegiatan ceramah dilakukan Pemateri sebelumnya melakukan Pre-Tes dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Pengelolaan Usaha serta pasar di Wilayah Nusukan. Selain itu mengajak masyarakat pelaku usaha untuk berpikir komprehensif dengan membandingkan usaha digital versus usaha manual tanpa adanya unsur digital. Hal ini dimaksudkan untuk mendalami pengetahuan dan pemahaman tentang pengelolaan usaha berbasis e-entrepreneurship di wilayah Nusukan. Pre test ini bertujuan pula untuk memberikan indikator ukuran pada usaha masyarakat dalam menangani permasalahan usaha paska pandemik ini. Adapun pertanyaan-pertanyaan terkait dengan pre-test adalah sebagai berikut:

1. Sejauh mana masyarakat di Nusukan berupaya dalam menciptakan daya saing melalui operasional usahanya dan bagaimana mendapatkan data dalam mendukung evaluasi usahanya.
2. Apakah ada ketertarikan dari masyarakat di Nusukan untuk melakukan upaya naik kelas dengan membangun wirausaha digital.
3. Sejauh mana penggunaan teknologi digital dalam hal ini komputer dan internet dapat menciptakan suatu peluang baru dalam chanel pemasaran dan membangun relasi pelanggan yang lebih baik melalui pengolahan data digital.

Hasil Jawaban dari peserta pengabdian masyarakat berkaitan dengan ketiga hal tersebut diatas akan menjadi dasar dalam menitik beratkan materi ceramah agar peserta dapat fokus dalam mencapai tujuan kegiatan pengabdian ini. Pada intinya pengelolaan usaha berbasis digital di wilayah Nusukan belum ada pendampingan yang inten mealui Tim Kreatif Digital dalam mengembangkan pengelolaan usaha/kewirausahannya, sehingga belum ada wadah yang tepat untuk mengelaborasi dan mengkolaborasikan beberapa Pelaku Usaha Mikro di Nusukan. Penting pula pengambilan keputusan dengan didukung data yang valid dan cepat dalam melakukan evaluasi usahanya. Hal ini dapat dilakukan apabila masyarakat sudah mulai tertarik ke dalam ranah digitalisasi usaha. Kemudian untuk pertanyaan kedua peserta sangat antusias diberikan stimulan ide gagasan kreativitas usaha berbasis digital dengan mengambil contoh pelaku usaha yang sudah mapan dengan mengedepankan dimensi digital misalnya wqarung kuliner yang bermitra dengan Gojek atau Grab, istilah *cloud kitchen* yang

---

mempuat penasaran dan lain sebagainya. Keberhasilan pemberdayaan melalui teknologi berbasis digital untuk memasarkan produk dan jasa dan membangun relasi dengan pelanggan melalui chanel digital misal testimoni dan pemberian tanda bintang/like di aplikasi digital menjadi indikator yang menarik, karena masyarakat juga sadar tuntutan melek teknologi di era revolusi industri 4.0 ini.

Setelah sesi ceramah selesai dilakukan dilanjutkan dengan mini workshop yang disampaikan narasumber eksternal, dalam hal ini peserta dilatih untuk mendapatkan akses literasi digital dengan mengikuti komunitas dan chanel di media sosial, serta bagaimana memasarkan barang dan jasa yang dijual secara daring, hal ini sedikit menyulitkan bagi Tim Pengabdian karena tidak semua peserta mempunyai ketajaman dan penasaran yang tinggi dalam kewirausahaan digital sehingga perlu kesabaran dan pendampingan yang intens, terlebih lagi masyarakat pelaku usaha yang lanjut usia dan belum melek secara digital. Namun pada akhirnya dari peserta justru muncul gagasan dan imajinasi dalam mengkreasi pengelolaan usaha berbasis digital tersebut, di satu sisi mereka yang lanjut usia lebih paham dalam menyisipkan konten kearifan lokal dalam pemasaran digitalnya. Misalnya mereka yang berwirausaha jamu diberikan *tagline* yang menarik tentang kesadaran memakai produk herbal dan khasiat yang dimilikinya misalnya empon-empon. Hal ini menjadi menarik karena saat ini wilayah Jawa Tengah khususnya Nusukan Surakarta masih terdampak pandemik Covid. Komunikasi antara masyarakat dengan narasumber pematari juga menjadi indikator dalam kelancaran sesi workshop ini. Materi tentang pemasaran online menjadi workshop terakhir dalam kegiatan ini, peserta diajarkan pengetahuan dan ketrampilan dalam memaksimalkan media sosial *facebook* dan *E-Commerce* Shopee.

Sesi terakhir kegiatan pengabdian masyarakat ini ditutup dengan *Post-Test*, pada konteks ini akan dibandingkan hasil jawaban peserta pengabdian masyarakat sebelum dan sesudah dilaksanakan tes yang dibutuhkan tim pengabdian untuk dapat menganalisa kegiatan yang dilakukan. Hasil *post-test* ternyata menyatakan ada peningkatan pemahaman pengetahuan tentang materi ceramah yang disampaikan tim pengabdian, disamping itu juga ada indikasi perubahan sikap dari masyarakat sehubungan dengan motivasi kampanye sadar untuk melek teknologi dan berwirausaha digital. Ketrampilan masyarakat juga meningkat seiring dengan pendampingan praktek dan banyaknya rasa penasaran untuk bertanya dalam pemasaran online. Proses dalam pengabdian masyarakat ini juga melibatkan kelompok mahasiswa kreatif yang mendukung dalam pelaksanaan teknis kegiatan. Sehingga deskripsi tugas dari Tim Pengabdian masyarakat dapat terbantu dengan peran serta mahasiswa ini.

---

## I. KESIMPULAN

Berdasarkan proses kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dijalankan diperoleh beberapa hal sebagai berikut :

1. Suasana Pandemi Covid-19 menyebabkan dampak Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami gangguan psikologi/stress sehingga membuat stagnan bahkan harus menutup ruang usaha yang dirintisnya. Lingkungan usaha dengan perubahan pola kebiasaan baru yang mengedepankan penerapan protokol kesehatan yang ketat akan memiliki konsekuensi pada menurunnya daya beli masyarakat.
2. Dalam konteks berwirausaha kondisi pandemi Covid 19 akhirnya justru akan memotivasi terwujudnya suatu ekosistem baru yaitu *Digital Entrepreneurship*. Dengan kata lain, UMKM mempunyai prioritas transformasi dalam operasional usahanya ke ranah digital untuk berjerang dalam ekosistem bisnis.
3. Perlunya penyesuaian bentuk operasional usaha pelaku UMKM untuk menggunakan *marketplace* dan *social media* dalam pemasaran berbasis digital. Platform media sosial sangat berperan signifikan menjadi tumpuan utama para pelaku UMKM. Selain itu subyek UMKM juga mulai menyesuaikan diri mau tidak mau harus beradaptasi menggunakan berbagai *update* aplikasi pendukung seperti platform *Digital Payment* dan *Financial Technology*. Transformasi ranah digital pada UMKM di era pandemi Covid-19 ini pada akhirnya akan menuntut UMKM kembali untuk berinovasi dan berbenah dalam mengembangkan usahanya. Pada akhirnya, inovasi pada UMKM di ranah digital di masa sulit pandemi Covid-19 mampu menjadi salah satu alternatif benteng ketahanan sektor UMKM agar tetap eksis di sektor bisnis.

## J. SARAN

Beberapa hal yang mungkin dapat menjadi input saran yang mendukung dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut :

1. Pemerintah di suatu daerah harus memiliki prioritas perhatian dan dukungan dalam Digital Entrepreneurship UMKM agar pelaku usaha menjadi lebih termotivasi terkait legalitas dan kebijakan yang bersifat mengikat.. Perlu tahapan yang terstruktur dalam memberikan literasi pembelajaran digital dan pendampingan *intens*.

- 
2. Akses Permodalan bagi UMKM juga perlu menjadi perhatian dengan menyalurkan berbagai bantuan yang mampu merangsang wirausahawan mikro kecil untuk dapat naik kelas, tentunya hal ini perlu sinergitas antara pelaku usaha, pemerintah, lembaga keuangan dan perguruan tinggi..
  3. Kolaborasi dengan unsur lintas Generasi dan lintas kompetensi akan memperkecil kesenjangan inovasi digital, yang nantinya mendukung pengayaan dalam skema usaha yang dijalankan. Hal ini diyakini akan mampu menyelamatkan dan mempertahankan UMKM dari jurang maut pandemi Covid 19 saat ini yang tidak bisa diprediksi selesainya.

### Daftar Pustaka

Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.

Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF*, 11-16.

Arianto, B. (2015). Kampanye Kreatif Dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM*. No 1, 19: 16–39.

\_\_\_\_\_. (2019). *Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal UMKM Dewantara*. 2, (1), 27–46.

\_\_\_\_\_. (2020a). Peran *Buzzer Media Sosial* dalam Memperkuat Ekosistem Pemasaran Digital. *Jurnal Optimum UAD*, 10 (1). Maret, 51-65

\_\_\_\_\_. (2020b). Pemanfaatan Aplikasi *Drone Emprit Academic* dalam Menganalisis Opini Publik di Media Sosial. *Journal of Social Politics and Governance*, 2(2), 177-191.

Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59-70.

Borremans, A. D., Zaychenko, I. M., & Iliashenko, O. Y. (2018). Digital economy. IT strategy of the company development. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 170, p. 01034). EDP Sciences.

---

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial

Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5).

Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2019). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding, Jurnal LPPM Unsoed*. 9(1).

Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan. *Bandung: PT. Refika Aditama*.

Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis ATRABIS: *Jurnal*

Mubiroh, S., & Ruscitasari, Z. (2019). Implementasi SAK EMKM Dan Pengaruhnya Terhadap Penerimaan Kredit UMKM. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(2), 1-15.

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.

Permadi, D., Shabrina, F., & Rahyaputra, V. (2018). *Menyongsong Kewirausahaan Digital Indonesia*. UGM PRESS.

Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89-95.

Setyanto, A. R., Samudro, B. R., Pratama, Y. P., & Soesilo, A. M. (2015). Kajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial (Ruang Lingkup Kampung Batik Laweyan). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1). ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 2 Desember 2020

Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.

---

Sumarni, T., & Melinda, L. D. (2020). Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 163-171.

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.

Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital. *Ikra-Ith Ekonomika*, 2(2), 29-34.

Ulya, F., & Saputro, P. D. (2020). Pengembangan UMKM Kota Surabaya di Era Industri 4.0 melalui Penerapan Financial Technology. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ITS NU Pasuruan*. 1(01), 11-17.