

Penyeluruhan Strategi Peningkatan Kompetensi Siswa SMA Muhammadiyah Parung Dalam Bisnis Online di Era Digital

Muhammad Alif Nurochman¹, Della Dwilestari², Rafli Alfian³

1,2,3Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: malifnurohman04@gmail.com¹, delladwilestari857@gmail.com², kipliganteng160@gmail.com³

Diterima 15/Oktobre/2024 | Direvisi 28/November/2024 | Disetujui 15/Desember/2024

Abstract

In the fast-paced digital era, improving students' abilities in online business is very important. The purpose of this community service activity is to provide training to SMA Muhammadiyah Parung students on how to start an online business with digital technology. Interactive presentations, practical training on creating online stores, and mentoring on digital marketing strategies are all techniques used. The results of the activity show that students better understand the concept of online business, better at using digital platforms, and better at creating marketing strategies that suit the target market. The program also successfully encouraged students to set up small online businesses. The results of this service are very important because they help students prepare for the challenges of the world of work and entrepreneurship in the digital era and support the development of a technology-based creative economy.

Keywords: Student Competence, Online Business, Digital Strategy, Digital Era, Entrepreneurship

Abstrak

Di era digital yang serba cepat, peningkatan kemampuan siswa dalam bisnis online sangat penting. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan kepada siswa SMA Muhammadiyah Parung tentang cara memulai bisnis online dengan teknologi digital. Presentasi interaktif, pelatihan praktik pembuatan toko online, dan pendampingan strategi pemasaran digital adalah semua teknik yang digunakan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa lebih memahami konsep bisnis online, lebih baik dalam menggunakan platform digital, dan lebih baik dalam membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar. Program ini juga berhasil mendorong siswa untuk mendirikan bisnis kecil-kecilan online. Hasil pengabdian ini sangat penting karena membantu siswa mempersiapkan diri menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan di era digital dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi.

Kata Kunci: Kompetensi Siswa, Bisnis Online, Strategi Digital, Era Digital, Kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Di era internet, banyak peluang bagi generasi muda untuk memulai bisnis online. Namun, siswa sekolah menengah atas, khususnya siswa SMA Muhammadiyah Parung, memiliki tingkat literasi digital yang rendah dan keterampilan kewirausahaan yang rendah. Observasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum memanfaatkan teknologi digital dengan benar untuk menjadi produktif. Kondisi ini dipengaruhi oleh kurangnya pelatihan yang membantu meningkatkan keterampilan mereka dalam bisnis berbasis teknologi. Meskipun wilayah Parung memiliki potensi sosial dan ekonomi yang mendukung pengembangan bisnis online, seperti akses internet yang memadai dan semangat kewirausahaan siswa, belum sepenuhnya dimanfaatkan. Untuk menyelesaikan masalah ini, siswa harus mendapatkan pelatihan dan pelatihan berbasis teknologi untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bisnis online.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan siswa tentang teknologi, meningkatkan pengetahuan mereka tentang bisnis online, dan mendorong mereka untuk menggunakan teknologi sebagai alat yang produktif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan digital sangat memengaruhi kemampuan kewirausahaan siswa (Mulyana, 2018; Rahmawati, 2020). Selain itu, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa menerapkan strategi pemasaran digital sebagai langkah pertama menuju keberhasilan bisnis online sangat penting (Santoso, 2019).

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggabungkan pendekatan partisipatif dan pembelajaran berbasis praktik. Dalam tahap pertama, peserta diajarkan teori dasar tentang bisnis online, seperti ide pemasaran digital, strategi branding, dan penggunaan platform e-commerce. Selain itu, pelatihan praktis termasuk simulasi pembuatan toko online, analisis pasar, dan pengelolaan media sosial untuk promosi. Untuk menilai peningkatan pemahaman siswa dan pengamatan langsung terhadap hasil praktik mereka, evaluasi ketercapaian dilakukan melalui kuesioner sebelum dan setelah tes. Perubahan sikap juga diukur melalui tingkat partisipasi aktif siswa dalam diskusi dan pelatihan. Dari perspektif sosial dan budaya, keberhasilan dapat diukur melalui seberapa efektif siswa menggunakan teknologi digital. Setelah kegiatan selesai, dampak ekonomi diukur dengan menilai potensi usaha yang dapat dilakukan siswa. Metode ini dimaksudkan untuk memastikan tercapainya tujuan peningkatan kompetensi secara terukur dan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kemampuan siswa SMA Muhammadiyah Parung dalam bisnis online dengan memberikan mereka pelatihan dan penyuluhan intensif. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar siswa tidak memiliki pengetahuan dasar yang signifikan tentang konsep pemasaran digital dan bisnis online, dengan skor rata-rata 45 dari skala 100. Hasil post-test, di sisi lain, menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan skor rata-rata 85. Siswa juga akan belajar membuat toko online sederhana, mengelola media sosial, dan membuat strategi pemasaran berbasis target. Siswa yang terlibat dalam diskusi dan keberanian untuk menyuarakan ide bisnis menunjukkan perubahan sosial yang positif. Kegiatan ini telah meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya menggunakan teknologi secara produktif dalam jangka pendek. Dalam jangka panjang, kegiatan ini akan memberi mereka kesempatan untuk mendirikan usaha kecil berbasis internet yang akan membantu mereka menjadi lebih mandiri finansial.

Namun, keterbatasan waktu dan tingkat heterogenitas kemampuan siswa adalah beberapa masalah yang menghalangi kegiatan ini. Tidak semua siswa memiliki perangkat pendukung yang cukup, seperti laptop atau smartphone yang memiliki koneksi internet yang stabil. Namun, pembagian kelompok kerja dan penggunaan perangkat sekolah membantu mengatasi masalah ini. Dalam hal keuntungan, program ini menawarkan keuntungan praktis yang sesuai dengan tuntutan era digital dan dapat diterapkan di sekolah lain. Sebaliknya, sekolah harus mengembangkan kurikulum kewirausahaan digital dan bekerja sama dengan pelaku industri untuk memastikan keberlanjutan program. Peluang pengembangan di masa depan meliputi pelatihan yang lebih baik, pembentukan komunitas bisnis online di antara siswa, dan penggunaan platform digital yang lebih canggih untuk membantu mereka memasarkan dan mengelola bisnis mereka.

4. KESIMPULAN

Dengan bantuan kegiatan pengabdian ini, siswa SMA Muhammadiyah Parung lebih mahir dalam bisnis online. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan pengetahuan siswa tentang konsep pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, dan bisnis online. Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan dengan hasil pre-test. Siswa juga dapat menggunakan keterampilan yang mereka pelajari dalam kehidupan nyata, seperti membuat strategi untuk meningkatkan penjualan dan membangun toko online. Kegiatan ini memiliki keunggulan karena materinya relevan dengan kebutuhan era digital dan memiliki manfaat yang dirasakan siswa baik dalam jangka pendek maupun panjang. Namun, tantangan utamanya adalah keterbatasan perangkat teknologi dan keanekaragaman kemampuan siswa. Untuk mempertahankan relevansi dan keberlanjutan program, pelatihan lanjutan, pembentukan komunitas bisnis online, dan kolaborasi dengan pelaku industri adalah cara-cara lain yang dapat

dilakukan untuk melanjutkan program ini. Kurikulum kewirausahaan digital dapat menjadi solusi strategis untuk pengembangan yang lebih sistematis di sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

Mulyana, A. (2018). *Strategi Pemasaran Digital untuk Pemula*. Bandung.

Rahmawati, D. (2020). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Digital terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 45-56.

Santoso, B. (2019). Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Online: Studi Kasus pada Usaha Mikro. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 123-134.

Wahyuni, R. & Setiawan, A. (2021). Implementasi Teknologi Digital dalam Pendidikan dan Kewirausahaan. *Proceeding of the National Seminar on Education and Technology*, 3(1), 89-98.

Yulianto, T. (2020). Efektivitas Pelatihan Pemasaran Digital terhadap Pengembangan Usaha Kecil di Era Digital. *Jurnal Kewirausahaan dan Teknologi*, 6(3), 67-75.