

MENCIPTAKAN KETANGGUHAN UMKM KECAMATAN WONOKROMO KOTA SURABAYA DI ERA POST-PANDEMIC DENGAN PENDEKATAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Mia Ika Rahmawati, Lilis Ardini, Marsudi Lestariningsih, Wiwiek Srikandi Shabrie
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
Jln. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya

Abstrak: Kehidupan ekonomi Indonesia sehari-hari ditopang oleh jutaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang tersebar di seluruh Indonesia. Namun dengan terjadinya Covid-19 berdampak pada bisnis karena pembatasan mobilitas yang pada akhirnya telah mengurangi basis pelanggan dan rantai pasokan yang terputus. Sementara pandemi telah mengakibatkan penutupan banyak lini bisnis, akan tetapi di sisi lain ternyata telah mendorong banyak pelaku UMKM untuk mengadopsi solusi digital dan membuktikan kapasitas UMKM untuk tetap tangguh pada era post-pandemic 19. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menerapkan metode kewirausahaan digital dalam membentuk dan memberdayakan UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya agar mampu bertransformasi menjadi UMKM berbasis digital di era post-pandemic. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan menjelaskan konsep kewirausahaan digital serta memberikan pelatihan kewirausahaan digital kepada enam pemilik UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya oleh tim dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mampu mentransformasi enam pemilik UMKM menjadi sangat inovatif dan terdorong menggunakan kiat dan panduan berwirausaha berbasis digital sehingga memiliki keterampilan transformasi digital di era post pandemic. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bahwa meskipun UMKM secara independen proaktif dalam mengadopsi solusi digital agar tetap kompetitif, kebijakan pemerintah sangat penting untuk membantu mereka memanfaatkan peluang, dan mengamankan masa depan mereka. Hal ini termasuk dukungan finansial untuk memungkinkan pelaku UMKM menyiapkan sistem kewirausahaan secara digital.

Kata kunci: ketangguhan, UMKM, berbasis, digital entrepreneurship, post-pandemic

PENDAHULUAN

Sektor UMKM adalah penyumbang terbesar dan substansial bagi perekonomian Indonesia. Akan tetapi pada faktanya banyak UMKM yang tidak mampu bersaing secara kompetitif di pasar global. Subardjo dan Rahmawati (2022) menyatakan bahwa sebagian besar kendala UMKM adalah sulitnya akses keuangan, harga bahan baku, kurangnya pemahaman terhadap

teknologi, tidak efisien biaya produksi, keterampilan manajemen, serta batasan area penjualan. Kemudian dengan adanya Covid-19 dampaknya jauh lebih buruk daripada krisis kesehatan lain yang dialami di Indonesia karena pembatasan yang merugikan semua lini bisnis termasuk di antaranya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang juga terkena dampaknya. Hal ini disebabkan pula sebagian besar UMKM masih menjalankan bisnisnya secara *offline*. Penelitian

*Corresponding Author.
e-mail: miaikarahmawati@stiesia.ac.id

tentang efek dari Covid-19 pada UMKM Indonesia tidak hanya fokus pada proses adopsi transformasi digital, akan tetapi lebih berkon-sentrasi pada dampak ekonomi. Hasil survei terhadap 5.800 pelaku UMKM di Indonesia menemukan bahwa hampir 50% bisnis UMKM telah ditutup sementara dan hampir semua penutupan ini karena adanya Covid-19 (Harel, 2021). Kondisi tersebut menyebabkan UMKM mengubah operasi bisnisnya. Untuk bertahan dalam situasi pandemi tersebut, UMKM perlu berinovasi dalam proses bisnis mereka untuk mempertahankan usaha dan eksistensi mereka. Hal ini juga dipicu oleh perubahan perilaku konsumen dan peta persaingan usaha yang perlu dicapai karena pembatasan aktivitas masyarakat. Sehingga terjadi perubahan perilaku konsumen yang lebih mengandalkan teknologi digital sebagai instrumen untuk membantu mereka memenuhi kebutuhan selama tinggal di rumah.

Dengan fenomena tersebut menyebabkan bisnis *online* kehadirannya menjadi meningkat. Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melakukan transaksi di *e-commerce* terbesar di Indonesia platform yaitu Shopee dan Tokopedia, meningkat sebesar lebih dari 50% hingga 2021 (Burhan, 2021). Digitalisasi telah dikenal selama bertahun-tahun sebagai konsep yang digunakan untuk menjelaskan penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis. Digitalisasi adalah eksploitasi peluang digital, sedangkan transformasi digital didefinisikan sebagai proses yang digunakan untuk merestrukturisasi ekonomi, institusi, dan masyarakat di tingkat sistem (Zhang, Xu dan Ma, 2022). Digitalisasi ini telah terbukti dapat membantu UMKM mengatasi efek buruk dari pandemi.

Fenomena digitalisasi menimbulkan banyak implikasi bagi pelaku bisnis. Kewirausahaan digital muncul melalui aset teknologi seperti internet

dan informasi dan informasi teknologi (Le Dinh et al., 2018). Kewirausahaan digital adalah sub-kategori kewiraswastaan di mana beberapa atau semua hal yang bersifat fisik dalam organisasi tradisional telah didigitalkan. Perspektif wirausaha digital ini dapat digunakan secara luas oleh UMKM dalam operasinya untuk menjaga keberlanjutannya. He (2019) menyatakan bahwa kewirausahaan digital adalah subkategori kewirausahaan di mana sebagian dari semua atau semua usaha kewirausahaan berlangsung secara digital, bukan format tradisional. Jadi dapat dikatakan bahwa kewirausahaan digital sebenarnya adalah bagian dari kewirausahaan, tetapi dalam perspektif digital. Le Dinh et al. (2018) mengatakan bahwa kewirausahaan digital adalah cara baru untuk menciptakan dan melakukan bisnis, dengan mengambil format bisnis tradisional. Kewirausahaan digital ada berdasarkan dua disiplin ilmu: manajemen (khususnya kewirausahaan) dan sistem informasi. Sehingga tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menerapkan metode kewirausahaan digital dalam membentuk dan memberdayakan UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya agar mampu bertransformasi menjadi UMKM berbasis digital di era *post-pandemic*.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dari identifikasi masalah yang dihadapi oleh enam pemilik UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya terutama di era *post-pandemic*. Kemudian, tim pengabdian kepada masyarakat dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya berin-siasi untuk membantu enam pemilik UMKM tersebut mengatasi permasalahan yang mereka hadapi dengan memberikan penerapan metode



Gambar 1 Penjelasan Konsep Kewirausahaan Digital
Sumber: Data yang diolah, 2022

kewirausahaan digital yang dirasa tepat dan solutif. Adapun pelatihan yang diberikan adalah dengan: (1) menjelaskan konsep kewirausahaan digital, (2) memberikan bimbingan teknis kepada enam pelaku UMKM di Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya yang dibantu oleh narasumber dari Shopee di mana bimbingan teknis tersebut mencakup praktik kewirausahaan digital dengan membuat akun toko pada salah satu marketplace yakni Shopee serta melaksanakan proses penjualan produk di Shopee, serta (3) monitoring dan evaluasi juga dilakukan kepada enam pelaku UMKM tersebut untuk memastikan tingkat keberhasilan pasca pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim pengabdian kepada masyarakat STIESIA Surabaya dilaksanakan guna keenam pemilik UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya dapat menjadi pemilik UMKM yang cakap digital. Adapun keenam pelaku UMKM tersebut antara lain: (1) Mama Dewa, (2) Fio Aksesoris, (3) Batik Sapulidi ISOKUIKI, (4) Aqwina Collection, (5) Noya Store, dan (6) Erdua.

Adapun deskripsi dari masing-masing jenis produk pelaku UMKM akan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Deskripsi Jenis Produk UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya

No.	Nama UMKM	Jenis Produk UMKM
1	Mama Dewa	Makanan
2	Fio Aksesoris	Handycraft
3	Batik Sapulidi ISOKUIKI	Batik
4	Aqwina Collection	Handycraft
5	Noya Store	Konveksi/Garmen
6	Erdua	Makanan

Sumber: Data yang diolah, 2022



Gambar 2 Bimbingan Teknis Pembuatan Toko di Shopee
Sumber: Data yang diolah, 2022

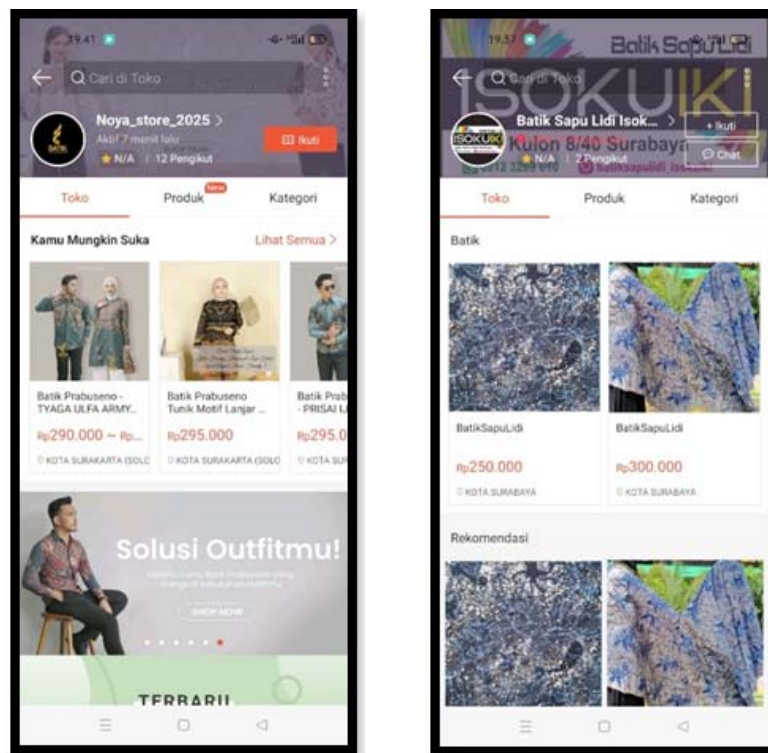
Dari Tabel 1 dapat terlihat bahwa keberagaman dari jenis-jenis produk UMKM yang akan menerima pelatihan bimbingan teknis. Setelah menerima bimbingan teknis pembuatan toko di Shopee, tahapan berikutnya akan dilakukan evaluasi tingkat keberhasilan keenam pelaku UMKM dalam menjalankan toko di Shopee.

Dari grafik pada Gambar 3 dapat dikatakan tingkat keberhasilan pelaku UMKM yang men-

dapatkan bimbingan teknis lebih dari 50% berhasil membuat toko di Shopee. Kedua UMKM, yaitu Mama Dewa dan Fio Aksesoris di saat menerima pelatihan, kendala yang dihadapi adalah kegagalan dalam jaringan internet yang tidak stabil. Oleh karena itu, hingga saat akhir pelatihan tetap tidak berhasil membuat toko di Shopee.



Gambar 3 Grafik Tingkat Keberhasilan UMKM dalam Membuat Toko di Shopee
Sumber: Data yang diolah, 2022



Gambar 4 Contoh Toko di Shopee dari Batik Sapu Lidi ISOKUIKI dan Naya Store
Sumber: Data yang diolah, 2022

Tahapan yang terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah melakukan evaluasi dan monitoring atas bimbingan teknis yang telah dilakukan. Kedua pelaku UMKM yang tidak berhasil dalam membuat toko di Shopee, tetap dilakukan bimbingan secara *online* (WhatsApp Group) sehingga target dari program ini tetap dapat tercapai secara maksimal. Sementara itu, keempat pelaku UMKM yang berhasil membuat toko di Shopee, akan memberikan data kepada tim STIESIA Surabaya hingga 30 hari setelah pendampingan dan pelatihan atas data penjualan mereka terutama penjualan yang dijalankan melalui Shopee. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, konsep dari kewirausahaan digital dapat melekat pada UMKM dan kesadaran untuk siap menjadi UMKM yang berbasis digital menjadi lebih kuat sehingga UMKM berbasis kewirausahaan digital ini akan tangguh dalam menghadapi *post-pandemic*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada keenam pelaku UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya yang berkenan menjadi mitra masyarakat atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim STIESIA Surabaya. Serta tidak lupa ucapan terima kasih kepada institusi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah mendukung pendanaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan sukses.

KESIMPULAN

Pada era *post-pandemic* ini, tidak hanya pelaku bisnis berukuran besar yang harus merevolusi manajemen strategis mereka, akan tetapi usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) juga wajib untuk mengevaluasi strategi usaha

yang *adaptable*. Kewirausahaan digital merupakan strategi yang tepat untuk UMKM agar mampu bersaing dan tangguh di era post-pandemic ini. Dengan kesadaran untuk memperluas channel penjualan secara digital, keenam pelaku UMKM diberikan pelatihan serta bimbingan teknis oleh tim STIESIA Surabaya untuk membuat toko di Shopee. Tidak semua pelaku UMKM berhasil membuat toko di Shopee karena adanya ketidakstabilan jaringan internet saat pelatihan. Dari hasil evaluasi dan monitoring, keenam pelaku UMKM berhasil untuk melakukan penjualan di Shopee. Semua pelaku UMKM merasa bahwa kesadaran untuk berwirausaha secara digital sangat membantu mereka untuk bertahan dan menjadi UMKM tangguh dengan ketidakpastian ekosistem bisnis di masa yang akan datang.

DAFTAR RUJUKAN

- Burhan, F. A. (2021). *Survei KCI: Mayoritas UMKM berdagang Online di Shopee dan Tokopedia*. <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/608fc9fd30bac/survei-kic-mayoritas-umkm-berdagang-online-di-shopee-dan-tok>.
- Harel, R. (2021). The Impact of Covid-19 on Small Businesses' Performance and Innovation. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/09721509211039145>.
- He, X. (2019). Digital Entrepreneurship Solution to Rural Poverty: Theory, Practice, and Policy Implications. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 24(01). <https://doi.org/doi.org/10.1142/S1084946719500043>.
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 4675.
- Subardjo, A. & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.54082/jupin.36>.
- Zhang, X., Xu, Y. & Ma, L. (2022). Research on Successful Factors and Influencing Mechanism of the Digital Transformation in SMEs. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5). <https://doi.org/10.3390/su14052549>.