

Pelatihan Berbisnis Online dari Nol bagi Pemuda Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang

Dede Solihin^{*1}, Ahyani², Siti Aprilliani³

^{1,2,3}Universitas Pamulang

E-mail: dosen02447@unpam.ac.id

Diterima 01/April/2024 | Direvisi 10/April/2024 | Disetujui 23/Mei/2024

Abstract

Digital business opportunities are open to anyone. Not only those who are information technology experts, but also those who do not have information technology skills. Even for those who don't have a product yet. Problems with partners who have been captured by the service team are caused by many things. Every problem solution to solve problems faced by partners. Among the solutions offered are: (1) Offline Activities - Business Workshop and Selling Tricks for Doing Online Business from 0 (Zero); (2) Online Activities - Online Training (With Dozens of Video Tutorials); (3) Offline Activities- One day Digital Marketing Training; (4) Offline Activities- Two day Facebook and Instagram Ads Training; (5) Online Activities- Webinars. However, in the initial stage to overcome the problems of partners who have many characteristics is to provide a Business and Selling Trick Workshop for Online Business From 0 (Zero). After attending the workshop, partners will also know the various solutions offered by the service team in online business according to partner problems that can be accessed both offline and online, are not tied to many time issues, and do not require a lot of money. In fact, it can be accessed anytime and anywhere.

Keywords: Business, Digital Marketing, MSMEs

Abstrak

Peluang bisnis digital sangat terbuka bagi siapa saja. Tidak hanya mereka yang ahli teknologi informasi, tetapi juga mereka yang tidak memiliki keahlian teknologi informasi sekalipun. Bahkan, bagi mereka yang belum punya produk sekalipun. Problematika mitra yang pernah dijaring oleh tim pengabdian disebabkan oleh banyak hal. Setiap solusi permasalahan untuk memecahkan problem yang dihadapi oleh mitra. Diantara solusi yang ditawarkan adalah: (1) Kegiatan Offline- Workshop *Business and Selling Trick* Berbisnis Online Dari 0 (Nol) ; (2) Kegiatan Daring- *Online Training* (Dengan Puluhan Video Tutorial); (3) Kegiatan Offline- One day Digital Marketing Training; (4) Kegiatan Offline- *Two day Facebook and Instagram Ads Training*; (5) Kegiatan Online- Webinar. Namun, pada tahap awal untuk mengatasi problematika mitra yang memiliki banyak karakteristik adalah dengan memberikan Workshop *Business and Selling Trick* Berbisnis Online Dari 0 (Nol). Setelah mengikuti workshop, mitra juga akan mengetahui berbagai solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian dalam berbisnis online sesuai dengan masalah mitra yang dapat diakses baik offline maupun online, tidak terikat banyak terkait persoalan waktu, serta tidak membutuhkan biaya yang cukup banyak. Bahkan bisa diakses kapan saja dan dimana saja.

Kata Kunci: Bisnis, Digital Marketing, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Era 4.0 yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat telah menunjukkan eksistensinya bahwa teknologi informasi memiliki peran yang cukup penting. Kecanggihan teknologi informasi telah merubah banyak segi kehidupan manusia. Sebagaimana dalam dunia bisnis. Era digital telah merubah pola bisnis dari konvensional menjadi serba digitalisasi. Hal ini dikarenakan bisnis dengan didukung oleh digitalisasi telah memberikan fleksibilitas baik waktu maupun tenaga. Selain itu, pemahaman tentang sektor industri yang tepat, pilihan produk yang tepat, dukungan sistem yang tepat mutlak diperlukan. Berbisnis di era digitalisasi memungkinkan sistem bisnis dapat bekerja dengan sendiri tanpa harus dilakukan pengawasan 24 jam sehari. Tetapi, cukup dengan sistem digital yang didesain sejak awal lengkap dengan kecanggihannya, maka akan mampu menjalankan bisnis sendiri selama 24 jam. Pemilik

tidur pun, sistem bisnis tetap bekerja. Sehingga era digital telah melahirkan sistem bisnis yang sama sekali belum ada seperti sebelumnya.

Sebagai contoh, *uber*, *grab*, *gojek*, dan masih banyak lagi lainnya merupakan sebuah bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai salah satu dukungan kecanggihan sistem bisnis yang dibangunya. Kecanggihan mereka diantaranya, *uber*, *grab*, *gojek* menjalankan bisnisnya dibidang jasa transportasi yang tidak memiliki armada transportasi. Namun, *uber*, *gojek*, dan *grab* mampu menunjukkan performanya sebagai salah satu industri jasa transportasi terbesar, dengan income yang cukup besar pula. Bahkan, mengalahkan beberapa industri jasa transportasi yang memiliki armada banyak dan sudah ada sejak lama.

Banyak platform media sosial menyumbangkan potensi pasar yang luar biasa bagi industri digital marketing. Diantara platform media sosial yang cukup dapat menyumbang kontribusi besar dalam berbisnis adalah *facebook* dan *Instagram*. *Instagram* misalnya, pada juni 2018 ada sebanyak 1 miliar pengguna. Fakta yang menarik bahwa 80% pengguna *Instagram*, mengikuti bisnis atau brand yang mereka sukai di *Instagram*. 75% pengguna *Instagram* melakukan tindakan lain seperti mengunjungi website setelah melihat unggahan dari sebuah bisnis atau brand. Tahun 2019 jumlah pengguna *Instagram* mencapai 56 juta atau 20,97% dari total populasi. Sehingga pengguna *Instagram* di Indonesia menduduki peringkat ke-4 dunia (Sumber *Bisnis.com*).

Selain *instagram*, *Facebook* pada bulan januari 2018 jumlah pengguna *facebook* aktif menembus angka 2 miliar perbulan. Padahal penggunaanya baru ditahun 2004 hanya mencapai 1 juta. Fakta menarik dari *facebook* adalah setiap harinya ada sekitar 300 juta foto yang diunggah ke *facebook* dan dalam setiap menit, ada 510 ribu komentar yang diposting, serta 293 ribu update status. Fakta pengguna *facebook* di Indonesia misalnya yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2018 menunjukkan bahwa

Indonesia adalah negara dengan jumlah pengguna *facebook* terbanyak di asia tenggara. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh *CupoNation* statista per 25 juni 2019 jumlah pengguna *facebook* menduduki peringkat unggul 120 juta pengguna (44.94%) dari total populasi. Angka tersebut lebih unggul dibandingkan negara meksiko, filiphina, Vietnam dan Thailand. Secara demografi jumlah pengguna *facebook* didominasi oleh laki-laki. Berdasarkan usia, pengguna *facebook* perempuan terbanyak untuk usia 18-34 dan 25-34 tahun untuk usia laki-laki (Sumber *Bisnis.com*).

Instagram dan *facebook* telah menciptakan peluang bagi masyarakat. Peluang untuk menjajakan produk yang dimiliki juga peluang untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Selain melalui *market place - market place* seperti *shopee*, *bli bli.com*, *lazada*, *klik indomaret*, *Mc. Donald delivery*, dan lain-lain. Komunitas masyarakat yang akan dijangkau dalam program pengabdian kepada masyarakat oleh dosen menjadi lebih luas. Mulai dari komunitas nyata, hingga komunitas di dunia maya- yang juga nyata adanya. Sehingga pola pengabdian masyarakat yang konvensional, dengan hadirnya teknologi informasi juga memungkinkan menjadi serba digital. Sehingga memungkinkan akademisi dikampus menjangkau yang semula tidak dijangkau.

Peluang bisnis digital sangat terbuka bagi siapa saja. Tidak hanya mereka yang ahli teknologi informasi, tetapi juga mereka yang tidak memiliki keahlian teknologi informasi sekalipun. Bahkan, bagi mereka yang belum punya produk sekalipun. Bisnis online untuk semua merupakan sebuah tajuk. Sehingga mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah semua masyarakat yang belum, sedang, akan, atau sudah punya bisnis online. Sehingga mitra pengabdian masyarakat ini meliputi mitra yang produktif secara ekonomi, mengarah produktif secara ekonomi, maupun yang tidak produktif secara ekonomi. Mitra dijaring secara online dengan menggunakan fasilitas yang ada pada jejaring sosial *Instagram*, mitra dijaring secara online via *WhatsApp* dan offline secara *face to face*. Sebagai contoh proses penjangkauan mitra sebagai berikut:

Tim pengabdian membuat template untuk diposting di *Instagram*, kemudian diposting dimedia *Instagram*, di promokan dalam durasi waktu kurang lebih satu minggu atau lebih sesuai agenda. Nanti pengguna *Instagram* yang melihat konten promosi, jika tertarik dengan konten yang dipromosikan oleh tim pengabdian masyarakat, maka akan melakukan klik tautan untuk mendaftarkan dirinya. Pengguna *Instagram* yang mendaftarkan diri sudah dipastikan adalah

masyarakat yang akan meningkatkan *knowledge* khususnya *practical business tips* atau *selling trik* dari tim pengabdian karena mampu mengatasi persoalan yang dihadapi.

2. METODE

Pada pelaksanaan pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini, metode yang digunakan adalah dengan penjelasan konsep dasar teori-teori penting tentang kewirausahaan. Dimana pelaksanaan praktek lebih banyak daripada penjelasan teorinya. Penjelasan teori yang disampaikan adalah penjelasan konsep dasar untuk dasar-dasar praktek pada berwirausaha, kemudian sesi tanya jawab, serta diskusi antara peserta dengan instruktur. Kemudian pelaksanaan praktikum langsung, terdiri dari metode praktek, kemudian sesi tanya jawab serta implementasi praktek usaha pada bisnis online.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

a. Metode Ceramah

Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan bagi mitra untuk mengetahui media promosi online dan mengaplikasikannya untuk pembelajaran di dunia usaha.

b. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas serta saat mempraktekkannya

c. Metode Simulasi

Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan kesempatan mempraktekkan materi pelatihan yang diperoleh. Tahap ini menjelaskan tentang pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengetahui media promosi online dan mengaplikasikannya di dunia usaha. Selanjutnya, sesi pelatihan yang menitik beratkan pada kemampuan membuat bahan pemasaran dengan menggunakan media promosi online. Pemberian pelatihan ini dilakukan dengan teknik simulasi agar para pelaku usaha mendapatkan pengalaman langsung sekaligus pengayaan dari teman-temannya dan tim pelatih

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan berbisnis online dari nol bagi pemuda adalah sebuah inisiatif yang sangat bernilai dalam era digital saat ini. Dengan pelatihan semacam ini, pemuda dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis secara online. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat dicakup dalam pelatihan tersebut:

1. Pemahaman Dasar Bisnis Online: Mulai dari konsep dasar bisnis online, seperti e-commerce, dropshipping, affiliate marketing, dan lain-lain.
2. Pemilihan Niche atau Produk: Bagaimana cara memilih niche atau produk yang sesuai dengan minat dan potensi pasar.
3. Pembuatan Situs Web atau Platform: Langkah-langkah untuk membuat dan mengelola situs web atau platform e-commerce, termasuk aspek desain dan fungsionalitas.
4. Strategi Pemasaran Digital: Pengenalan tentang strategi pemasaran digital seperti SEO (Search Engine Optimization), PPC (Pay-Per-Click), media sosial, dan content marketing.
5. Manajemen Bisnis Online: Pengelolaan inventaris, pengiriman barang, layanan pelanggan, dan manajemen keuangan dalam konteks bisnis online.
6. Analisis Data dan Pengambilan Keputusan: Cara menganalisis data penjualan dan perilaku konsumen untuk meningkatkan strategi bisnis.
7. Legalitas dan Keamanan: Aspek hukum dan keamanan dalam berbisnis online, termasuk perlindungan data pelanggan dan peraturan e-commerce.

8. Pengembangan Brand dan Customer Relationship Management (CRM): Bagaimana membangun brand yang kuat dan efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
9. Pertumbuhan dan Skalabilitas: Strategi untuk mengembangkan bisnis secara berkelanjutan dan meningkatkan skalabilitas operasional.
10. Studi Kasus dan Inspirasi: Memperkenalkan studi kasus sukses dari pelaku bisnis online dan memberikan inspirasi kepada peserta pelatihan.

Pelatihan ini sebaiknya dirancang untuk interaktif dan praktis, dengan kombinasi teori dan studi kasus nyata yang relevan. Selain itu, mendukung pengalaman belajar dengan mentoring dan akses ke sumber daya tambahan seperti komunitas online atau jaringan profesional dapat sangat bermanfaat bagi pemuda yang ingin memulai karir atau bisnis mereka di dunia digital

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari Program Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Pelatihan Berbisnis Online dari Nol bagi Pemuda" dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pemberdayaan Pemuda: Program ini berhasil memberdayakan pemuda dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memulai dan mengelola bisnis online. Peserta diberikan pemahaman yang mendalam mengenai konsep bisnis online, pemilihan produk atau niche, serta strategi pemasaran digital yang efektif.
2. Peningkatan Kompetensi: Melalui workshop, simulasi, dan praktikum yang dilakukan selama program, peserta dapat mengembangkan keterampilan teknis seperti pembuatan situs web atau platform e-commerce, penggunaan tools digital, dan manajemen transaksi online.
3. Inspirasi dan Motivasi: Studi kasus dari pelaku bisnis online sukses memberikan inspirasi kepada peserta untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka sendiri. Diskusi interaktif juga memperkaya pemahaman tentang tantangan dan strategi dalam berbisnis online.
4. Mentoring dan Pendampingan: Adanya sesi mentoring dan pendampingan membantu peserta dalam mengatasi hambatan serta menerapkan pengetahuan yang didapat secara praktis. Hal ini mendukung pertumbuhan bisnis mereka dalam jangka panjang.
5. Evaluasi dan Umpan Balik: Evaluasi program yang dilakukan membuktikan peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam berbisnis online. Umpan balik dari peserta juga menjadi masukan berharga untuk perbaikan dan pengembangan program di masa depan.
6. Pengembangan Komunitas: Program ini tidak hanya memberikan pelatihan individual, tetapi juga mendorong terbentuknya komunitas pemuda pengusaha online yang saling mendukung dan berbagi pengalaman.

Dengan merancang kegiatan PKM ini secara komprehensif dan interaktif, diharapkan para pemuda dapat memperoleh keterampilan yang bermanfaat serta motivasi untuk mengembangkan bisnis online mereka sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Chotimah, C. (2014). Pendidikan kewirausahaan di pondok pesantren sidogiri pasuruan. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 8(1), 114-136.
- Lugina, U. (2017). Pengembangan Ekonomi Pondok Pesantren Di Jawa Barat. *Risalah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 4(1), 53- 64
- Sulaiman, A. I., Masrukin, M., Chusmeru, C., & Pangestuti, S. (2016). Pemberdayaan Koperasi Pondok Pesantren sebagai Pendidikan Sosial dan Ekonomi Santri. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 109-121.

- Sulistianingsih, D., Pujiono, Fidiyani, R., Sugiarto, L. (2019). Penanaman Jiwa Kewirausahaan Bagi Santri. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement) JPPI*, 02(1).
- Widodo, S., & Nugroho, T. R. (2014). Model Pendidikan Kewirausahaan Bagi Santri Untuk Mengatasi Pengangguran di Pedesaan. dalam *Jurnal MIMBAR*, 30(2).
- Wekke, I. S. (2012). Pesantren dan pengembangan kurikulum kewirausahaan: Kajian pesantren roudahtul khuffadz sorong papua barat. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 6(2), 205-226