

## **Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Pada Pemuda Di Era Digital Bagi Santri Pada Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan**

Styo Budi Utomo, I Nyoman Marayasa, Umar Hanis

Email : [dosen01759@unpam.ac.id](mailto:dosen01759@unpam.ac.id), [dosen00595@unpam.ac.id](mailto:dosen00595@unpam.ac.id) [dosen02005@unpam.ac.id](mailto:dosen02005@unpam.ac.id)

### **ABSTRAK**

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada santri Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Pada Pemuda Di Era Digital Bagi Santri Pada Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Menghadapi Kera Milenium. Selain itu memberikan pengetahuan akan pentingnya dunia wirusaha dalam kehidupan.

Sasaran kegiatan PKM adalah para santri Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Serpong Kota Tangerang Selatan Permasalahan diselesaikan melalui tiga (3) tahapan yaitu: persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Dalam kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan dengan materi kewirausahaan

Hasil kegiatan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini terlihat dari antusias para peserta. Para peserta memperoleh input dari materi-materi yang disampaikan yang meliputi materi kewirausahaan dan pemasaran di era digitalisasi.

**Kata Kunci : kewirausahaan, pemasaran dan era digital**

### **ABSTRAC**

*This Community Service (PKM) aims to provide knowledge to students. Growing Entrepreneurship Spirit in Youth in the Digital Age for Santri at the Nurul Ikhsan Islamic Boarding School and Orphanage Facing Millennial Monkeys. In addition, it provides knowledge of the importance of the world of entrepreneurship in life.*

*The target of the PKM activity is the students of Pondok Pesantren and Serpong Orphanage, South Tangerang City. Problems are solved through three (3) stages, namely: preparation, implementation and evaluation. In this activity, it is carried out by providing counseling with entrepreneurship material*

*The results of the activity went as expected. This can be seen from the enthusiasm of the participants. The participants received input from the materials presented which included entrepreneurship and marketing materials in the digitalization era.*

**Keywords: entrepreneurship, marketing and the digital**

## **PENDAHULUAN**

Peranan generasi milenial saat ini sangat besar untuk membangun bangsa, cara berpikir generasi milenial yang luas dapat membuat perubahan dan dapat menjadi pelopor bukan hanya sekedar mengikuti tren yang sudah ada, akan tetapi dapat menciptakan hal-hal yang baru di masyarakat. Untuk bisa melahirkan wirausaha-wirausaha muda bukan sesuatu hal yang mudah, karena bukan hanya masalah ketersediaan modal, teknologi, pasar dan kreativitas untuk bisa menjadi wirausaha, tetapi mental, sikap dan perilaku wirausaha yang kuat harus tertanam secara mendalam agar bisa menjadi wirausaha yang tangguh. Hal ini bukan sesuatu hal yang mudah dan dapat diciptakan dalam waktu singkat, tetapi harus ditanam dan dipahami secara lebih dini sejak usia sekolah, sehingga pada saat meninggalkan bangku kuliah seseorang telah berani menyatakan dirinya untuk berwiraswasta.

Berdampak jangka panjang dalam hidup, para wirausahawan tidak perlu khawatir bahwa sebagian besar waktu hidup mereka dihabiskan untuk bekerja pada orang lain. Ketika menjalankan bisnis pribadi, mereka merasakan dampak yang lebih besar bagi hidup mereka dalam jangka waktu yang panjang. Berwirausaha membuat hidup mereka tidak sia-sia. Alasannya, mereka menghabiskan sebagian besar waktu hidupnya untuk bekerja demi diri dan keluarganya, bukan demi orang lain.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi generasi muda adalah hal yang penting. Dengan begitu, mereka bisa menciptakan lapangan pekerjaan. Namun di tengah perkembangan teknologi yang semakin canggih, generasi muda ini juga perlu akrab dengan dunia digital.

Selain ide-ide kreatif dalam membangun wirausaha, mahasiswa juga perlu memiliki motivasi serta kapabilitas eksekutor yang memadai. Hal itu penting untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan ke depannya bisa berhasil atau tidak.

Selain itu, pemanfaatan teknologi juga harus digunakan secara maksimal. Hal tersebut penting, karena bisa menunjang inovasi, motivasi, produktivitas serta fleksibilitas.

Anak muda saat ini tidak hanya perlu berkolaborasi namun juga bisa membangun networking yang positif. Dengan begitu, mereka bisa menciptakan berbagai solusi pada permasalahan bangsa. Mereka juga perlu sabar dalam mencari akar masalah sebelum merancang solusi.

Karena itu, para anak muda perlu mengasah kreativitas mereka dalam berwirausaha. Solusi kreatif tersebut nantinya digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada.

## **RUMUSAN MASALAH**

Dengan melihat dan mempertimbangkan latar belakang yang telah diutarakan diatas kami berinisiatif untuk membentuk kegiatan pengabdian masyarakat guna memberi penyuluhan para santri Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kec. Serpong Kota Tangerang Selatan.

Dengan adanya kegiatan penyuluhan tersebut diharapkan para santri mampu memngembangn dri beriwirausaha dan mendalami pengetahuan

Adapun rumusan masalah dalam PKM ini tentang kerwirasahaan di era digital ebagai berikut :

1. Apakah para santri ada jiwa kewirausahaan?
2. Bagaimana menjalani wirausaha di era digital sekarang ini?

## **TUJUAN PELAKSANAAN**

Dengan adanya kegiatan penyuluhan tersebut diharapkan para santri mampu berwirausaha guna memperkuat perekonomian di era new normal.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari ilmu

manajemen, yang berarti merupakan suatu usaha untuk mengarahkan dan mengelola sumber daya manusia di dalam suatu organisasi agar mampu berfikir dan bertindak sebagaimana yang diharapkan organisasi. Organisasi yang maju tentu dihasilkan oleh karyawan yang dapat mengelola organisasi tersebut ke arah kemajuan yang diinginkan organisasi, sebaliknya tidak sedikit organisasi yang hancur dan gagal karena ketidak mampuannya dalam mengelola sumber daya manusia.

Manajemen Sumber Daya Manusia menurut beberapa ahli Diantaranya Menurut Sunyoto (2012:1) “Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor penting dalam suatu organisasi selain faktor aktivas dan modal. Sebagai salah satu fungsi penting maka manajemen sumber daya manusia harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi.

Lalu Menurut Hasibuan, Malayu S. P (2017:10) menyatakan bahwa “Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat”. Sedangkan menurut Handoko, Hani. T (2012:4) “Manajemen sumber daya manusia adalah proses penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan individu maupun organisasi”.

Dari beberapa pengertian Sumber Daya Manusia di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah rancangan sistem–sistem formal dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif dan efisien yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa,

pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

### **Sumber-Sumber Manajemen**

Sumber-sumber manajemen menurut Nugroho (2014:4-5) adalah sebagai berikut:

1. *Men* atau manusia. Merupakan sarana penting dari setiap manajer untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu. Berbagai macam aktivitas itu dapat dilihat dari proses, seperti: *planning, organizing, staffing, directing, dan controlling*.
2. *Money* atau uang. Untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang, seperti gaji, membeli peralatan-peralatan, biaya perawatan, dan lain-lain. Kegagalan atau ketidak lancaran manajemen banyak dipengaruhi perhitungan atau ketelitian dalam penggunaan uang.
3. *Material* atau bahan-bahan. Dalam proses pelaksanaan kegiatan manusia menggunakan material atau bahan-bahan, karena dianggap atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan.
4. *Machines* atau mesin. Dalam kemajuan teknologi sekarang ini manusia bukan lagi sebagai pembantu bagi mesin seperti pada masa sebelum revolusi industri, namun sebaliknya mesin berubah kedudukannya sebagai pembantu manusia.
5. *Methods* atau metode. Untuk melakukan kegiatan-kegiatan secara berdaya guna, manusia dihadapkan pada berbagai alternatif metode atau cara melakukan pekerjaan.
6. *Market* atau pasar. Pasar merupakan sasaran manajemen yang penting, karena merupakan tujuan proses aktivitas manajemen.

### **Fungsi-Fungsi Manajemen**

Menurut Robbins dan Coulter (2015:9), mendefinisikan “Fungsi manajemen meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*),

pengarahan (*actuating*) dan pengendalian (*controlling*). Pendapat serupa dikemukakan oleh Safroni (2016:47) berpendapat “Fungsi-fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, pengendalian”. Dari perbandingan beberapa fungsi-fungsi manajemen di atas, dapat dipahami bahwa semua manajemen diawali dengan perencanaan (*planning*) karena perencanaan yang akan menentukan tindakan apa yang harus dilakukan selanjutnya. Setelah perencanaan adalah pengorganisasian (*organizing*). Hampir semua ahli menempatkan pengorganisasian diposisi kedua setelah perencanaan.

Adapun secara umum penjelasan mengenai fungsi-fungsi manajemen dikemukakan Suherman (2014:12) sebagai berikut :

- a. Perencanaan  
Perencanaan merupakan suatu cara yang sistematis untuk menjalankan suatu pekerjaan. Perencanaan memiliki hubungan yang sangat erat dengan pengambilan keputusan
- b. Pengorganisasian  
Setelah para manajer menetapkan tujuan dan menyusun rencana atau program untuk mencapainya, maka perlu merancang dan mengembangkan organisasi agar dapat berjalan dengan baik.
- c. Penyusunan personalia (*Staffing*)  
Penyusunan personalia diperlukan untuk menyelesaikan tugas setelah disusun struktur pekerjaan, dipahami bidang-bidang pekerjaan yang akan dilakukan dan penempatan tenaga-tenaga yang sesuai.
- d. Pengarahan (*Directing*)  
Perencanaan, pengorganisasian dan penyusunan pegawai harus dijalankan, tetapi harus ada pihak yang memastikan seluruh sumber daya memang mengerjakan pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, perlu adanya pengarahan (*directing*)
- e. Pengendalian (*Controlling*)

Diantara beberapa fungsi manajemen, pengendalian memiliki peran yang sangat penting. Pengendalian berfungsi untuk mengevaluasi apakah tujuan dapat dicapai, dan apabila tidak dapat dicapai dicari faktor penyebabnya, sehingga dapat dilakukan tindakan perbaikan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa fungsi manajemen adalah pemutakhiran perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, pengendalian untuk melakukan proses pemasaran.

## **2. Kewirausahaan**

### **2.1. Pengertian Kewirausahaan**

Peran seorang entrepreneur bukan hanya dilihat sebagai sarana untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi saja, melainkan juga berperan dalam melakukan perbaikan kualitas hidup dan masyarakat. Salah satu penyebab negara-negara maju berhasil dalam meningkatkan perekonomiannya karena negara-negara tersebut berhasil menciptakan masyarakatnya sebagai entrepreneur. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil penelitian Ciputra (2009) berjudul “Solusi Job Creation di Tengah Krisis Global” yang menyatakan bahwa wirausahawan berperan besar dalam menciptakan lapangan kerja di Amerika Serikat dalam kurun waktu 1965-1985, padahal pada kurun waktu tersebut kondisi ekonomi Amerika Serikat tidak menguntungkan.

Menurut Drucker dalam bukunya yang berjudul *Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principles* mendefinisikan secara singkat mengenai pengertian kewirausahaan. ni mendefinisikan kewirausahaan dan kewirausahaan – wirausahawan adalah orang yang selalu mencari perubahan, meresponsnya, dan memanfaatkannya sebagai peluang menuturkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu

kemampuan yang berfungsi untuk menciptakan suatu hal yang baru dan berbeda dengan yang lainnya.

Untoro menurutkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu keberanian yang dimiliki seseorang dalam melakukan berbagai upaya agar kebutuhan hidup bisa terpenuhi, menggunakan kemampuan dan juga memanfaatkan potensi yang dimiliki agar bisa menghasilkan sesuatu yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain.

## 2.2 Fungsi Strategi Pemasaran

Seperti yang tertuang dalam buku Manajemen Strategi (Hazmanan; dkk Khair 2016), level fungsional perusahaan secara umum terdiri dari pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan, sistem informasi, penelitian dan pengembangan serta fungsi lainnya yang dikembangkan oleh perusahaan.

Strategi pemasaran berusaha untuk menentukan pasar mana yang akan difokuskan, kondisi pasar mana yang dibutuhkan, bentuk periklanan apa yang tepat dan aktivitas lain yang ada dalam departemen pemasaran. Rencana sumber daya manusia menekankan bagaimana organisasi atau unit bisnis memutuskan bagaimana tenaga kerja dipilih dan digunakan. Strategi produksi menetapkan bagaimana dan di mana produk atau jasa dibuat, derajat integrasi vertikal dalam proses produksi, alokasi sumber daya fisik, dan hubungan dengan pemasok yang dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dan kemajuan teknologi. Sedangkan strategi keuangan menguji dampak kondisi keuangan dari pilihan strategi organisasi dalam mengatur keuangan. (Hazmanan; dkk Khair 2016). Strategi fungsi pemasaran memiliki empat komponen pokok yang menjadi sasaran konsumen, yaitu :

### a) Faktor Produk

Merancang produk sedemikian rupa sehingga konsumen tetap

tertarik dengan produk tersebut, padahal saingannya mengeluarkan produk atau produk serupa yang keunggulannya relatif sama dengan yang dimiliki oleh bisnis.

### b) Faktor Harga

Harga yang ditetapkan harus sejalan dengan nilai dan manfaat yang akan dirasakan konsumen. Harga tidak boleh dilihat sebagai variabel independen, tetapi harus dikaitkan dengan ekspektasi dan tindakan konsumen produk.

### c) Faktor Jalur Pemasaran ( Distribusi )

Pemilihan jalur pemasar yang tepat akan sangat menentukan keberhasilan pemasaran karena para pengguna produk akan memperoleh produk tersebut pada ketersediaan produk di daerah mereka.

### d) Faktor Promosi

Promosi barang merupakan upaya untuk menarik pelanggan terhadap produk. Harus transparan tentang keunggulan produk, biaya produk, operasi purna jual, dan fasilitas dalam pemasaran dan harus sejalan dengan fakta dan sesuai dengan rencana pasar organisasi. (Hazmanan; dkk Khair 2016).

Dapat juga diklaim bahwa pertumbuhan bisnis dan kesuksesan pemasaran secara keseluruhan dapat memiliki konsekuensi positif untuk strategi pemasaran dan produksi.

## 2.3 Peran Penting Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran berfokus terutama pada pengalokasian dan pengorganisasian sumber daya dan aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran barang-barang tersebut. Dalam prakteknya, strategi pemasaran memegang peranan penting berkaitan dengan masalah arus barang dari produsen ke pelanggan.

Kata STP (Segmentation, Targeting, Positioning) sering

dikaitkan dengan peran dari pemasaran :

- a) Segmentasi adalah metode pengklasifikasian seluruh pasar yang heterogen kedalam kelompok atau segmen yang memiliki kesejajaran dengan kampanye pemasaran tertentu dalam hal kebutuhan, keinginan, tindakan, atau tanggapan, dan mendefinisikan dasar untuk segmentasi. Rumusan dari segmentasi adalah : mengembangkan basis segmentasi mengembangkan profil setiap segmen
- b) Targetting adalah Proses mengevaluasi dan memilih segmen sasaran, Sehubungan dengan tujuan keseluruhan yang ditetapkan oleh perusahaan, segmen sasaran terbaik untuk dilayani. Rumusan dari *targetting* adalah : membuat ukuran dari daya tarik pasar dan memilih segmen sasaran.
- c) Positioning merupakan cara produk, merek, atau organisasi perusahaan dipandang oleh klien dibandingkan dengan produk, merek, atau organisasi pesaing. Rumusan dari positioning adalah : membuat positioning untuk segmen sasaran dan membuat bauran pemasaran untuk segmen sasaran. (Amir Taufik 2012).

#### **2.4. Indikator-Indikator Strategi Pemasaran**

Peranan dan fungsi dari pemasaran strategik menuntun perusahaan dalam melakukan berbagai aktivitas pemasaran yang efektif, konsisten dalam berbagai bidang fungsional lainnya, tidak hanya pada strategi dasar yang ditentukan, tetapi juga strategi. Filosofi pemasaran tetap menekankan bahwa harus terbukti dalam operasi pemasaran siapa yang menjual apa, dimana, dimana, bagaimana, dan dalam jumlah berapa dan kepada siapa. Indikator dalam

strategi pemasaran yang mempengaruhi kinerja (Tirtayasa 2017)

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Kegiatan PKM yang dilaksanakan di Kel. Benda Baru Kec. Pamulang Kota Tangerang Selatan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, dimana para peserta bisa mendapatkan input dari materi-materi yang disampaikan narasumber.

#### **Saran**

1. Melihat respon dari kegiatan PKM yang dilakukan di Kel. Benda Baru Kec. Pamulang Kota Tangerang Selatan ini, kegiatan PKM sepatutnya masih difokuskan pada ibu-ibu PKK dan pelaku UMKM.
2. Kegiatan PKM pada Karang Taruna hendaknya masih difokuskan pada materi-materi yang terkait dengan strategi pemasaran new era pandemic covid 19.





## DAFTAR PUSTAKA

- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.
- Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.
- Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Program Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal Lokabmas Kreatif*, 1(1), 71-75.
- Pasaribu, V. L. D., Jannah, M., Fazar, M., Putra, S. P., Monalisa, M., & Sofa, M. (2021). MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS USAHA DIMASA PANDEMI PADA IBU PKK RT 004/003 KELURAHAN SAWAH BARU CIPUTAT, TANGERANG SELATAN. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 295-301.
- Pasaribu, V. L. D., Yuniati, H. L., Pranata, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. A. (2021). MANAJEMEN KEUANGAN UNTUK MENGHADAPI DAN BERTAHAN DI ERA COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyantri, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). EVALUASI PENERAPAN 3M DIMASA PANDEMIC COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Syaefi, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiyani, S. R. (2021). PENGARUH DISPLIN PROTOKOL KESEHATAN TERHADAP PENCEGAHAN PENULARAN VIRUS COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique.
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S., Sairin, S., & Wardani, W. G. (2020). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Dikelurahan Rempoa. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 356-35
- Pasaribu, V. L. D., Priadi, A., Anismadiyah, V., Rahayu, S., & Maduningtias, L.

(2021). PENYULUHAN KREATIF DAN INOVATIF MENINGKATKAN MUTU PRODUKSI UMKM DI DESA BELEGA KABUPATEN GIANYAR. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02).

Pasaribu, V. L. D. (2021). PELATIHAN BERBASIS ONLINE DI ERA COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(3), 26-32.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). ADAPTASI KEHIDUPAN NEW NORMAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DIYAYASAN PONDOK PESANTREN DAN PANTI ASUHAN NURUL IKHSAN KECAMATAN SETU, KOTA TANGERANG SELATAN. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88