

---

## Seminar Kewirausahaan Pengembangan UMKM di Berbagai Platform BIC di Desa Kebon Agung

### *Entrepreneurship Workshop Development of Micro, Small and Medium Enterprise on Various Platform of Business Incubator Center in Kebon Agung Village*

**Ricy Ichlas Sutrisno, Mohammad Nuril Azizi, Tri Seno Anjanarko, Rommy Hardyansah, Dharma Setiawan Negara, Novritsar Hasintongan Pakpahan, Yuyu Sriwahyuni Hamzah, Utami Puji Lestari, Eli Retnowati, Jahroni**  
Universitas Sunan Giri, Surabaya

Korespondensi : [ricyichlas.s@gmail.com](mailto:ricyichlas.s@gmail.com)

---

#### **Article History:**

Received: September 30,2023

Accepted: October 26,2023

Published: November 31,2023

**Keywords:** seminars, entrepreneurship, micro, small and medium enterprises, BIC, pemasaran digital

**Abstract:** *In recent years, the development of information technology has changed the global marketing paradigm, introducing a digital era that opens up new opportunities for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). However, MSME owners in Kebon Agung Village, Sukodono District, Sidoarjo Regency still face obstacles in understanding and utilizing the potential of digital marketing to increase the visibility of their products. To overcome this problem, students of the Real Work Lecture (KKN) at Sunan Giri University Surabaya held an entrepreneurship seminar. The seminar was designed to provide MSME owners with an understanding of the importance of digital marketing and human resource innovation in improving product quality and competitiveness. The study results indicated that MSME owners in Kebon Agung Village can increase their income through the implementation of effective digital marketing strategies.*

---

#### **Abstrak**

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma pemasaran global, memperkenalkan era digital yang membuka peluang baru bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meskipun demikian, pemilik UMKM di Desa Kebon Agung, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo masih menghadapi kendala dalam memahami dan memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Untuk mengatasi permasalahan ini, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Sunan Giri Surabaya mengadakan seminar kewirausahaan. Seminar ini dibuat untuk memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM tentang pentingnya pemasaran digital dan inovasi sumber daya manusia dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Hasil studi mengindikasikan bahwa para pemilik UMKM di Desa Kebon Agung dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui penerapan strategi pemasaran digital yang efektif.

**Kata Kunci:** seminar, kewirausahaan, UMKM, BIC, pemasaran digital.

#### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *ecommerce*-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing (Ernawati *et al.*, 2022; Infante & Mardikaningsih,

2022; Darmawan, *et al.*, 2023a). Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (Wardhana, 2015; Darmawan *et al.*, 2023b). Mahasiswa KKN Universitas Sunan Giri Surabaya telah melakukan survey pada pemilik usaha dan menemukan hasil bahwa pemilik UMKM Desa Kebon Agung masih belum melek mengenai digital marketing. Mahasiswa KKN Universitas Sunan Giri Surabaya di Desa Kebon Agung memiliki suatu program kerja yang berjudul pengembangan UMKM di berbagai platform BIC, yang dimana sebagai mahasiswa merangkul tiga instansi untuk bekerja sama mengembangkan UMKM yang ada di Desa Kebon Agung.

Seminar kewirausahaan pengembangan UMKM di berbagai Platform BIC di Desa Kebon Agung adalah sebuah inisiatif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya para pelaku UMKM di Desa Kebon Agung, tentang pentingnya pemanfaatan berbagai platform BIC dalam mengembangkan usaha mereka (Mardikaningsih., 2022). Seminar ini akan memberikan wawasan tentang berbagai platform yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan daya saing UMKM, serta menghadapi tantangan yang sedang terjadi (Mardikaningsih & Arifin, 2021). Seminar ini menjadi langkah awal untuk membangun kesadaran teknologi dan keterampilan digital di kalangan masyarakat Desa Kebon Agung. Artinya, pemilik UMKM dapat memanfaatkan platform BIC secara maksimal untuk meningkatkan efisiensi, meraih pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya, mendukung pertumbuhan ekonomi (Darmawan, 2019; Putra *et al.*, 2022).

UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan /atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro (Mardikaningsih *et al.*, 2021). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang di miliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil (Halizah & Darmawan, 2022). Usaha menengah adalah usaha yang ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang di miliki, di kuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil ataupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Astuti, 2021; Darmawan, *et al.*, 2021a).

Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital menjadi tantangan yang perlu diatasi, terutama dalam pengembangan UMKM di Desa Kebon Agung. Pemasaran digital, sebagaimana diuraikan oleh Jannatin *et al.* (2020) dan Hariani (2022) terdiri dari kegiatan

promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online, termasuk pemanfaatan media sosial. Transformasi ini telah mengubah metode komunikasi pemasaran dari tradisional menjadi digital, seperti yang diungkapkan oleh Afrilia (2018).

Adanya transformasi pemasaran digital, menandakan pentingnya strategi pemasaran yang berbasis internet. Selain itu, hal ini dapat mengatasi hambatan kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital, sehingga UMKM dapat tumbuh dan berkembang dalam era digital ini. Oleh karena itu, di Desa Kebon Agung, perlu diadakan seminar kewirausahaan yang fokus pada pemasaran digital. Seminar ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM mengenai potensi dan manfaat pemasaran digital dalam mengembangkan bisnis mereka.

## **METODE**

Metode yang diterapkan dalam upaya pengembangan UMKM di Desa Kebon Agung adalah metode Participatory Action Research (PAR). Kondisi masyarakat di Desa Kebon Agung yang belum sepenuhnya familiar dengan teknologi, terutama dalam konteks pemasaran digital, menjadi dasar pemilihan metode ini. Pada tanggal 10 Agustus 2023, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Sunan Giri Surabaya menyelenggarakan sebuah seminar kewirausahaan dengan tema pengembangan UMKM di berbagai platform BIC.

Seminar ini diadakan di aula pertemuan Balai Desa Kebon Agung dan mengundang pemilik UMKM sekitar. Tiga pemateri berkualitas tinggi turut berkontribusi dalam seminar tersebut, yaitu Tri Seno Anjanarko, seorang Dosen Universitas Sunan Giri; Sugeng Riyadi, Direktur Wakaf Yayasan Yatim Mandiri; dan Lutfi, Tenaga Ahli Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur. Melalui paparan mereka, peserta seminar diberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya pemanfaatan berbagai platform BIC dalam mengembangkan dan memasarkan produk UMKM. Tujuan utama dari seminar ini adalah menyatukan tiga instansi BIC, yaitu BIC Universitas Sunan Giri Surabaya, Bumdes, dan BIC Yatim Mandiri. Dengan adanya kerjasama ini, dapat memberikan dukungan bagi masyarakat, khususnya pemilik UMKM di Desa Kebon Agung. Melalui upaya bersama, instansi BIC akan membantu para pelaku UMKM untuk memahami konsep pemasaran digital dan memberikan peluang bagi mereka untuk menampilkan produk-produknya di minimarket Yatim Mandiri.

## **HASIL**

Hasil dari seminar kewirausahaan yang diselenggarakan oleh tim KKN Universitas Sunan Giri Surabaya membawa dampak positif dalam bentuk pertemuan antara tiga instansi

yang memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM di Desa Kebon Agung. Kolaborasi antara BIC Unsuri, Bumdes, dan BIC Yatim Mandiri bertujuan untuk memberikan dukungan terpadu kepada pemilik UMKM di desa tersebut. Selain itu, seminar ini juga berhasil memberikan wawasan baru kepada para pelaku UMKM mengenai pemasaran digital dan penerapannya dalam bisnis mereka.

Pemilik UMKM di Desa Kebon Agung, yang sebelumnya belum sepenuhnya memahami cara memasarkan produk dengan menggunakan strategi pemasaran digital, mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam melalui acara seminar kewirausahaan. Tim KKN Universitas Sunan Giri Surabaya telah berhasil membuka wawasan baru dan memberikan pengetahuan praktis kepada masyarakat tentang pentingnya memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing produk UMKM (Darmawan & Hariani, 2020). Hasil pengabdian tim KKN Universitas Sunan Giri Surabaya tidak hanya sebatas memberikan informasi, tetapi juga berupa perubahan paradigma di kalangan pemilik UMKM. Masyarakat yang awalnya kurang akrab dengan konsep pemasaran digital kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang potensi dan manfaatnya.

Seminar kewirausahaan mengenai pemasaran digital di Desa Kebon Agung terdiri dari berbagai topik, mulai dari pembuatan dan manajemen akun media sosial, pemanfaatan iklan online, hingga penggunaan alat analisis data untuk meningkatkan targeting pasar. Artinya, para peserta seminar dapat memahami cara mengintegrasikan strategi pemasaran digital ke dalam model bisnis mereka (Mardikaningsih, 2022). Selain itu, kegiatan ini juga dapat menjadi forum interaktif di mana para pelaku UMKM dapat berbagi pengalaman dan *best practices*, sehingga tercipta kerjasama dan pertukaran ide di antara mereka.

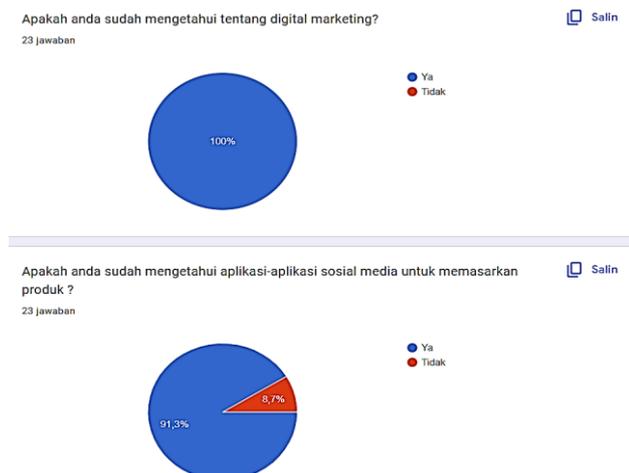
Seminar kewirausahaan pengembangan UMKM di berbagai Platform BIC di Desa Kebon Agung adalah sebuah inisiatif yang dibuat untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya para pelaku UMKM di Desa Kebon Agung. Tujuan utama dari seminar ini adalah untuk meningkatkan pemahaman para pelaku bisnis tentang pentingnya memanfaatkan berbagai platform BIC (Business and Innovation Center) dalam mengembangkan usaha mereka. Seminar ini akan menjadi forum interaktif yang menyajikan wawasan mendalam tentang berbagai platform yang dapat diakses oleh para pelaku UMKM. Platform BIC terdiri dari berbagai sarana digital dan teknologi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing UMKM. Para peserta akan diajak untuk memahami mengenai bagaimana pemanfaatan teknologi dan platform ini dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis mereka.

Selain itu, seminar ini juga akan membahas cara mengatasi tantangan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Para peserta akan dibekali dengan pengetahuan yang diperlukan untuk menghadapi perubahan dan bersaing secara lebih efektif. Diskusi akan difokuskan pada strategi pemasaran digital, manajemen inventaris, serta peningkatan kualitas produk atau layanan sebagai upaya memperkuat posisi bisnis UMKM di pasar yang kompetitif (Khasanah *et al.*, 2010; Madikaningsih *et al.*, 2015). Melalui seminar ini, para pelaku UMKM di Desa Kebon Agung dapat merasakan manfaat langsung dari penggunaan berbagai platform BIC untuk mengembangkan dan memaksimalkan usaha mereka.



**Gambar 1.** Pelaksanaan Seminar Kewirausahaan

Pada tanggal 10 Agustus 2023, di Aula balai Desa Kebon Agung menjadi saksi keberhasilan pelaksanaan seminar kewirausahaan yang dihadiri oleh 40 pemilik UMKM di Kebon Agung, bersama dengan mahasiswa peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Sunan Giri Surabaya. Kegiatan ini, yang berlangsung dari pukul 09.00 hingga 12.00 WIB, memberikan platform bagi para peserta untuk mendapatkan pengetahuan tentang peningkatan kualitas UMKM melalui inovasi sumber daya manusia, pengembangan *Business and Innovation Center* (BIC), serta penerapan pemasaran digital (Mardikaningsih & Darmawan 2020). Dengan mengusung materi-materi yang relevan, seminar ini memberikan wawasan baru kepada pemilik UMKM tentang potensi pengembangan bisnis mereka dan juga mengajak mereka untuk merespons perubahan melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi, khususnya dalam pemasaran digital. Kegiatan ini dapat menjadi tonggak awal bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Kebon Agung melalui pembangunan dan pengembangan UMKM yang lebih berkualitas (Darmawan *et al.*, 2021b; Putra & Darmawan, 2022).



**Gambar 2.** Diagram *Post Test* Seminar Kewirausahaan

Setelah suksesnya pelaksanaan seminar kewirausahaan, evaluasi dilakukan melalui pengisian post-test oleh peserta. Dari 40 peserta yang hadir, sebanyak 23 orang mengisi post-test yang mengevaluasi pemahaman mereka mengenai manfaat mengikuti seminar kewirausahaan, khususnya terkait pemasaran digital. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas, yaitu 23 orang, telah memperoleh pemahaman yang baik terkait konsep dan manfaat pemasaran digital setelah mengikuti seminar. Fakta ini mengindikasikan kesuksesan acara pada memberikan dampak positif kepada peserta tentang strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan dalam pengembangan UMKM. Keberhasilan ini menciptakan kesadaran baru dan memberikan dasar yang kuat bagi peserta untuk mengimplementasikan konsep pemasaran digital dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka di era digital.



**Gambar 3.** Diagram *Post Test* Seminar Kewirausahaan terkait Pentingnya *Pemasaran Digital*

Gambar 3 memberikan gambaran yang signifikan terkait persepsi peserta seminar kewirausahaan terhadap pemasaran digital. Dari hasil data, terlihat bahwa 95,7% dari total jawaban menyatakan bahwa pemasaran digital dianggap sangat dibutuhkan dalam berwirausaha saat ini. Persentase yang tinggi ini mengindikasikan kesadaran peserta akan

pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran bisnis mereka. Selain itu, terdapat kesepakatan sebanyak 82,6% peserta yang setuju bahwa pemasaran digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemasaran produk. Angka ini menunjukkan adanya keyakinan peserta bahwa penerapan strategi pemasaran digital dapat membawa dampak positif terhadap visibilitas dan daya saing produk di pasar. Kesimpulan dari data ini adalah adanya dorongan kuat dari peserta seminar untuk mengintegrasikan pemasaran digital dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka.

## **DISKUSI**

Pemilik UMKM di Desa Kebon Agung, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo sedang menghadapi tantangan serius berupa penurunan pendapatan, khususnya bagi pemilik UMKM rumahan. Permasalahan utama yang dihadapi adalah minimnya pemahaman tentang pemasaran digital dan kurangnya keterampilan dalam memasarkan produk menggunakan platform digital. Akar permasalahan ini terletak pada ketidakpahaman pemilik UMKM mengenai perkembangan zaman dan teknologi, yang menyebabkan mereka menjadi gaptek (gagap teknologi). Mahasiswa KKN dari Universitas Sunan Giri menyikapi permasalahan ini dengan mengadakan seminar kewirausahaan. Melalui seminar ini, para pemilik UMKM diberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin digital. Setelah seminar, data hasil kuisioner menunjukkan bahwa pemilik UMKM di Desa Kebon Agung, terutama yang sebelumnya minim pengetahuan tentang pemasaran digital, mulai menyadari dan memahami betapa pentingnya mengintegrasikan strategi pemasaran digital dalam usaha mereka. Seminar ini memberikan wawasan baru dan menjadi langkah awal dalam membangun kesadaran teknologi di kalangan pelaku UMKM yang diharapkan dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi.

## **KESIMPULAN**

Pengabdian masyarakat melalui seminar kewirausahaan yang diinisiasi oleh mahasiswa KKN Universitas Sunan Giri Surabaya di Desa Kebon Agung, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo telah memberikan hasil yang positif. Sebelumnya, masyarakat khususnya pelaku UMKM belum memahami tentang pemasaran digital. Melalui kegiatan seminar dengan tema pengembangan UMKM di berbagai Platform BIC, tujuan utama penyelenggaraan tersebut adalah untuk memberikan pengetahuan dan panduan kepada para pelaku UMKM mengenai pemanfaatan platform BIC dalam mengembangkan usaha mereka.

Hasilnya terlihat dalam kesadaran yang berkembang di kalangan masyarakat Desa

Kebon Agung. Peserta seminar yang awalnya minim pengetahuan tentang pemasaran digital kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara memanfaatkan platform BIC. Dengan pemahaman yang ditingkatkan terhadap teknologi dan inovasi, UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat. Dengan cara ini, pengabdian masyarakat melalui seminar kewirausahaan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan usaha sesuai tuntutan zaman.

## DAFTAR REFERENSI

- Afrilia, A. M. 2018. Pemasaran digital Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157.
- Astuti, I. I. 2021. UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Berbasis. *Pemasaran digital. Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(1), 59-65.
- Darmawan, D. (2019). *Ekonomi*. Revka Prima Media. Surabaya.
- Darmawan, D. & M. Hariani. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Metromedia, Surabaya.
- Darmawan, D. et al. (2021a). *Bunga Rampai Manajemen Terapan*. LPPM Unsuri Surabaya.
- Darmawan, D. et al. (2021b). *Psychological Perspective in Society 5.0*. Zahir Publishing, Jogjakarta.
- Darmawan, D., P. N. L. Sari, S. A. Jamil, & R. Mardikaningsih. (2023a). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Darmawan, D. et al. (2023b). *Wirausaha Bidang Teknologi: Peluang dan Ide-Ide Bisnis Menggunakan Teknologi Informasi*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ernawati, E., R. Mardikaningsih, D. Darmawan, E. A. Sinambela. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2), 144-153.
- Halizah, S. N. & D. Darmawan. (2022). Development Entrepreneurship Intention as an Effort to Improve the Level of the Consumer Household Economy. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 30-34.
- Hariani, M. (2022). Determination of a Marketing Strategy to Develop Shrimp Crackers MSMEs Using the SWOT Method. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 24–30.
- Infante, A. & R. Mardikaningsih. (2022). The Potential of Social-Media as a Means of Online Business Promotion. *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-49.
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., R Haryanto, & A. Pebriyanto. 2020. Penerapan *Pemasaran digital* Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact: Implementation and Action*, 2(2), 39.
- Khasanah, H., S. Arum, & D. Darmawan. (2010). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Spektrum Nusa Press, Jakarta.

- Mardikaningsih, R., A. Gunawan, D. Darmawan, & A. Karina. (2015). *Manajemen, Teknologi, dan Bisnis*. Addar Press, Jakarta.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. (2020). *Sistem Pengendalian Mutu*. Metromedia, Surabaya.
- Mardikaningsih, R. & S. Arifin. (2021). Study on Education Level and Consequences of Licensing and Interest in Making Small Business Licensing. *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 19-24.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, D. Darmawan & S. N. Halizah. (2021). Hubungan Perilaku Produktif dan Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 1(1), 121-130.
- Mardikaningsih, R. (2022). Reinforcement of Students' Entrepreneurial Intentions through Soft Skills and Hard Skills Empowerment. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(3), 6-14.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, E. Retnowati, D. Darmawan, & A. R. Putra. (2022). Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga di Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 2(1), 21-32.
- Putra, A. R. & D. Darmawan. (2022). Competitive Advantage of MSMEs in Terms of Technology-Oriented and Entrepreneurship Competence. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 15–20.
- Putra, A. R., E. Ernawati, Jahroni, T. S. Anjanarko, & E. Retnowati. (2022). Creative Economy Development Efforts in Culinary Business. *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 21–26.
- Wardhana, A. 2015. Strategi Pemasaran digital dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 4, 327-337.