



PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DI ERA DIGITAL BAGI WIRAUSAHA

Olnes Yosefa Hutajulu¹, Mhd. Dominique M², Reni Rahmadani³

^{1,2,3}Pendidikan Teknologi Informatika dan Komputer, Universitas Negeri medan, Medan, Indonesia

Email: ¹olnes.hutajulu@unimed.ac.id, ²mhd.dominique@unimed.ac.id,

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 17 Januari 2025

Disetujui : 16 Februari 2025

Kata Kunci :

pelatihan, bisnis digital, website, wirausaha

EXPLORE: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Corresponding Author:

Olnes Yosefa Hutajulu

Pendidikan Teknologi Informatika dan Komputer, Universitas Negeri medan.

Email: olnes.hutajulu@unimed.ac.id

ABSTRAK

Di era digital, kata "online" merasuki segalanya, mulai dari transaksi online, pengumpulan informasi online, hingga belanja online. Ditambah dengan situasi dan kesibukan, beberapa orang merasa sulit menemukan waktu untuk mengunjungi pusat perbelanjaan. Akibatnya, situs belanja online diperlukan. Bahkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, belanja online menjadi hal yang sangat lumrah. Agar konsumen dapat membandingkan harga dari berbagai pengecer tanpa harus bersusah payah mendatangi dari toko ke toko. Platform website relevan dalam situasi ini karena berfungsi sebagai saluran bagi penyedia layanan market place. Mitra adalah pelaku usaha dengan nama Idola Fashion yang beralamat di Jalan Medan – Batang Kuis, No. 18, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang Permasalahan: 1) Pelaku usaha belum memiliki keterampilan berwirausaha. 2) Pelaku usaha hanya mencapai mangsa pasar yang disekitaran toko saja. 3) Pelaku usaha tidak memiliki data pelanggan sehingga tidak dapat menganalisis perilaku belanja, dan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang akurat. 4) Pelaku usaha belum memiliki citra merek yang mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan. 3) pelaku usaha menghadapi masalah keterbatasan jangkauan kepada calon pembeli, ketidak mampuan memanfaatkan pemasaran online, tidak dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tren dan kelemahan untuk bersaing secara digital. Maa tim PKM memberikan solusi antara lain; Pelatihan kompetensi kewirausahaan dalam meningkatkan kualitas proses bisnis digital dengan Metode pelaksanaan pengabdian adalah menerapkan *experiential learning*.

1. Pendahuluan

Seiring kemajuan teknologi, komunikasi pemasaran telah bergeser dari tatap muka (konvensional) menjadi layar ke muka (pemasaran internet). Hal ini menyebabkan semakin banyaknya pengguna internet dan pengguna media sosial di Indonesia yang meningkatkan minat belanja online. Di era digital, kata "online" merasuki segalanya, mulai dari transaksi online,

pengumpulan informasi online, hingga belanja online. Mengingat masyarakat pada umumnya masih memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi, belanja online menjadi hal yang sangat lumrah. Namun, karena kesibukan mereka, beberapa orang merasa sulit menemukan waktu untuk mengunjungi pusat perbelanjaan. Akibatnya, situs belanja online diperlukan agar konsumen dapat membandingkan harga dari berbagai pengecer tanpa harus bersusah payah. melompat dari toko ke toko. Platform website relevan dalam situasi ini karena berfungsi sebagai saluran bagi penyedia layanan marketplace. Pasar, seperti yang didefinisikan oleh Budianto (2019), adalah pihak ketiga dalam transaksi yang memenuhi dua kebutuhan: tempat penjualan dan alat pembayaran, website e-commerce ini akan di terapkan di Idola Fashion yang beralamat di Jalan Medan – Batang Kuis, No. 18, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan

Pertumbuhan pengguna website e-commerce yang sangat besar dan maraknya penggunaan internet di Indonesia telah menciptakan peluang dan potensi bisnis bagi sebagian orang yang kini dikenal sebagai digital marketer. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa jumlah pengguna e-commerce di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Jumlah ini pun mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Setiap tahun, internet menawarkan potensi luar biasa untuk keuntungan bisnis. E-commerce menawarkan berbagai fitur, seperti memperoleh informasi produk yang lebih detil tanpa dating ke toko, memperoleh harga yang lebih bersaing, dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian.



Gambar 2. Produk - Produk yang di Jual di Idola Fashion

Wawancara tatap muka awal dengan kepala pemilik toko dan karyawan mengungkapkan bahwa baik karyawan maupun pemilik toko tidak memiliki pemahaman yang kuat tentang bagaimana menggunakan internet untuk meningkatkan penjualan dan menggunakan alat digital untuk kegiatan promosi. Pelaku usaha juga bingung dalam menentukan strategi pemasaran digital yang tepat dan bagaimana memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat saat ini untuk mengembangkan bisnis mereka. Akibatnya, berpengaruh pada rendahnya pendapatan, sepi pengunjung dan pergerakan arus kas yang rendah karena hanya mengandalkan iklan dan penjualan konvensional. Sejak awal, setelah mengidentifikasi kesulitan dan keterbatasan yang dihadapi oleh pemilik toko dalam menjual dagangannya, diberikan informasi bagaimana memanfaatkan internet untuk mendorong daya jual perusahaannya.

Berdasarkan diskusi dan wawancara langsung kepada mitra, terdapat masalah prioritas mitra terdiri dari 2 aspek utama yaitu aspek Pendidikan kewirausahaan dan aspek manajemen usaha. Adapun rincian permasalahan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Aspek pendidikan kewirausahaan, pelaku usaha belum memiliki keterampilan berwirausaha yang dapat membantu mereka mengelola bisnis secara efektif dan adaptif. Dengan memiliki inovasi dan kreativitas, pelaku usaha dapat terus berkembang dengan menghadirkan produk atau layanan baru. Kemampuan manajemen risiko membantu dalam mengidentifikasi dan mengelola risiko, sementara keterampilan pemasaran, penjualan, dan manajemen keuangan memastikan strategi bisnis yang efisien dan keberlanjutan finansial. Keterampilan beradaptasi membantu pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, sementara keterampilan komunikasi dan negosiasi mendukung pembangunan hubungan yang kuat. Pemahaman pasar dan persaingan memungkinkan analisis yang lebih baik terhadap tren pasar dan identifikasi peluang, memberikan landasan yang kokoh untuk pengambilan keputusan yang tepat. Dengan demikian, keterampilan berwirausaha menjadi kunci bagi pelaku usaha untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
- 2) 2. Pelaku usaha hanya mencapai pangsa pasar yang disekitaran toko saja, masih sedikit pembeli yang mengetahui adanya toko Idola Fashion. Pembayaran masih dilakukan melalui uang fisik dan belum ada pendataan arus kas. Pelaku usaha tidak memiliki data pelanggan sehingga tidak dapat menganalisis perilaku belanja, dan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang akurat. Pelaku usaha belum memiliki citra merek yang mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, pelaku usaha juga tidak memiliki hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui review/umpan balik dan ulasan produk.
- 3) 3. Aspek pemasaran, pelaku usaha menghadapi masalah yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis mereka seperti keterbatasan jangkauan kepada calon pembeli yang dapat mencegah mereka mencapai pelanggan di luar wilayah lokal, ketidakmampuan memanfaatkan pemasaran online dapat menyebabkan kehilangan peluang penjualan secara daring. Kurangnya kesadaran merek dan ketidakmampuan untuk berkomunikasi secara efektif melalui platform digital menyebabkan toko kehilangan daya tarik di mata konsumen. Pelaku usaha tidak dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tren dan kelemahan dalam

persaingan dengan pesaing yang memanfaatkan pemasaran digital juga dapat menjadi hambatan serius. Akhirnya, ketidakmampuan untuk bersaing secara digital dapat membuat penurunan laba.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra. Maka Solusi yang ditawarkan kepada mitra dalam pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah disepakati untuk menjawab permasalahan-permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam melakukan aktifitas. dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Aspek pendidikan kewirausahaan. Melakukan pendampingan pelatihan kompetensi kewirausahaan.
- 2) Aspek bisnis dan pemasaran. Sesuai dengan riset yang pernah dilakukan pengusul bahwasanya penjualan menggunakan e-commerce sebagai media penjualan agar mendapatkan interaksi langsung ke konsumen, dengan harga jual sesuai dengan harga pasaran.

Tabel 1 Solusi dan Target Luaran

NO	SOLUSI YANG DITAWARKAN	TARGET LUARAN
1	Pelatihan kompetensi kewirausahaan	Meningkatnya skill kompetensi berwirausaha dalam menghasilkan strategi bisnis dan pemasaran berbasis teknologi informasi dan komputer.
2	Pembuatan website e-commerce	Proses bisnis dan transaksi produk tidak hanya di sekitar lokasi saja akan tetapi sudah mencapai berbagai daerah dan pengiriman secara <i>online</i> .
3	Pendampingan dan buku panduan dalam pemanfaatan <i>website</i> serta pengelolaan pemasaran <i>online</i>	Terciptanya pelaku usaha yang mampu memahami selera pasar, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

2. Metode Pelaksanaan

Rencana kegiatan dalam upaya untuk memberikan solusi permasalahan yang ada di Idola Fashion adalah sebagai berikut:

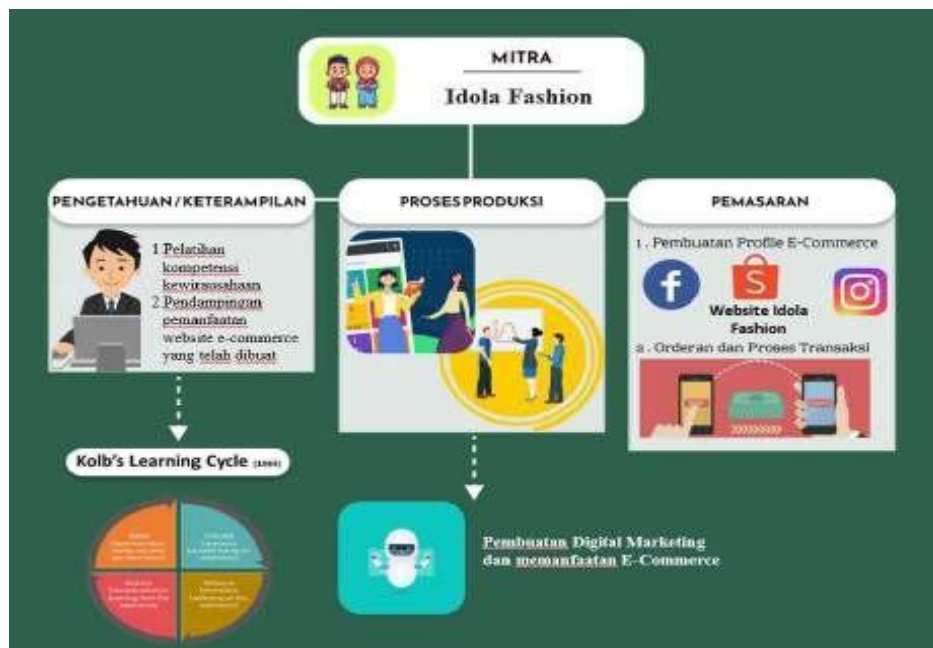
- a. **Tahap persiapan awal.** Pengenalan ilmu kewirausahaan kepada para pelaku usaha yang terlibat, terutama teori-teori tentang ilmu Entrepreneurship. Pembekalan ilmu pengetahuan wirausaha dan bentuk usaha berbasis teknologi informasi dan komputer melalui penyampaian teori secara menarik dan menggunakan media interaktif serta contoh usaha yang konkret dalam bentuk video atau pengalaman langsung pelaku usaha sehingga dapat meningkatkan minat, motivasi dan pengetahuan pelaku usaha dalam berwirausaha. Pada tahapan ini pelaku usaha secara tidak langsung sudah mulai merasakan concrete experience (feeling), reflective observation (watching) dan abstract conceptualization (thinking), yang merupakan bagian dari the cycle of learning.

- b. **Tahap pelaksanaan kegiatan.** Kegiatan yang akan dilakukan oleh mitra pendamping adalah sharing, diskusi, dan pengajaran (coaching) secara langsung/praktik. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan berwirausaha pelaku usaha secara langsung dengan berbasis teknologi informasi dan komputer. Concrete experience (feeling), pelaku usaha melibatkan diri sepenuhnya dalam pengalaman baru, merasakan dan melihat secara langsung bagaimana pengerjaan pembuatan konten digital hingga publikasi ke website e-commerce dalam satu unit kegiatan usaha yang dapat menghasilkan nilai jual yang tinggi. Tentu hal ini relatif memberikan pengetahuan yang baru bagi para pelaku usaha. Reflective observation (watching), Pelaku usaha dapat mengobservasi dan merefleksikan atau memikirkan pengalaman yang dialaminya dari berbagai segi. Pelaku usaha mengamati tentang alur proses integrasi yang dipraktekkan, bagaimana alur proses pembuatan dari sketsa hingga menjadi konten digital yang memiliki nilai seni yang tinggi. Abstract conceptualization (thinking), pelaku usaha menciptakan konsep-konsep yang mengintegrasikan observasinya menjadi sebuah teori pembuatan konten digital. Active Experiment (doing), pelaku usaha menggunakan teori untuk mengambil keputusan melakukan tindakan. Harapannya adalah pelaku usaha dapat mulai melakukan tindakan berwirausaha pembuatan konten digital yang unik dan memiliki nilai seni.
- c. **Tahap evaluasi pelaksanaan kegiatan.** Para pelaku usaha terlibat langsung dalam proses belajar dan mengontruksi sendiri pengalaman-pengalaman yang didapat sehingga menjadi suatu pengetahuan. Murid akan mendapatkan pengalaman-pengalaman yang berbeda dari apa yang telah mereka pelajari, hal ini karena perbedaan dan keunikan dari gaya belajar masing-masing murid (Abdul Majid, 2013). Tujuan dari kegiatan ini untuk diskusi dan evaluasi dari semua tahapan kegiatan yang telah dilakukan serta rencana kedepan kelanjutan dari kegiatan. Evaluasi mencakup respon pelaku usaha dalam mengikuti kegiatan yakni bagaimana perkembangan ilmu tentang kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, bagaimana minat pelaku usaha terhadap entrepreneurship, dan output kegiatan yaitu ide dan konsep pelaku usaha yang tertuang dalam sebuah konten digital yang menarik dan memiliki nilai jual tinggi.
- d. **Tahap tindakan.** Dalam berwirausaha pelaku usaha memerlukan berbagai dukungan. Selain bekal ilmu, sudah saatnya para pelaku usaha memiliki inovasi produk dalam meningkatkan daya saing. Untuk itu diperlukan dukungan konkret berupa badan usaha sebagai tempat pemberdayaan masyarakat sekitar.

Gaya pembelajaran pelaku usaha dalam memahami pendidikan kewirausahaan dengan memperhatikan dan mengadopsi the cycle of learning yang dikemukakan oleh Kolb, yaitu:

- Pengalaman Konkret (CE)/feeling. Pelaku usaha melibatkan diri sepenuhnya dalam pengalaman baru, yakni wirausaha. Pemahaman revolusi industri 4.0, kompetensi yang dibutuhkan di masa yang akan datang, realitas wirausaha muda di Indonesia. bentuk kegiatan penyuluhan, praktik, dan pendampingan melalui penyampaian teori secara menarik dan menggunakan media interaktif serta contoh usaha yang konkret sehingga dapat meningkatkan minat dan pengetahuan pelaku usaha dalam berwirausaha.
- Observasi Reflektif (RO)/watching. Para pelaku usaha mengobservasi dan merefleksikan atau memikirkan pengalaman dari berbagai segi.
- Konseptualisasi Abstrak (AC)/thingking. Para pelaku usaha menciptakan konsep- konsep yang mengintegrasikan observasinya menjadi sebuah sketsa ataupun konsep yang menarik.
- Eksperimentasi Aktif (AE)/Doing. Para pelaku usaha menggunakan teori dan materi tutorial untuk memecahkan masalah-masalah dan mengambil keputusan.

Gaya belajar merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan belajar mengajar, dengan mengetahui gaya belajar individu akan meningkatkan kesadaran tentang aktivitas belajar mana yang cocok atau tidak cocok dengan gaya belajarnya. Hal ini juga mendorong pendidik untuk mendesain kegiatan belajar mengajar yang mampu mengakomodir semua gaya belajar. Salah satu desain pembelajaran kewirausahaan pelaku usaha yang ditawarkan untuk mencoba menyusun langkah-langkah pembelajaran yang mengakomodir semua gaya belajar David Kolb, baik diverger, assimilator, konverger, ataupun akomodator demi mewujudkan pembelajaran yang efektif. Desain pembelajaran ini terdiri dari empat tahap, yaitu motivasi, pengembangan konsep, praktik, dan aplikasi. Metode pelaksanaan pada kegiatan yang akan dilaksanakan terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Kegiatansebagainya

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan identifikasi permasalahan mitra dan menentukan solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, maka dilakukanlah implementasi yaitu menjalankan program pendampingan sesuai dengan jadwal. Adapun persentase pelaksanaan telah mencapai 100 persen, dengan hasil yang sudah diselesaikan adalah sebagai berikut: Pelaksanaan kegiatan pengabdian, pelatihan dan penyerahan alat, Penerbitan Artikel pada seminar nasional, Penerbitan HKI laporan akhirAdapun kegiatan ini dilakukan di toko Idola Fashion pada hari Senin, 27 Mei 2023 sejak pukul 10.00 WIB s/d pukul 16.00 WIB. Kegiatan ini dihadiri oleh tim PKM, Pemilik toko UMKM, seluruh karyawan toko, dan mahasiswa seperti yang diperlihatkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Foto pelaksanaan kegiatan

4. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Program "Pendampingan Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan Teknologi Dan Seni (IPTEKS) Untuk Meningkatkan Kompetensi Berwirausaha di Idola Fashion Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang" telah berhasil mencapai beberapa target yang direncanakan. Hingga saat ini, progres pelaksanaan kegiatan telah mencapai 100%, dengan beberapa luaran wajib dan tambahan yang telah dicapai, seperti pelaksanaan kegiatan pengabdian dan penerbitan artikel pada seminar nasional.

Internet telah menjadi alat penting dalam pemasaran UMKM, memberikan akses yang lebih luas namun disertai tantangan seperti asimetri informasi dan persaingan yang ketat. Internet cenderung memperluas dinamika ekonomi yang sudah ada daripada menciptakan perubahan revolusioner. Melalui pengabdian masyarakat, program pelatihan di Idola Fashion berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang digital marketing dan inovasi produk, yang menunjukkan pentingnya penerapan teknologi digital untuk membantu UMKM beradaptasi dengan era industri 4.0.

b. Saran

Dalam rangka mengoptimalkan pelaksanaan program pengabdian ini diperlukan beberapa saran yaitu:

1. Memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk memperluas pasar, seperti mengadopsi e-commerce dan strategi pemasaran berbasis media sosial.
2. Mengembangkan keterampilan manajemen berbasis data untuk memahami pola konsumsi pelanggan, serta meningkatkan daya saing produk melalui inovasi.

3. Melakukan studi lebih mendalam tentang dampak jangka panjang dari digitalisasi pemasaran terhadap keberlanjutan UMKM.
4. Mengkaji model bisnis yang dapat memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan profitabilitas UMKM berbasis internet.

5. Daftar Pustaka

- Abdul Majid, 2013. Strategi Pembelajaran, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. Basrowi, 2011. Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Dunn, R. et al, "Learning Style Researches Defines Differences Differently", Educational Leadership Journal. 1981. 372-375.
- Echols J. M. & Shadily, H, 2010. An English-Indonesia Dictionary, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Idkhan, A. M., & Idris, M. M. (2021). Dimensions of students learning styles at the university with the kolb learning model. International Journal of Environment, Engineering and Education, 3(2), 75-82. Julie E. Sharp John N. Harb Ronald E. Terry, Combining Kolb Learning Styles and Writing to Learn in Engineering Classes, Journal of Engineering Education, 2013 <https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.1997.tb00271.x>.
- Meyer, E. G., Battista, A., Sommerfeldt, J. M., West, J. C., Hamaoka, D., & Cozza, K. L. (2021). Experiential Learning Cycles as an Effective Means for Teaching Psychiatric Clinical Skills via Repeated Simulation in the Psychiatry Clerkship. Academic Psychiatry, 45(2), 150-158.
- Muzakki, A., Zainiyati, H. S., Rahayu, D. C., & Khotimah, H. (2021). Desain Pembelajaran Model ASSURE Berbasis Multimedia pada Mata Pelajaran Al-Qur'an Hadits. Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam, 10(01), 149-162.
- Nasution H.A. Bustanul A.N Mukhammad S., 2001, Membangun Spirit Entrepreneur Muda Indonesia. Jakarta : Gramedia.
- R. Rahmadani, M. Mendoza, R. Sari, and T. T. Putri, "Implementation of User Centerd Design Method in E-Commerce Book Sales Application," ACEIVE, pp. 135–140, 2019, doi: 10.4108/eai.16-11-2019.2293281.
- Radović, S., Hummel, H. G., & Vermeulen, M. (2021). The mARC instructional design model for more experiential learning in higher education: theoretical foundations and practical guidelines. Teaching in Higher Education, 1-18..