

Pengembangan Literasi Kewirausahaan Digital Pada Komunitas Dasawisma, Kampung Baru Nelayan, Cilincing, Jakarta Utara

Abdul Rahman Hamid ^{a,1}, Devi Septiandini ^a, Achmad Siswanto ^a, Suyuti ^a

^aUniversitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

¹abdul_rahman@unj.ac.id*

ABSTRAK

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan serta keterampilan kepada masyarakat Kampung Baru Nelayan, Cilincing, Jakarta Utara dalam mengembangkan literasi kewirausahaan digital. Kegiatan ini dilaksanakan di RT 007/RW 08 pada tanggal 13 November 2021. Metode yang digunakan yakni berupa pemaparan materi, diskusi dan praktik berupa demo memasak "rice bowl" sebagai bentuk dari literasi kewirausahaan digital. Kegiatan ini menjangkau 20 orang ibu – ibu dari komunitas Dasawisma dan juga melibatkan mahasiswa dari program studi pendidikan sosiologi dan program studi pendidikan tata boga sebanyak 5 orang. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai literasi kewirausahaan digital melalui beberapa platform media sosial yang sudah familiar seperti Whatsapp, Facebook dan Instagram. Selain platform media sosial tersebut, peserta juga diajarkan bagaimana mendaftarkan usahanya di platform seperti Go Food dan Grab Food. Pelatihan ini juga meningkatkan keterampilan memasak para peserta lewat demo masak yang diberikan oleh mahasiswa dengan memanfaatkan potensi lokal yakni menu berbahan dasar Kerang.

ABSTRACT

The purpose of this activity is to provide knowledge and skills to the people of Kampung Baru Nelayan, Cilincing, Jakarta Utara. In developing digital entrepreneurship literacy. The activity was held in RT 007/RW 08 on November 13, 2021. The method used was in the form of material presentation, discussion and practice in the form of a "rice bowl" cooking demonstration as a form of digital entrepreneurship literacy. The activity recruited 20 women from the Dasawisma community and also involved 5 students from Pendidikan Sosiologi and Pendidikan Tata Boga. The result obtained from this activity are increasing public knowledge about digital entrepreneurship literacy through several familiar social media platform such as WhatsApp, Facebook and Instagram. In addition to these social media platform, participants were also taught how to register their businesses on platforms such as Go Food and Grab Food. This training improves the cooking skills of the participants through cooking demonstrations given by students by utilizing local potential, namely the menu made from shellfish.

Informasi Artikel

Diterima: 02-07-2021

Disetujui: 27-09-2021

Kata kunci:

Literasi, Kewirausahaan Digital, Komunitas Dasawisma

Article's Information

Received: 02-07-2021

Accepted: 27-09-2021

Keywords:

Literacy, Digital Entrepreneurship, Dasawisma Community

Pendahuluan

Pandemi virus Covid-19 di Indonesia sudah membelenggu kehidupan masyarakat selama kurang lebih dua tahun lamanya. Berdasarkan data yang dirilis Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 pada tahun 2021 dalam artikel yang diakses pada 29 September 2021 pada situs <https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19>, peta sebaran Covid-19 yang terkonfirmasi masih terus naik tinggi yaitu sebesar 1.329.074 penduduk terpapar virus Corona. Merespon masalah tersebut, pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan social distancing melalui istilah populer physical distancing (pembatasan fisik), pembatasan sosial berskala besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM Jawa-Bali) sebagai tujuan untuk mencegah liarnya persebaran dan penularan Covid-19. Narasi kebijakan di atas, tentu memiliki tantangan sekaligus peluang pada semua institusi kehidupan masyarakat, termasuk kehidupan institusi keluarga.

Dalam konteks ini, kehidupan institusi keluarga yang normal (kepala rumah tangga rumah tangga/suami bekerja di luar rumah, anak bersekolah, dan ibu/istri beraktivitas di luar rumah) sudah tidak bisa dilakukan secara penuh. Aktivitas semua anggota keluarga disarankan untuk di dalam rumah saja. Kondisi tentang kehidupan institusi keluarga yang berubah ini tentu menimbulkan pertanyaan. Apakah anggota keluarga (kepala rumah tangga, ibu rumah tangga dan anak-anaknya), khususnya institusi keluarga yang datang dari latar belakang kelas sosial bawah memiliki kesiapan untuk menjalani berbagai kehidupannya, khususnya ketika harus bekerja di dalam rumah (*work from home*). Tantangan yang muncul, khususnya berkaitan dengan bagaimana tingkat kesiapan keluarga dari kelas sosial bawah dalam mengelola keuangan dan mempertahankan ekonomi keluarga di tengah sulitnya masa pandemi Covid 19.

Pandemi Virus Covid-19 yang diikuti dengan *physical distancing* (pembatasan fisik), pembatasan sosial berskala besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM Jawa-Bali) sebagai tujuan untuk mencegah liarnya persebaran dan penularan Covid-19 Kebijakan ini mengharuskan masyarakat lebih banyak berada di rumah. Hal ini berdampak pada penggunaan media sosial (media digital) sebagai sarana untuk melakukan berbagai kegiatan seperti pendidikan, dan kegiatan kerja dan terlebih dalam kegiatan ekonomi. Pandemi covid 19 juga merubah pola marketing berbagai produk, terutama produk kuliner.

Kemudian, berdasarkan artikel yang dimuat dalam situs Kominfo (lihat <https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Survei-Literasi-Digital-Indonesia-2020.pdf> diakses 29 September 2021) masyarakat kelas sosial bawah dengan penghasilan Rp2.000.001 - Rp4.000.000 per bulan, cenderung aktif menggunakan media sosial (paling banyak Facebook dan Instagram). Realitas tersebut sejatinya menggambarkan bahwa institusi keluarga yang datang dari kelas sosial bawah cenderung memiliki ketertarikan dan tidak lagi awam dengan penggunaan teknologi. Kemudian, selain dilihat dari aspek literasi teknologi, kalangan keluarga kelas sosial bawah juga cenderung mengalami dilemma dalam hal literasi keuangan. Berdasarkan hasil studi otoritas jasa keuangan (OJK) menunjukkan bahwa semakin rendah strata sosial masyarakat, maka semakin rendah pula tingkat literasinya. Artinya, masyarakat dari kelas sosial bawah cenderung kurang mampu untuk mengelola keuangannya secara bijak untuk kehidupannya hari ini (atau yang sedang dijalankannya dan kehidupannya ke depan, sehingga uang yang mereka dapatkan cenderung habis untuk konsumsi (tanpa ada rencana untuk menabung) (lihat [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi%20Keuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-/SNLKI%20\(Revisit%202017\)-new](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi%20Keuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-/SNLKI%20(Revisit%202017)-new) diakses pada 29 September 2021).

Kampung Baru Nelayan di wilayah Cilincing, Jakarta Utara merupakan pemukiman padat penduduk yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan atau pencari minyak mentah dari kapal – kapal besar serta beberapa memiliki usaha seperti warung makan dan kelontong. Lokasi pemukiman terletak di bawah jalan layang atau tepat di bawah jembatan jalan raya cilincing. Pendirian bangunan rumah warga juga berada di sisi kanan dan kiri aliran air (kali) dari laut wilayah utara Jakarta. Jika dilihat dari pekerjaan mereka tersebut, penghasilan masyarakat di sana tentunya berada di bawah standar penghasilan masyarakat Jakarta. Pendidikan masyarakat yang minim juga menghambat akses dalam memperoleh pengetahuan dan pekerjaan yang layak.

Bertumpu pada penjelasan di atas, maka perlu adanya solusi yang diberikan pada masyarakat golongan kelas bawah tersebut agar tetap dapat bertahan di masa sulit saat ini. Solusi tersebut tentunya dengan memanfaatkan pengetahuan yang mereka miliki yakni salah satunya berkaitan dengan penggunaan sarana digital sebagai sarana pemasaran produk. Selain itu, keterampilan ibu – ibu di sana dalam memasak dapat menjadi nilai lebih untuk mendirikan usaha di bidang kuliner. Usaha kuliner yang dikembangkan tentunya juga harus memanfaatkan

potensi lokal dari wilayah Cilincing itu sendiri yakni kuliner olahan laut salah satunya adalah olahan dari kerang.

Metode

Kegiatan ini dilakukan menggunakan metode sebagai berikut. Pembimbingan dan pendampingan dosen kepada mahasiswa untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada anggota komunitas dasawisma di Kampung Baru Nelayan, Cilincing, Jakarta Utara terkait dengan literasi kewirausahaan digital. Penyelenggaraan pelatihan dengan melibatkan mahasiswa secara aktif untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada ibu – ibu di komunitas dasawisma di Kampung Baru Nelayan, Cilincing, Jakarta Utara mengenai literasi kewirausahaan digital dengan rangkaian tema pelatihan sebagai berikut: a) Kursus singkat memasak membuat “rice bowl” dari olahan Kerang yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Program Studi Tata Boga Universitas Negeri Jakarta. b) Pelatihan literasi digital yang disampaikan oleh mahasiswa program studi pendidikan sosiologi yakni bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran dan juga bagaimana memanfaatkan platform seperti Go Food dan Grab Food sebagai warung atau toko online mereka.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan ini ditempuh dengan tiga tahapan yakni tahap persiapan atau pendahuluan, tahap kegiatan inti dan yang terakhir evaluasi dan refleksi. Berikut diuraikan kegiatan yang dilakukan pada tiga tahap tersebut.

Kegiatan Persiapan dan Pendahuluan

Pada tahap persiapan, dilakukan terlebih dahulu pemetaan sasaran kegiatan dan juga analisis kebutuhan. Sebelumnya, Diskusi dilakukan diantara tim dosen yang terlibat bersama dengan mahasiswa untuk menentukan sasaran kegiatan dan juga melakukan analisis kebutuhan. Berdasarkan hasil diskusi dan juga penjarangan dari beberapa kandidat sasaran, wilayah Kampung Baru Nelayan di daerah Cilincing, Jakarta Utara masuk ke dalam kriteria yang disepakati oleh tim. Kriteria yang dimaksud yakni masyarakat perkotaan yang masih minim pelatihan mengenai kewirausahaan digital. Selain itu, rata – rata masyarakatnya berada di kelompok ekonomi rentan. Diskusi kedua dilakukan untuk menentukan tanggal kegiatan yakni disepakati pada November 2021.

Kegiatan dihadiri oleh Koordinator kegiatan dari Universitas Negeri Jakarta dan juga ketua RT 04 Kampung Baru Nelayan, Cilincing. Kegiatan dibuka oleh pemandu acara yang dibawakan oleh mahasiswa pendidikan sosiologi UNJ. Kegiatan pendahuluan dimulai dari beberapa sambutan yakni salah satunya oleh koordinator kegiatan dan ketua RT Kampung Baru Nelayan. Pada sambutan yang diberikan dari pihak UNJ, tujuan terselenggarakannya kegiatan ini yakni selain sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi juga untuk mengajak mahasiswa berkontribusi kepada masyarakat. Sedangkan, isi dari arahan Bapak Ketua RT Kampung Nelayan Baru, kegiatan ini sangat bermanfaat dan diharapkan ke depan dapat berdampak pada ekonomi warganya.

Gambar 1.

Penerapan Protokol Kesehatan Selama Kegiatan dengan Membagikan Masker Gratis kepada Peserta Pelatihan



Pelaksanaan kegiatan dilakukan di halaman kantor RT 007/RW 08 setempat dan dibantu oleh Ibu – Ibu kader PKK dan dasawisma. Peserta yang hadir yakni sebanyak 23 orang ibu – ibu dari beragam usia. Protokol kesehatan selama kegiatan diterapkan yakni dengan memberikan masker gratis kepada para peserta dan penggunaan *hand sanitizer* yang disiapkan oleh panitia. Himbauan juga diberikan untuk tetap menjaga jarak fisik antar peserta.

Kegiatan Inti

Kegiatan inti dimulai yakni penyampaian materi mengenai literasi kewirausahaan digital melalui beberapa platform aplikasi *online* dan kursus singkat memasak oleh mahasiswa. Penyampaian materi pertama yakni mengenai literasi kewirausahaan digital diawali dengan penggalan pengetahuan peserta mengenai penggunaan internet sehari-hari. Pengetahuan ibu – ibu mengenai penggunaan internet ini sangat penting sebagai penguatan awal apakah pelatihan ini tepat sasaran. Berdasarkan hasil survei didapatkan beberapa hal penting berkaitan dengan penggunaan internet oleh ibu – ibu di Kampung Nelayan :

- Penggunaan internet di kalangan ibu – ibu Kampung Nelayan Baru dipengaruhi oleh faktor usia.
- Platform yang banyak digunakan oleh mayoritas ibu – ibu yakni Whatsapp dan Youtube, disusul Facebook dan Instagram.
- Penggunaan internet mayoritas menyebutkan hanya untuk komunikasi melalui fitur pesan (*chat*), telepon maupun video telepon (*video call*). Untuk ibu – ibu golongan muda menggunakan Facebook dan Instagram untuk membagikan aktifitas yang sedang dilakukan dan ada pula yang menggunakannya untuk berdagang
- Terdapat dua orang peserta yang sudah menggunakan platform pengantaran makanan online (Grab Food dan Go Food) untuk memasarkan usahanya yakni Usaha Warung Makan Tegal

Adapun Materi yang disampaikan antara lain :

Digital Marketing

Digital Marketing atau Pemasaran secara digital didefinisikan sebagai upaya atau strategi pemasaran dengan menggunakan perangkat berbasis internet dan teknologi, dengan beragam macam *marketing* dapat dilakukan melalui media digital yang mana terdapat komunikasi dan interaksi jual-beli dengan calon konsumen di ruang virtual dan menghabiskan waktu secara *online*. Terdapat berbagai macam akses yang dapat digunakan oleh produsen maupun konsumen dalam *digital marketing* seperti, Website, Blog, Media Sosial (Instagram, Whatsapp, Line, Telegram, TikTok,dll).

Kunci Penting dalam *Digital Marketing*

1. Strategi, Tidak hanya membahas mengenai teknis tetapi juga dapat mengombinasikan kemudahan-kemudahan *digital marketing* untuk menaikkan omset.
2. Penawaran dan Permintaan, mengubah orang yang sebelumnya tidak ingin membeli produk yang diperjualkan, menjadi ingin membeli produk yang dijualkan.

Menggunakan Media Sosial dalam *Digital Marketing*

1. Menggunakan fasilitas atau fitur-fitur yang telah disediakan oleh media sosial tersebut
2. Membuat Konten yang menarik (video, foto, dll)
3. Menggunakan Iklan
4. Melakukan *Endorsment*
5. Mendaftarkan produk pada aplikasi Ojol (Gofood, Shopee food, dll)

Media Digital Marketing

Instagram

Selain dengan menggunakan platform media digital Whatsapp Business, untuk berjualan secara *online* di era modern ini juga dapat menggunakan aplikasi Instagram. Di dalam aplikasi Instagram tersebut terdapat banyak fitur yang dapat memfasilitasi seseorang untuk mulai mencoba berjualan secara *online*. Namun, sebelum memulai berjualan, individu tersebut haruslah terlebih dahulu membuat akun Instagram, yaitu dengan cara sebagai berikut:

- a) Cara daftar Instagram yang pertama adalah dengan mengunduh aplikasinya melalui Playstore untuk pengguna Android dan App Store untuk pengguna iPhone.
- b) Setelah berhasil mengunduh aplikasi Instagram pada HP Anda ketuk gambar aplikasi untuk melakukan pemasangan.
- c) Langkah selanjutnya, klik pilihan Daftar dengan Email atau Nomor Telepon. Kemudian masukkan alamat email atau nomor telepon Anda pada kolom isian yang tersedia.
- d) Setelah memasukkan alamat email atau nomor telepon, klik Berikutnya/Next.
- e) Langkah berikutnya ialah membuat nama pengguna dan kata sandi yang akan digunakan untuk akun baru Anda.
- f) Terakhir, setelah melewati semua cara mendaftar Instagram, maka langkah selanjutnya adalah melengkapi profil Instagram Anda. Bisa dengan ditambahkan foto profil, bio, dan lain sebagainya.
- g) Instagram Live
- h) Instagram Story
- i) Highlight Instagram
- j) Instagram TV (IGTV)

Setelah berhasil membuat akun Instagram, maka pengguna dapat memanfaatkan berbagai fitur seperti Instagram story atau yang dikenal dengan istilah Snapgram, Instagram live, Highlight, Instagram TV (IGTV), dan fitur *Hashtag* Instagram. Beberapa fitur tersebut dapat berguna untuk membantu lebih memperkenalkan produk yang diperjualbelikan oleh seseorang di platform Instagram

Gojek (Gofood) atau GoBiz

Media digital lain yang dapat digunakan ialah dengan mendaftarkan produk yang diperjualbelikan ke aplikasi Gojek atau GoBiz. Di mana platform media digital ini tentulah sudah tidak asing lagi bagi masyarakat luas, karena di era modern ini seseorang dapat dengan mudah untuk memesan makanan hanya dengan bantuan satu aplikasi saja, dan aplikasi tersebut pun

juga memberikan banyak keuntungan kepada pihak produsen. Untuk dapat memperjualbelikan barang dagangan seseorang di aplikasi Gojek tentulah mudah caranya, yaitu hanya dengan mengikuti beberapa langkah di bawah ini:

- a) *Download* GoBiz di PlayStore melalui ponsel Android apa pun, lalu daftarkan usaha Anda.
- b) Sertakan data seperti identitas pemilik (KTP), informasi rekening bank, informasi usaha, dan informasi outlet di aplikasi GoBiz.
- c) Identitas pemilik. Masukkan data yang tertera pada layar. Perhatikan cara pengambilan foto KTP dan foto diri dengan KTP sesuai dengan gambar yang tertera.
- d) Informasi Rekening Bank. Isi data rekening Anda yang akan digunakan untuk pencairan dana usaha, lalu klik Verifikasi.
- e) Informasi Usaha. Lihat panduan penulisan nama usaha agar tidak terjadi kesalahan. Setelah itu, isi data yang tertera pada layar.
- f) Informasi *Outlet*. Buka panduan penulisan alamat lengkap terlebih dahulu untuk membaca semua ketentuan agar tidak terjadi kesalahan.
- g) Baca panduan *upload* foto *outlet* dari luar. Pastikan foto lokasi yang di-*upload* sesuai dengan yang didaftarkan, tidak *blur*, memiliki pencahayaan bagus, dan nama *outlet* terlihat jelas. Jika Anda memiliki usaha rumahan, silakan foto bagian depan rumah tempat usaha Anda.
- h) Pilihan Layanan. Pelajari keuntungan & ketentuan dari tiap layanan, lalu pilih layanan/fitur (GoFood, GoPay, POS) yang ingin diaktifkan dengan mencentang *checkbox*.

Mahasiswa sebagai pemberi pelatihan mengenai literasi digital, juga memberikan edukasi kepada warga mengenai bahaya penyebaran berita bohong. Saat ini semakin banyak penyebaran berita bohong, terutama selama pandemi virus corona berlangsung. Penyebaran ini biasanya lewat platform seperti Whatsapp Group berupa *Broadcast Message* tanpa membaca dahulu beritanya.

Rice Bowl: Produk Kuliner Sederhana

Selanjutnya, sesi demo memasak memuat “rice bowl” yang dilakukan oleh mahasiswa dari program studi pendidikan tata boga. Tujuan pelatihan demo memasak ini adalah memberikan pengetahuan dan mengasah keterampilan memasak ibu – ibu kader Dasawisma agar dapat membangun usaha sendiri. Menu yang diajarkan dengan memanfaatkan produksi lokal masyarakat Kampung Nelayan Baru yakni kerang hijau. “Rice Bowl” sendiri adalah makanan yang berisi nasi beserta lauk pauknya yang ditempatkan di sebuah wadah berbahan dasar plastik atau karton tipis berbentuk seperti mangkok. Terdapat beberapa jenis masakan yang diajarkan kepada ibu – ibu dan diberikan resepnya secara gratis yakni Nasi Daun Jeruk, Tempe dan Tahu, Lalapan, Sambal Dabu – Dabu dan juga Kerang Crispy. Berikut disajikan dalam Gambar 2 di bawah ini kegiatan pelaksanaan demo memasak untuk Ibu – Ibu Kampung Baru Nelayan, Cilincing:

Gambar 2.

Bentuk Kegiatan Berupa Demo Masak Mmembuat “Rice Bowl” dari Bahan Dasar Kerang Sebagai Komoditi Masyarakat Kampung Baru Nelayan



Pada kegiatan ini, peserta diberikan motivasi dan juga dorongan untuk mengembangkan usaha kuliner, terutama kuliner berbahan dasar kerang. Usaha tersebut tentunya harus juga melihat kebutuhan pasar saat ini yang sevan mudah dan praktis. Pertimbangan demo memasak membuat “rice bowl” ini agar tampilan makanan lebih kekinian, rapih dan sehat ketimbang menggunakan wadah mika ataupun stereofom. Peserta juga diajarkan cara menaruh nasi, lalapan beserta lauk pauknya agar terlihat indah dan menggugah selera di atas rice bowl tersebut.

Setelah demo masak selesai, mahasiswa juga menjelaskan bagaimana memasarkan produk makanan tadi lewat aplikasi online seperti go food dan grab food. Selain pada platform aplikasi pemesanan online ini, diajarkan pula bagaimana memasarkan produk makanan lewat platform yang lebih sederhana yakni Whatsapp. Bagi Ibu – ibu yang masih sulit memahami penggunaan platform seperti go food dan grab food, platform ini dapat menjadi alternatif. Para Ibu - Ibu bisa memanfaatkan fitur seperti status dan akun bisnis dalam akun whatsappnya untuk media pemasaran.

Setelah penyampaian materi selesai diberikan kesempatan pada peserta untuk mengajukan pertanyaan. Beberapa pertanyaan yang diutarakan diantaranya mengenai resep dan juga bahan yang digunakan. Ada pula pertanyaan seputar bagaimana trik pemasara produk kuliner yang baik agar banyak yang berminat. Selain pertanyaan, ada pula beberapa ibu – ibu yang berbagi cerita bahwa sudah memiliki usaha kuliner namun, belum terfikirkan untuk menu seperti yang dicontohkman sehingga, dapat menambah varian menu di bisnis kuliner mereka. Setelah sesi pertanyaan selesai, narasumber memberikan kesimpulan dan kalimat penutup. Kesimpulan yang diberikan menandakan berakhirnya kegiatan inti dan beranjak pada kegiatan berikutnya yakni evaluasi dan refleksi.

Evaluasi dan Refleksi

Setelah kegiatan pengabdian terlaksana, maka semua tim melakukan koordinasi untuk mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakana untuk meningkatkan program pengabdian masyarakat mendatang. Masukan yang diterima diantaranya pelatihan lanjutan yang lebih komprehensif dan melibatkan lebih banyak sasaran ibu - ibu. Kegiatan pengabdian ini lebih banyak di ikuti oleh ibu-ibu yang tidak memiliki keinginan untuk berusaha di bidang kuliner. Keikut sertaan mereka lebih banyak hanya sekedar mengetahui pengolahan makanan untuk konsumsi pribadi dan untuk mengetahui apa itu digital marketing. Untuk itu kedepan peserta

pelatihan yang dilakukan di daerah Kampung Baru Cilincing, sebaiknya hanya melibatkan peserta yang memang mempunyai keinginan untuk mengembangkan diri, sehingga pelatihan atau kegiatan yang dilakukan lebih mempunyai efek yang lebih baik. Antusia yang di tunjukan ibu-ibu kampung baru cukup baik, namun tujuan mengikuti kegiatannya lebih banyak hanya sekedar ikut dan berkumpul bersama, maka nilai guna kegiatannya menjadi berkurang.

Namun demikian dari kegiatan yang dilakukan di Kampung Baru ini, tim yang melakukan pengabdian memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kehidupan warga di kampung baru yang memang layak untuk di lakukan pembinaan. Untuk itu tim telah memiliki dan merencanakan beberapa program yang diharapkan lebih tetap guna dan lebih bermanfaat bagi warga kampung baru cilincing.

Simpulan

Kampung Baru Cilincing merupakan kampung pinggiran Jakarta yang memang layak untuk dilakukan pembinaan. Dengan adanya pengakuan wilayah dari pemerintah berupa pembentukan Rukun Tetangga Baru bagi daerah tersebut maka sudah selayaknya kampung tersebut dilakukan pembinaan agar menjadi kampung yang layak huni dan masyarakatnya hidup lebih layak. Untuk itu kegiatan pengabdian dari berbagai pihak perlu dilakukan di daerah ini.

Kegiatan pengabdian ini memberikan hasil yakni meningkatkan pengetahuan kepada para ibu-ibu warga Kampung baru Cilincing berkaitan dengan penggunaan sarana digital untuk melakukan pemasaran produk. Namun hal yang lebih penting dari kegiatan ini adalah tim kegiatan memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kondisi lingkungan kampung baru baik sosial maupun fisik, sehingga tim dapat merencanakan kegiatan yang lebih berguna dan mempunyai efek yang jauh lebih besar bagi warga setempat.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih diucapkan kepada Universitas Negeri Jakarta dan Fakultas Ilmu Sosial atas bantuan yang diberikan dan juga kepada para ibu – ibu kelompok Dasawisma di Kampung Baru Nelayan, Cilincing, Jakarta Utara serta mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini.

Referensi

- Gunawan, Ahmad. (2020). Pelatihan Digital Enterpreneurship Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha di Sekolah SMA Desa Karangasih Cikarang. Volume 1, Nomor 1, Maret 2020. Hal 38-45. <https://doi.org/10.26874/jakw.v1i1.11>
- Hendarsyah, Decky. (2020). Pemasaran Digital dalam Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Juni 20 20 Vol. 9, No.1. Hal 25 – 43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Kasidi. (2020). Tantangan Kewirausahaan Di Era Ekonomi Digital. Journal of Economic Education and Entrepreneurship 1 (1) (2020). Hal 17-23. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1223>