

Penerapan Digitalpreneurship pada UMKM Kelurahan Krobokan Semarang (*Application of Digitalpreneurship to MSMEs in Krobokan Village, Semarang*)

Diah Ayu Kusumawati^{1*}, Dian Essa Nugrahini²

Universitas Islam Sultan Agung, Jawa Tengah^{1,2}

diahayuk@unissula.ac.id^{1*}, dianessan@unissula.ac.id²



Riwayat Artikel

Diterima pada 15 November 2023

Revisi 1 pada 30 November 2023

Revisi 2 pada 16 Januari 2024

Revisi 3 pada 18 Januari 2024

Disetujui pada 19 Januari 2024

Abstract

Purpose: The purpose of this activity is to provide education regarding digital entrepreneurship to MSMEs to be better prepared to run their businesses effectively and maintain their sustainability.

Methodology/approach: The Community Service Team is developing digital-based MSMEs (Digitalpreneurship) by increasing the digital skills of business owners/workers and providing socialization for the implementation of platform selection strategies as online marketing media. In addition, we conducted a questionnaire survey to determine the extent to which MSME practitioners were able to understand counseling and their desire to apply it to their business.

Results/findings: The result of this activity is that most MSME owners in Krobokan Village have implemented digital-based businesses (digitalpreneurship). However, when applying digital entrepreneurship, business actors do not make optimal preparations, including digital skills and platform strategies. These two variables are among the basic needs to maintain the sustainability of digital-based businesses. Most MSMEs are self-taught while running digital businesses. After carrying out this service activity and based on the survey results, it was stated that MSME owners began to prepare for and correct deficiencies in carrying out digital entrepreneurship, especially in digital skills and platform strategies.

Limitations: The limitation of this community service activity is that it only focuses on improving digital skills for platform management and does not provide training on promotional strategies specifically for digital media.

Contribution: Counseling and training on digital skills and platform strategies in this community service activity can maintain the sustainability of MSMEs in Krobokan Village in the current digital era.

Keywords: *digitalpreneurship, digital skill, platform strategy, MSMEs*

How to cite: Kusumawati, D, A., Nugrahini, D, E. (2024). Penerapan Digitalpreneurship pada UMKM Kelurahan Krobokan Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 427-435.

1. Pendahuluan

Digitalisasi pada era globalisasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat yang menyentuh seluruh aspek tidak terkecuali Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Para pelaku bisnis harus memiliki kemampuan untuk memaksimalkan kreatifitas dalam mengikuti perkembangan era digital saat ini (Sinta, Rifa'I, Priyono, & Muksin, 2023). Di Indonesia, pertumbuhan UMKM mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Perkembangan tersebut memberikan dampak positif bagi UMKM berupa kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 60,5% (Kementrian Koperasi dan UKM, 2023). Pesatnya perkembangan UMKM tersebut merupakan dampak positif dari adanya digitalisasi. Menurut data dari OCBC NISP (2023) menyatakan bahwa transformasi digitalisasi UMKM telah terjadi semenjak pandemic tahun 2020 yang terus meningkat dalam penggunaan platform digital. UMKM menjadi salah satu jenis usaha yang mudah dan berkaitan dengan kehidupan sehari-hari yang

keberadaannya tidak dapat dihilangkan atau dihindari (Hasan, Haliah, & Fahdal, 2022). Pesatnya pertumbuhan UMKM berbasis digital ini juga dirasakan sampai ke daerah-daerah. Salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan pesat pada UMKM nya yaitu di Kota Semarang. Menurut Karsinah, Rahman dan Putri (2020) UMKM di Kota Semarang mengalami pertumbuhan pesat sejak awal tahun 2015. Pertumbuhan UMKM ini merata di setiap kecamatan-kecamatan di Kota Semarang. Kecamatan di Kota Semarang yang mengalami pertumbuhan UMKM yang pesat salah satunya yaitu di Kecamatan Semarang Barat dengan rangkuman data sebagai berikut :

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang

Tahun	2015	2016	2017
Jumlah UMKM	65	315	416

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan pada data Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa pada Kecamatan Semarang Barat mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2015 yaitu dnegan lonjakan peningkatan UMKM sebesar 20,6% dan disetiap tahunnya signifikan terjadi peningkatan jumlah UMKM. Berbagai factor yang mempengaruhi penginkatan UMKM pada Kecamatan Semarang Barat salah satunya yaitu pengaruh era industry 4.0 (Karsinah, Rahman, dan Putri, 2020). Era Indutri 4.0 banyak mengalami peralihan dari manualisasi menuju digitalisasi, hal ini yang menjadi salah satu factor peningkatan jumlah UMKM tersebut. Hal tersebut didukung oleh penelitian Karsinah, Rahman dan Putri (2020) yang menyatakan bahwa pada tahun 2020 UMKM yang terdaftar di Kota Semarang khususnya di Kecamatan Semarang Barat yaitu berjumlah 1.424 UMKM. Dalam mendukung era industry 4.0, UMKM harus mampu menjadi skala usaha yang unggul untuk mempeluas pasar di fenomena peningkatan penggunaan internet saat ini khususnya media social (Wisnuaji et al, 2023)

Perubahan UMKM menuju ke digitalisasi ini biasa disebut dengan digitalpreneurship. Menurut (Sahut, Iandoli, & Teulon, 2019) digitalpreneurship merupakan proses penciptaan suatu usaha yang berbasis pada nilai digital dengan penggunaan berbagai teknis digital untuk mendukung usaha berjalan efektif. Pendapat lain mengeni digitalpreneurship menurut Ulhøi (2021) adalah proses penggunaan digital teknologi secara individu maupun kelompok untuk mengatur proses kewirausahaan. Sedangkan menurut Kusumawati dan Saputri (2023) digitalpreneurship merupakan proses penciptaan usaha menggunakan digital teknologi untuk mengatur proses usaha lebih efektif dan efisien. berdasarkan pada pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan UMKM berbasis digital (digitalpreneurship) dapat mengelola kegiatan usaha lebih efektif dan efisien karena penggunaan teknologi digital tersebut.

Penerepan digitalisasi pada UMKM tentunya membutuhkan persiapan-persiapan salah satunya yaitu kemampuan dalam menggunakan teknologi digital. Persiapkan UMKM menuju digitalpreneurship perlu meningkatkan kemampuan digital bagi pemilik usaha maupun karyawannya. Kemampuan digital merupakan keterampilan dalam menggunakan computer dan internet dengan mengambil kendali serta memanfaatkannya secara efektif dan efisien (Leahy & Wilson, 2014); (Hargittai & Shafer, 2006). Pengertian lain dari kemampuan digital menurut Kusumawati & Saputri (2023) merupakan kemampuan dan keterampilan untuk memahami ruang lingkup digital, menggunakan computer untuk mengatur operasionalnya dan menggunakan internet secara efektif dan efisien. Dukungan dari kemampuan digital yang dimiliki oleh pemilik maupun karyawannya ini akan lebih membantu kesiapan dari UMKM untuk menuju digitalpreneurship. Selain kemamuan digital, persiapan yang perlu dilakukan UMKM yaitu strategi dalam pemilihan platform. Platform strategi merupakan strategi yang tepat dalam pemilihan platform digital untuk membantu proses usaha. Platform digital diartikan sebagai seperangkat pelayanan dan arsitektur yang memiliki fungsi menampung penawaran pelengkap (Parker, Van Alstyne, & Choudary, 2016); (Tiwana, Konsynski, & Bush, 2010). Platform digital dapat memberikan banyak peluang bagi wirausaha dalam keterlibatan produk dan pelayanan pelengkap (Zahra dan Nambisan (2011). Sehingga perlu dipersiapkan juga perencanaan strategi pemilihan platform yang tepat agar UMKM lebih mampu untuk menuju ke digitalpreneurship.

UMKM di Indonesia memiliki peran yang potensial untuk dikembangkan sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar lagi bagi perekonomian. Saat ini, penerapan digitalisasi pada UMKM

sedang menjadi suatu tren yang positif dengan melihat jumlahnya yang terus bertambah. Hal tersebut tidak luput juga dari perkembangan UMKM di setiap daerahnya salah satunya yaitu di Provinsi Jawa Tengah. Dinas Koperasi dan UMKM Jateng (2023) melakukan pencatatan dalam 10 tahun terakhir yaitu pertumbuhan UMKM di Provinsi Jawa Tengah terjadi peningkatan yang signifikan yang semula kurang lebih. Pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah ini dilihat dari lima tahun yang lalu asset UMKM sekitar Rp. 10,4 triliun dan meningkat di Tahun 2023 ini menjadi Rp.68.8 triliun (Sieedo, 2023). Kelurahan Krobokan salah satu kelurahan di Kota Semarang yang terletak di Semarang Barat. Mayoritas penduduk di Kelurahan Krobokan memiliki usaha mikro kecil menengah. Beragam usaha yang dijalankan oleh penduduk di Kelurahan Krobokan diantaranya yaitu dibidang makanan minuman, retailer, fashion, dan berbagai produk olahan dari ikan segar. Para pelaku UMKM tersebut membentuk paguyuban-paguyuban untuk memperkuat jaringan satu dengan yang lain. Salah satu di antara paguyuban tersebut yaitu Koperasi Lumintu Mina Mandiri yang telah berdiri sejak tahun 2010 yang memiliki banyak anggota. Sebagian besar para anggota koperasi tersebut telah bergabung pada platform-platform digital dalam penjualan produk-produknya. Akan tetapi terdapat kekurangan dari beberapa UMKM tersebut dalam penerapan strategi pada pemilihan platform tersebut. Selain itu, minoritas dari anggota koperasi tersebut belum menerapkan digitalisasi pada usahanya dan masih menjual produk secara offline. Maka dari itu diperlukan optimalisasi digital preneurship melalui peningkatan digital skill dan penerapan platform strategi yang tepat bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan.

Dalam mengoptimalkan digitalpreneurship dan peningkatan digital skill dan strategi platform ini dengan memberdayakan para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan dengan memberikan penyuluhan mengenai digitalpreneurship dengan menerapkannya pada usaha-usaha yang telah dimiliki oleh para anggota paguyuban UMKM tersebut yaitu dengan memberikan nilai-nilai penting untuk dapat menghadapi digitalisasi pada dunia usaha. Penyuluhan ini tidak sebatas menjelaskan saja, akan tetapi juga mengoptimalkan digitalisasi bagi usaha yang belum menerapkannya atau masih melakukan penjualan secara offline. Selanjutnya diberikan juga pelatihan digital skill (kemampuan digital) dan penerapan serta pemilihan strategi platform yang tepat bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan. Sehingga kedepannya bagi usaha yang masih offline dapat mulai untuk membuka usaha online nya dengan penerapan strategi dan pemilihan platform yang tepat. Berdasarkan pada Analisa situasi dan identifikasi masalah pada mitra, maka rumusan permasalahannya antara lain : (1) Belum optimalnya penerapan digitalpreneurship pada para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan, (2) Pelatihan digital skill dan platform strategi perlu diberikan sebagai dasar menjaga keberlangsungan usaha yang berbasis digitalisasi

2. Metodologi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM di Kelurahan Krobokan, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang. Peserta UMKM yang ikut serta pada kegiatan pengabdian Masyarakat ini yaitu anggota-anggota di Koperasi Lumintu Mina Mandiri yang berjumlah 24 orang. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode observasi dan sosialisasi. Selanjutnya menggunakan 3 tahap pendekatan yaitu,

- 1) Metode penyuluhan yaitu kegiatan penyampaian materi dilakukan dengan memberikan penjelasan mengenai digitalpreneurship pada UMKM. Dalam penyampaian materi penyuluhan ini akan memberikan penjelasan terkait bagaimana melakukan pengembangan usaha berbasis digitalisasi. Selanjutnya juga memberikan penjelasan mengenai bagaimana meningkatkan kemampuan digital (digital skill) dan penerapan platform strategi dalam memilih platform yang tepat agar mampu meningkatkan keuntungan dan menjaga keberlangsungan usaha tersebut. Pada tahap pertama ini nantinya juga akan dibagikan pre-test untuk melakukan observasi secara detail kondisi dari UMKM tersebut.
- 2) Metode Diskusi, yaitu sesi tanya jawab dan diskusi ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya secara langsung ketika menemui kendala-kendala yang membutuhkan solusi dan nantinya akan digunakan untuk mendiskusikan Bersama. Pada proses diskusi inilah kemudian akan dilakukan problem solving agar nantinya materi-materi yang diberikan mampu diterapkan dengan maksimal pada UMKM menuju digitalpreneurship.
- 3) Metode Pendampingan, yaitu praktik dan membantu secara langsung memberikan tips dan kiat-kiat untuk menjadi UMKM yang siap menuju digitalpreneurship. selanjutnya memberikan

pendampingan pada UMKM dalam mengelola bisnis nya melalui peningkatan kemampuan digital dan memilih strategi platform yang tepat sesuai dengan kondisi dari usahanya masing-masing. Pada pelatihan menyarankan beberapa platform digital dalam mengembangkan usahanya dapat melalui e-commerce maupun marketplace global yang ada di Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia dan Bukalapak.

- 4) Monitoring dan Evaluasi, yaitu melakukan monitoring dengan membagikan post-test untuk melihat sejauh mana usaha dari UMKM tersebut telah siap menuju digitalpreneurship. Selanjutnya dari hasil post-test tersebut digunakan untuk evaluasi di kemudian hari.

3. Hasil dan pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini memiliki tujuan untuk memberikan penyuluhan mengenai penerapan digital skill dan platform strategy untuk mengoptimalkan digitalpreneurship pada UMKM di Kelurahan Krobokan. Pertumbuhan UMKM di Kelurahan Krobokan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Bermunculannya UMKM tersebut karena adanya kemudahan yang ditawarkan oleh platform-platform pemasaran digital. Akan tetapi penggunaan platform untuk kegiatan pemasaran tersebut kurang maksimal karena sebagian besar dari para pelaku UMKM hanya sekedar melakukan registrasi dan berjualan saja tanpa mempertimbangkan hal penting lainnya. Selain itu, tenaga kerja atau pemilik dari UMKM tersebut memiliki keterbatasan pada kemampuan digital. Seharusnya, kedua hal tersebut saling mendukung dan melengkapi untuk mengoptimalkan UMKM menuju digitalpreneurship. Sehingga UMKM di Kelurahan Krobokan akan semakin berkembang dan mampu menjaga keberlangsungan usahanya. Pada tahap awal sebelum dilaksanakannya pemberian penyuluhan, terlebih dahulu mengadakan pre-test untuk mengetahui kondisi dari UMKM sebelum diberi penyuluhan. Selain itu juga dilakukan pendataan dari para peserta yang berjumlah 24 orang dan terangkum datanya sebagai berikut :

Tabel 2. Deskripsi Peserta

Keterangan	Hasil
Jenis Kelamin	
- Laki-Laki	33%
- Perempuan	67%
Status Usaha	
- Online	62%
- Offline	38%
Penguasaan dan Pengelolaan Digital	
- Pemilik	21%
- Karyawan	42%
- Tidak Ada	37%
Jumlah Platform yang digunakan	
- Tidak Ada	37%
- 1 Platform	17%
- > 2 Platform	46%

Sumber: Olah Data, 2023

Mayoritas peserta pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Perempuan dengan persentase 67% dibandingkan dengan peserta laki-laki. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar pengelola UMKM adalah seorang ibu rumah tangga. Dalam menjalankan usahanya, mayoritas dari peserta telah menggunakan platform digital sebagai sarana pengelolaan usahanya. Peserta yang telah menjalankan bisnis nya secara online sebesar 62% dan sisanya 38% masih menjalankan usahanya secara offline. Pada peserta yang telah menjalankan usahanya secara online, dalam penguasaan dan pengelolaan digitalnya sebagian besar masih di Kelola oleh karyawan (42%) dan hanya sebagian kecil pemiliknya yang mampu mengelola usahanya melalui media digital (21%). Selain ini, peserta yang

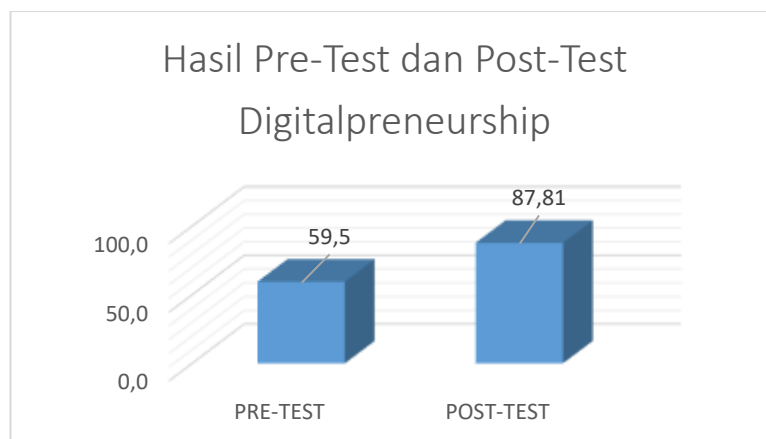
menjalankan usahanya secara online menggunakan 2 atau lebih platform sebagai media penjualannya (46%) dan sisanya masih menggunakan 1 platform saja (17%).

Dalam penyampaian penyuluhan dilakukan dua sesi yaitu pada sesi pertama menyampaikan materi tentang digitalpreneurship. Pada penyuluhan digitalpreneurship, para peserta diberikan pengetahuan mengenai apa makna digitalpreneurship, pentingnya digitalpreneurship di era saat ini dan bagaimana mempersiapkan usaha menuju digitalpreneurship. Sedangkan pada penyuluhan di sesi kedua membahas mengenai peningkatan kemampuan digital (digital skill) dan penerapan strategi platform yang tepat. Pada sesi kedua ini para peserta mendapatkan pengetahuan mengenai makna kemampuan digital, peran kemampuan digital terhadap bisnis dan peningkatan kemampuan digital untuk mempersiapkan bisnis berbasis digital. Sedangkan pada materi penyuluhan strategi platform, peserta diberikan strategi-strategi dalam memilih platform sebagai media pemasaran yang tepat. Pemilihan platform yang tepat ini disesuaikan dengan kondisi dari masing-masing usaha yang dijalankan para peserta. Setelah itu dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu sesi diskusi dan praktik. Pada sesi ini ditemukan berbagai permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para peserta, baik yang sudah menjalankan bisnisnya secara online maupun offline. Teknik problem solving dilakukan untuk mencari suatu solusi dalam pemecahan permasalahan tersebut dan mempraktikkannya secara langsung. Dalam proses praktik kemampuan digital, para peserta diajarkan kemampuan untuk mengelola platform sebagai media pemasaran. Sedangkan pada praktik digital penerapan strategi platform yaitu dilakukan pendampingan melakukan registrasi dan mengelola platform tersebut sesuai dengan saran-saran yang telah disesuaikan dengan kondisi dari usaha para peserta masing-masing. Setelah praktik tersebut dilakukan, tahap selanjutnya yaitu melakukan pendampingan pada usaha online agar beberapa hasil diskusi dapat terapkan dengan benar. Pada proses pendampingan ini dilakukan berkala dan dipantau melalui media platform para peserta tersebut. Selain itu pada proses pendampingan juga akan meluangkan waktu untuk melakukan diskusi-diskusi dalam pemecahan permasalahan. Segala bentuk permasalahan akan segera mungkin diselesaikan agar tidak berlarut dan menjadi sebuah permasalahan yang besar.



Gambar 1. Proses Penyuluhan Digitalpreneurship

Pada tahap keempat adalah melakukan monitoring dan evaluasi yang bertujuan melakukan mengontrol dan mengendalikan strategi platform serta kemampuan dari staff maupun pemiliknya. Tim Pengabdian kepada Masyarakat akan melakukan monitoring bertahap sesuai dengan kondisi usaha peserta. Pada kegiatan monitoring akan dilakukan pencatatan yang nantinya akan digunakan untuk melakukan evaluasi dari serangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada tahap ini akan diberikan post-test untuk meninjau sejauhmana para pelaku UMKM memiliki pemahaman dari materi penyuluhan yang diberikan. Hal tersebut juga yang nantinya akan di jadikan evaluasi kedepannya agar rangkaian tahapan dari kegiatan pengabdian Masyarakat ini benar-benar memiliki manfaat bagi para pelaku UMKM menuju ke digitalpreneurship. Berikut ini merupakan hasil pre-test dan post-test gambar 2 berikut :



Grafik 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test Digitalpreneurship

Pada analisis kesiapan UMKM di Kelurahan Krobokan menuju digitalpreneurship sesuai dengan hasil pre-test dan post-test nya sesuai dengan kriteria interval Sangat Buruk (0% – 19,9%), Buruk (20% – 39,9%), Cukup (40% - 59,9%), Baik (60% - 79,9%), Baik Sekali (80% - 100%) didapatkan hasil bahwa pre-test pemahaman digitalpreneurship melalui kemampuan digital dan strategi platform pada UMKM di Kelurahan Krobokan tergolong cukup dengan persentase 59,5%. Hal tersebut dapat di artikan bahwa UMKM di Kelurahan Krobokan cukup memahami mengenai perkembangan digitalpreneurship yang berkembang di era saat ini, namun masih memiliki kekurangan pada kemampuan digital yang dimiliki serta belum tepatnya memilih platform yang disesuaikan denah kondisi usahanya. Sedangnakan hasil post-test yang dilakukan setelah mendapatkan serangkaian kegiatan tersebut, pemahaman digitalpreneurship pada UMKM di Kelurahan Krobokan mengalami peningkatan menjadi 87,8%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa UMKM di Kelurahan Krobokan sudah sangat baik memahami mengenai perkembangan digitalpreneurship. Selain itu, UMKM di Kelurahan Krobokan sudah lebih siap kedepannya dalam peningkatan kemampuan digital dan telah melakukan penerapan strategi platform melalui beberapa platform disarankan yang sesuai dengan kondisi dari masing-masing usaha UMKM di Kelurahan Krobokan.

Hasil dari kegiatan pengabdian Masyarakat ini pada UMKM di Kelurahan Krobokan menunjukkan bahwa terdapat perubahan yang positif setelah dilakukan kegiatan tersebut. Pemberian penyuluhan mengenai strategi penggunaan platform dan peningkatan kemampuan digital pada UMKM di Kelurahan Krobokan mampu memaksimalkan pengelolaan platform digital yang telah dimiliki oleh para pelaku UMKM. Selain itu bagi para pelaku UMKM yang belum memiliki platform untuk kegiatan usahanya mulai menerapkannya. Sedangkan pada penyuluhan kemampuan digital pada UMKM juga terdapat perubahan yang positif. Dimana yang awalnya sebagian para pelaku UMKM masih gagap akan digitalisasi, mulai mengenal digitalisasi khususnya dalam pengelolaan platform digital untuk keberlangsungan usahanya. Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui hasil pre-test dan post-test yang telah dilakukan selama kegiatan pengabdian kepada Masyarakat berlangsung.

Digitalisasi bisnis merupakan proses mengubah cara manual pada bisnis menjadi digital (Hasan, Haliah, Fahdal, 2022). Perubahan cara manual ini dapat dimulai dari proses pencatatan transaksi penjualan maupun keuangan yang mulai dengan menggunakan aplikasi digital atau dapat membuat rekapan melalui media digital. Pemanfaatan media digital menjadi salah satu upaya UMKM untuk memasarkan produknya agar konsumen lebih mengenal produk tersebut (Ifada et al, 2023). Selain itu, konversi suatu bisnis bermula dari konvensional menuju ke digital mampu memberikan manfaat salah satunya adalah dapat menambah wawasan dan pengetahuan dari pelaku usaha (Persada & Archiria, 2022). Sehingga dalam hal ini sangat diperlukan pelatihan kemampuan digital (digital skill). Digital skill (kemampuan digital) merupakan kemampuan dan keterampilan yang dilakukan untuk memanfaatkan peluang dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk meningkatkan kinerja yang lebih efektif dan efisien (Leahy & Wilson, 2014);

(Hargittai & Shafer, 2006). Selain itu pemilihan platform yang tepat juga menjadi suatu hal penting dalam kesuksesan digitalpreneurship. Platform menjadi salah satu ruang lingkup pada digitalpreneurship. Platform digital dapat diartikan sebagai ruang lingkup digital yang menyediakan peluang usaha dan saling berhubungan baik antara pebisnis dengan pelanggannya (Hsieh & Wu, 2018). Peningkatan literasi dan penguasaan digital dalam kegiatan pemasaran dapat meningkatkan kegiatan promosi produk dengan cara modern dan mampu memperluas pasar (Kodriyah et al, 2022). Strategi yang dapat dipilih dalam menentukan platform yang tepat yaitu dengan berbisnis melalui e-commerce. E-commerce merupakan media yang dapat digunakan dalam kegiatan perniagaan. Menurut Sinta et al, (2023) e-commerce memiliki peran andil dalam berbisnis yang menjadi proses penyempurnaan pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis. Selain itu, dalam penerapan strategi platform dapat juga melalui marketplace. Menurut Sinta et al, (2023) marketplace menjadi sarana bertemunya penjual dan pembeli dengan melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Marketplace global yang tersedia di Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Oleh karena itu kedua variabel tersebut akan memperkuat UMKM di Kelurahan Krobokan dalam proses menuju digitalpreneurship, sehingga harapan kedepannya mampu bersaing dan menjaga keberlangsungan dari usaha tersebut.



Gambar 2. Kegiatan Penyuluhan Digitalpreneurship

4. Kesimpulan

UMKM berbasis digital menjadi suatu trend positif yang mampu berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia. Setiap tahunnya UMKM mengalami perkembangan yang sangat pesat tidak terkecuali di setiap daerah-daerah di Indonesia. Akan tetapi belum seluruhnya UMKM tersebut mengaplikasikan digitalisasi khususnya di setiap daerah, salah satunya di Kelurahan Krobokan, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. UMKM di Kelurahan Krobokan mayoritas sudah berbasis digital, namun para pelaku UMKM tersebut belum cukup memiliki pemahaman mengenai digitalpreneurship. dalam meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan tersebut maka dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada Masyarakat. Metode yang digunakan pada kegiatan ini yaitu melalui observasi dan sosialisasi dengan 4 tahap mulai dari pemberian materi penyuluhan, diskusi dan praktik, pendampingan serta monitoring dan evaluasi. Selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pre-test dan post-test yang menunjukkan hasil peningkatan signifikan sebelum dan setelah dilakukan penyuluhan digitalpreneurship pada UMKM di Kelurahan Krobokan. Hal ini dapat diartikan bahwa setelah dilaksanakan kegiatan penyuluhan digitalpreneurship oleh para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan memiliki pemahaman yang sangat baik mengenai penerapan digitalpreneurship. Dalam penerapan digitalpreneurship ini, para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan telah mempersiapkan kemampuan digital baik yang dimiliki oleh karyawan maupun para pemiliknya. Selain itu, para pelaku UMKM di Kelurahan Krobokan juga telah melakukan penerapan strategi pemilihan platform yang tepat sesuai dengan saran-saran serta disesuaikan dengan kondisi dari usahanya masing-masing.

Saran yang dapat diberikan untuk kegiatan pengabdian kepada Masyarakat selanjutnya ialah sangat diperlukan melakukan persiapan dan observasi yang dapat dilakukan jauh hari sebelum dilaksanakan kegiatan pengabdian Masyarakat. Kegiatan persiapan dan observasi ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih valid mengenai kondisi nyata dari para peserta. Hasil dari persiapan dan observasi tersebut dapat dijadikan sebagai data acuan dan perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan. Sehingga nantinya mampu memberikan solusi dan penyelesaian permasalahan secara mendetail. Selain itu dengan kegiatan observasi tersebut dapat mencatat kekurangan-kekurangan dari usaha para peserta sehingga lebih siap dalam memberikan materi yang tepat dan bermanfaat bagi para pelaku usaha untuk menjaga keberlangsungannya.

Referensi

- Hargittai, E., & Shafer, S. (2006). Differences in Actual and Perceived Online Skills: The Role of Gender. *Social Science Quarterly*, 87(2), 432–448.
- Hasan, H., Haliah, H, Fahdal, M, A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 43-50.
- Hsieh, Y. J., & Wu, Y. (2018). Entrepreneurship through the platform strategy the digital era: insights and research opportunities. *Computers in Human Behavior*.
<https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
<https://siedoo.com/berita-43470-pertumbuhan-umkm-di-jateng-melejit-aset-tahun-2023-capai-rp688-triliun/#:~:text=Rp68%2C8%20Triliun%20%2D-,Pertumbuhan%20UMKM%20di%20Jateng%20Melejit%2C%20Aset,2023%20Capai%20Rp68%2C8%20Triliun&text=SEMARANG%2C%20siedoo.com%20%E2%80%93%20Dinas,mencapai%20sekitar%20Rp68%2C8%20triliun.>
<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2023/05/19/digitalisasi-umkm-adalah>
- Ifada, L.M., Winarsih, W., Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., Hendar, H., Sudarti, K. (2023). Pengembangan Wirausaha Masyarakat Peternak Domba di Wonosobo melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dan Pemasaran Digital. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(2), 127-135.
- Karsinah, Rahman, Y. A., & Putri, P. I., (2020). UMKM Kota Semarang dalam Menghadapi Era Industri 4.0. Fastindo : Semarang.
- Kodriyah, K., Kurnia, D., Alamsyah, A. A., & Wulandari, A. R. (2022). Kontribusi Bank Sampah Berbasis Digital sebagai Alternatif Peningkatan Pendapatan Warga. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 109-118. doi:10.35912/yumary.v3i2.1517.
- Kusumawati, D. A., & Saputri, P. L. (2023). Optimizing Digitalpreneurship through Digital Skills and Platform Strategy on MSMEs in Central Java. , *Islamic Sustainable Finance, Law and Innovation, Contributions to Management Science*, 359 – 368. https://doi.org/10.1007/978-3-031-27860-0_32
- Leahy, D., & Wilson, D. (2014). Digital Skill for Employment. *International Federation for Information Processing* 444, 178 – 189.
- Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy—and how to make them work for you*. New York: W.W. Norton Publishing.
- Persada, A. G., & Achiria, S. (2022). Pemberdayaan UKM Jamaah Masjid berbasis Digital Marketing di Desa Tlogoadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1): 1-11.
- Sinta, v., Rifa'i, M, N., Priyono, S., Muksin, A. (2023). Sosialisasi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Home Industri di Desa Mergotentrem Kabupaten Oku Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 247-255.
- Tiwana, A., Konsynski, B., & Bush, A. A. (2010). Platform evolution: Coevolution of platform architecture, governance, and environmental dynamics. *Information Systems Research*, 21(4), 675–687.

- Ulhøi, J. P. (2021). A Digital Perspective on Entrepreneurship,. *Journal of Innovation Management*, 9 (3), 71-89.; DOI:<https://doi.org/10.24840/2183-0606-003-0005>.
- Wisnuaji, P..T., Rachmawati, D., Sudari, S.A. (2023). Penerapan Digital Marketing untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitchen Depok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139-146.
- Zahra, S., & Nambisan, S. (2011). Entrepreneurship in global innovation ecosystems. *Academy of Marketing Science Review*, 2011 (1), 4–17.