PENINGKATAN KEMAMPUAN *DIGITALPRENEUR* MELALUILITERASI BISNIS DIGITAL DAN INOVASI BISNIS

Lik Anah1\*, Choirun Nisful Laily2, Mahfudiyanto3, Winaika Irawati4, Lilis Sugi RN5

1234Universitas Hasyim Asy’ari, Jombang, Indonesia

E-mail : lik.anah89@gmail.com1\*

***Abstrak***

*Perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis, khususnya terkait digitalisasi dan pengembangan usaha perlu disesuaikan oleh para pelaku UMKM. Sesuai dengan kondisi yang dialami oleh para peserta pelatihan yang sebagian besar adalah UMKM, dimana semua produk yang dihasilkan harus dapat menyesuaikan dengan permintaan ekspor dan permintaan untuk melakukan digitalisasi baik dari segi pemasaran maupun kegiatan usahanya.Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan bisnis digital dan mampu melakukan inovasi usaha. Tahap pertama peningkatan literasi digital yaitu penyampaian pengetahuan, perilaku dan sikap dalam memanfaatkan bisnis digital. Tahapan selanjutnya dengan melakukan inovasi usaha. Hasil yang diharapkan tentunya dapat meningkatkan pemahaman tentang bisnis digital dengan memamfaatkan pemasaran digital yang ada dan mampu melakukan inovasi usaha sesuai dengan permintaan pasar.*

***Kata kunci:*** *Kemampuan digitalpreneur, Literasi bisnis digital, Inovasi bisnis*

# 1. PENDAHULUAN

Proses adaptasi perkembangan bisnis wajib dilakukan oleh semua UMKM untuk dapat bertahan ditengah persaingan bisnis. Digitalisasi dan inovasi usaha menjadi focus utama dalam pengabdian kepada masyarakat ini, karena menyesuaikan dengan perkembangan yang terjadi khususnya tentang digitalisasi UMKM dan kebutuhan melakukan inovasi usaha. Berdasarkan hasil obsevrasi yang telah dilakukan kepada peserta pelatihan dimana sebagian besar adalah UMKM, menyatakan bahwa inovasi usaha harus terus dilakukan dengan menggunakan inovasi bahan, tampilan dan permintaan konsumen, selain itu tuntutan untuk melakukan digitalisasi dalam bidang pemasaran sangat dibutuhkan untuk dapat menjangkau konsumen di berbagai tempat dan berbagai kalangan. Berdasarkan hal tersebut maka focus utama pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk meningkatkan literasi bisnis digital dan inovasi usaha untuk membentuk digitalpreneur. peningkatan pemahaman kewirausahaan menjadi sangat wajb dilakukan agar dapat mengatasi dan mengantisipasi problematika yang muncul selama berjalannya usaha. (Asni Aulia et al., 2021). Sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa lembaga pelatihan LKP Karina berusaha menyesuaikan perubahan yang terjadi agar para peserta dapat siap terjun ke masyarakat dengan inovasi bisnis, keterbaruan teknologi pemasaran dan tentunya dapat membuka kesempatan kerja baru yang lebih luas. Peserta dalam kegiatan pengabdian ini yaitu seluruh peserta program pelatihan yang telah terdaftar, dimana sebagian besar berasal dari kalangan anak jalanan, para wirausaha pemula dan wirausaha muda yang ingin mengembangkan kemampuan bisnisnya agar dapat lebih produktif. Melalui observasi tersebut juga diketahu permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu masih kurangnya informasi terkait bisnis digital yang sedang berkembang saat ini, kurangnya perkembangan inovasi bisnis yang dapat dilakukan sesuai dengan berbagai bidang usaha yang dimiliki oleh para peserta dan kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan bisnis digital baik dalam digital marketing maupun pengoperasionalannnya serta peluang inovasi bisnis yang dapat digunakan.

Pengabbdian kepada masyarakat yang dilakukan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kognitif peserta dan mampu menciptakan lapangan kerja sendiri. Hasil dari kegiatan adalah terjadi peningkatan kognitif dalam pemanfaatan bisnis digital dan inovasi usaha dari berbagai jenis usaha yang dimiliki oleh para wirausaha pemula baik dalam bidang kuliner, industri kreatif maupun jasa dan perdagangan. Istilah literasi digital dikemukakan pertama kali oleh Gilster & Watson (1997) sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Ia mengemukakan bahwa literasi digital merupakan kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks, seperti akademik, karier, dan kehidupan sehari-hari (Syah et al., 2019)

Oslo OECD (2005) mengidentifikasi dan membedakan empat jenis utama dari inovasi, yaitu produk, proses, pemasaran, dan organisasi. Dimana inovasi pada produk dan proses terkait erat dengan inovasi teknologi. Struktur inovasi yang disampaikan Oslo tersebut dibagi menjadi empat bagian yaitu:(Suhaeni, 2018)

1. Inovasi Produk. Menjelaskan mengenai produk yakni bagaimana isi produk tersebut, seperti apa rasanya, kualitasnya, dan yang lainnya. Inovasi produk juga melihat bagaimana kemasan dari produk tersebut, seperti apa pembungkusnya, tulisan, warna, system untuk membuka tutup, bentuknya, dan lain sebagainya.
2. Inovasi Proses, dilihat dari bagaimana proses pengusaha menciptakan produk, proses produksi, proses teknologi pengemasannya, riset dan pengembangan, menciptakan mesin baru, dan lain lain. Inovasi teknikal terdiri dari teknik desain, teknik pengawasan, dan teknik pengerjaannya.
3. Inovasi Organisasi, terkait tentang bagaimana seseorang melakukan manajemen tim dan anggota dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.
4. Inovasi Pemasaran, membahas mengenai bagaimana cara seorang pengusaha dalam menjual produknya, seperti bagaimana ia mendistribusikannya, memasarkannya, mengiklankannya,
5. **METODE**

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan tujuan yang ditetapkan yaitu melalui 2 tahapan. Tahap pertama yaitu adanya peningkatan kemampuan pemanfaatan bisnis digital digital marketing dan berbagai macam marketplace yang bisa dipilih dan digunakan oleh para pelaku UMKM atau wirausaha pemula untuk mengembangkan usahanya dan memberikan praktek langsung tentang bagaimana proses pendaftaran dan penggunaan akun marketplace.. Tahapan yang kedua dilakukan dengan melakukan inovasi bisnis dari bahan yang tersedia. Langkah kerja yang dilakukan antara lain survei dan analisa kondisi di Lembaga pelatihan LKP Karina Jombang untuk menganalisis masalah dan potensi yang dapat dikembangkan. Koordinasi dengan pihak pihak yang mendukung pelaksanaan kegiatan. Jumlah peserta pelatihan terdapat 15 peserta dengan berbagai jenis bidang usaha yang telah dirintis maupun yang akan memulai bisnis.

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bentuk pelatihan yang diselenggarakan lembaga pelatihan Karina Jombang yaitu dikhususkan dalam bidang seni dan kerajinan yaitu dalam hal pembuatan hantaran. Tahap awal hasil pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk identifikasi masalah yang diperoleh dari hasil diskusi tim pengabdian dengan pengelola lembaga pelatihan Karina Jombang yaitu adanya perbedaan pengalaman menjalankan bisnis dari peserta pelatihan, yaitu peserta pelatihan yang rata rata berasal dari anak jalanan yang masih sangat awam untuk memulai bisnis maupun pemasaran bisnisnya. Sedangkan dari peserta perorangan yang telah lebih dulu memulai bisnis mengalami kesulitaan dalam implementasi bisnis digital khususnya dalam hal pemasaran online. Terdapat keraguan dari para peserta untuk masuk kedalam bisnis digital dikarenakan kurangnya pengalaman dalam pemasaran dan kurang optimal dalam memanfaatkan media yang ada.

Terdapat dua fokus yang menjadi tema dalam pengabdian ini yaitu tentang pemahaman atau pengetahuan dalam bisnis digital yang dimuat dalam literasi bisnis digital berupa penggunaan media digital untuk pemasaran produk termasuk penggunaan marketplace untuk media pemasaran bisnis. Fokus yang kedua yaitu tentang kemampuan melakukan inovasi usaha dengan menyampaikan berbagai bentuk inovasi usaha yang dapat dilakukan mulai dari inovasi produk bisnis, inovasi proses bisnis, inovasi organisasi dan inovasi pemasaran..

Bentuk implementasi pengabdian kepada masyarakat yang pertama yaitu pemahaman materi Peningkatan literasi bisnis digital dan Kemampuan dalam pemanfaatannya serta inovasi pengembangan usaha sebagai bentuk dari inovasi usaha melalui beberapa uraian aspek penjelasan berikut ini:

1. **Pemahaman Literasi Bisnis Digital**
   1. Pengetahuan Literasi Bisnis Digital

Peningkatan pengetahuan bisnis digital dilakukan melalui penyampaian materi terkait bisnis digital. Literasi bisnis digital dalam pengabdian kepada masyarakat ini menitik beratkan pada pengetahuan penggunaan media digital atau digital marketing untuk kegiatan pemasaran termasuk pemahaman ketersediaan marketplace yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan pemasaran bisnis. Terjadinya peningkatan pengetahuan diketahui dari pengetahuan para peserta pelatihan dalam menyebutkan media digital apa saja yang dapat digunakan untuk digital marketing, fitur apa saja yang tersedia dari marketplace, manfaat penggunaannya.

* 1. Perilaku Literasi Bisnis Digital

Perilaku literasi bisnis digital dalam hal ini yaitu keberlanjutan dari pemahaman literasi bisnis digital yang telah diberikan sebelumnya. Ketercapaian komponen ini yaitu adanya tindakan atau perilaku para wirausaha untuk mau memanfaatkan bisnis digital dalam hal ini yaitu mencoba untuk menerapkan penggunaan marketplace untuk pemasaran bisnis. Peningkatan perilaku diketahui dari resiko yang didapat, hak dan kewajiban saat menggunakan marketplace berdasarkan materi yang telah disampaikan.

* 1. Sikap Literasi Bisnis Digital

Sikap merupakan bentuk keputusan akhir yang diambil oleh wirausaha atau peserta pelatikan untuk menggunakan atau tidak marketplace untuk media pemasaran bisnis. Kombinasi dari adanya kesadaran, pengetahuan, keterampilan, perilaku dan sikap untuk secara sadar menggunakan bisnis digital. Indikator peningkatan sikap diketahui dari 25 peserta pelatihan mampu memilih dan mengunduh aplikasi marketplace untuk mulai mendaftar akun.

1. **Kemampuan Inovasi Usaha**
2. Inovasi produk

Inovasi produk dilakukan melalui praktek, antara lain inovasi pengemasan hantaran, media pembuatan hantaran dengan menggunakan bahan di sekitar misalnya menggunakan klobot jagung, pembuatan frame kaca dengan menggunakan bahan kayu atau akrilik. Inovasi produk tidak hanya menghasilkan produk hantaran, tetapi juga dapat menghasilkan hiasan untuk hadiah ataupun merchandise dengan menggunakan keterampilan dasar menghias hantaran yang dimiliki oleh para peserta pelatihan

1. Inovasi proses

Inovasi proses dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan pelatih dari lembaga pelatihan terkait proses menghias yang inovatif. Temuan yang diperoleh dari inovasi proses disini adalah penggunaan bahan klobot jagung yang disesuaikan dengan bahan pembuatan hiasan hantaran. Penyesuaian proses pengunaannya serta penyesuaian proses produksi dari keseluruhan proses produksi yang dilakukan.

1. Inovasi organisasi

Inovasi organisasi dilakukan dengan menyesuaikan tim bisnis dari masing masing wirausaha. Secara umum para wirausaha peserta pelatihan mengelola bisnisnya secara mandiri, sehingga pengembangan organisasi menjadi kendala tersendiri. Dalam sebuah bisnis, pengelolaan akan efektif jika dikerjakan bersama tim dan masing masing tim mempunyai bidang kerja yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

1. Inovasi pemasaran

Inovasi pemasaran dilakukan dengan menggabungkan hasil pemahaman pada literasi bisnis digital yang telah dilakukan sebelumnya. Inovasi pemasaran dalam pengabdian kepada masyarakat ini focus terhadap pemanfaatan marketplace agar para wirausaha peserta pelatihan dapat menggunakan dan mengembangkan jangkauan bisnisnya dan mendapatkan pangsa pasar baru melalui pemasaran online yang dilakukan. Inovasi pemasaran menggunakan media marketplace ini menggunakan media marketplace yang telah tersedia dan umum digunakan masyarakat saat ini.

Implementasi tahap kedua pengabdian kepada masyarakat yaitu penerapan pemahaman yang telah diberikan. Bentuk penerapannya adalah para peserta pelatihan mampu untuk menerapkan bisnis digital dan melakukan inovasi produk sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Pemahaman terkait literasi bisnsi digital diketahui dari pemahaman peserta pelatihan tentang ketersediaan marketplace yang dapat digunakan dan dijangkau. Berdasarkan hasil workshop diketahui bahwa sebagian besar peserta memilih untuk menggunakan whatsapp bisnis, shopee, tokopedia dll. Sedangkan pembuatan akun professional misalnya website bisnis masih perlu pemahaman lebih bagi para peserta pelatihan.

Selanjutnya setelah melalui pemahaman bisnis digital, para peserta mulai merencanakan inovasi usaha yang akan dilakukan. Fokus inovasi yang akan dilakukan yaitu pada inovasi produk dan pemasaran. Pada kedua inovasi tersebut para peserta pelatihan mampu merencanakan bentuk pembaruan yang akan dilakukan pada bisnisnya. Inovasi produk pada penyediaan produk hiasan selain pembuatan hantaran, inovasi pada bahan baku dan inovasi pada frame atau box hiasan. Sedangkan inovasi pemasaran pada perluasan jangkauan pemasaran menggunakan media online dan mampu melakukan pendaftaran atau pembuatan akun bisnis pada marketplace.

Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan melakukan program kemitraan berkelanjutan untuk memantau dan memastikan pemahaman dan keterlaksanaan materi yang telah diberikan dalam bentuk pemberian materi tambahan dan workshop lanjutan yang sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan.

Secara umum pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan baik, namun terdapat beberapa factor penghambat dan pendukung yang ditemui. Faktor penghambat yang ditemui yaitu materi yang masih tergolong baru bagi beberapa peserta pelatihan sehingga memerlukan waktu bagi para peserta untuk memahaminya. Selain itu kurangnya pengetahuan dalam mengelola bisnis atau pengalaman untuk menjalankan bisnis sehingga beberapa peserta pelatihan belum mengetahui kekurangan, kelebihan dan kebutuhan pengembangan usaha masing masing.

Faktor pendukung keterlaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu adanya dukungan dari pengelola lembaga pelatihan karina Jombang, sehingga terjadi kolaborasi yang baik dari tim pengabdian kepada masyarakat yang dapat memberikan atmosfir pembelajaran dan pelatihan yang nyaman dan sejalan dengan kebutuhan para peserta pelatihan.

Upaya tindak lanjut yang akan dilakukan yaitu menjalin komunikasi dengan pengelola pelatihan dan peserta pelatihan serta penyampaian hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Asni, aulia (2021) menyampaikan bahwa literasi digital dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha khususnya dalam hal pemasaran usaha. Sehingga realisasi upaya tindak lanjut berupa koordinasi bersama lembaga kursus dan pelatihan dalam hal keterlaksanaan dan kemampuan penggunaan media digital untuk pemasaran usaha termasuk inovasi bisnis dapat benar benar dilakukan oleh peserta pelatihan.

1. **SIMPULAN DAN SARAN**

**Simpulan**

Peningkatan literasi bisnis digital dan inovasi usaha saat ini menjadi kebutuhan penting bagi para wirausaha pemula ditengah ketatnya persaingan bisnis yang ada. Pemahaman yang baik melalui literasi bisnis digital dan kemampuan dalam melakukan inovasi usaha dapat menjaga ketahanan bisnis yang sedang dijalankan.

**Saran**

Saran yang diberikan adalah untuk kedepannya dapat dilakukan pendampingan secara intensif untuk mengetahui jika ditemukan kendala terkait penerapan bisnis digital dan inovasi bisnis sehingga dapat direncanakan kembali kegiatan lanjutan yang akan dilakukan.

1. **DAFTAR PUSTAKA**

Anah, L., Sugi, L., & Ningsih, R. (2020). Tingkat Islamic Financial Literacy dan Penggunaan Fintech Terhadap Financial Inclusion UMKM Kawasan Pondok Pesantren di Kota Jombang. 5(2), 127–141.

Asni Aulia, N., Hasan, M., Dinar, M., Ihsan, M., Ahmad, S., Supatminingsih, T., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Makassar, U. N. (2021). Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian? Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies, 2(1), 2021. https://ojs.unm.ac.id/JE3S

Indarti Nurul dan Rostiani Rokhima. 2008. Intensi kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol. 23, No 4, 369-384

OECD INFE. 2020. International Survey of Adult Financial Literacy. [Report Paper]

Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, 4(1), 57. https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992

Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. 8(2), 199–216.

Suryana. 2013. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta: Salemba Empat

Syah, R., Darmawan, D., & Purnawan, A. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital. Jurnal Akrab, 10(2), 60–69.