



PENGUATAN LITERASI KEWIRAUSAHAAN DAN BISNIS DIGITAL PADA KELOMPOK UKM LORONG 310 KOTA MAKASSAR

Ismaila Tompo

Program Studi Kewirausahaan Universitas Megarezky

Ifah Finatry Latiep

Program Studi Bisnis Digital Universitas Megarezky

A. Reski Fausia Putri

Program Studi Bisnis Digital Universitas Megarezky

Ahmad Farhan

Program Studi Bisnis Digital Universitas Megarezky

Abstrak

Pelaku usaha di tuntut untuk memiliki kemampuan menerima sebuah informasi dan juga diimbangi dengan kemampuan untuk menelusur dan mengidentifikasi informasi yang diterima terutama dalam bentuk digital atau yang disebut dengan kemampuan literasi digital dan kewirausahaan. Hasil pelaksanaan kegiatan PKM menunjukkan kondisi dimana para anggota kelompok UKM pada lorong ini telah mapu menghasilkan produk untuk dipasarkan namun literasi kewirausahaan dan bisnis digital dari anggota kelompok UKM 310 masih kurang sehingga dibutuhkan kegiatan pengembangan kemampuan literasi digital bagi setiap individu sebagai pelaku usaha agar dapat dengan mudah dalam mencari, menemukan, memanfaatkan dan menggunakan teknologi informasi untuk memajukan usaha yang dijalankan

Kata kunci: Kewirausahaan, Bisnis Digital, UKM Lorong

Abstract

Business actors are required to have the ability to receive information and be balanced with the ability to search and identify information received, especially in digital form or what is called digital literacy and entrepreneurship skills. The results of the implementation of PKM activities show conditions where the members of the UKM group in this hall have been able to produce products to be marketed but the entrepreneurial and digital business literacy of the members of the 310 UKM group is still lacking so that digital literacy skills development activities are needed for each individual as a business actor so that they can easily in seeking, finding, utilizing and using information technology to advance the business being carried out.

Keywords: *Entrepreneurship, Digital Business, Hallway-based SMEs*

PENDAHULUAN

Banyak permasalahan yang dihadapi UMKM akibat pandemi Covid-19, padahal UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Meskipun beberapa jenis usaha benar-benar mengalami perkembangan, namun secara umum UMKM sangat terpengaruh. UMKM harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, antara berinovasi dan memanfaatkan digital marketing dalam menjalankan usahanya, khususnya dalam memasarkan produknya. Untuk mendukung digitalisasi UMKM agar mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut maka dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Veranita et al., 2021).

Potensi perekonomian secara umum di Kota Makassar semakin bagus, apabila dilihat dari peran serta kaum perempuan dalam membantu perekonomian keluarga. Banyak sekali usaha kecil menengah yang dijalankan oleh kaum wanita di Kota Makassar ini. Kelompok UKM 310 merupakan kelompok UKM ibu rumah tangga berbasis yang ada dalam lorong yang menjadi fokus dari pemerintah kota untuk dikembangkan sekaligus menjadi tanggung jawab moral bagi akademisi untuk terlibat sebagai wujud dari tridarma perguruan tinggi (Setyawan & Listyarti, 2022).

Salah satu cara untuk meningkatkan awareness produk usaha mikro yakni melalui media digital serta motivasi wirausaha sehingga dibutuhkan literasi bisnis digital serta semakin bersemangat dalam menjalankan usahanya. Mendidik ibu rumah tangga pelaku usaha mikro untuk “melek” media penting untuk dilakukan untuk membuka wawasan mereka tentang hak masyarakat terhadap media, bentuk-bentuk literasi, dan fungsi media bagi kehidupan sosial serta kemajuan usaha mikro. Namun, untuk mencapai hal tersebut ibu rumah tangga perlu didampingi dalam meliterasi konten pemasaran yang akan disebar ke masyarakat (Megayani et al., 2020).

Pelaku UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan menerima sebuah informasi dan juga diimbangi dengan kemampuan untuk menelusur dan mengidentifikasi informasi yang diterima terutama dalam bentuk digital atau yang disebut dengan kemampuan literasi digital (Zahro, 2019).

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada tanggal 12 September 2022 yang bertempat pada Lorong 310 jalan Dahlia, Kelurahan Mariso, Kecamatan Mattoanging, Kota Makassar. Kegiatan PKM ini melibatkan 12 orang dosen dan 5 orang mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Digital Universitas Megarezky. beserta anggota kelompok UKM 310 sebagai peserta PKM.

Metode yang digunakan dalam melakukan identifikasi penggunaan media pemasaran pada Kelompok UKM 310 sebagai berikut:

1) Observasi

Kegiatan observasi dilakukan pada anggota kelompok UKM 310 untuk mengetahui cara dan media yang digunakan UMKM dalam memasarkan produknya.

2) Interview

Interview dilakukan pada anggota kelompok UKM 310 untuk mengetahui media pemasaran dan informasi secara kualitatif permasalahan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya.

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam rangka HUT Kota Makassar ke-415, dosen dan mahasiswa Prodi Bisnis Digital dan Kewirausahaan Universitas Megarezky (Unimerz) Makassar melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Lorong 310, Kelurahan Mattoanging, Kecamatan Mariso Kota Makassar. Sebanyak 12 dosen dan mahasiswa terlibat dalam kegiatan ini. Sekertaris Program Studi Bisnis Digital Ifah Finatry Latiep mengatakan kegiatan ini bertujuan untuk menguatkan literasi kewirausahaan dan bisnis digital para pelaku usaha kecil mikro berbasis lorong. Dosen dan Mahasiswa Unimerz Gelar Edukasi UMKM di Lorong 310, Kelurahan Mattoanging, Kecamatan Mariso Kota Makassar.

Menurut Ifah Finatry Latiep sebagai sekertaris prodi Bisnis Digital, tentu ini juga sebagai wujud dukungan Megarezky terhadap program Pemerintah Kota Makassar pembinaan UKM Lorong. Masyarakat yang hadir pada kegiatan tersebut sangat antusias dan berharap kegiatan seperti ini akan berkelanjutan dengan program pembinaan UKM dari Universitas Megarezky

Kegiatan PKM ini juga sebagai menjadi wujud dukungan Megarezky terhadap program Pemerintah Kota Makassar dalam pembinaan UKM Lorong. Kegiatan yang melibatkan dosen dan mahasiswa ini sebagai bagian pendampingan keada para pelaku UKM sebagai bentuk pengabdian masyarakat yang merupakan bagian dari tridarma, juga memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk berproses ditengah masyarakat sehingga belajar bisnis digital dan kewirausahaan tidak cukup hanya dengan materi yang diterima di dalam kelas, tapi juga di lapangan.

Masyarakat yang hadir pada kegiatan tersebut sangat antusias dan berharap kegiatan seperti ini akan berkelanjutan dengan program pembinaan UKM dari Universitas Megarezky. Hal tersebut tidak terlepas dari masih kurangnya literasi bisnis digital dan inovasi wirausaha dari para pelaku usaha mikro di lokasi pelaksanaan kegiatan PKM. Hasil yang didapat pada pelaksanaan PKM yakni semangat para peserta PKM yang tertarik untuk memperbesar ukuran usahanya dengan bantuan aplikasi digital marketing yang tepat guna. Selain itu, kegiatan PKM juga berhasil mengarahkan para pelaku usaha mikro untuk mendeskripsikan kendala usaha, cara efektif mengatasinya dan aplikasi media sosial yang digunakan.

Kegiatan PKM ini sejalan dengan program Kementerian Koperasi dan UKM bersama Kementerian Kominfo, berkomitmen untuk mengonlinekan 8 Juta UMKM sampai tahun 2020. Literasi digital dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi (Wibowo, 2021). Komitmen ini menunjukkan keberpihakan pemerintah dalam memajukan UMKM Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat literasi digital Usaha Mikro. Sementara itu, Kaprodi Studi Bisnis Digital Ahmad Farhan, dan Kaprodi Kewirausahaan, Mariani Alimuddin mengaku mendukung kegiatan yang dilakukan oleh para dosennya. Dalam kegiatan ini juga, Yayasan Pendidikan Islam Megarezky Makassar turut membagikan sembako kepada peserta UMKM yang hadir.

KESIMPULAN

Meskipun telah mapu menghasilkan produk untuk dipasarkan namun literasi kewirausahaan dan bisnis digital dari anggota kelompok UKM 310 masih kurang sehingga dibutuhkan kegiatan pengembangan kemampuan literasi digital bagi setiap individu sebagai pelaku usaha agar dapat dengan mudah dalam mencari, menemukan, memanfaatkan dan menggunakan teknologi informasi untuk memajukan usaha yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Megayani, Supriyatin, Husin, Baharuddin, Hermastuti, Pristina, Prastuti, Doddi, & Saodah, Enung Siti. (2020). Seminar Literasi Digital Cara Bijak Menggunakan Media Sosial Bagi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Dilingkungan Kota Administrasi Jakarta Utara. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Setyawan, Ignatius Roni, & Listyarti, Indra. (2022). Peningkatan Literasi Keuangan Dan Pemasaran Digital Bagi Wanita Pelaku UMKM Di Tangerang Tahun 2019. *Seminar Nasional Ke-IV Universitas Tarumanegara Tahun 2022 (SERINA IV UNTAR) (2022)*.
- Veranita, Mira, Yusuf, Ramayani, Sahidin, Yuda, Susilowati, Rini, Fatihah, Dian Candra, & Warsiati, Wiwi. (2021). Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 4(2), 159–168. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v4i2.585>
- Wibowo, Yohanes Gunawan. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 127–134. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.5072>
- Zahro, Eka Khusniatuz. (2019). Kemampuan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Keuntungan Usaha Pada Kalangan Pelaku Usaha Kecil Di Kota Surabaya. *Universitas Airlangga*.