



SISTEM INKUBASI KEWIRAUSAHAAN YANG TERINTEGRASI UNTUK MEWUJUDKAN PROGRAM JEMARI (JOGOTIRTO MANDIRI BERDIKARI)

Integrated Entrepreneurship Incubation System to Realize the Finger Program (Jogotirto Mandiri Berdikari)

Yusqi Mahfuds*, Fany Rizki Nurfadilah, Muhti Nur Inayah, Risma Oktaviana Pratiwi

Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Depok, DI Yogyakarta

Alamat korespondensi: mahfuds.yusqi@gmail.com

(Tanggal Submission: 10 Agustus 2022, Tanggal Accepted : 16 September 2022)



Kata Kunci :

*Inkubasi,
Kewirausahaan,
Integrasi.*

Abstrak :

Penduduk Desa Jogotirto bermata pencarian berbagai jenis usaha mandiri seperti sektor pertanian, perdagangan, pemerintahan, dan UMKM. Di era perkembangan teknologi penggunaan media sosial marketing (SMM) menjadi pilihan terpenting yang bisa dilakukan para pelaku bisnis untuk terus berlanjut. Sayangnya masih banyak pelaku UMKM di Jogotirto yang belum memahami pasal media sosial untuk pemasaran. Selain itu organisasi UMKM yang sudah ada juga belum memiliki kegiatan dan pengorganisasian yang matang. Oleh karena itu penting untuk melakukan sebuah solusi melalui inkubasi kewirausahaan. Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengetahui problem yang terjadi bagi pelaksana UMKM Penduduk Desa Jogotirto, dan dari problemnya itu, nantinya akan dikaji untuk dicari sebuah solusi. Sehingga dari solusi itu, nantinya bisa memberikan kontribusi bagi pelaksana UMKM Penduduk Desa Jogotirto. Untuk mempermudah penelitian ini, disini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang bertumpu pada proses dan teknik pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa inkubasi kewirausahaan yang diberi nama JEMARI (Jogotirto Mandiri Berdikari) bisa menjadi solusi untuk meningkatkan skill UMKM dan pengembangan organisasinya. Sistem Inkubasi ini dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti pemetaan dan pengelompokan, pelatihan, pendampingan dan pemantauan komunitas wirausaha. Kegiatan yang dilakukan: Pemetaan Potensi dan UMKM, sosialisasi dengan pengurus Forum Komunikasi UMKM Jogotirto, pelatihan organisasi, pelatihan pemasaran digital, pendampingan melalui media sosial. Perhitungan dan perencanaan awal dilakukan oleh Pejuang Muda Sleman, dengan tujuan membentuk inkubasi komunitas dari tahap akhir hingga tahap pendampingan/pengamatan, dengan lokasi dan pelatihan dasar.

Key word :

*Incubation,
Entrepreneurship,
Integration*

Abstract :

The residents of Jogotirto Village are looking for various types of independent businesses such as the agricultural sector, trade, government, and MSMEs. In the era of technological development, the use of social media marketing (SMM) is the most important choice that business people can make to continue. Unfortunately, there are still many MSME actors in Jogotirto who do not understand the article on social media for marketing. In addition, existing MSME organizations also do not have mature activities and organizations. Therefore it is important to carry out a solution through entrepreneurial incubation. In this study, the author aims to find out the problems that occur for implementing SMEs in Jogotirto Village, and from the problem, it will be studied to find a solution. So that from this solution, it will later be able to contribute to the implementers of MSMEs in Jogotirto Village. To facilitate this research, here the author uses a qualitative approach that relies on the process and techniques of data collection using interviews, observation, and literature study. This study concluded that the entrepreneurial incubation named JEMARI (Jogotirto Mandiri Berdikari) could be a solution to improve MSME skills and organizational development. This incubation system is carried out through various activities such as mapping and grouping, training, mentoring and monitoring the entrepreneurial community. Activities carried out: Mapping Potential and MSMEs, socialization with the management of the Jogotirto MSME Communication Forum, organizational training, digital marketing training, assistance through social media. Initial calculations and planning were carried out by Sleman Youth Fighters, with the aim of forming community incubation from the final stage to the mentoring/observation stage, with location and basic training

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Mahfuds, Y., Nurfadilah, F. R., Inayah, M. N., & Pratiwi, R. O. (2022). Sistem Inkubasi Kewirausahaan Yang Terintegrasi Untuk Mewujudkan Program Jemari (Jogotirto Mandiri Berdikari). *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 1115-1125. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.697>

PENDAHULUAN

Kelurahan Jogotirto merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman. Kelurahan ini merupakan penggabungan tiga kelurahan lama yaitu Kelurahan Jragung, Bulu, dan Jogomangsan. Penduduk Kelurahan Jogotirto dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari memiliki mata pencarian yang beraneka ragam. Berbagai sumber mata pencaharian di Desa Jogotirto antara lain pada sektor pertanian, perdagangan, pemerintahan dan beberapa jenis usaha mandiri seperti UMKM. Desa Jogotirto mempunyai banyak potensi untuk dikembangkan. Desa ini memiliki potensi pada bidang pariwisata, kesenian, dan pertanian. Dalam segi pariwisata, desa Jogotirto menawarkan wisata alam yang sangat indah seperti Lava Bantal, Goa Jepang, dan Candi Abang. Segi kesenian terdapat ketoprak, sanggar menari, dan wayang. Di sektor pertanian seperti kerajinan pelepas pisang, olahan hasil tani, dan olahan hasil kebun.

Dibalik potensi besar yang dimilikinya, kelurahan ini tentunya juga memiliki permasalahan yang pertama pada bidang pertanian dan yang kedua pada bidang UMKM. Bidang pertanian sendiri memiliki permasalahan yakni rendahnya harga hasil panen dari pertanian yang membuat para petani banyak yang mengeluh, akan tetapi hal ini belum menemukan solusinya dikarenakan banyak petani yang menjalin kerjasama dengan perusahaan yang memberikan bibit, sehingga kami belum bisa terlalu mengambil intervensi terlalu jauh pada bidang tersebut.

Kemudian permasalahan yang dialami oleh UMKM terletak pada bidang pemasaran. Banyak sekali usaha-usaha masyarakat Kelurahan Jogotirto yang sangat kreatif dan inovatif, tetapi belum bisa



dijangkau oleh masyarakat luas dikarenakan banyak yang belum memahami bagaimana menggunakan media sosial untuk memasarkan produk dan jasanya. Hal ini sebenarnya mampu diatasi melalui potensi yang dimiliki juga oleh masyarakat Jogotirto terlebih lagi adanya organisasi yang menaungi UMKM disana yakni Forum Komunikasi UMKM Jogotirto.

Di zaman ini dimana perkembangan teknologi dan komunikasi menjadi semakin canggih, menggunakan Sosial Media Marketing (SMM) menjadi pilihan utama yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha agar tetap berjalan dengan baik. Sosial Media Marketing atau pemasaran media sosial adalah salah satu ide kreatif dan inovatif dalam bentuk pemasaran digital yang menggunakan kanal media sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar maupun tidak berbayar. (Akbar, 2018; Narotama et al., 2022; Ratana & Metta, 2018) Pemasaran media sosial melibatkan aktivitas seperti membangun kehadiran di jejaring sosial, menyebarkan kesadaran merek, melibatkan prospek dan pelanggan melalui konten, mengarahkan lalu lintas ke situs web, dan sebagainya.

Dalam pelaksanaannya, Social Media Marketing memiliki berbagai manfaat, seperti membangun dan menarik minat masyarakat, membantu menemukan konsumen dan memperluas target pemasaran, memudahkan mendapat feedback secara langsung, mengembangkan target pasar dan dapat menyaingi kompetitor, dan meningkatkan jumlah penjualan produk (Valentika & Nina, 2020). Selain itu, media sosial dapat digunakan secara gratis serta dapat menjangkau banyak orang. Sehingga, Sosial Media Marketing dapat menjadi solusi untuk para pelaku UMKM untuk keberlangsungan usahanya.

Namun, terdapat permasalahan lain dalam pelaksanaan Pemasaran melalui media sosial. Dimana para pelaku usahanya kurang atau bahkan tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Hal ini sangat disayangkan karena zaman terus berevolusi, media sosial menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk dikuasai oleh manusia yang hidup di zaman serba teknologi ini. Namun, pada kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum sama sekali menyentuhkan produknya dengan teknologi digital. Inilah sebab mengapa permasalahan tersebut penting untuk segera diatasi. Para pelaku usaha harus dapat mengkomunikasikan produk mereka secara konsisten dengan melakukan pemasaran produk menggunakan media sosial agar dapat dengan mudah menjangkau konsumen (Hardilawati, 2020).

Penggunaan Sosial Media Marketing (SMM) menjadi pilihan utama yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha agar tetap berjalan dengan baik. Sosial Media Marketing atau pemasaran media sosial adalah salah satu ide kreatif dan inovatif dalam bentuk pemasaran digital yang menggunakan kanal media sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar maupun tidak berbayar. Adapun sistem ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi para pelaku UMKM Desa Jogotirto dalam meningkatkan penjualan produk atau usaha dan lebih siap bersaing di dunia digital agar dapat menjangkau konsumen secara lebih cepat, tepat, dan luas.

Dewasa ini banyak sekali pelatihan- pelatihan kewirausahaan dan sosial media, akan tetapi akankah pelatihan tersebut membawa dampak dan bisa menjawab permasalahan. Masyarakat Jogotirto sendiri bercerita bahwa mereka membutuhkan pelatihan yang terintegrasi bukan sebatas satu pelatihan saja yang tidak diikuti kegiatan lainnya. Dengan demikian penelitian mengenai sistem inkubasi kewirausahaan terintegrasi ini menjadi hal yang penting untuk bisa mengetahui apakah inkubasi ini bisa membawa dampak yang baik atau tidak untuk perkembangan UMKM di Jogotirto. Selain itu kita juga bisa mengetahui bagaimana kegiatan- kegiatan yang dilakukan bisa menjawab permasalahan yang ada menggunakan potensi yang dimiliki pelaku UMKM Jogotirto.

METODE KEGIATAN

Penelitian yang kami lakukan ini merupakan jenis penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif. Karakteristik metode kualitatif sendiri tersebut alami karena berasal dari sumber data langsung yang didapatkan, bersifat deskriptif, dan mementingkan sebuah proses (Moleong & Lexy, 2006). Penelitian ini sumber datanya berupa triangulasi sumber. Data tersebut didapat dari wawancara dengan pengurus Forkom UMKM Jogotirto, masyarakat, perangkat desa, dan tentunya

pelaku UMKM disana. Kemudian observasi kegiatan UMKM di Kelurahan Jogotirto dan kegiatan Forum Komunikasi UMKM Jogotirto. Teknik pengumpulan data ini kami menggunakan metode wawancara yang ditambahkan dan observasi dan juga studi kepustakaan dengan menyertakan literatur yang relevan dengan penelitian yang kami ambil. Analisis data pada penelitian ini, kami menggunakan reduksi data untuk mengerucutkan hal-hal yang penting sesuai dengan skop pembahasan, sehingga bisa dipahami dengan lebih runtut dan mudah. Menurut Sugiyono reduksi data sendiri merupakan proses berpikir yang memerlukan keluasan, kecerdasan, dan juga kedalaman wawasan yang tinggi, sehingga data yang didapatkan bisa sesuai dengan tujuan. Pada proses reduksi data, peneliti dipandu dengan temuan-temuan penelitian di lapangan (Sugiyono, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjelasan Inkubasi Kewirausahaan

Inkubasi kewirausahaan merupakan sebuah sistem mekanisme yang akan membantu dan mendukung suatu usaha untuk bisa bertumbuh, berkembang, dan terjaga kelangsungan hidupnya. Kegiatan- kegiatan inkubasi kewirausahaan berupa pelatihan – pelatihan terkait dengan skill usaha yang akan dikembangkan (Siregar & Gustina, 2019). Inkubasi ini bisa berupa kegiatan pelatihan sebagai berikut :

1. Manajemen (organisasi, produksi, keuangan, pemasaran)
2. Merubah pola pikir

Kegiatan- kegiatan tersebut dipilih sesuai dengan kebutuhan dan masalah komunitas usaha yang menjadi sasaran (Setiawan dkk., 2018). Kegiatan inkubasi lebih lengkapnya bisa disertai dengan kerjasama beberapa pihak terkait seperti perangkat desa, dinas, maupun perusahaan-perusahaan (Hakim dkk., 2018).

Ukuran Keberhasilan Proyek

Adapun ukuran keberhasilan proyek inkubasi kewirausahaan ini dapat dilihat pada *Logical Framework* berikut:

Tabel 1. Logical Framework

Ringkasan Naratif	Capaian Kinerja	Indikator (Objectively Verifiable Indicators)	Verifikasi (Means of Verification)	Asumsi (Assumption)	Resiko (Risks)
Tujuan (Purpose)	Mewadahi inovasi masyarakat dengan cara menginkubasi kewirausahaan masyarakat miskin	Tingkat pendapatan naik dan angka pengangguran berkurang	Data pendapatan dan data pengangguran	Masyarakat telah mengembangkan potensi kewirausahaan hingga meningkatkan kesejahteraan sosial	Pendapatan dan pengangguran tidak berkurang
Dampak (Impacts)	Masyarakat memiliki kualitas hidup yang lebih baik dari peningkatan pendapat	Peningkatan kesejahteraan dan kualitas ekonomi keluarga	Dokumentasi saat pelaksanaan proyek	Masyarakat dapat keluar dari kemiskinan	Penolakan masyarakat terhadap program inkubasi kewirausahaan

Manfaat (Benefits)	Masyarakat mengetahui cara mengoptimalkan potensi kewirausahaan	Inovasi masyarakat terkait pengembangan kewirausahaan	Data grafik angka kemiskinan dan pengangguran	Masyarakat dapat mandiri mengembangkan kewirausahaan	Tidak disiplinnya masyarakat saat didampingi selama program berjalan
Hasil (Results)	Meningkatkan angka pendapatan setiap wirausahawan yang bergabung	Masyarakat teredukasi perihal solusi pengembangan potensi kewirausahaan	Dokumentasi kegiatan	Masyarakat bisa mengaplikasikan ilmu kewirausahaan yang telah diberikan	Masyarakat hanya antusias pada awal program
Output	Pengembangan sistem kewirausahaan - Masyarakat mengetahui cara berwirausaha yang optimal	Jumlah kewirausahaan yang stabil bertambah	Dokumentasi kegiatan - Dokumentasi pertemuan komunitas inkubator - Grafik pendapatan kewirausahaan	Tidak ada penolakan dari masyarakat untuk diajak bekerja sama	Dana yang telah dianggarkan tidak cukup - Pemahaman masyarakat tentang keberlanjutan program yang telah diberikan
Input	Pemetaan permasalahan kewirausahaan - Perancangan desain sistem teintegrasi dari hulu ke hilir	Terciptanya kewirausahaan yang berkembang dan stabil	Dokumentasi laporan inkubasi dari pre produksi sampai pemasaran	Berjalannya inkubator yang sudah terbentuk secara berkelanjutan	Hasil dari pembuatan inkubator yang tidak tepat sasaran - Rancangan yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat

Forum Komunikasi UMKM Jogotirto

Forum Komunikasi UMKM Jogotirto merupakan organisasi yang berdiri sekitar tahun 2020 yang dipergunakan untuk mengumpulkan pelaku UMKM di Jogotirto agar bisa bersama sama berkembang dan bertumbuh. Forum Komunikasi UMKM ini diberi nama Forkom Jogomukti. Untuk saat ini Forkom Jogomukti belum memiliki legalitas namun pelaku UMKM yang ikut sudah sekitar 40 an lebih. Kegiatan yang ada baru sebatas membuat grup WhatsApp dan saling promosi saja. Organisasi inilah yang menjadi pijakan awal program kerja inkubasi yang akan kami lakukan. Organisasi inilah yang menjadi sasaran peneliti untuk melakukan inkubasi kewirausahaan yang terintegrasi.

Program JEMARI

JEMARI (Jogotirto Mandiri Berdikari) merupakan tajuk dari kegiatan inkubasi kewirausahaan di Kelurahan Jogotirto yang kami lakukan. Sistem Inkubasi kewirausahaan adalah pengembangan komunitas kewirausahaan yang dilakukan melalui berbagai macam kegiatan mulai dari pemetaan dan klusterisasi, pelatihan, pendampingan, hingga monitoring komunitas kewirausahaan. Dapat dikatakan bahwa posisi peneliti pejuang muda ini adalah sebagai inkubator yang memberikan fasilitas dan juga mengarahkan komunitas UMKM di Jogotirto supaya bisa lebih berkembang. Beberapa kegiatan yang kami lakukan sebagai berikut :

1. Pemetaan potensi dan UMKM

Pemetaan Sosial adalah satu metode visual yang bertujuan untuk mengetahui kondisi sosial dari suatu wilayah. Pemetaan sosial atau yang sering disebut dengan *social mapping* dilakukan pada wilayah yang akan dijadikan sasaran program implementasi. Sehingga melalui pemetaan sosial dapat teridentifikasi keinginan kebutuhan dan sumber persoalan yang dirasakan masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih sejahtera (Pangestoeti, 2018). Pemetaan potensi dan UMKM ini merupakan langkah awal untuk memetakan berbagai macam potensi sekaligus memetakan bidang UMKM apa saja yang bergerak disana untuk membantu pihak desa dalam menjangking potensi sekaligus sebagai saran kegiatan di masa yang akan datang.

Pemetaan potensi dan UMKM dilakukan dengan melalui observasi dan juga wawancara ke seluruh dusun yang ada di Kelurahan Jogotirto. Tujuannya adalah untuk bisa memetakan berbagai macam potensi sekaligus memetakan bidang UMKM apa saja yang bergerak di sana untuk membantu pihak Kelurahan dalam menjangking potensi juga yang bisa dilakukan untuk saran kegiatan kedepan. Dari hasil pemetaan tersebut dapat kita simpulkan bahwa potensi terbesar di Jogotirto adalah pertanian. Adapun beberapa bidang UMKM yang kami berhasil dapatkan yaitu sebagai berikut:

- a. Pahatan Batu
- b. Makanan hasil olahan tani
- c. Makanan berat
- d. Anyaman
- e. Kerajinan



Gambar 1. Pemetaan Potensi

2. Melakukan Sosialisasi dengan Pengurus Forum Komunikasi UMKM Jogotirto

Sosialisasi dengan pengurus forum komunikasi ini peneliti lakukan dengan ketua dan pengurus FORKOM UMKM Jogotirto di Lava Bantal, Jogotirto, Berbah untuk memperkenalkan diri sekaligus memberikan penjelasan tentang pengabdian yang akan peneliti lakukan yakni berbentuk kegiatan inkubasi kewirausahaan. Selain itu kami juga menjelaskan bagaimana hasil dari assessment atau pemetaan potensi dan UMKM yang sudah dilakukan sebelumnya. Pejuang Muda juga menanyakan terkait kebutuhan dari forum komunikasi UMKM Jogotirto agar nantinya program yang akan dilaksanakan dapat lebih bermanfaat karena dapat memenuhi kebutuhan dari Forum Komunikasi tersebut. Adapun kegiatan yang disepakati berbentuk sistem inkubasi kewirausahaan yang terintegrasi dalam mewujudkan Jogotirto Mandiri Berdikari.



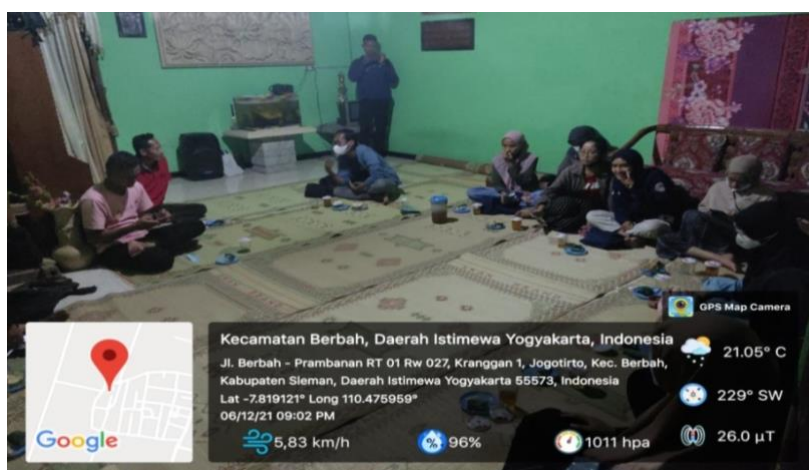
Gambar 2. Sosialisasi

3. Pelatihan Keorganisasian

Pelatihan keorganisasian ini dilaksanakan pada tanggal 4 Desember 2021 di Rumah Bapak RT 02 di Dusun Kranggan II Kelurahan Jogotirto. Kegiatan ini dihadiri oleh pengurus inti Forum Komunikasi UMKM Jogomukti. Tujuan dari dibuatnya kegiatan ini untuk memberikan pengetahuan serta Inovasi kepada Forum Komunikasi UMKM Jogomukti agar bisa meningkatkan keorganisasiannya sekaligus mendiskusikan hal-hal apa saja yang belum dimiliki oleh forum untuk mengembangkan kegiatan-kegiatannya.

Forum Komunikasi UMKM Jogomukti sendiri merupakan organisasi yang tergolong baru karena baru berdiri sekitar satu tahun dan selama ini koordinasi masih banyak dilakukan lewat grup WhatsApp. Divisi-divisi yang ada di dalamnya juga belum terbagi cukup matang dan belum ada kegiatan selain perkumpulan pengurus. Dari situlah kami menawarkan untuk membentuk beberapa divisi yang penting seperti bagian humas dan juga divisi media. Hal tersebut diterima dengan baik oleh pihak pengurus. Selain itu peneliti juga memberikan arahan dan motivasi agar pengurus UMKM Jogomukti bisa menata ulang kembali organisasi agar dapat memberikan fasilitas berupa kegiatan-kegiatan yang berkualitas. Harapannya dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut dapat meningkatkan skill atau potensi para pelaku UMKM yang ada di Jogotirto.

Dalam menyelenggarakan pelatihan keorganisasian ini kami menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam hal melakukan komunikasi dengan beberapa pengurus forum komunikasi. Hal ini disebabkan karena ada beberapa pihak dari pengurus yang usahanya sudah maju dan merasa bahwa apa yang akan dilakukan forum nantinya tidak berdampak banyak, tentunya hal ini membuat beberapa pengurus justru berdebat dikarenakan banyak pengurus yang merasa bahwa mereka membutuhkan kegiatan pelatihan tersebut agar usahanya juga bisa maju.



Gambar 3. Pelatihan Keorganisasian

4. Pelatihan digital marketing

Kegiatan pelatihan digital marketing ini ditujukan untuk seluruh anggota forum komunikasi UMKM Jogotirto. Tujuan dari kegiatan ini adalah menjawab permasalahan utama yang sedang dihadapi oleh pelaku UMKM di Jogotirto yakni belum mampu dalam menggunakan sosial media sebagai tempat untuk memasarkan produk maupun jasanya. Harapannya dengan adanya kegiatan ini para pelaku UMKM bisa menggunakan sosial medianya untuk tempat marketing agar produk maupun jasa mereka bisa dikenal oleh khalayak lebih luas lagi dan harapan jangka panjangnya bisa meningkatkan penghasilan. Pelatihan Digital Marketing ini ada tiga sesi :

a. Pelatihan facebook

Pelatihan ini diisi langsung oleh anggota pejuang muda yang memiliki keahlian dalam menggunakan fitur Facebook Marketplace yakni Yolanda Armalia. Penjelasan mengenai penggunaan fitur marketplace ini dibagi menjadi dua tahap, yang pertama memberikan materi, yang kedua praktek. Pada saat praktek setiap peserta akan didampingi oleh anggota pejuang muda dan pengurus Forkom UMKM agar bisa menjalankan fitur di aplikasi facebook.

b. Pelatihan instagram

Pelatihan ini diisi langsung oleh anggota pejuang muda yang memiliki keahlian dalam menggunakan Instagram untuk berjualan yakni Fany Rizki. Nurfadhilah Penjelasan mengenai instagram ini dibagi menjadi dua tahap, yang pertama memberikan materi, yang kedua praktek. Pada saat praktek setiap peserta akan didampingi oleh anggota pejuang muda dan pengurus Forkom UMKM agar bisa menjalankan aplikasi Instagram. Peserta diajarkan bagaimana cara membuat akun instagram mereka menjadi akun professional, cara memposting foto sekaligus membuat caption, dan diberikan trik juga agar instagramnya terlihat menarik.

c. Pelatihan whatsapp business

Pelatihan ini diisi langsung oleh anggota pejuang muda yang memiliki keahlian dalam menggunakan WhatsApp Business yakni Keukeu Kussamawati. Penjelasan mengenai penggunaan WhatsApp Business ini dibagi menjadi dua tahap, yang pertama memberikan materi, yang kedua praktek. Pada saat praktek setiap peserta akan didampingi oleh anggota pejuang muda dan pengurus Forkom UMKM agar bisa menjalankan fitur di aplikasi WhatsApp Business. Pelatihan dimulai dari cara menginstal, mendaftarkan nomor, membuat katalog, dan berbagai macam fitur-fitur yang disediakan di WhatsApp Business.

d. Pembuatan video promosi

Kegiatan Inkubasi yang kami lakukan tidak hanya berhenti di pelatihan kami juga membuat video promosi JEMARI (Jogotirto Mandiri Berdikari) lewat channel youtube Pejuang Muda Sleman (<https://youtu.be/M8NXcvmQZjc>) dan Instagram Official JEMARI yakni JEMARI_id.official. Mulai dari video pengenalan daerah Jogotirto dan berbagai macam potensi yang dimilikinya.

Dalam membuat video promosi kami menyadari bahwa belum maksimal dikarenakan waktu pengabdian kami yang sudah mendekati masa penarikan dan belum terlalu gencar dalam melakukan promosi ke berbagai media mengenai JEMARI. Selain itu, rencana kami dalam membuat website juga belum terlaksana dikarenakan waktu yang terlalu sedikit. Harapan apa yang sudah kami lakukan ini bisa disempurnakan melalui kegiatan pengabdian-pengabdian berikutnya.

e. Melakukan mentoring melalui media sosial

Setelah selesai kegiatan-kegiatan di atas, Pejuang Muda mencoba untuk terus melakukan monitoring melalui sosial media untuk mengetahui progress dari Forum Komunikasi UMKM sendiri dan juga UMKM disana. Hal ini bertujuan untuk bisa memantau apakah ada yang masih merasa kesulitan dalam mengoperasikan media sosial untuk pemasaran atau tidak. Tim pejuang muda memberikan nomor WhatsApp yang dapat dihubungi dan siap menjawab pertanyaan atau keluhan yang dikonsultasikan terkait dengan materi pelatihan yang telah disampaikan maupun terkait permasalahan UMKM yang dimilikinya.



Gambar 4. Workshop Digital Marketing

KESIMPULAN DAN SARAN

Permasalahan kemiskinan yang terdapat di Jogotirto penulis Pejuang Muda Penempatan Kabupaten Sleman berupaya dalam pengentasan kemiskinan yang didukung dalam SDGs nomor 8. Hal ini disebabkan pula terdapat potensi dan kemauan masyarakat Jogotiro dalam pengembangan UMKMnya, dimana mereka memiliki Forkomkasi Jogomukti. Namun masih memiliki minim pengetahuan tentang bagaimana memperluas pasar dan menggunakan alat modern yakni sosial media yang sudah ada. Pejuang Muda Sleman berupaya dengan cara membentuk Inkubasi komunitas yang tujuannya masyarakat dapat meningkatkan kualitas kesejahteraan ekonomi keluarga, yang dimana masyarakat nantinya dapat mendapatkan wawasan baru dengan diadakan pendampingan marketing dengan memanfaatkan teknologi terbaru agar nantinya masyarakat dapat meningkatkan profit yang dapat mereka hasilkan.

Upaya inkubasi yang dapat penulis lakukan dengan melaksanakan pelatihan digital marketing yang dimana pelatihan penggunaan media sosial ini difungsikan agar UMKM yang hadir dapat menggunakannya dalam peningkatan profit usahanya, diantaranya pelatihan Facebook, Instagram, dan Whatsapp Business. Pelatihan ini diadakan hanya satu hari, dari pagi-sore hari. Peserta yang mengikuti acara sangat antusias dalam pemberian materi digital marketing dan mengikuti setiap tahapan yang diajarkan oleh pemateri. Selain itu ditambah juga dengan pelatihan keorganisasian untuk menguatkan manajemen dari Forkom UMKM Jogotirto sendiri. Harapannya penelitian ini bisa diteruskan karena inkubasi ini masih harus melalui banyak tahapan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama penulis mengucapkan terimakasih kepada kepada semua pihak yang telah mendukung terselesaikannya artikel ini, terutama Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memberikan jalan dan kesempatan untuk bisa ikut serta berperan dalam lapangan kemudian penulis dapat melakukan penelitian sehingga mengetahui kondisi sosial ekonomi dalam masyarakat secara langsung. Kedua penulis mengucapkan kepada seluruh dosen maupun Staff Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang sudah memberikan kemudahan dan bantuannya sehingga dapat melaksanakan penelitian ini dari awal sampai akhir dengan baik. Ketiga penulis mengucapkan terimakasih kepada Dr. (H.C.) Ir. Tri Rismaharini, M.T., yang sudah mengupayakan agar mahasiswa UIN bisa ikut serta dalam Pejuang Muda, yang disertai dengan izin Kementerian Sosial RI, Kementerian Agama RI, dan Kementerian Pendidikan Kebudayaan RI. Keempat penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Sosial Kabupaten Sleman yang telah membantu tugas selama di lapangan. Kelima penulis mengucapkan terimakasih kepada mentor Drs. Prih Wardoyo, MPA., dan Syam Rachma Marcilia, S.T., M.Eng., Ph.D., yang membantu dan mengarahkan dalam pelaksanaan proyek sosial. Keenam penulis mengucapkan terimakasih kepada tokoh dan masyarakat yang telah berperan dalam penugasan Pejuang Muda di Kabupaten Sleman. Ketujuh ucapan terima kasih penulis kepada teman sejawat

Pejuang Muda Kabupaten Sleman yang telah memberikan kekompakan, kehangatan, solidaritas, dan kebersamaan selama menjalani tugas. Kedelapan ucapan terima kasih kepada diri penulis yang telah berupaya dan bertugas dengan usaha yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D. S. F. (2018). Konsep Crowdfunding untuk Pendanaan Infrastruktur di Indonesia. (<https://www.kemenkeu.go.id/media/4402/konsep-crowdfunding-untuk-pendanaan-infrastruktur-di-indonesia.pdf>).
- Alhadid, H. A. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Review Of Integrative Business and Economics research* 3(1). 317.
- Fang, Y. (2020). In the Web2.0 Era, Social Media Marketing Brings Business Opportunities to Enterprises. *American Journal of Industrial and Business Opportunities and Enterprises* 8(2). 176. DOI: 10.4236/ojbm.2020.82057
- Ferrinadewi, E. (2008). Merek dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hakim, D. (2018). Implementasi Triple Helix pada Inkubasi Bisnis Outwall. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(3), 381–382. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i3.4037>
- Moleong, & Lexy, J. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya.
- Narotama, Nararya, Erinda, P. M., & Natasha. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *JUMPA: Jurnal Master Pariwisata*, 8(2), 743. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v08.i02.p19>
- Ratana, & Metta. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 16. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2018.220102>
- Robin & Judge. (2015). Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, & Dkk., A. (2018). Pendidikan Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Inkubasi di Universitas Muhammadiyah Magelang. Medan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(3), 764. <https://doi.org/DOI:10.24114/jpkm.v24i3.11597>
- Siregar, & Gustina, D. (2019). Program Inkubasi Bagi Tenant Inwall di Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan inkubator Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 1(1). <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v1i1.3578>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung (ID): Alfabeta.
- Sutaryo. (2004). *Dasar-dasar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Valentika, & Nina. (2020). Implementasi Sosial Media Marketing Dalam Meningkatkan Jaringan Pasar. *JPKM APHELION: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 71–74. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.32493/jpka.v1i01.6907>
- Yopi, H, A. (2018). Penerapan Strategi Social Media Marketing untuk Meningkatkan Penjualan pada Dealer Mobil Toyota. *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika dan Manajemen STMIK*. 12(2). 117. DOI: 10.33481/infomans.v12i2.21
- Zulfikar., Ryan, A., & Mikhriani. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Trust pada Followes Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam* 1(2). 281. DOI:10.22373/al-idarah.v1i2.1663