

## **Penguatan Paradigma Kewirausahaan bagi Purna Pekerja Migran Indonesia di wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat**

**E Rizky Wulandari<sup>1</sup>, Eka Handayani<sup>2</sup>, Meithiana Indrasari<sup>3</sup>, Anita Agustina Wulandari<sup>4</sup>, Eko Pamuji<sup>5</sup>**  
Institut Agama Islam Hamzanwadi NW Lombok Timur <sup>1</sup>, BPSDMP Kominfo Surabaya Badan Litbang SDM  
Kementerian Kominfo RI <sup>2</sup>, Universitas Dr. Soetomo <sup>3</sup>, Stikosa – AWS <sup>4,5</sup>  
Email: [rizky.wulandari@stikosa-aws.ac.id](mailto:rizky.wulandari@stikosa-aws.ac.id)

### ***Abstract***

*Placement of Indonesian Migrant Workers (PMI) experienced a downward trend throughout 2014-2019. Their welfare level has decreased compared to when they were still working abroad. Ex-migrant workers face complex problems after completing their work contracts and returning to their homeland. The transformation of consumptive to productive behavior and the use of digital technology are the keywords for the service team to hold entrepreneurial training activities for former PMIs. Digital technology has now become an integral part for all levels of society, especially the former PMI. Service activities are carried out based on a curriculum that has been prepared with materials adapted to the conditions of the target community. The training method is offline activities for 4 days with a total of 32 meetings. The results obtained from the training are that the Implementation of Training and Practice on Digitizing Business Processes for Indonesian Ex-Migrant Worker Business Groups with the Theme of Digital Marketing for the community of ex-migrant Indonesian business actors that has been carried out with a meeting curriculum arrangement is able to provide new insights and understanding for participants to be able to compete globally in their respective business sectors. It was explained that 68% of participants considered that the material was relevant to the problems faced by the participants and that the benefits of the training could be judged to have an appropriate level of sustainability to continue to be implemented.*

**Keywords:** *Thematic Academy (TA), Former Migrant Workers, Digitizing Business Processes, Digital Marketing.*

### **Abstrak**

Penempatan Pekerja Migran Indonesia (PMI) mengalami tren menurun sepanjang tahun 2014-2019. Tingkat kesejahteraan mereka mengalami penurunan dibandingkan ketika masih bekerja di luar negeri. Para eks-buruh migran menghadapi permasalahan yang kompleks setelah menyelesaikan kontrak kerja dan kembali ke tanah air. Transformasi perilaku konsumtif ke produktif dan pemanfaatan teknologi digital merupakan kata kunci bagi tim pengabdian untuk mengadakan kegiatan pelatihan wirausaha bagi para Eks PMI. Teknologi digital saat ini telah menjadi bagian integral bagi seluruh lapisan masyarakat, terutama para Eks PMI. Kegiatan pengabdian dilaksanakan berdasar kurikulum yang telah disusun dengan materi disesuaikan dengan kondisi masyarakat sasaran. Metode pelatihan dengan kegiatan luring selama 4 hari dengan jumlah pertemuan sebanyak 32 JP. Hasil yang didapatkan dari pelatihan bahwa Pelaksanaan Pelatihan dan Praktik Digitalisasi Proses Bisnis Kelompok Usaha Eks Pekerja Migran Indonesia dengan Tema Pemasaran Digital bagi komunitas pelaku usaha eks pekerja migran Indonesia yang telah dilaksanakan dengan susunan kurikulum pertemuan mampu memberikan wawasan dan pemahaman baru bagi para peserta untuk mampu bersaing secara global di sektor usaha masing-masing. Hal

tersebut dijelaskan bahwa 68% peserta menilai bahwa materi relevan dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh peserta juga secara kemanfaatan pelatihan dapat dinilai memiliki tingkat keberlanjutan yang layak untuk terus dilaksanakan.

**Kata Kunci: Thematic Academy (TA), Eks Pekerja Migran, Digitalisasi Proses Bisnis, Pemasaran Digital**

## **1. PENDAHULUAN**

Penempatan Pekerja Migran Indonesia (PMI) mengalami tren menurun sepanjang tahun 2014-2019. Data dari BP2MI menunjukkan sekitar 429 ribu PMI ditempatkan pada tahun 2014, 275.737 PMI ditempatkan pada tahun 2015 dan sebanyak 276.553 PMI ditempatkan pada tahun 2019. Total sebesar 1,76 juta PMI ditempatkan selama kurun waktu 2014-2019. PMI yang bekerja di luar negeri sepanjang kurun waktu tersebut tersebar di 202 negara penempatan. Dari 202 negara tersebut, penempatan terbesar di negara-negara di kawasan ASEAN dan Asia selain ASEAN. Penurunan penempatan PMI ini salah satunya disebabkan karena adanya moratorium dengan beberapa negara penempatan yang masih berlangsung selama kurun waktu dimaksud (BP2MI, 2020; Kurniawati, 2021).

Para eks-buruh migran menghadapi permasalahan yang kompleks setelah menyelesaikan kontrak kerja dan kembali ke tanah air (Laksono et al., 2021; Wahyono et al., 2019). Tingkat kesejahteraan mereka mengalami penurunan dibandingkan ketika masih bekerja di luar negeri (Laksono et al., 2021; Wijayanti et al., 2018). Pengalaman dan skill yang didapatkan di luar negeri kurang diterapkan di Indonesia sehingga meningkatkan angka pengangguran baru. Padahal pengalaman dan skill di luar negeri seharusnya menjadi modal untuk mengembangkan wirausaha mandiri yang berkontribusi bagi pembukaan lapangan kerja baru (Ariefianto & Ulum, 2019; Arifiartiningih, 2017; Laksono et al., 2021).

Sumber daya manusia yang berkualitas akan menentukan produktivitas kerja yang dibutuhkan dalam setiap bidang pekerjaan. Salah satunya adalah wirausaha. Menumbuhkan minat berwirausaha tidaklah mudah apalagi seorang wirausahawan yang masih minim keterampilan. Eks pekerja migran adalah komunitas yang belum banyak tersentuh wawasan kewirausahaan dan keterampilan bisnis. Kunci sukses untuk menumbuhkan minat wirausaha eks pekerja migran adalah faktor yang mendorong dari dalam. faktor yang dapat mendorong keputusan menjadi wirausahawan adalah memiliki toleransi terhadap risiko, memiliki kebebasan dalam bekerja tidak dibatasi oleh waktu dan optimisme untuk keberhasilan dirinya. (Purnomo, 2020; Purnomo & Muhtarom, 2018). Pada kondisi lapangan ditemukan kendala yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan mitra dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk bisnis. Transformasi perilaku konsumtif ke produktif dan pemanfaatan teknologi digital merupakan kata kunci bagi tim pengabdian untuk mengadakan kegiatan pelatihan wirausaha bagi para PMI. Teknologi digital saat ini telah menjadi bagian integral bagi seluruh lapisan masyarakat, terutama para PMI.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini kegiatan diselenggarakan bersama dengan BPSDM Kominfo Surabaya juga Bank BRI dalam bentuk Pelatihan Thematic

Academy (TA Pelatihan dan Praktik Digitalisasi Proses Bisnis Kelompok Usaha Eks Pekerja Migran Indonesia dengan Tema Pemasaran Digital, metode pelaksanaan kegiatan disusun sebagai berikut :

1. Observasi lapangan dengan mengikuti protokol kesehatan di wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat untuk melihat gambaran umum pola kegiatan masyarakat eks pekerja migran dan juga pertumbuhan usaha yang dilakukan oleh eks pekerja migran serta menemukan masalah yang terjadi dengan di mediasi oleh dinas terkait di wilayah setempat.
2. Pelaksanaan kesepakatan kerjasama untuk pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di wilayah sasaran antara lain :

Tabel 1. Lokasi Sasaran Pengabdian Masyarakat

No	Wilayah Sasaran	Propinsi
1.	Kabupaten Magetan	Jawa Timur
2.	Kabupaten Pamekasan	
3.	Kabupaten Lombok Tengah	Nusa Tenggara Barat
4.	Kota Mataram	

3. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Pelatihan dan Praktik Digitalisasi Proses Bisnis Kelompok Usaha Eks Pekerja Migran Indonesia dengan Tema Pemasaran Digital pada masing-masing wilayah sasaran yang dimulai pada bulan Februari 2022 sampai dengan Juni 2022. Teknis pelaksanaan kegiatan dalam bentuk pelatihan 4 hari yang terdiri dari 32 Jam Pertemuan dengan kurikulum pertemuan sebagai berikut :

Tabel 2. Kurikulum Pelaksanaan Pelatihan

Waktu	Durasi	Materi	Metode
<b>Hari 1</b>			
	2 JP	Membuat Rencana Pemasaran Digital	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Menentukan target pasar secara digital	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Menyusun strategi pemasaran digital	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Packing dan pemilihan ekspidisi online	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
<b>Hari 2</b>			
	2 JP	Membuat foto produk	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Membuat video untuk pemasaran online	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Membuat konten iklan online	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Membuat packing produk	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
<b>Hari 3</b>			

Waktu	Durasi	Materi	Metode
	2 JP	Membuat copywriting melalui media online	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Membuat iklan online menggunakan Instagram	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Membuat iklan online menggunakan Facebook	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Melakukan pemasaran melalui media sosial whatsapp bisnis	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
<b>Hari 4</b>			
	2 JP	Praktik komunikasi dengan pelanggan	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Membuat Akun Google Bisnisku dan Pengenalan SEO	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Melakukan Pemasaran Melalui Marketplace	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik
	2 JP	Memasuki pasar ekspor melalui platform digital	Ceramah, diskusi interaktif dan Praktik

4. Tahapan pengumpulan laporan keberlanjutan program pengabdian dari mitra dan melakukan evaluasi program.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Membuat Rencana Pemasaran Digital

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu membuat rencana pemasaran digital sederhana, dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : pemahaman pemasaran digital, langkah-langkah pemasaran digital dan tips trik suksesnya pemasaran digital. Dengan pemahaman dasar bahwa rencana pemasaran digital merupakan instrumen sentral untuk mengarahkan serta mengkoordinasikan usaha pemasaran yang beroperasi pada dua tingkat antara lain : (1) Rencana pemasaran strategis: menjelaskan pasar sasaran serta proposisi nilai yang akan ditawarkan perusahaan berdasarkan analisis swot, (2) Rencana pemasaran taktis: menjelaskan taktik pemasaran, termasuk: fitur produk, promosi, penyediaan barang, penetapan harga, saluran penjualan serta layanannya.

#### 2. Menentukan Target Pasar Secara Digital

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu menentukan target pasar menggunakan media digital. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : pengertian target pasar, manfaat targetting, cara menentukan target pasar, target dan positioning. Dengan pemahaman dasar bahwa Target pasar adalah sekelompok orang yang menjadi target penjualan produk Anda. Umumnya target pasar akan memiliki karakteristik yang sama baik dari sisi kebiasaan, demografi, dan lainnya.

#### 3. Menyusun strategi pemasaran digital

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu menyusun strategi pemasaran digital. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : Pengertian strategi

pemasaran, Pentingnya strategi pemasaran, Cara melakukan strategi pemasaran digital. Dengan pemahaman dasar bahwa strategi pemasaran adalah Serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan tujuan akhir dari strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya.

**4. Packing dan pemilihan ekspidisi online**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu mengetahui manfaat packing dan pemilihan ekspidisi online. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : Pengepakan Barang Ekspedisi, Manfaat Pengepakan, Pemilihan ekspedisi online. Dengan pemahaman dasar bahwa Pengepakan berarti melindungi produk, melindungi, menjaga kondisi, memindahkan, dan menginformasikan produk agar produk terjual dan digunakan konsumen.

**5. Membuat foto produk**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu membuat foto untuk pemasaran. Dengan materi yang disampaikan bertujuan berikut : Memahami teknik fotografi, Dapat menggunakan peralatan pendukung (hardware) dan aplikasi editing, Memahami Kesesuaian dengan tema content, Memahami Foto/Video Bagian dari copywriting.

**6. Membuat video untuk pemasaran online**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu membuat video untuk pemasaran. Dengan materi yang disampaikan bertujuan berikut : Dapat menggunakan peralatan pendukung (hardware) dan aplikasi editing, Memahami Kesesuaian dengan tema content, Memahami Foto/Video Bagian dari copywriting.

**7. Membuat konten iklan online**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu membuat konten iklan online. Dengan materi yang disampaikan bertujuan berikut : Memahami definisi konten iklan, Memahami tips membuat konten, Memahami cara membuat konten yang menarik, Memahami macam-macam aplikasi pembuat konten.

**8. Membuat packing produk**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu membuat packing produk. Dengan materi yang disampaikan bertujuan berikut : Memahami Alat dan bahan yang dibutuhkan dalam packing, memahami cara melakukan packing.

**9. Membuat copywriting melalui media online**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu menyusun copywriting yang sesuai dengan konten dan platform digital. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : Pemahaman copywriting, Jenis copywriting, Tips membuat copywriting.

**10. Membuat iklan online menggunakan Instagram**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu membuat iklan online menggunakan Instagram. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : Instagram, Langkah-langkah membuat iklan online di Instagram, Tips trik iklan online di Instagram.

**11. Membuat iklan online menggunakan Facebook**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu melakukan pemasaran melalui facebook. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : facebook, Langkah-langkah membuat iklan online di facebook, Tips trik iklan online di facebook.

**12. Melakukan pemasaran melalui media sosial whatsapp bisnis**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu melakukan pemasaran melalui media sosial whatsapp bisnis. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : whatsapp bisnis, Langkah-langkah membuat iklan online di whatsapp bisnis, Tips trik iklan online di whatsapp bisnis.

**13. Praktik komunikasi dengan pelanggan**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu melakukan komunikasi dengan pelanggan. Dengan materi yang disampaikan sebagai berikut : Pengertian komunikasi, Pentingnya komunikasi dengan pelanggan, Cara berkomunikasi dengan pelanggan (menanggapi keluhan pelanggan), Memanfaatkan linktr.ee sebagai media untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

**14. Membuat Akun Google Bisnisku dan Pengenalan SEO**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu memiliki akun Google Bisnisku dan menggunakan SEO, dengan pemahaman dasar bahwa Search Engine Optimization atau SEO adalah upaya mengoptimasi website untuk mendapatkan peringkat teratas di hasil pencarian.

**15. Melakukan Pemasaran Melalui Marketplace**

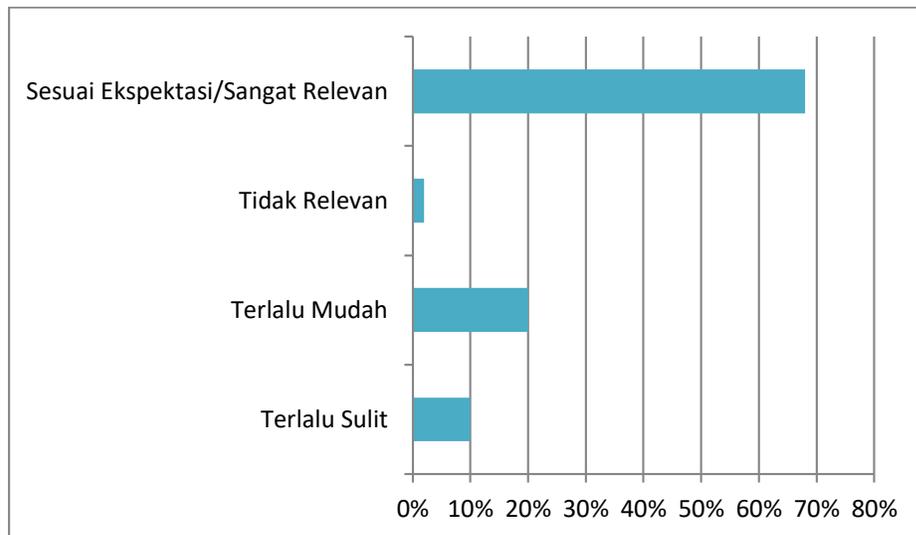
Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu melakukan pemasaran melalui shopee dan tokopedia, dengan pemahaman dasar bahwa marketplace adalah Situs web atau aplikasi yang memberi fasilitas jual beli secara online dari berbagai penjual dan pembeli yang saling terhubung pada satu website atau aplikasi. Dengan kata lain marketplace adalah pihak ke 3 (tiga) yang menyediakan tempat berjualan serta fasilitas pembayaran dalam transaksi online.

**16. Memasuki pasar ekspor melalui platform digital**

Pada sesi ini pelatihan mendapatkan luaran yakni peserta mampu mengikuti langkah-langkah membuat dokumen ekspor. Dengan materi yang disampaikan bertujuan berikut : Memahami tentang Ekspor, Pelaku dalam Ekspor, Persiapan Melakukan Ekspor, Aturan dalam Ekspor.

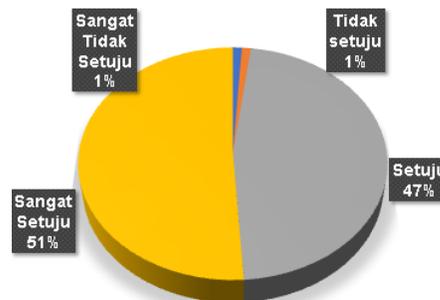
**17. Evaluasi Keberlanjutan Program**

- a. Evaluasi Materi Pelatihan dan Praktik Digitalisasi Proses Bisnis Kelompok Usaha Eks Pekerja Migran Indonesia dengan Tema Pemasaran Digital.

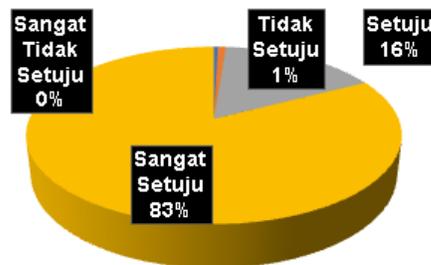


Gambar 3. Relevansi materi dengan dunia usaha/bisnis

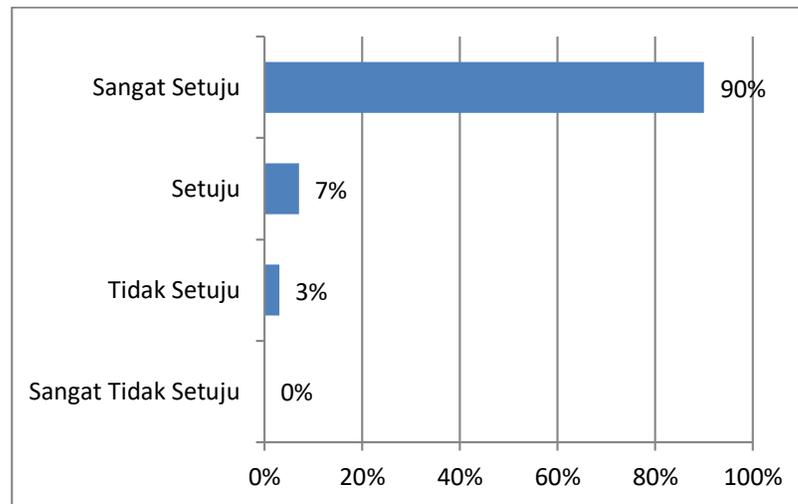
- b. Evaluasi Kemanfaatan Pelatihan dan Praktik Digitalisasi Proses Bisnis Kelompok Usaha Eks Pekerja Migran Indonesia dengan Tema Pemasaran Digital.



Gambar 4. Penerimaan Keterampilan dan Pengetahuan bagi peserta



Gambar 5. Perubahan Pola Pikir Peserta dalam Pengelolaan Bisnis



Gambar 6. Kemanfaatan Program Pelatihan

#### 4. PENUTUP

Pelaksanaan Pelatihan dan Praktik Digitalisasi Proses Bisnis Kelompok Usaha Eks Pekerja Migran Indonesia dengan Tema Pemasaran Digital bagi komunitas pelaku usaha eks pekerja migran Indonesia yang telah dilaksanakan dengan susunan kurikulum pertemuan mampu memberikan wawasan dan pemahaman baru bagi para peserta untuk mampu bersaing secara global di sektor usaha masing-masing. Hal tersebut dijelaskan bahwa 68% peserta menilai bahwa materi relevan dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh peserta juga secara kemanfaatan pelatihan dapat dinilai memiliki tingkat keberlanjutan yang layak untuk terus dilaksanakan dengan meminimalisir kendala-kendala yang ada diantaranya adalah kapasitas sumberdaya manusia terkait adopsi teknologi dan jaringan internet di wilayah sasaran program pelatihan. Sehingga kedepan untuk lebih luas pelaksanaan program dapat dilakukan dengan kegiatan sosialisasi program sehingga lebih banyak lagi masyarakat yang menerima manfaat pelatihan.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Ariefianto, L., & Ulum, M. B. (2019). Pelatihan Inovasi Pepaya bagi Perempuan Purna Buruh Migran di Desa Sabrang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *Warta Pengabdian*, 13(4), 136–146.
- Arifiartiningsih, A. (2017). Pemberdayaan Mantan Buruh Migran Perempuan (BMP) di Desa Lipursari, Kecamatan Leksono, Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 11(1), 109–137.
- BP2MI. (2020). *Statistik Perlindungan dan Penempatan*. Website. <https://www.bp2mi.go.id/statistik-penempatan>
- Indrasari, M., Pamuji, E., Prasnowo, M. A., Aziz, M. S., & Nurcahyo, M. S. (2022). Akselerasi Pemanfaatan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Digital Sektor UKM di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 2(2), 141-148. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i2.404>

- Kurniawati, A. (2021). Strategi Dasar dan Program Pemasaran Pekerja Migran Indonesia (PMI). *Prosiding Seminar Nasional Riset Dan Teknologi Terapan (Ritektra)*, A17–A17.
- Laksono, F. X. A. T., Astuti, S. D., Widagdo, A., & Iswahyudi, S. (2021). Peningkatan kemampuan digitalisasi promosi dan pemasaran produk kelompok eks-buruh migran di Kabupaten Wonosobo. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 13–26.
- Purnomo, N. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 376–381.
- Purnomo, N., & Muhtarom, A. (2018). Determination Factor Alumni and Student of Economic Faculty Lamongan Islamic University to Become Entrepreneur. *Akuisisi: Journal Akuntansi*, 14(1), 19–25.
- Wahyono, E., Kolopaking, L. M., Sumarti, T., & Hubeis, A. V. S. (2019). Jaringan digital dan pengembangan kewirausahaan sosial buruh migran perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 57–76.
- Wijayanti, S., Zayzda, N. A., Wulan, T. R., & Hendriani, R. (2018). Perlindungan Buruh Migran Indonesia Melalui Pelatihan Paralegal di Banyumas. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(1), 145–151.