

Pemberdayaan Kelompok Usaha Perempuan Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Era Bisnis Digital

Empowering Women's Business Groups To Increase Competitiveness In The Digital Business Era

Ali Imron¹, Rizka Ariyanti², M. Iqbal Notoatmojo³

¹⁻³ ITSNU Pekalongan

Email: imron.alialta@gmail.com¹, rizkaariyanti81@gmail.com², iqbalbwox@gmail.com³

Korespondensi penulis: imron.alialta@gmail.com

Article History:

Received: Desember 20, 2023

Accepted: Januari 20, 2024

Published: Januari 31, 2024

Keywords: empowerment, business groups, women

Abstract: *The potential of women's business groups is still not maximized. There are still many female entrepreneurs who face many challenges in developing their businesses. Indonesian women must prepare themselves to enter the digital economic sector so that they can play a role, can benefit themselves, their families and their environment. In Api-Api village, Wonokerto District, activities were carried out to empower women's business groups to increase competitiveness in the digital business era. The benefits that will be received from this empowerment activity include: (1) women's business groups will be able to understand and implement digital business, (2) women's business groups will be able to manage their businesses well, (3) women's business groups will be able to understand the importance of business legality.*

Abstrak

Potensi kelompok usaha perempuan masih belum termaksimalkan. Masih banyak perempuan wirausaha yang menghadapi banyak tantangan dalam mengembangkan usahanya. Perempuan Indonesia harus mempersiapkan diri untuk masuk di bidang digital ekonomi tersebut agar dapat berperan, dapat memanfaatkan untuk dirinya, keluarganya, dan lingkungannya. Di desa Api-Api, Kecamatan Wonokerto, dilakukan kegiatan pemberdayaan kelompok usaha perempuan untuk meningkatkan daya saing di era bisnis digital. Manfaat yang akan diterima dari kegiatan pemberdayaan ini antara lain : (1) kelompok usaha perempuan akan bisa memahami dan mengimplementasikan bisnis digital, (2) kelompok usaha perempuan akan mampu mengelola usahanya dengan baik, (3) Kelompok usaha perempuan bisa memahami pentingnya legalitas usaha.

Kata kunci: pemberdayaan, kelompok usaha, perempuan

PENDAHULUAN

Berbicara soal ekonomi dan dunia pekerjaan, maka kebanyakan orang akan merujuk pada sosok yang sering dikaitkan sebagai tulang punggung perekonomian, yaitu laki-laki. Sementara, perempuan lebih sering dianggap sebagai ibu rumah tangga yang mengurus urusan domestik. Perempuan diidentifikasi demikian karena berbagai hal. Seperti terhalang oleh stigma keluarga bahwa perempuan lebih cocok mengurus keluarga, serta nilai norma budaya. Pada masa dan setelah pandemi Covid-19 banyak perempuan yang menggeluti usaha mikro kecil menengah (UMKM). Karena itu perempuan perlu melakukan perencanaan usaha yang baik. Perempuan harus siap bangkit mandiri secara ekonomi dan memanfaatkan momentum, perempuan tidak hanya sebatas menjadi pelaku UMKM, justru bisa menciptakan lapangan kerja lebih luas lagi di era digitalisasi ini. Salah satu polanya adalah digital ekonomi.

* Ali Imron, imron.alialta@gmail.com

Potensi UMKM perempuan masih belum termaksimalkan. Masih banyak perempuan wirausaha yang menghadapi banyak tantangan dalam mengembangkan usahanya dibandingkan dengan laki-laki, mulai dari tantangan pada akses permodalan, akses pengetahuan, akses pasar, hingga dukungan baik dari negara maupun masyarakat. Perempuan Indonesia harus mempersiapkan diri untuk masuk di bidang digital ekonomi tersebut agar dapat berperan, dapat memanfaatkan untuk dirinya, keluarganya, dan lingkungannya. Sebuah usaha yang terus berkembang dan berhasil diterima masyarakat harus melakukan perbaikan manajemen dan inovasi, (Wibisono, 2019). Untuk itu, peran digital marketing sangat diperlukan dalam memperkenalkan, memasarkan, mempromosikan hingga produk berhasil berada di tangan konsumen (Effendi et al., 2022, 2021; Istifadhoh et al., 2022; Suyati et al., 2021).

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada tanggal 15 - Januari 2024 di Aula Balaidesa Api-Api Kecamatan wonokerto Kabupaten Pekalongan. Tahap pelaksanaan kegiatannya adalah sebagai berikut :

1. Tim PkM berkomunikasi dengan mitra untuk menyamakan persepsi terhadap kegiatan sehingga mitra memahami maksud dan tujuan kegiatan PkM yang diselenggarakan tim PkM. Tim PkM dengan rinci memberikan informasi bahwa kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mitra dalam mengembangkan usaha. Tim PkM akan menggali informasi dan merumuskan permasalahan mitra dan apa yang dibutuhkan mitra. Pelatihan dan pendampingan akan dilakukan terjadwal sehingga tim PkM dan mitra dapat mempersiapkan diri terlebih dahulu. Dalam melakukan Pendekatan kepada mitra tim PkM juga memberikan motivasi mitra untuk berhasil dalam meningkatkan usahanya.
2. Tahap Pelaksanaan
 1. Dalam pelaksanaan Tim PkM dibantu oleh 2 orang mahasiswa yang berasal dari Program Studi Akuntansi, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital. ITSNU Pekalongan. Mahasiswa akan di ikut sertakan membantu proses pelatihan, pendampingan, membuat berita acara kegiatan dan mendokumentasikan kegiatan.
 2. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan terkait strategi pemasaran dan manajemen usaha.
 3. Evaluasi terhadap kemampuan mitra mengelola setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan. Mengevaluasi indikator capaian yang ditargetkan kepada mitra

TABEL 1. Rundown Workshop

No	Waktu	Nama Kegiatan	Narasumber / pemateri
Hari Senin tanggal 15 Januari 2024			
1	09.00-09.30	Kehadiran Peserta	Team PKM
2	09.30-09.30	Pembukaan	Team PKM
3	09.30-11.00	Strategi pemasaran produk	Ali Imron, S.E.,M.Si
4	11.00-12.00	Manajemen Usaha	Rizka Ariyanti, S.E.,M.M
5	12.00-12.30	Legalitas Usaha dan Diskusi	Iqbal Notoatmojo, M.E
6	12.30	Penutup	Team PKM

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pelatihan ini diselenggarakan secara tatap muka pada hari Senin tanggal 15 Januari 2024. Berikut ini adalah penulis tampilkan rowndown workshop di Tabel 1

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diselenggarakan oleh Team Pengabdian Kepada Masyarakat Prgram Studi Akuntansi Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital ITS NU pekalongan. Pesertanya adalah pelaku kelompok usaha perempuan di desa Api-Api yang berjumlah 30 orang. Sosialisasi dengan pembukaan oleh Team PKM Prodi Akuntansi Pekalongan yaitu bapak Bapak Iqbal Notoatmojo Pada pernyataannya beliau memberikan apresiasi atas terlaksananya kegiatan pemberdayaan kelompok usaha perempuan untuk meningkatkan daya saing di era bisnis digital, harapannya setelah mengikuti kegiatan pemberdayaan kelompok usaha perempuan didesa Api-Api kecamatan wonokerto mengimplementasikan ilmu yang didapat selama mengikuti kegitan tersebut dan usaha yang dimiliki juga bisa berkembang sesuai dengan harapan.



Gambar 1. Pengenalan Team PKM beserta Prodi Akuntansi

Kecamatan wonokerto merupakan kecamatan yang berada di dekat pantai, Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai nelayan, petani tambak, buruh batik, pedagang dan sedikit pegawai negeri dan ada juga yang merantau. Pelaku usaha perempuan dengan berbagai usaha yang digeluti antara lain pembuatan berbagai produk olahan ikan seperti bakso ikan, nugget ikan, bandeng presto, dan berbagai frozen food dengan bahan dasar ikan.

Pada masa pandemi usaha pengolahan ikan mengalami penurunan, hal ini sangat berdampak terhadap penjualan tetapi sejak pandemi ada transformasi digitalisasi sehingga beberapa pelaku usaha yang beralih ke digital melalui media sosial. Dengan beralihnya ke

penjualan melalui social media (online), kelompok pelaku usaha perempuan mengalami peningkatan penjualan dibandingkan sebelum menggunakan media sosial.

Masalah dan Strategi yang dapat di terapkan oleh pelaku usaha perempuan di desa Api-Api kecamatan wonokerto adalah:

1. Strategi pemasaran produk Pelaku UMKM Perempuan Desa Api-Api masih menjalankan usaha sendiri dikarenakan keterbatasan informasi dan organisasi yang baru saja dibentuk. Beberapa produk yang dihasilkan anggota sangat berpotensi namun belum dipasarkan secara massive. Pelatihan dan pendampingan terkait bagaimana memasarkan produk menggunakan platform digital dan e-commerce belum dipahami mitra. Media sosial sudah dimanfaatkan namun masih terbatas dikalangan sendiri sehingga pemasaran masih lemah terutama digital marketing.
2. Manajemen Usaha. Pelaku UMKM Perempuan Desa Api-Api adalah wirausaha perempuan yang belum lama menjalankan usaha sehingga belum melakukan fungsi-fungsi manajemen secara baik.
3. Legalitas Usaha, Produk-produk yang dihasilkan pelaku UMKM perempuan belum memiliki legalitas seperti belum ada NPWP usaha, nomor izin usaha, izin PIRT, sertifikasi halal dan BPOM. Mitra tidak memiliki informasi dari mana harus memulai proses pengurusan izin usaha. Dengan kegiatan pengabdian ini pelaku usaha akan mengurus legalitas usaha yg di jalani.



Gambar 2 Pemaparan Materi

SIMPULAN

Pengetahuan kelompok pelaku Usaha perempuan di desa Api-Api terhadap Digital marketing, manajemen usaha, dan legalitas produk masih sangat minim. Sementara di era serba digital para kelompok pelaku usaha perempuan ini nantinya diharapkan dapat dapat memahami digitalisasi, mengerti manajemen usaha dan pentingnya legalitas usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul “Pemberdayaan kelompok Usaha Perempuan untuk meningkatkan daya saing di era bisnis digital” tanpa halangan suatu apapun. Terselenggaranya sosialisasi ini tidak terlepas dari peran serta dan dukungan berbagai pihak. Oleh sebab itu, tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam sosialisasi ini, terutama kepada: 1). Rektor ITS NU Pekalongan 2). Kelompok Usaha Perempuan). Peserta kegiatan 4). Tim pelaksana dan semua pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.kemenkopmk.go.id/perempuan-harus-siap-terjun-ke-ekonomi-digital>

<https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/3342/sispreneur-2021-tingkatkan-akses-pemasaran-digital-bagi-pelaku-usaha-perempuan>

Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147–152. <https://doi.org/10.36257/aps.v5i1.3480>

Octavia. Ade . Dkk, Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Berbasis Digital Marketing Bagi Wirausaha Muda Perempuan untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Iwapi Muda Jambi *Jurnal Karya Abdi Masyarakat Universitas Jambi ISSN (PRINT) 2580-1120 (ONLINE) 2580-2178, Volume 6, Nomor 2, Desember 2022*

Nisa, F. K., Salim, M. A., & Priyono, A. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Kabupaten Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 9(7), 93–106.

Nugraha, R. I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus UMKM Sektor Perdagangan di Wilayah Kota Tasikmalaya). *Otoritas Jasa Keuangan*. 2016.

Suyati, H., Firmansyah, H., Effendi, N. I., Nurmahadi, Rachmawati, E., Febrianto, H. G. C., ... Jatmiko, U. (2021). *Teori dan Konsep Kewirausahaan* (1st ed.; Mansur & Srikalimah, eds.). Cirebon: Insania. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Z4ZZEAAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PR1&dq=penerbit+insania&h>

Wibisono, A. (2019). Peningkatan Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Manajemen Serta Inovasi. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 7(1), 43–50.