

Sekolah Wirausaha Keterampilan Penjualan Digital dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan pada UMKM Planet Green Lamongan

Muhamad Ganda Saputra¹, Nuryati², Nihayatul Munaa³

Abstrak

Peran wanita dalam keluarga tentu sangat penting, selain sebagai istri dan ibu, juga tak sedikit yang berperan dalam membantu perekonomian keluarga. Adanya wanita karir dalam keluarga tentunya dapat membantu keuangan keluarga, terutama pada masa pandemi Covid-19 yang mayoritas keluarga mengalami penurunan finansial. Karir pilihan banyak perempuan, terutama seorang ibu adalah sebagai wirausaha. Banyak perempuan yang menjalankan usaha dari rumah, dari usaha sederhana di depan rumah sampai usaha dalam skala nasional. Era 4.0 yang menuntut semua go digital mendorong sektor usaha untuk tumbuh dan berkembang. Melalui digitalisasi, berbagai jenis usaha akan mampu menjangkau konsumen lebih besar dibandingkan dengan dilakukan secara offline. Namun, ternyata keterampilan dalam menggunakan media online tidak dimiliki oleh semua wirausaha, terutama wirausaha perempuan (*womenpreneur*). Terdapat kesenjangan digital antara perempuan dan laki-laki di Indonesia.

Perlu adanya peningkatan keterampilan digital bagi para *womenpreneur*. Salah satu organisasi perempuan Muslim terbesar di Indonesia adalah UMKM Planet Green, yang memiliki kontribusi besar dalam pemberdayaan perempuan Muslim di Indonesia. Melalui Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green, para *womenpreneur* akan mendapatkan pelatihan wirausaha dari para pakar untuk meningkatkan keterampilan digital, digital marketing, pencatatan keuangan, dan strategi meningkatkan usaha. Mitra sasaran dalam program ini adalah *womenpreneur* yang tergabung dalam anggota UMKM Planet Green. Para anggota dilatih sehingga bisa menguasai teknik pemasaran secara online dan menguasai platformplatform yang bisa dilakukan untuk meningkatkan jaringan usaha yang mereka miliki. Hasil posttest menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan berwirausaha pada para peserta pelatihan.

Kata Kunci: *Sekolah Wirausaha, Penjualan Digital, UMKM*

PENDAHULUAN

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan 64,5% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dikelola oleh perempuan pada tahun 2021 (Hasibuan, 2022). Perempuan sebagai wirausaha sudah tidak asing lagi di masa global saat ini. Wirausaha perempuan (*women entrepreneur* atau *womenpreneur*) dianggap sebagai perempuan yang memulai, mendirikan, dan mengelola usaha komersial (Belwal, Belwal, & Al Saidi, 2014). Sedangkan pengertian kewirausahaan sendiri adalah proses dinamis yang memfasilitasi penciptaan kekayaan tambahan oleh orang-orang yang mampu mengambil risiko besar dengan komitmen profesional, ekuitas, dan waktu (Agussani, 2020).

Wirausaha wanita sering menjalankan usaha skala kecil (Agussani & Bahri, A

Qualitative Study on the Role of Family and Social Circles among Women Entrepreneurs in Indonesia, 2019). Peran wanita dalam membantu perekonomian keluarga tentu penting, terutama dalam masa pandemi Covid-19 yang mayoritas keluarga mengalami penurunan finansial. Banyak perempuan yang menjalankan usaha dari rumah, dari usaha sederhana di depan rumah sampai usaha dalam skala nasional. Para wirausaha perempuan masih menghadapi banyak tantangan yang membuat bisnis mereka sulit berkembang. Di antara tantangan tersebut adalah akses pengembangan keterampilan, tata kelola perusahaan, dan pemasaran (Hasibuan, 2022). Wirausaha wanita online di Indonesia umumnya merupakan skala UMKM yang membutuhkan kapabilitas strategis untuk mengatasi keterbatasannya, terutama dalam aspek finansial, teknologi, dan kapabilitas sumberdaya manusia. Kemampuan pengembangan kemitraan dan kemampuan pemasaran digital diidentifikasi sebagai kompetensi utama dalam membangun kinerja bisnis online yang unggul bagi wirausaha wanita di Indonesia (Sihotang, Puspokusumo, Sun, & Munandar, 2020).

Era 4.0 yang serba digital saat ini sangat penting dalam mendorong sektor usaha untuk tumbuh dan berkembang. Digital para wirausaha perempuan memungkinkan untuk mengatasi faktor penghambat usaha sehingga mampu meningkatkan proses pengembangan usaha (Paoloni, Secundo, Ndou, & Modaffari, 2018). Melalui online, hampir semua jenis usaha akan mampu menjangkau konsumen lebih besar dibandingkan dengan dilakukan hanya secara offline. Namun, ternyata keterampilan dalam menggunakan media internet tidak dimiliki oleh semua wirausaha, terutama wirausaha perempuan (womenpreneur). Padahal pemasaran melalui online atau internet sangat membantu sebuah usaha dikenal oleh banyak orang. Di Indonesia, terdapat kesenjangan dalam menjalankan usaha antara perempuan dan laki-laki. Secara keseluruhan, wanita menampilkan pengetahuan keuangan dasar yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan pria (Oggero, Rossi, & Ughetto, 2019). Kesenjangan gender digital juga terjadi, terutama disebabkan oleh kesenjangan budaya dalam masyarakat patriarki (Isyfi'afiani, 2018). Perlunya adanya peningkatan keterampilan digital bagi para womenpreneur.

Berdasarkan data Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Indonesia belum mencapai tingkat literasi digital yang baik (Kominfo, 2020). Sehingga dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak dalam upaya peningkatan literasi, kemampuan, dan keterampilan dalam memanfaatkan internet. Mayoritas dari anggota UMKM Planet Green adalah berstatus sebagai seorang ibu dan wirausaha. Banyak anggota yang memiliki usaha untuk membantu suami dalam menjaga stabilitas ekonomi keluarganya. Mayoritas skala usaha para anggota adalah kecil dan beroperasi dari rumah masing-masing.

Agar produk dikenal oleh calon konsumen, maka dibutuhkan adanya pemasaran produk. Dalam menjalankan suatu usaha bisnis, baik skala kecil, menengah, atau besar pemasaran produk sangat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Tanpa adanya pemasaran produk, maka suatu usaha akan sulit berkembang dan dikenali konsumennya. Pada zaman sekarang, pemasaran produk lebih diarahkan ke dunia digital atau disebut pemasaran digital. Indonesia merupakan negara dengan pengguna e-commerce tertinggi di dunia (Katadata, 2022). Sudah sepatutnya seorang wirausaha mempunyai kemampuan digital yang mumpuni untuk memasarkan produknya. Namun, ternyata banyak wirausaha perempuan (womenpreneur) terutama di Lamongan yang belum memiliki kemampuan ini.

Berdasarkan survei yang dilakukan, womenpreneur di Lamongan memiliki masalah utama dalam pemasaran produk yang dimilikinya. Mayoritas dari mereka hanya menggunakan whatsapp sebagai media promosi produk atau menggunakan sistem tradisional yaitu dari mulut ke mulut.

Rendahnya kemampuan womenpreneur Lamongan dalam pemasaran digital dipicu karena 1) berpendidikan rendah dan berpengetahuan rendah terkait pemasaran produk secara online, 2) berasal dari keluarga ekonomi rendah, sehingga tidak pernah mendapatkan pelatihan tentang kewirausahaan dan pemasaran produk yang benar. Pengetahuan womenpreneur Lamongan tentang kewirausahaan juga masih rendah, karena mayoritas dari mereka hanyalah ibu rumah tangga yang berpendidikan hanya sampai Sekolah Menengah Atas (SMA). Awal bisnis mereka jalankan hanya dengan tujuan mendapatkan uang tambahan sehingga mereka tidak menganggap penting tentang ilmu dan strategi untuk menjalankan usaha yang benar, hanya berbekal dengan pengetahuan seadanya. Selain itu, UMKM Planet Green sendiri juga memiliki usaha baru yang dirintis, yaitu produk makanan ringan hasil olahan para anggota bernama Lakuna yang telah beroperasi kurang dari 1 tahun. Berdasarkan survei, masalah utama usaha ini adalah pada marketing dan pemasok. Para anggota hanya mengandalkan jaringan anggota untuk memasarkan produk. Produk dititipkan dari satu toko ke lainnya, belum merambah ke pemasaran digital. Sehingga jangkauan produk juga terbatas. Masalah pemasok juga dihadapi, pemasok produk masih sangat terbatas sehingga seringkali produk kekurangan stok akibat dari terlambatnya pemasok dalam menyalurkan produknya. Oleh sebab itu, penting dilakukan Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green.

Melalui Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green, para womenpreneur akan mendapatkan pelatihan wirausaha dari para pakar untuk meningkatkan skill digital bersama dengan strategi kewirausahaan. Mitra dan obyek dalam program ini adalah anggota UMKM Planet Green. Anggota yang mengikuti program adalah anggota yang sudah memiliki usaha yang dijalankan. Para anggota akan dilatih sehingga bisa menguasai teknik pemasaran secara online dan menguasai platform yang bisa dilakukan untuk meningkatkan jaringan usaha yang mereka miliki. Sehingga setelah mengikuti program ini, para anggota yang merupakan womenpreneur, dapat meningkatkan usaha dan tentunya meningkatkan ekonomi keluarga mereka. Tujuan diadakannya Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green adalah meningkatkan kemampuan womenpreneur Lamongan dalam berwirausaha dan pemasaran produknya, terutama pemasaran digital. Program ini sesuai dengan IKU Perguruan Tinggi yaitu meningkatkan relevansi perguruan tinggi dengan kebutuhan industri, dunia usaha, dan dunia kerja. Mahasiswa dan dosen yang terlibat dalam program ini juga ikut belajar, baik dari materi yang disampaikan pemateri atau pengalaman dari para womenpreneur dalam menjalankan usahanya. Melalui kegiatan ini, perguruan ini juga berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat dan usaha peningkatan ekonomi. Program ini juga sejalan dengan renstra perguruan tinggi dalam prioritas kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu ekonomi kreatif berbasis wirausaha dan kearifan lokal. Melalui kegiatan ini, diharapkan masing-masing anggota bisa mengembangkan usahanya dan memiliki daya saing.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan Sekolah Wirausaha UMKM

Planet Green meliputi ceramah, pelatihan, dan diskusi. Kegiatan ini diikuti oleh 30 wirausaha perempuan aktif. Kegiatan dilakukan selama 2 hari, yaitu tanggal 25 dan 26 September 2023 mulai pukul 08.00 sampai 16.00 WIB.

Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green dilaksanakan secara luring. Sebelum kegiatan dilakukan, para anggota diminta mengisi pre-test seputar wirausaha dan pemasaran digital guna mengukur pengetahuan awal para peserta. Kegiatan pertama adalah penyampaian materi. Terdapat 4 materi yang disampaikan dalam kegiatan ini. Materi pertama adalah tentang desain produk usaha. Materi kedua adalah tentang mekanisme dan keunggulan digital marketing. Materi ketiga adalah tentang motivasi dan kiat sukses menjadi wirausaha perempuan mandiri. Materi keempat adalah cara penyusunan laporan keuangan sederhana untuk pemilik usaha. Kegiatan kedua adalah kegiatan praktek. Praktek dilakukan untuk memastikan bahwa para peserta bisa mengaplikasikan apa yang disampaikan oleh pemateri. Sehingga peserta bukan hanya mengetahui ilmunya, tetapi juga mampu mengaplikasikannya. Praktek yang dilakukan pada kegiatan ini meliputi: 1. Memasarkan produk di aplikasi 2. Membuat desain sederhana di aplikasi Canva 3. Menguasai fitur aplikasi pencatat transaksi keuangan BukuKas Pada tahapan ini akan ada pendampingan sehingga semua anggota bisa mempraktekan apa yang dipelajari saat pelatihan. Pada akhir kegiatan, dilakukan evaluasi yaitu berupa post-test. Post-test dilakukan dengan membagikan sejumlah pertanyaan sesuai dengan materi yang diberikan. Peserta dinyatakan lulus pelatihan jika mendapatkan nilai post-test lebih tinggi dari pre-test dan memperoleh skor minimal 70 dari nilai total 100. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah materi yang diterima benarbenar dipahami oleh peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hari pertama diawali dengan pembukaan kegiatan Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green oleh ketua tim pengabdian UMLA dan ketua UMKM. Sebelum kegiatan dilakukan, semua peserta diminta mengisi pre-test seputar wirausaha dan pemasaran digital. Hasil pre-test menunjukkan bahwa pengetahuan para peserta sudah cukup baik terkait pengetahuan dasar seputar kegiatan bisnis dan pemasarannya.

Kegiatan pertama adalah penyampaian materi yang dilanjutkan oleh kegiatan praktek. Materi pertama adalah tentang aplikasi untuk membuat desain produk usaha, yaitu Canva. Berdasarkan hasil pretest diketahui bahwa semua peserta telah mengetahui aplikasi Canva, namun belum semua peserta mampu menggunakan aplikasi tersebut untuk keperluan bisnis. Pada materi ini dijelaskan keunggulan dan fungsi Canva untuk pengusaha. Setelah materi disampaikan, dilanjutkan praktek membuat desain promosi di Canva.

Materi kedua dalam adalah terkait digital marketing, yaitu tentang peran digitalisasi pemasaran dan bagaimana strategi melakukan pemasaran secara online untuk berbagai macam usaha. Pada materi ini disampaikan bagaimana cara melakukan pemasaran di aplikasi marketplace. Tidak hanya penyampaian materi, tetapi juga dilakukan praktek langsung membuka akun di aplikasi sebagai penjual dan bagaimana cara mengunggah produk untuk dijual.

Penyampaian materi ketiga dan keempat dilakukan pada hari kedua. Materi ketiga adalah motivasi dan kiat sukses menjadi womenpreneur mandiri. Materi ini disampaikan oleh wirausaha perempuan sukses dan inspiratif, Ida Dwi Kurniastuti yaitu pemilik usaha

bidang fashion wanita dengan nama Dayinta dan jasa foto produk. Pemateri juga menyampaikan tips bagaimana menyeimbangkan peran perempuan sebagai ibu, istri, dan pemilik usaha yang sukses dan bahagia.

Materi terakhir adalah tentang penyusunan laporan keuangan sederhana untuk pemilik usaha. Pada materi ini disampaikan pentingnya mencatat transaksi keuangan yang dilakukan dalam bisnis. Aplikasi pencatatan keuangan yang digunakan adalah Buku Kas, aplikasi sederhana yang dapat digunakan melalui handphone atau gadget lain. Tutorial penggunaan Buku Kas dijelaskan secara detail pada materi ini dan dilanjutkan praktek mencatat transaksi keuangan seperti mencatat hasil penjualan, pembelian barang, hutang, dan lain sebagainya.

Selama kegiatan praktek, para peserta didampingi dalam menjalankan aplikasi yang diajarkan. Pendampingan dilakukan untuk memastikan semua peserta memahami apa yang disampaikan pemateri dan mampu mempraktekannya. Sehingga setelah pelatihan, para peserta dapat mengimplementasikan semua pengetahuan dan keterampilan yang telah didapatkan selama mengikuti pelatihan di Sekolah Wirausaha Perempuan UMKM Planet Green.

Pada akhir kegiatan, dilakukan evaluasi yaitu berupa post-test. Post-test dilakukan dengan membagikan pertanyaan dengan konteks sama dengan pre-test. Melalui post-test dapat diketahui apakah materi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Hasil menunjukkan bahwa 84% peserta telah memahami materi yang disampaikan selama pelatihan di Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green.

SIMPULAN

Kegiatan Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green telah terlaksana dengan baik. Berdasarkan hasil post-test yang telah dilakukan menunjukkan bahwa para peserta yang tergabung dalam anggota UMKM Planet Green mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital setelah mengikuti pelatihan.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah terlaksana, rekomendasi yang diajukan adalah untuk mengadakan kegiatan pelatihan lanjutan terkait peningkatan bisnis. Pelatihan seperti tips melakukan promosi di media sosial terkini, seperti Tiktok dan Instagram dapat mendukung peningkatan usaha para pengusaha perempuan. Kegiatan Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green juga dapat dilakukan di komunitas lain sehingga semakin banyak pengusaha wanita yang sukses dan lebih berdaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas pendanaan yang diberikan dalam kegiatan Sekolah Wirausaha UMKM Planet Green Lamongan melalui Hibah Pemberdayaan Berbasis Masyarakat tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hasibuan, L. (2022). UMKM RI dikelola perempuan tapi ini masalahnya. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/>

- [2] Beelwal, S. (2022). Characteristics, Motivations, And Challenges Of Women Entrepreneurs In Oman's Al-Dhahira Region. <https://www.researchgate.net/>
- [3]. Agussani. (2020). Are Women The Dominant Entrepreneurs In Indonesia? The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention, 5936-5947.
- [4]. Sihotang, J., Puspokusumo, R. W., Sun, Y., & Munandar, D. (2020). Core competencies of women entrepreneur in building superior online business performance in Indonesia. Management Science Letters, 1607–1612
- [5]. Paoloni, P., Secundo, G., Ndou, V., & Modaffari, G. (2018). Women Entrepreneurship and Digital Technologies: Towards a Research Agenda. 4th IPAZIA Workshop on Gender Issues (pp. 181- 194). Italy: Springer .
- [6]. Oggero, N., Rossi, M. C., & Ughetto, E. (2019). Entrepreneurial Spirits in Women and Men. The Role of Financial Literacy and Digital Skills. . Working Paper 197/19 Center for Research on Pensions and Welfare Policies, 1-34.
- [7]. Isyfi'afiani. (2018). Advancing Women's Digital Skills and Economic Empowerment through Girls in Tech Indonesia: A Case Study. Salasika Indonesian Journal of Gender, Women, Child, and Social Inclusion's Studies, 21-32.
- [8]. Kominfo. (2020, November). Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Retrieved from <https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Survei-Literasi-Digital-Indonesia2020.pdf>
- [9]. Katadata. (2022, Februari 15). Databoks. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesiatertinggi-di-dunia>
- [10]. Dewi, A. S. (2020). Investigating the Impact of Instagram on Women Entrepreneurs' Empowerment. Annual International Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2020) (pp. 56-61). Atlantis Press.