Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Ekonomi Digital Untuk Pelaku UMKM

Danna Solihin[1*], Catur Kumala Dewi[2], Rina Masithoh Haryadi[3], Nurfitriani[4], Sayid Irwan[5]

[1*,2,3,4,5]Prodi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, Kalimantan Timur

Email: solihindanna@gmail.com[1*], caturkd16@gmail.com[2], rinamasithoh@gmail.com[3]

*Corresponding author: Danna Solihin

ABSTRAK

UMKM di Kota Samarinda menjadi salah satu sektor industri yang mendominasi sumber pencaharian masyarakat. Sebagian dari pelaku UMKM tersebut sudah ada yang memulai untuk menjalakan proses pemasarannya secara digital, namun cara tradisional masih menjadi pilihan utama bagi mereka, karena rendahnya tingkat literasi digital, tingginya keraguan atas desain teknologi, dan ketidakmampuan menggunakan teknologi digital. Fenomena ini jelas menghambat proses digitalisasi di pelaku UMKM Kota Samarinda. Universitas 17 Agustus 1945 mencoba menjadi salah satu pendukung Pelaku UMKM di Samarinda. Alasan pendorongnya ialah karena digitalisasi saat ini hanya terfokus oleh masyarakat di daerah perkotaan samarinda saja, dimana hal ini juga didukung oleh akses digital yang lebih lengkap. Namun, di daerah pelosok samarinda masih kekurangan dalam hal fasilitas, akses, dan infrastruktur. Padahal, produk UMKM di pelosok samarinda tidak kalah menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Metode pengabdian dilakukan melalui acara seminar yang dilaksanakan pada tanggal 22 Desember 2023 dari Pukul 08.00-12.30 WITA. Seminar dilaksanakan di Ruang Rapat Utama Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, dan dihadiri oleh 21 Peserta. Acara seminar dilakukan dengan metode ceramah/presentase penyampaian materi, yang kemudian direspons dengan tanya jawab, sanggahan, dan komentar dari peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sesungguhnya pelaku UMKM di Kota Samarinda bukan tidak memiliki produk yang memiliki nilai jual, tetapi belum memiliki pengetahuan, kemampuan, fasilitas dan akses untuk mengelola sebuah bisnis yang berintegrasi dengan teknologi.

Kata Kunci: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; Ekonomi Digital; Pelaku UMKM; Kota Samarinda

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era teknologi informasi, proses peralihan menuju era digital atau digitalisasi tidak dapat kita hindari. Digitalisasi pada masa kini hamper menyasar pada seluruh sekarang dan menjamurnya perusahaan rintisan *(startup)* berbagai macam cara dapat dilakukan untuk mewujudkan memiliki bisnis pribadi. Perguruan tinggi merupakan wadah yang dikelola untuk mencetak lulusan sebagai tenaga kerja profesional muda. Diharapkan lulusannya tidak hanya tergantung pada lapangan kerja yang disediakan pemerintah. Jika mahasiswa dibekali dengan kompetensi kewirausahaan tentunya mereka akan memiliki kemampuan kewirausahaan yang dapat menghadapi persaingan hidup di tengah masyarakat.

Kewirausahaan digital pada saat ini tengah digandrungi oleh berbagai lapisan masyarakat khususnya kaum milenial dan UMKM. Hal ini dikarenakan kemudahan mengakses segala sumber daya yang terkait dengan teknologi informasi. Menurut (Pakidulan et al., 2021), tipe dasar ekonomi digital terbagi menjadi 5, yaitu :

1. *Content-Based Business*. Tipe ini wirausahaan membuat dan menyediakan sebuah konten digital yang diharapkan dapat memberikan value terhadap konsumen. Tantangan utama yang akan dihadapi dalam bisnis ini adalah bagaimana cara untuk menemukan dan menggunakan topik yang tepat serta pembaruan konten yang harus dilakukan secara konsisten agar konsumen tidak bosan.
2. *Community-Based Business*. Tipe ini wirausahawan memberikan sebuah nilai dengan cara menyediakan forum diskusi dan konten yang spesifik dimana sebagian besar isi monten adalah kontribusi dan pengguna forum.
3. *Online Store*. Tipe ini merupakan sebuah platform untuk melakukan perdagangan barang atau jasa. Wirausahawan bisa merintis bisnis ini dengan cara melakukan kerja sama dengan wirausahawan lain yang memiliki produk bagus tetapi belum memahami cara untuk mewujudkan toko daring.
4. *Matchmaking Business.* Tipe ini berusaha menghubungkan sekelompok orang yang sebelumnya tidak pernah terhubung.
5. *Promotion Business*. Tipe ini memiliki tujuan agar konsumen baru dapat tertarik terhadap suatu bisnis yang telah ada atau existing.

Ekonomi digital atau digitalisasi bisnis saat ini telah menjadi salah satu *tool* untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagaimana yang kita ketahui, saat ini bentuk jual beli sudah dapat pasar internasional, contohnya masyarakat Indonesia yang sangat dengan mudah memesan barang dari China atau Thailand begitupun sebaliknya. Saat ini, kajian mengenai ekonomi digital termasuk dalam kajian *digital marketing*, yakni sebuah teknik pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital, dimana proses pemasaran dilakukan dengan menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet (Adina Dwijayanti, 2021). Peran strategi *digital marketing* dapat menjadi hal yang penting dalam mengikuti perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik konsumen serta mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional (Qamari et al., 2021).

Saat ini di Kota Samarinda, hampir sebagian masyarakatnya berprofesi sebagai seorang wirausahawan dengan industri rumah tangga. Berbagai macam produk mereka coba geluti, mulai dari perikanan, makanan ringan, kerajinan tangan, alat transportasi, fashion, skincare dan lain-lain. Tingginya tingkat wirausahawan di Kota Samarinda dapat mengurangi berbagai macam masalah perekonomian, seperti pengangguran, dan keterbatasan lapangan pekerjaan (Pramesti et al., 2021). Sebaran wirausahawan atau pelaku UMKM di Kota

Samarinda sesungguhnya sudah begitu banyak bermunculan, mulai dari daerah perkotaan hingga pelosok Kota Samarinda, dengan berbagai macam karakteristik usia, daerah tempat tinggal, tingkat pendidikan, dan lain-lain.

Sebagian dari pelaku UMKM tersebut sudah ada yang memulai untuk menjalakan proses pemasarannya secara digital, namun cara tradisional masih menjadi pilihan utama bagi mereka, karena rendahnya tingkat literasi digital, tingginya keraguan atas desain teknologi, dan ketidakmampuan menggunakan teknologi digital. Fenomena ini jelas menghambat proses digitalisasi di pelaku UMKM Kota Samarinda. Riset dari oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) Indonesia pun menemukan bahwa sepanjang tahun 2020, terdapat dua masalah utama yang dihadapi oleh UMKM yang terdampak pandemi, yaitu masalah keuangan dan pasokan/permintaan. Selain dari minimnya fasilitas operasional, sumber daya, dan pendanaan, UMKM juga masih kurang menguasai platform digital (Harto et al., 2022).

Universitas 17 Agustus 1945 sebagai salah satu universitas di kota dengan julukan Kota Tepian ini, berinisiatif untuk menjadi salah satu pendukung Pelaku UMKM di Samarinda. Alasan pendorongnya ialah karena digitalisasi saat ini hanya terfokus oleh masyarakat di daerah perkotaan samarinda saja, dimana hal ini juga didukung oleh akses digital yang lebih lengkap. Namun, di daerah pelosok samarinda masih kekurangan dalam hal fasilitas, akses, dan infrastruktur. Padahal, produk UMKM di pelosok samarinda tidak kalah menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Pelaku UMKM di daerah pelosok seringkali menjual tanaman eksotis kalimantan timur, makanan khas, dimana produk-produk ini memiliki nilai sejarah tersendiri (Hanim et al., 2022). Selain itu, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda juga bertujuan melahirkan seorang wirausahawan muda yang memiliki bekal teori, dan praktik untuk mengelola sebuah bisnis, utamanya bisnis yang diintegrasikan dengan pemanfaatan teknologi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang, Pelaku UMKM di Kota Samarinda masih mengalami permasalahan dalam hal rendahnya literasi digital terutama tentang pentingnya menggunakan teknologi dalam mengelola sebuah bisnis; keraguan yang tinggi karena ketidakmampuan untuk mendesain model teknologi yang akan digunakan (misalnya; konten di *social media platform*); dan ketidakmampuan dari sisi fasilitas untuk mengakses teknologi.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari kegiatan pengabdian oleh Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda ini utamanya ialah untuk:

1. Merealisasikan program kerja pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
2. Merealisasikan Rencana Kerja Puslitmas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
3. Menambah pemahaman tentang kewirausahaan serta pengelolaan kewirausahaan digital bagi pelaku UMKM Kota Samarinda.

Landasan Teori

1. Ekonomi digital,

Ekonomi Digital ialah sebuah sosiopolitik dengan sistem ekonomi yang memiliki suatu karakteristik dalam sebuah bagian ruang intelejen, dengan meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi (Asri & Megawati, 2018). Ekonomi digital merupakan kemajuan perekonomian yang menggunakan teknologi digital sebagai fungsi utama dalam melakukan transakasi elektronik yang penggunaannya menggunakan jaringan (Adina Dwijayanti, 2021).

2. Elemen Ekonomi Digital,

Elemen dari ekonomi digital atau tiga elemen dasar yang membentuk suatu ekonomi digital di dalam pasar yang sedang berkembang, yaitu (Armiani et al., 2021):

a. Akses Internet, merupakan hal paling dasar dalam menjalankan aktivitas ekonomi digital. Akses internet ini yang menjadi penghubung antara bisnis, pemerintah dan masyarakat. Dampak dari akses internet adalah terciptanya pelayanan digital (digital service) yang terkoneksi dengan masyarakat dana data.

b. Akses transaksional menjadikan suatu produk dan layanan menjadi dapat dinikmati dan dikonsumsi oleh masyarakat. Di dalam pasar yang berkembang ini, hal ini menjadi sesuatu yang cukup kompleks untuk mendukung keberlanjutan kemampuan akses transaksi. Akses transaksi ini memiliki dua buah manfaat seperti membuka peluang bagi jenis bisnis baru serta kemmapuan didalam mengelola efek dari *economy shock*.

c. *Entrepreneurship* memegang perananan penting didalam pengembangan sistem teknologi digital di kalangan *entrepreneur*. *Entrepreneur* memiliki fungsi dalam hal memastikan nilai yang dibuat dapat disimpan bagi negara dan masyarakat. Dalam menciptakan suatu keberhasilan ekonomi digital dalam sebuah negara diperlukan suatu transisi teknologi finansial dalam bentuk keuangan yang baru.

3. Bisnis Online

Bisnis Online dapat diartikan sebagai transaksi jual beli produk atau jasa dan informasi, yang mencakup layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis dan transaksi elektronik internet dalam sebuah organisasi (Sultoni et al., 2021). Bisnis Online memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal mereka secara lebih efisien dan fleksibel. Bisnis Online uga banyak dipakai untuk berhubungan dengan suplier dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara lebih baik (Priyatna et al., 2020).

4. UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara (Marjukah et al., 2021).

5. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar.Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisi ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Jamiat & Supyansuri, 2020):

1) *Livelhood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang labih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.

2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

6. Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM) (Marjukah et al., 2021). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar (Sudirman, 2021).

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung di tanggal 20 Desember 2022 mulai Pukul 08.00-12.30 Waktu Indonesia Bagian Tengah (WITA) yang berlokasi di Ruang Rapat Utama Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, dan dihadiri oleh 21 orang. Bentuk kegiatan dari pengabdian ini ialah seminar secara offline atau luring, dimana materi disampaikan dengan menggunakan metode ceramah menggunakan *power point* di layar. Kemudian, setelah materi terkait ekonomi digital untuk UMKM disampaikan, kemudian moderator seminar melanjutkan acara ini dengan sesi interaksi atau diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, diharapkan seminar ini tidak hanya menjadi *transfer knowledge* saja, tetapi juga untuk berbagi cerita, terkait masalah yang dihadapi oleh UMKM, dan cara menghadapi masalah tersebut oleh pihak pemateri. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan oleh Tim Pengabdi yang terdiri atas; Panitia Pelaksana oleh Danna Solihin, kemudian Ketua Koordinator Acara oleh Nurfitriani, selanjutnya Ketua Koordinator Dokumentasi oleh Catur Kumala Dewi, Koordinator Kelengkapan oleh Sayid Irwan, dan terakhir Koordinator Konsumsi oleh Rina Masithoh Haryadi.

Setiap ketua koordinator juga dibantu oleh mahasiswa untuk mendukung kelancaran program pengabdian ini, beberapa mahasiswa tersebut ialah Aliya Ghaitsi selaku anggota koordinator acara, kemudian M Nasrul selaku anggota koordinator dokumentasi, lalu Nabibah Syifa sebagai koordinator perlengkapan, dan Jely Suryani sebagai anggota

Koordinator Konsumsi. Pengabdian ini juga didukung oleh dukungan materiil berupa anggaran biaya, yang ditampilkan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Anggaran Biaya Seminar Program Kewirausahaan

No.	Rincian	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
HONORARIUM				
1	Narasumber	1 orang	1.500.000	1.500.000
2	Moderator/MC	1 orang	500.000	500.000
			Sub Total Biaya	2.000.000
PERLENGKAPAN				
1	Sound System	1 paket	400.000	400.000
2	Kebersihan	2 orang	100.000	200.000
			Sub Total Biaya	600.000
KONSUMSI				
1	Nasi kotak + Snack	20 orang	40.000	800.000
			Sub Total Biaya	800.000
LAPORAN				
1	Laporan Abdimas	5 eks	15.000	75.000
			Sub Total Biaya	75.000
			TOTAL PENGELUARAN	**3.475.000**

Sumber: Data Diolah, 2023

PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk Acara seminar, dimana pesertanya berjumlah sekitar 21 orang, dengan kriteria sebagai Pelaku UMKM dan sudah mengetahui akan adanya digital, namun belum mengetahui cara memanfaatkannya untuk mengelola sebuah bisnis. Jika dilihat dari produk yang dihasilkan, mereka memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi, keterampilan yang mumpuni, dan inovasi yang sudah ke arah mengikuti *tren* saat ini. Namun, dari sisi penguasaan ekonomi digital masih belum cukup, beberapa ada yang sudah memiliki fasilitas dan akses namun masih belum mampu untuk memaksimalkan penggunaanya. Mereka hanya menggunakan fasilitas digitial tersebut untuk mengupload keseharian seperti status di sosial media, belum untuk kepentingan finansial. Jadi dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa, produk UMKM dapat

dimaksimalkan karena potensi kreativitas, kemampuan, dan inovasi yang cukup, hanya perlu pendampingan dari sisi digital saja.

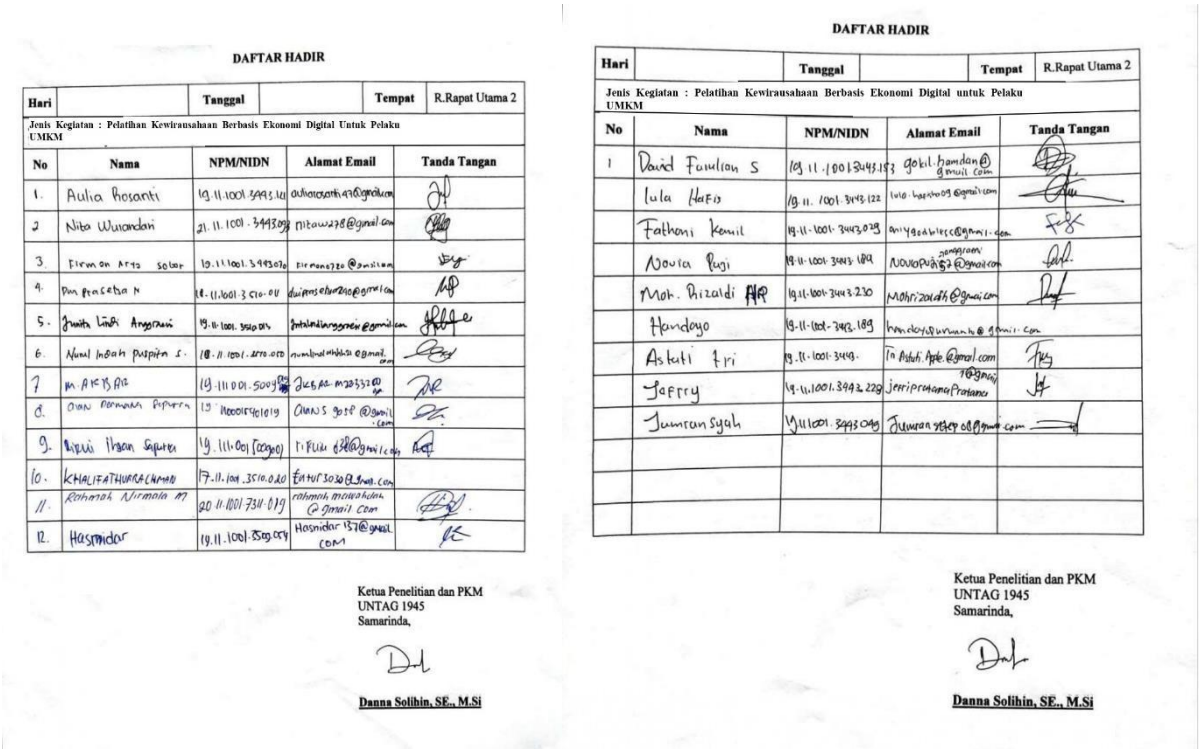
Awal pelaksanaan kegiatan acara seminar ini dibuka dengan sambutan dari Ketua Pelaksana yakni Ibu Danna Solihin. Dimana dalam sambutannya, Bu Danna Solihin, menyampaikan maksud dan tujuan diselenggarakan acara seminar ini. Harapannya ialah dengan mengikuti acara seminar ini, para peserta seminar dapat termotivasi untuk lebih giat dalam membuka dan menjalankan wirausahanya sendiri dengan aktif mengikuti pelatihan dan kursus untuk mengembangkan wirausahanya melalui penerapan teknologi digital. Diharapkan juga agar peserta seminar memiliki tingkat kesadaran yang tinggi akan pentingnya menggunakan teknologi demi menciptakan sebuah UMKM yang berintegrasi dengan ekonomi digital.



Gambar 1. Dokumentasi Acara Seminar

Setelah sambutan dari ketua pelaksana, selanjutnya pemaparan materi dilakukan dengan metode ceramah oleh narasumber tunggal yakni Adriana Ampa. Dalam pemaparan materi yang dilakukan, narasumber menyampaikan bahwa sektor kewirausahaan adalah sektor yang banyak digeluti oleh para pelaku usaha kecil alias UMKM di Kota Samarinda. Wirausahawan ini juga membantu Pemerintah Kota Samarinda dalam mengatasi, mengontrol,

dan mengurangi jumlah pengangguran, serta menambah lapangan pekerjaan, atau dengan kata lain arus ekonomi menjadi terus berjalan. Dalam menjalankan usaha-nya, seorang wirausahawan pasti membuat perencanaan, mempunyai tujuan, baik kecil maupun besar, dimana diharapkan kegiatan kewirausahaannya dapat berdampak pada kehidupannya. Seorang wirausahawan harus memiliki sifat yang kreatif dan berani, semangat yang tinggi dalam menjalankan usahanya, serta totalitas dalam mengembangkan usahanya. Beragam cara dan tips diberikan oleh Adriana Ampa sebagai narasumber dalam mengembangkan wirausaha atau UMKM. Salah satu cara mengembangkan wirausaha yang dilakukan dengan memanfaatkan transformasi digital dalam bisnis dan masyarakat. Penerapan teknologi berbasis digital akan membantu usaha rintisan baru di tahap-tahap awal pembangunannya dengan memberikan koneksi atau jaringan pemasaran, membantu dalam mencarikan investor atau modal supaya usaha yang akan dibentuk mempunyai cukup modal untuk membangun bisnisnya.



DAFTAR HADIR

Hari		Tanggal		Tempat	R.Rapat Utama 2

Jenis Kegiatan : Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Ekonomi Digital Untuk Pelaku UMKM

No	Nama	NPM/NIDN	Alamat Email	Tanda Tangan
1.	Aulia Rosanti	19.11.1001.3443.141	auliarosanti43@gmail.com	
2	Nita Wuriandari	21.11.1001.3443039	nitawu238@gmail.com	
3.	Firman Arfa Sofar	19.11.1001.3443010	firmanarfa@gmail.com	
4.	Dwi Prasetya N	18.11.1001.3510.04	dwiprasetya210@gmail.com	
5.	Juanita Linda Anggraini	19.11.1001.3443.021	Juanitalindaanggraini@gmail.com	
6.	Nurul Inayah Puspita S.	18.11.1001.3510.070	nurulinayahps@gmail.com	
7	M. Arfis Ari	19.11.1001.3009	Jurs.ac.m@3332@gmail.com	
8.	Dian Permana Putra	19 1100154161019	DIANS gotp @gmail.com	
9.	Rizki Ikram Saputra	19.11.1001.[illegible]	rizkiikram[illegible]@gmail.com	
10.	KHALIFATHURRACHMAN	17.11.104.3510.020	fathur3030@gmail.com	
11.	Rahmah Nirmala M	20.11.1001.7311.019	rahmah.nirmalam@gmail.com	
12.	Hasnidar	19.11.1001.3443.053	Hasnidar137@gmail.com	

Ketua Penelitian dan PKM
UNTAG 1945
Samarinda,

Danna Solihin, SE., M.Si

DAFTAR HADIR

Hari		Tanggal		Tempat	R.Rapat Utama 2

Jenis Kegiatan : Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Ekonomi Digital untuk Pelaku UMKM

No	Nama	NPM/NIDN	Alamat Email	Tanda Tangan
1	David Fanulian S	19.11.1001.3443.153	gokil.hamdan@gmail.com	
	Iula Hafis	19.11.1001.3443.122	iula.hafis09@gmail.com	
	Fathoni Kemil	19.11.1001.3443.039	aniyaadabiec@gmail.com	
	Novira Puji	19.11.1001.3443.189	NOVIRAPUJI62@gmail.com	
	Moh. Rizaldi AR	19.11.1001.3443.230	Mohrizaldi@gmail.com	
	Handoyo	19.11.1001.3443.189	handoyosurwanto@gmail.com	
	Astuti Tri	19.11.1001.3449.	Tri.Astuti.Apte@gmail.com	
	Jaffry	19.11.1001.3443.229	jaffrypratama@gmail.com	
	Jumran Syah	19.11.1001.3443.049	Jumransyah08@gmail.com	

Ketua Penelitian dan PKM
UNTAG 1945
Samarinda,

Danna Solihin, SE., M.Si

Gambar 2. Daftar Peserta Seminar

Selama acara seminar berlangsung, terlihat antusiasme dari peserta yang ditunjukkan dengan keaktifan bertanya, menyanggah, pengulangan materi dan berkomentar. Pertanyaan peserta masih seputar penciptaan *branding product,* cara mencari massa di platform internet seperti sosial media, e-commerce seperti shopee, tokopedia, dan lazada. Peserta juga berkomentar dalam hal bahwa digitalisasi bukan satu-satunya cara untuk mencapai potensi

maksimal UMKM, yang utama harus dilakukan ialah peningkatan kualitas produk, dan harga yang cocok dengan konsumen. Namun pernyataan tersebut disanggah kembali oleh peserta lain, dimana saat ini teknologi menjadi alat utama dalam sebuah pemasaran, teknologi bukan lagi menjadi alternatif saat penjualan menurun. Dari awal hingga akhir seminar menunjukkan bahwa peserta seminar yang sebahagian besar adalah seorang Mahasiswa yang memiliki usaha UMKM cukup antusias dalam mengikuti seminar program kewirausahaan ini. Hal ini dapat terlihat dalam sesi tanya jawab dengan narasumber dan peserta seminar.

PENUTUP

Kesimpulan

Kewirausahaan mempunyai peranan yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi, karena seorang wirausaha mampu membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain, wirausaha mampu meringankan beban pemerintah dengan mampu bertahan tanpa mengandalkan pemerintah. Jumlah wirausahawan di suatu negara dapat mengidentifikasi kemajuan negara tersebut, semakin banyak wirausahawannya maka semakin maju negara tersebut. Seorang wirausaha harus berorientasi ke depan, sebab seorang wirausaha harus mampu melihat peluang-peluang dan kemungkinan-kemungkinan usaha di masa yang akan datang. Banyak mengikuti pelatihan dan bergabung di suatu komunitas wirausahaan dapat memberikan banyak pengalaman dan ilmu yang nantinya dapat diterapkan didalam bisnisnya.

Seiring perkembangan zaman, kewirausahawan juga harus beradaptasi dengan *tren* yang ada di masyarakat salah satunya ialah Teknologi. Berbagai platform teknologi telah diciptakan untuk mendukung berbagai wirausaha, mulai dari E-Commerce sebagai pasar digital, kemudian Sosial Media yang saat ini menjadi media periklanan terbesar. Saat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk seminar ini dilakukan, dapat dilihat bahwa sesungguhnya wirausahawan atau pelaku UMKM di Kota Samarinda bukan tidak memiliki produk yang memiliki nilai jual, tetapi belum memiliki pengetahuan, kemampuan, fasilitas dan akses untuk mengelola sebuah bisnis yang berintegrasi dengan teknologi.

Saran

Harapan kami selaku Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus Samarinda, Kalimantan Timur ini dapat memberikan pengetahuan teoritis, wawasan, dan kemampuan bagi Pelaku

UMKM di Kota Samarinda untuk mengelola usaha yang dibarengi dengan integrasi teknologi pula.

DAFTAR PUSTAKA

Adina Dwijayanti, P. P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, *4*(2), 68–73. https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772

Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, *5*(3), 300–320. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892

Asri, T. M., & Megawati, F. (2018). Rancangan Dan Penerapan Promosi Melalui Media Sosial (Instagram) Di Ruang Baca Vokasi. *Edulib*, *8*(2), 156. https://doi.org/10.17509/edulib.v8i2.9736

Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 30–39. https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452

Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. (2022). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *Ikra- Ith Abdimas*, *6*(2), 9–15. https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2399

Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *Atrabis*, *6*(1), 21–41.

Marjukah, A., Prasetyo, J., & ... (2021). Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. *... on Economics and ...*, *Wnceb*, 780–789. http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/view/3209%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/download/3209/1711

Pakidulan, U. S., Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(7), 1599–1606.

Pramesti, P., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2021). Transformasi Bisnis Digital UMKM Bola Ubi Kopong di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, *7*(2), 112–119.

Priyatna, C. C., Prastowo, F. A. A., & Syuderajat, F. (2020). DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Pada Coffeestrip Bandung). *Dharmakarya*, *9*(4), 283. https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.29478

Qamari, I. N., Herawati, R., Handayani, S., Junaedi, F., & Jati, L. J. (2021). Digitalisasi Bisnis Kelompok Umkm Di Desa Poncosari, Bantul, Yogyakarta, Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 310–315. https://doi.org/10.18196/ppm.32.211

Sudirman, A. (2021). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS 2021 Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM*. 165–179.

Sultoni, M. H., Mujaddidi, A. S., & Priyadi, I. H. (2021). Pelaku UMKM Muslim Madura dalam Menghadapi Era Bisnis Digital: Analisis Peluang dan Ancaman. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, *5*(3), 325. https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i3.10018.