



## **SEMINAR DAN PELATIHAN DIGITALISASI SEBAGAI PENDORONG PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KELURAHAN DARMO SURABAYA**

**Thorik Khaikal Fajry<sup>1</sup>, Herman Saputro<sup>2</sup>, Indiare Afrawati<sup>3</sup>, Annisa Gusri Salsabila<sup>4</sup>, Syalomita Nadia Putri<sup>5</sup>, Kamala Nailil Muna<sup>6</sup>**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

Email: [thorickkhaikal@gmail.com](mailto:thorickkhaikal@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Sebagian besar UMKM di Kelurahan Darmo, Kota Surabaya memiliki berbagai kendala dalam menjaga eksistensi dan ketahanan usaha mereka menghadapi persaingan dan perubahan model pasar yang semula mengandalkan transaksi fisik menjadi transaksi melalui pasar digital berbasis online dengan memanfaatkan *e-commerce*. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti tingkat pendidikan dan kualitas sdm yang rendah, tingkat melek teknologi yang minim, serta kondisi ekonomi yang menyulitkan pengembangan usaha. Seminar dan pelatihan yang diadakan oleh mahasiswa KKN Kelompok 12 UPNVJT bertujuan agar para pelaku UMKM mempelajari konsep digital marketing dan komunikasi online. Pasar digital memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa batasan jarak dan waktu. Metode yang digunakan adalah *qualitative research for public relations and marketing communications* atau riset kualitatif dalam area hubungan masyarakat dan komunikasi pemasaran yang dicetuskan oleh Daymon dan Holloway (2011), metode ini dirumuskan berdasarkan fakta dilapangan dan digabungkan dengan menggunakan teori pendukung untuk menjelaskan hubungan masyarakat dengan berlandaskan sebab-akibat sehingga ditemukan solusi untuk mengidentifikasi kelemahan, memperbaiki, dan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam menjalankan komunikasi pasar. Program kerja yang terbagi kedalam 2 kegiatan yang berbeda yakni seminar dengan mengangkat tema strategi pengembangan usaha melalui pasar digital dan dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan sebagai implementasi secara langsung dengan dilakukan pendampingan untuk mendaftarkan beberapa UMKM kedalam platform *e-commerce* dengan melatih mereka untuk membuat akun google, manajemen media sosial, mengajarkan tips dan trik foto produk, dan mendaftarkan diri ke akun Shopee. Program kerja seminar dan pelatihan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan inspirasi serta motivasi kepada para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Darmo maupun masyarakat disekitarnya untuk memanfaatkan peluang bisnis di platform jual-beli online, untuk memasarkan dan menjual produknya melalui platform jual-beli online tersebut sehingga dapat memperluas segmen pasar dan survabilitas produk.

**Kata kunci:** UMKM, seminar, pelatihan, pasar digital

## **SEMINAR AND TRAINING AS DIGITALIZING MARKET ENTERPRISES OF CREATIVE ECONOMY-BASED MSME DEVELOPMENT IN DARMO SURABAYA VILLAGE**

### **ABSTRACT**

Most of Micro, Small and Medium Enterprises or MSME(s) in Darmo Village, Surabaya city have various obstacles in maintaining the existence and resilience of their businesses in the face of competition and changes in market models that originally relied on physical transactions to become transactions through online-based digital markets by utilizing *e-commerce*. This is due to several factors, such as the low level of education and quality of human resources, the minimal level of technological literacy, and economic conditions that make business development difficult. The seminar and training held by UPNVJT Group 12 KKN students aims to make MSME(s) actors learn the concepts of digital marketing and online communication. The digital market makes it easier for MSME(s) actors to provide information and interact directly with consumers without the limitations of distance and time. The method used is *qualitative research for public relations and marketing communications* which was coined by Daymon and Holloway (2011), this method is formulated based on facts in the field and combined using supporting theory to explain public relations based on cause and effect so that solutions are found to identify weaknesses, improve, and increase the understanding of MSME(s) actors in carrying out market communication. The work program is divided into 2 different activities, namely seminars with the theme of business development strategies through digital markets and followed by training activities as direct



implementation by providing assistance to register several MSMEs into the e-commerce platform by training them to create google accounts, management social media, teaching product photo tips and tricks, and registering for a Shopee account. This seminar and training work program is expected to add insight and provide inspiration and motivation to MSME actors in Darmo Village and the surrounding community to take advantage of business opportunities on online buying and selling platforms, to market and sell their products through the online buying and selling platform. so as to expand market segments and product survivability.

**Keywords:** *MSME, seminar, training, digital marketing*

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang telah berkembang pesat saat ini banyak menuntut para pemilik usaha atau pemilik bisnis untuk mampu berkompetisi dengan beragam pesaing sejenis maupun tidak sejenis dengan memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial sehingga usahanya dapat berkembang dan bertahan di era digital pasca pandemi covid-19. Selain itu, opsi pengenalan dan pemasaran produk lewat platform e-commerce dipilih karena tidak mengeluarkan biaya atau bisa dilakukan secara gratis, bahkan mayoritas para pengguna e-commerce banyak yang menggunakan jasa *e-commerce* sebagai alat pemasaran digital yang tidak berbayar atau gratis untuk menjalankan kegiatan usaha dalam memasarkan suatu produk barang dan jasa. (Widagdo, 2016).

Pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dijalankan oleh tenaga pemasar, baik itu perusahaan maupun individu dalam rangka melakukan pemasaran sebuah produk atau merek, baik itu produk barang maupun produk jasa dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi digital, seperti menggunakan media elektronik, maupun menggunakan media berbasis internet. (Suyanto, 2018). Digital marketing yang berbasis media elektronik dapat menggunakan iklan di televisi maupun di radio, sedangkan yang berbasis pada media internet seperti pemasaran melalui media sosial maupun *e-commerce*. Perkembangan teknologi informasi dan pemasaran melalui digital marketing diramalkan akan menjadi titik perubahan teknik memasarkan suatu produk barang dari memasarkan secara konvensional beralih menggunakan pemasaran digital, bukan hanya pada elemen pemasaran melainkan akan berimbas kepada seluruh kegiatan bisnis secara keseluruhan baik itu sebuah bisnis yang sudah berskala besar dan nasional maupun bisnis perorangan yang mempunyai skala kecil.

Seminar dan pelatihan yang diadakan oleh mahasiswa KKN Kelompok 12 ini bertujuan agar para UMKM mempelajari konsep digital marketing dan komunikasi online, bagaimana perencanaan komunikasi pemasaran digital yang efektif. Digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM. Selain itu juga seminar dimaksudkan agar para UMKM mampu menyampaikan pendapat buah pikiran dalam seminar sebagai forum komunikasi.

Beberapa UMKM di Kelurahan Darmo memiliki berbagai kendala dalam pembuatan *e-commerce* salah satunya dalam hal gagap teknologi. Gagap teknologi bisa diartikan sebagai tidak tahu tentang kemajuan teknologi dan tidak tahu bagaimana menggunakan teknologi. Hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti kondisi ekonomi, wilayah, lingkungan dan lain-lain. Teknologi yang serba canggih dapat memudahkan para pelaku usaha dalam menjalankan pemenuhan kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran. Dengan hadirnya teknologi akan memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan produknya seperti melalui pasar digital atau digital marketing yang memiliki jangkauan pemasaran lebih luas dan dilihat oleh lebih banyak orang. Dalam pengamatan yang kami lakukan di beberapa UMKM Kelurahan Darmo kebanyakan pelaku juga banyak yang belum memiliki akun didalam marketplace seperti shopee dan lain sebagainya. oleh karena itu juga kami mengadakan seminar yang berkaitan dengan pasar digital dan juga mengadakan pelatihan kepada pelaku umkm melalui pembuatan akun akun yang berkaitan dengan e-commerce.

## **METODE**

Kegiatan yang dilaksanakan tim KKN-T skema Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif kelompok 12 UPN "Veteran" Jawa Timur ini adalah menciptakan stimulus yang dapat mendorong berkembangnya potensi usaha dari para pelaku UMKM peserta program seminar dan pelatihan, membantu terjaganya eksistensi UMKM menghadapi ketatnya persaingan pasar di era pasca pandemi



covid-19 yang menjadi transisi berubahnya tren masyarakat dari transaksi jual beli secara konvensional menuju tren transaksi berbasis digital melalui *e-commerce*. Untuk mencapai tujuan tersebut, kami menggunakan metode *qualitative research for public relations and marketing communications* atau riset kualitatif dalam area hubungan masyarakat dan komunikasi pemasaran yang dicetuskan oleh Daymon dan Holloway (2011), metode riset ini memiliki definisi yang sama seperti pengertian riset kualitatif dimana dirumuskan berdasarkan fakta dilapangan dan digabungkan dengan menggunakan teori pendukung untuk menjelaskan hubungan masyarakat dengan berlandaskan sebab-akibat sehingga ditemukan solusi untuk mengidentifikasi kelemahan, memperbaiki, dan meningkatkan komunikasi pasar. Implementasi dari metode tersebut pada akhirnya kami kembangkan untuk menciptakan seminar dan pelatihan yang efektif sesuai sasaran dan tujuan, diantaranya:

1. Memetakan potensi UMKM di Kelurahan Darmo sebagai calon peserta seminar  
Sebelum mengadakan seminar dan pelatihan, tim mengidentifikasi jenis UMKM apa saja yang ada di kelurahan Darmo, bagaimana awal melakukan inovasi dan strategi dalam manajemen usahanya agar dapat bertahan.
2. Mengidentifikasi masalah dari berbagai UMKM  
Mengumpulkan data lapangan dari para UMKM yang sebelumnya telah dipetakan dan mendata ragam permasalahan dari mereka dalam menjalani usahanya.
3. Melakukan riset materi sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi UMKM  
Menganalisa masalah yang telah diidentifikasi dengan pendekatan teori dan praktek yang relevan untuk diterapkan dalam bentuk seminar maupun pelatihan.
4. Menyusun rancangan materi bersama dengan pembicara  
Setelah menganalisa masalah dan menemukan pendekatan teori serta praktek yang relevan, tim merancang materi dengan mempertimbangkan permasalahan yang ada dengan kapabilitas dari pembicara yang bertugas untuk mengisi seminar.
5. Melakukan persiapan teknis menjelang seminar  
Mempersiapkan kebutuhan teknis seperti rancangan acara, kesiapan lokasi acara, sarana dan prasarana penunjang kegiatan, dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan.
6. Melakukan evaluasi dan mengumpulkan hasil data  
Menggabungkan data seputar permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya dengan permasalahan baru yang disampaikan oleh pematery maupun para pelaku UMKM pasca seminar untuk dikembangkan menjadi materi dalam pelatihan.
7. Melakukan persiapan teknis menjelang Pelatihan  
Mempersiapkan kebutuhan teknis seperti rancangan acara, kesiapan lokasi acara, sarana dan prasarana penunjang kegiatan, dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kendala yang Dihadapi Pelaku UMKM

Dalam menjalankan suatu bisnis pasti akan ada masalah yang terjadi, masalah-masalah tersebut ada yang bisa diantisipasi dan ada yang datang secara tiba-tiba, dalam pengamatan yang kami lakukan terhadap umkm di darmo selama berada disana, berikut adalah masalah-masalah yang sering dikeluhkan oleh masyarakat di sana, seperti:

#### 1. Keterbatasan Modal.

Modal merupakan dana atau uang yang digunakan untuk menjalankan sebuah usaha. dalam menjalankan sebuah usaha tentunya diperlukan modal yang cukup banyak, modal tersebut diperlukan untuk kegiatan operasional usaha seperti membeli bahan baku, upah pekerja dan lain-lain. Hasil pengamatan yang kami lakukan di darmo menemukan bahwa sebagian pelaku umkm yang bergerak di bidang makanan di darmo mengalami masalah di bidang permodalan ini. Pada beberapa umkm yang dikunjungi, minimnya modal yang dimiliki pemilik usaha membuat mereka kesulitan untuk merekrut tenaga kerja tambahan karena jika menambah tenaga kerja akan secara otomatis harus mengeluarkan uang lagi untuk membayar upahnya. Hal tersebut berakibat pada kegiatan produksi usaha menjadi tidak ada peningkatan dan berdampak pada bisnis mengalami stagnansi. Naiknya harga bahan baku pembuatan produk juga membuat pemilik usaha terpaksa untuk mengurangi kapasitas produksi menjadi lebih sedikit dari biasanya. Kedua masalah diatas memiliki dampak yang sama terhadap suatu



usaha yakni akan mengurangi jumlah pendapatan dan meningkatkan biaya yang harus dikeluarkan. Masalah di atas terjadi karena minimnya modal yang dimiliki para pelaku umkm sehingga tak jarang para pelaku umkm harus menutup usahanya karena kehabisan modal.

## **2. Legalitas Usaha.**

Legalitas memiliki arti perihal keabsahan atau suatu keadaan sah. legalitas usaha juga dapat diartikan suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin oleh pihak berwenang atas penyelenggaraan kegiatan usaha oleh seseorang atau suatu perusahaan. Legalitas usaha yang belum dipenuhi oleh pemilik usaha juga menjadi penghambat dalam pengembangan bisnis seperti misalnya yaitu saat akan mengajukan pinjaman modal maka suatu usaha harus memiliki kelengkapan izin berusaha. Hasil pengamatan yang kami lakukan di Kelurahan Darmo menemukan bahwa para pelaku umkm kebanyakan belum memiliki izin atau legalitas usaha. Kebanyakan dari para pelaku umkm mengatakan bahwa prosesnya yang rumit dan biaya pajak yang harus dibayar menjadi penghalang utama yang menjadikan mereka enggan mendaftarkan legalitas usaha mereka. Untuk mendaftarkan izin usaha umkm kita bisa memanfaatkan website yang sudah disediakan oleh pemerintahan, namun hal ini juga menjadi masalah karena pelaku umkm kebanyakan merupakan ibu rumah tangga atau bapak-bapak yang kurang lihai dalam mengoperasikan ponsel pintar, menurut mereka mendaftarkan usaha melalui ponsel jauh lebih rumit dibandingkan dengan pendaftaran manual. Selain itu, faktor usia juga mempengaruhi penglihatan mereka sehingga terbatas untuk melihat huruf pada ponsel yang lebih susah untuk dibaca.

## **3. Kurangnya Inovasi.**

Inovasi merupakan hal yang harus dilakukan para pelaku umkm jika ingin usaha dapat bersaing ditengah gempuran usaha lain yang serupa. tanpa dilakukan inovasi pada usaha maka akan membuat para pesaing akan dengan mudah mengambil pelanggan dan membuat usaha tertinggal. Pada hasil pengamatan yang kami lakukan pada umkm yang bergerak di bidang makanan dan minuman di darmo menemukan bahwa kebanyakan umkm cenderung tidak melakukan inovasi untuk mengembangkan usaha yang dirintisnya. Hal tersebut dapat dilihat pada kebanyakan umkm yang berjualan produk yang sama dengan umkm lainnya tanpa ada sesuatu yang dapat menjadi pembeda antara produk yang satu dengan yang lain, jika diteruskan akan dapat membuat usaha mengalami penurunan penjualan dan bahkan mungkin usaha tersebut tidak mampu bersaing karena konsumen akan bosan dan permintaan produk tersebut akan menurun. Inovasi untuk mengembangkan model produk yang ditawarkan, peningkatan pengemasan produk, dan branding produk sesuai dengan permintaan pasar sangat penting untuk menjaga survivabilitas suatu produk.

## **4. Gagap Teknologi.**

Gagap teknologi bisa diartikan sebagai ketidaktahuan tentang kemajuan teknologi dan ketidaktahuan bagaimana menggunakan teknologi tersebut. hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti kondisi ekonomi, wilayah, lingkungan dan lain-lain. teknologi yang serba canggih dapat memudahkan para pelaku usaha dalam menjalankan pemenuhan kegiatan produksi dan terutama kegiatan pemasaran. salah satunya adalah hadirnya teknologi yang memudahkan para pelaku usaha dalam kegiatan jual beli produk dan memasarkan produknya melalui fitur marketplace yang ada pada beragam aplikasi pada ponsel. pasar digital atau yang biasa disebut digital marketing memiliki jangkauan pemasaran lebih luas dan memiliki peluang untuk dilihat oleh lebih banyak orang dari berbagai macam wilayah. digital marketing hadir dengan memberikan kemudahan dalam menghubungkan penjual dan pembeli melalui platform jual beli online dimana keduanya dapat melakukan transaksi jual beli secara online tanpa harus bertemu secara langsung kapan saja dan dimana saja. dalam pengamatan yang kami lakukan pada umkm di darmo kebanyakan pelaku umkm banyak yang belum memiliki akun untuk melakukan kegiatan digital marketing seperti akun shopee, tokopedia, dan lain sebagainya. kurangnya pengetahuan pelaku umkm tentang digital marketing tentunya merupakan suatu kerugian bagi bisnis mereka, karena digital marketing memiliki banyak peluang untuk membuat bisnis mereka menjadi lebih banyak pembeli dan meningkatkan pendapatan mereka. dengan tidak memiliki akun untuk melakukan jual beli online maka secara otomatis tidak memiliki akses terhadapnya, akibatnya bisnisnya tidak akan mendapatkan manfaat dari adanya teknologi jual beli secara online ini.

## 5. Manajemen SDM.

Sumber daya manusia atau SDM merupakan orang yang bekerja sebagai penggerak dalam suatu organisasi, atau dalam hal ini orang yang menggerakkan roda kegiatan dalam usaha. masalah sumber daya manusia dalam umkm meliputi finansial, perizinan, budaya kerja dan lain sebagainya. masalah yang berkaitan dengan finansial pada umumnya ada kaitan dengan kemampuan pemilik usaha untuk membayar upah para pekerjanya, seringkali pada banyak umkm upah yang diberikan untuk para pekerja tidak sebanding dengan beban pekerjaan yang diberikan, akibatnya banyak pekerjanya yang mengundurkan diri dan mencari pekerjaan lain. masalah perizinan biasanya berkaitan dengan kontrak pekerja yang tidak jelas dan tidak melindungi para pekerjanya. masalah budaya kerja berkaitan dengan berbagai macam aturan yang diterapkan oleh pemilik usaha untuk mengatur pekerjanya, seringkali aturan yang ditetapkan terlalu membebani pekerja dan membuat pekerja stress dan juga sakit, akibatnya banyak pekerjanya yang akan keluar karena tidak tahan. dalam pengamatan yang kami lakukan diketahui bahwa kebanyakan masalah yang ada berkaitan dengan budaya kerja pada umkm dan masalah finansial. seperti yang kita ketahui umkm memiliki pendapatan yang relatif kecil, akibatnya para pekerja seringkali dihadapkan dengan keadaan dimana beban kerja tidak sesuai dengan upah yang diterima, hal ini juga menjadi pertimbangan para pelaku umkm dalam menyewa pekerja untuk menjalankan usahanya, karena secara otomatis akan menambah beban untuk biaya upah pekerja. banyaknya usaha yang berjalan dengan sistem pesanan juga menjadi masalah karena pendapatan dari usaha tidak menentu, tergantung dari ramai atau tidaknya pelanggan, sehingga pemilik bisnis juga kesulitan untuk membiayai para pekerja jika tidak ada perubahan.



Gambar 1. Survey UMKM Rempeyek Bu Endang

Sumber: <https://www.instagram.com/kknt12.upnjatim/>



Gambar 2. Survey UMKM Bendera Ibu Gatot

Sumber: <https://www.instagram.com/kknt12.upnjatim/>

## Urgensi Dilaksanakannya Kegiatan

Seminar dan pelatihan yang diadakan oleh mahasiswa KKN Kelompok 12 ini bertujuan agar para pelaku UMKM mempelajari konsep *digital marketing* atau pemasaran digital dan komunikasi online, serta bagaimana perencanaan komunikasi pemasaran digital yang efektif. Pemasaran digital



memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kesadaran dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM. Selain itu, seminar dan pelatihan juga dimaksudkan agar para UMKM mampu menyampaikan pendapat dan saling berbagi dengan para Mahasiswa KKN-T, Narasumber, maupun antar satu sama lain. Mereka juga dapat menyampaikan buah pemikiran dalam seminar sebagai forum komunikasi agar para Mahasiswa KKN-T dan Narasumber tahu problema di lapangan daripada pelaku UMKM yang bervariasi sehingga seminar dan pelatihan yang dilakukan dapat sesuai dengan tujuan dan tepat sasaran.

Pemasaran digital berfokus penggunaan perangkat digital atau gawai untuk melakukan kerja pemasaran atas produk atau jasa yang kita jual. Sesuai namanya, sistem pemasaran ini mengharuskan kita menggunakan perangkat seperti website dan media sosial seperti Facebook, Instagram serta beberapa platform *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Ada berbagai manfaat yang memang dimiliki perangkat digital sebagai alat pemasar produk atau jasa dibanding cara konvensional, yaitu:

1. Pemasaran Online atau digital mampu dioperasikan selama 24 jam sehari.
2. Memiliki daya jangkauan yang luar biasa karena saluran internet tidak terbatas waktu dan tempat.
3. Memudahkan berbagai konsumen dari berbagai daerah untuk melakukan transaksi jual-beli dengan efisien tanpa harus datang langsung.
4. Tidak memerlukan toko secara fisik.
5. Biaya pemasaran melalui pasar digital jauh lebih rendah dan efisien dibanding model pemasaran konvensional.
6. Sistem digital marketing memungkinkan kita melakukan pengukuran respon konsumen dengan cepat, akurat, dan mudah.

Disamping pemanfaatan pemasaran digital yang menguntungkan sesuai dengan penjabaran keenam poin diatas, pelaksanaan seminar dan pelatihan diharapkan dapat membantu para pelaku umkm dalam mengatasi sejumlah kendala yang dihadapi demi menjaga ketahanan usaha mereka dalam menghadapi permintaan dan tuntutan pasar yang tidak menentu.

### **IDENTIFIKASI DAN PEMETAAN MENJELANG SEMINAR DAN PELATIHAN**

Sebelum program kerja dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan pemetaan dan pendataan terkait UMKM yang berada di Kelurahan Darmo. Pemetaan dan pendataan dilakukan dengan melakukan konsultasi kepada jajaran staf dan pengurus serta Ketua PKK yang berada di Kelurahan Darmo untuk mencari informasi tentang seperti wilayah bagian mana yang terdapat paling banyak UMKM, bagaimana bentuk usaha UMKM tersebut, bergerak di sektor apa UMKM tersebut, serta apakah terdapat UMKM yang memiliki potensi tinggi untuk dapat dikembangkan. Hasil dari dilakukannya pemetaan dan pendataan tersebut menunjukkan bahwa UMKM dengan bentuk usaha perseorangan atau usaha rumahan serta bidang usaha yang bergerak di sektor makanan dan minuman merupakan yang paling dominan, dengan jumlah UMKM paling banyak berada pada RW 04 Kelurahan Darmo.

Selanjutnya dilakukan wawancara dan survey terhadap pelaku UMKM yang dilakukan dengan cara kunjungan dari rumah ke rumah atau secara *door to door* ke beberapa pelaku UMKM, survey dan wawancara yang dilakukan berfokus untuk mencari tahu apa saja kendala dan hambatan yang dihadapi para pelaku UMKM selama menjalankan usaha yang mereka tekuni hingga saat ini, hal ini dilakukan untuk selanjutnya dilakukan analisis serta identifikasi terhadap masalah yang mereka alami.

Saat dilakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM mereka menyebutkan bahwa, adanya Pandemi covid-19 memberikan dampak yang begitu besar terhadap penurunan jumlah penjualan produk dan jumlah pendapatan yang diterima, mereka menambahkan bahwa penjualan mereka yang terus menurun dan sepi pembeli terjadi karena para pelanggan enggan takut akan terjangkit penyakit covid-19 sehingga membuat mereka tidak meninggalkan rumah jika tidak ada keperluan yang mendesak. Para pelaku UMKM juga menyatakan bahwa keadaan pasca pandemi, dampak yang disebabkan oleh covid-19 tersebut masih terasa yaitu berkurangnya jumlah penjualan produk mereka karena masyarakat telah terbiasa untuk melakukan berbagai macam kegiatan sehari-hari dengan mengandalkan platform online. Masyarakat telah beradaptasi untuk menggunakan teknologi dalam setiap kegiatan karena lebih efisien dan lebih efektif, khususnya dalam kegiatan jual-beli yang dulunya



dilakukan dengan bertemu secara langsung, saat ini masyarakat telah beradaptasi untuk melakukan transaksi jual beli terhadap produk atau barang apapun secara online melalui berbagai macam platform pasar digital (*marketplace*) hingga aplikasi sosial media.

### **PERSIAPAN MENJELANG SEMINAR**

Sebelum seminar dilaksanakan, tim kami melakukan pemetaan ulang dan riset terhadap bagaimana UMKM menjalani usahanya dan bagaimana mereka dapat memanfaatkan teknologi gawai untuk kehidupan sehari-hari. Selain itu, tim juga menganalisis sejumlah kendala yang dialami UMKM dalam mengakses teknologi, khususnya sampai sejauh mana mereka memanfaatkan handphone dan platform lain untuk mengakses media sosial untuk kebutuhan pemasaran produk atau untuk menunjang usaha mereka. Selanjutnya, kami merangkum hasil riset untuk kemudian dikembangkan menjadi *Term of Reference* (TOR) agar dapat dipelajari oleh pembicara seminar sehingga seminar yang dilaksanakan sesuai dan tepat sasaran sesuai dengan keadaan sosial-ekonomi dari para pelaku UMKM. Setelah membuat TOR, kami melanjutkan riset dengan menganalisa para calon narasumber atau pembicara seminar yang paling sesuai dengan permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dengan membuat kriteria khusus dan mengikuti *track record* atau CV para calon pembicara via linkedin serta saran dari dosen maupun kolega. Akhirnya setelah tim menyeleksi para calon dengan ketat, dipilihlah seorang pembicara atas nama Harjuno Yumatri Utomo, seorang mahasiswa tingkat akhir di UPN “Veteran” Jawa Timur yang kini aktif menjadi CEO perusahaan startup “Kreatif.id” dan wakil ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Cabang UPN “Veteran” Jawa Timur. Beliau kemudian segera dihubungi dan akhirnya mengkonfirmasi ketersediaannya untuk mengisi seminar. Setelah mendapatkan pembicara, kami mulai berkoordinasi dengan beliau untuk menentukan teknis dan mengembangkan konsep sesuai dengan TOR sebagai arah pembahasan utama dalam seminar.

Hasil dari koordinasi tersebut berbuah pada terbentuknya tema dan judul seminar yang bertajuk “Seminar Strategi Pengembangan Usaha Melalui Pasar Digital” serta waktu dan tempat pelaksanaan seminar. Selanjutnya, rancangan materi dan teknis seminar dirangkum dengan media dokumen word untuk kemudian didesain ulang menjadi potongan poin yang akan diolah menjadi format presentasi agar dapat dipelajari oleh pembicara menjelang pelaksanaan seminar.

### **Persiapan Menjelang Pelatihan**

Setelah pelaksanaan seminar, kami kembali merangkum sejumlah permasalahan baru yang disampaikan oleh para pelaku UMKM kepada pembicara saat sesi diskusi. Atas saran dan masukan serta arahan dari pembicara seminar, kami kemudian merancang konsep acara pelatihan sebagai kelanjutan dari seminar yang masih satu jalur pembahasan. Untuk menunjang pelaksanaan pelatihan, kami mengidentifikasi sejumlah tambahan materi baru untuk selanjutnya disusun dan dikembangkan. Setelah pematangan konsep acara dengan memanfaatkan tambahan materi, akhirnya tersusun rincian teknis acara pelatihan yang mencakup:

1. Presentasi mengenai contoh pengembangan dan inovasi produk dengan menampilkan kreasi tanaman sawi yang diolah menjadi es krim sawi rasa alpukat dan pengolahan kencur menjadi manisan kencur yang keduanya efektif untuk kesehatan.
2. Menjelaskan dan mempraktekkan cara membuat akun google untuk keperluan pembuatan google business, google drive, e-mail untuk membuat akun media sosial dsb.
3. Menjelaskan dan mempraktekkan cara membuat akun sosial media melalui platform Instagram, tiktok, dan facebook yang berguna untuk mempromosikan produk dan menginovasiannya dengan tren yang ada.
4. Menjelaskan dan mempraktekkan cara pembuatan akun e-commerce, untuk platformnya kami sepakat untuk menggunakan Shopee sebagai platform utama karena berdasarkan hasil riset dan pengamatan lapangan, Shopee lebih dikenal oleh para pelaku UMKM di kawasan Darmo.
5. Menjelaskan dan mempraktekkan teknik foto produk kepada para pelaku UMKM dengan memanfaatkan handphone android dan teknik pencahayaan sehingga hasil foto dapat terlihat maksimal untuk menarik minat para calon konsumen.



Untuk menunjang terlaksananya pelatihan berdasarkan lima poin di atas, kami membagi kelompok untuk menyiapkan sarana dan prasarana penunjang acara diantaranya tempat yang lebih luas, dan sarana pendukung lain. Akhirnya, Balai RW 07 Kelurahan Darmo yang terpilih menjadi tempat pelaksanaan pelatihan yang memiliki tema “Membangun UMKM berbasis digital dengan konsep ekonomi kreatif”.

### **PELAKSANAAN SEMINAR**

Tema utama yang diangkat pada seminar ini adalah tentang “Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pasar Digital dan Inovasi Usaha Urban Farming”. Seminar ini berfokus tentang bagaimana para pelaku UMKM mengembangkan sebuah usaha melalui pasar digital atau digital marketing, beberapa poin yang kami sampaikan dalam materi seminar ini adalah:

1. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)
  - a. Cara mengembangkan umkm agar dapat bertahan di era pasca pandemi,
  - b. Memanfaatkan keterbatasan menjadi peluang
  - c. Pentingnya riset dan berinovasi,
  - d. Cara berinovasi sesuai dengan tren pasar, dan
  - e. Menganalisis dan menciptakan tren baru.
2. Pasar digital
  - a. Menjelaskan tentang apa itu pasar digital,
  - b. Mengapa harus mencoba pasar digital,
  - c. Keunggulan pasar digital dibandingkan dengan pasar tradisional,
  - d. Bagaimana cara memanfaatkan pasar digital
  - e. Bagaimana cara mengidentifikasi peluang-peluang yang terdapat pada pasar digital, dan
  - f. Bagaimana cara agar dapat manajemen pasar digital.
3. Mengembangkan UMKM melalui berbagai Platform Pemasaran Digital
  - a. Menjelaskan tentang teknik atau metode pemasaran digital,
  - b. Menjelaskan perbedaan teknik pemasaran konvensional dengan pemasaran digital
  - c. Cara memperoleh manfaat pemasaran melalui pemasaran digital,
  - d. Tips meningkatkan pengetahuan seputar teknologi yang mendukung dalam mempelajari dasar-dasar pemasaran digital
  - e. Bagaimana cara memilih platform media pemasaran digital yang sesuai, dan
  - f. Bagaimana cara mengelola pemasaran digital.

Selain ketiga poin di atas, materi seminar seputar *urban farming* dibawakan oleh Vindi Sinta Maysella, seorang mahasiswi jurusan pertanian yang memiliki peminatan dalam bidang teknik vertikultur. Dalam segmen urban farming ini Vindi mendorong para pelaku UMKM agar tidak takut berinovasi dalam sektor pertanian tanpa khawatir di tengah keterbatasan lahan di perkotaan, sehingga manfaat menanam dapat dirasakan dan dikembangkan menjadi sektor bisnis, baik secara pribadi maupun kolektif di lingkungan terkait. Seminar dilaksanakan dengan menitikberatkan kepada pembahasan materi yang dapat diterima dan dipahami oleh para pelaku UMKM yang mayoritas merupakan ibu-ibu rumah tangga. Dalam acara tersebut, saudara Herjuna memberikan waktu kepada para pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman mereka selama mengembangkan UMKM mereka. Selain itu, beliau juga memberikan contoh-contoh serta strategi awal dalam memulai usaha dengan memanfaatkan sektor digital yang memicu beberapa pelaku UMKM untuk saling berdiskusi sehingga dalam acara seminar tersebut dapat berjalan atraktif dan menarik. Ketika sesi dilanjutkan menuju segmen pengembangan urban farming Vindi mengajak seluruh pelaku usaha UMKM agar berani memulai untuk berinovasi dalam bidang bercocok tanam melalui konsep urban farming untuk membantu memenuhi kebutuhan rumah tangga, karena kebanyakan pelaku UMKM yang hadir mayoritas merupakan ibu rumah tangga.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Seminar

Sumber: <https://www.instagram.com/kknt12.upnjatim/>

Gambar 4. Foto Bersama Peserta Seminar

Sumber: <https://www.instagram.com/kknt12.upnjatim/>

### PELAKSANAAN PELATIHAN

Output yang diharapkan menjadi manfaat bagi para pelaku UMKM setelah diadakannya pelatihan pembuatan akun google business, e-commerce, dan foto produk adalah :

1. Memudahkan para pelaku UMKM untuk mengakses beberapa layanan google yang dapat menunjang usaha.
2. Mengintegrasikan UMKM dengan layanan e-mail dan google maps.
3. Membuat akun media sosial sebagai platform promosi utama yang dapat menjangkau banyak pangsa pasar dengan cepat, efisien, dan gratis.
4. Memperluas jangkauan pasar, dengan memanfaatkan e-commerce pelaku UMKM dapat terhubung dengan pengguna lain dari berbagai wilayah.
5. Efisiensi dalam melakukan jual beli, dengan membuat dan menggunakan e-commerce akan memudahkan pihak penjual dan pembeli dalam bertransaksi secara online kapan saja dan dimana saja.
6. Dengan memanfaatkan e-commerce tersebut bisa menghemat biaya bagi pelaku UMKM, karena tidak perlu mengeluarkan biaya lain-lain seperti biaya tenaga kerja dan biaya sewa toko.
7. Melatih para pelaku UMKM agar tahu teknik fotografi yang tepat dalam mempromosikan produk mereka lewat media sosial dan platform e-commerce untuk menarik minat calon konsumen.

Pelatihan dilaksanakan dengan berkoordinasi antar pihak PKK kelurahan, Ketua RW, dan kelompok 12 KKN- 15 T untuk mengumpulkan peserta dan ruang pelatihan yang berlokasi di balai RW 07 Kelurahan Darmo. Pelatihan dibuka dengan sambutan dari perwakilan PKK dan dilanjutkan dengan demonstrasi teoritis beserta praktikal yang dibawakan oleh masing-masing anggota kelompok 12 kepada para peserta. Disela-sela acara pelatihan, tak lupa Vindi sebagai salah satu anggota KKN-T mempromosikan praktik pemanfaatan sawi dan kencur sebagai salah satu ide inovasi produk dengan mengolahnya menjadi Es Krim sawi rasa alpukat dan manisan kencur. Vindi menjadikan sawi dan

kencur sebagai prospek utama inovasi produk karena sawi dan kencur sebelumnya dipandang sebelah mata dalam pengelolaan makanan ringan, padahal kedua produk tersebut secara khasiat terbukti bermanfaat untuk kesehatan dan bernilai ekonomis yang cukup tinggi. Setelah diadakan pelatihan, outputnya kelompok 12 akan terus berkoordinasi melalui grup wa untuk membantu keberlanjutan UMKM secara daring agar para pelaku UMKM terus bertahan dan berkembang dalam memulai inovasi baru lewat platform digital.



Gambar 5. Pemaparan materi pelatihan

Sumber: <https://www.instagram.com/kknt12.upnjatim/>



Gambar 6. Praktik pelatihan foto produk

Sumber: <https://www.instagram.com/kknt12.upnjatim/>

## SIMPULAN

Menjalani kehidupan di tengah perkotaan yang sedang mengalami pertumbuhan pesat dan perkembangan teknologi yang cenderung lebih cepat daripada daerah pedesaan tidak dapat menjamin pemerataan kesejahteraan bagi seluruh warga kota. Salah satu contohnya dapat dilihat dari UMKM yang ada di Kelurahan Darmo yang masih terjebak dalam transisi model transaksi jual-beli yang berubah dari model konvensional dengan mengandalkan transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli, kini perlahan memudar tergantikan oleh model transaksi elektronik berbasis digital yang menawarkan sejumlah kelebihan seperti kemudahan akses, mobilitas, efisiensi, dan pembayaran yang dapat dilakukan tanpa bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli. Disisi lain, semakin meningkatnya persaingan antar produk semakin membuat produk UMKM di Kelurahan Darmo yang tidak berinovasi sedikit demi sedikit mulai tersisih dari pasar.

Menyadari sejumlah potensi ancaman yang dapat mengancam survivabilitas dari UMKM kelurahan Darmo, kami melaksanakan kegiatan seminar dan pelatihan dengan harapan bahwa para pelaku UMKM dapat terdorong untuk terus belajar dan berinovasi sesuai dengan perkembangan dan permintaan pasar. Jangan mudah menyerah oleh keadaan akan tetapi dapat memanfaatkan keterbatasan menjadi peluang. Kami juga menanamkan filosofi baru kepada para UMKM untuk jangan melihat kapasitas usaha dari sebuah perusahaan yang sudah maju, akan tetapi untuk terus maju dapat dimulai dengan memanfaatkan apa yang telah dimiliki. Secara praktikal, kami juga telah melakukan survey lapangan untuk menghimpun data demi menggali peta UMKM serta potensi dan hambatan bagi



mereka dengan mendalam untuk selanjutnya kami kembangkan dalam bentuk kegiatan seminar dan pelatihan.

Seminar dan Pelatihan dengan tema “Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pasar Digital dan Inovasi Usaha Urban Farming” dan juga Pelatihan merupakan salah satu dari Proker (Program Kerja) dari Kelompok 12 KKN Tematik MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur Tahun 2022. Program Kerja Seminar dan Pelatihan ini telah disesuaikan dengan skema yang telah dipilih yakni “Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif” yang mana dengan dilaksanakannya seminar dapat menambah ilmu dan pengetahuan para tamu undangan UMKM yang hadir tentang pemasaran digital dan juga e-commerce serta memberikan inspirasi untuk menciptakan inovasi usaha baru.

Program Kerja Seminar ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan inspirasi serta motivasi kepada para pelaku UMKM yang berada di kelurahan Darmo maupun masyarakat di sekitarnya untuk memanfaatkan peluang bisnis di platform jual-beli online, terutama para pelaku UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman (FnB) untuk memasarkan dan menjual produknya melalui platform jual-beli online tersebut. Program Kerja Pelatihan merupakan bentuk implementasi secara langsung dari materi dan teori yang sudah disampaikan melalui seminar, dengan dilaksanakannya praktek secara langsung pada saat pelatihan diharapkan masyarakat kelurahan Darmo, terutama para pelaku UMKM dapat memahami dan dapat menerapkan secara langsung pada usaha yang mereka jalankan agar usaha mereka dapat terus berkembang dan bertahan menghadapi transisi serta permintaan pasar yang berubah-ubah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Daymon, C. dan Halloway I. 2011. “*Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*”(2nd Ed). London and New York: Routledge.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021, November). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada UMKM Melalui Digital Marketing. *In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 294-300).
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi pemasaran online dan offline. *jurnal abdikarya: jurnal karya pengabdian dosen dan mahasiswa*, 1(1).
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. *Prosiding*.