

SOSIALISASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS ONLINE UNTUK MENINGKATKAN MINAT, MOTIVASI, DAN KREATIVITAS SISWA/I

Dona Listianawati¹, Aqil Rosyid², Bella³, Sheila Ardianti⁴.

^{1,2,3,4}Akuntansi (Universitas Pamulang)

Listianawati80@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era digital seperti sekarang ini bertumbuh semakin cepat dari hari ke hari, bulan ke bulan hingga ke tahun kedepannya. Penggunaan Internet selalu digunakan diberbagai bidang kehidupan. Internet tersedia untuk semua orang, termasuk wirausahawan untuk upaya pengembangan bisnisnya. Terdapat banyak wirausahawan yang bisa mengandalkan bisnis dari transaksi internet. Dalam kurikulum pendidikan 2013, kewirausahaan diajarkan kepada seluruh siswa SMA/K dengan tujuan membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku siswa menjadi seorang wirausahawan sejak dini. Untuk mendukung program pemerintah ini dan memanfaatkan kemudahan teknologi, pelatihan dasar bisnis online hanya menggunakan handphone yang saat ini sangat dekat dalam kehidupan kita sehari-hari. Pelatihan dilaksanakan di SMAN 17 Kab. Tangerang dengan jumlah 22 siswa. Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan pemaparan materi, diskusi, dan diakhiri dengan tanya jawab. Kegiatan ini membawa pengaruh positif berupa pengetahuan dan wawasan tentang bisnis *online* sehingga siswa/i dapat mengembangkan potensi yang dimiliki. Hal ini dapat diketahui dari antusias mereka terhadap materi yang disampaikan. Sasaran dalam kegiatan ini antara lain siswa/i mengetahui pemahaman tentang bisnis online dan termotivasi untuk memulai bisnis melalui *e-commerce*. Selain itu siswa dapat menjadi lulusan yang memiliki keterampilan dalam berbisnis.

Kata kunci : Kewirausahaan; Pemasaran Online; Bisnis

ABSTRACT

Technological developments in the digital age such as today grow faster by the day, month by month, to the next year. Internet use has always been used in various areas of life. The Internet is available to everyone, including entrepreneurs for business development efforts. Many entrepreneurs can rely on business from Internet transactions. In the 2013 education curriculum, entrepreneurship is taught to all high school students to shape student mindset, attitude, and behavior into an early entrepreneur. To support this government program and benefits technology, basic online business training USES only phones that are currently very close to our daily lives. Training takes place at SMAN 17 Kab. Tangerang with 22 students. These methods of carrying out this activity involve material exposure, discussion, and end with a question and answer session. This activity has a positive impact on knowledge and insight on online business so that students can develop potential. This can be learned from their enthusiasm for the material being presented. The objectives in this activity include students' knowledge and understanding of the online business and being motivated to start a business through e-commerce. Moreover, students can be graduates who have skills in business.

Keywords: *Entrepreneurship; E-commerce; Business*

PENDAHULUAN

Menurut Slameto (2010:180) minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berwirausaha akan menjadikan seseorang lebih giat mencari dan memanfaatkan peluang usaha dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan resiko yang akan terjadi.

Minat berwirausaha akan menjadikan seseorang lebih giat mencari dan memanfaatkan peluang usaha dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan resiko yang akan terjadi. Minat berperan sangat penting dalam kehidupan peserta didik dan mempunyai dampak yang besar terhadap sikap dan perilaku. Siswa yang memiliki minat terhadap sesuatu cenderung mempunyai ketertarikan untuk mengetahui dan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan minat tanpa adanya paksaan. Seseorang dikatakan memiliki minat berwirausaha yang tinggi dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti watak, sikap dan perilaku seseorang.

Menurut Suryana (2013:22) ciri-ciri wirausaha memiliki enam komponen penting yaitu percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, keorisinalitasan dan berorientasi pada masa depan. Menurut Slameto (1995) dalam Khairani (2013:145) bahwa minat sebagai salah satu aspek psikologis dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang sifatnya dari dalam (internal) maupun dari luar (eksternal).

Dilihat dari dalam diri siswa, minat dipengaruhi cita-cita, kepuasan, kebutuhan, bakat, dan pengetahuan. Sedangkan bila dilihat dari faktor luarnya minat sifatnya tidak menetap melainkan dapat berubah sesuai dengan kondisi lingkungan. Faktor luar tersebut dapat berupa kelengkapan sarana dan prasarana, pergaulan dengan orang tua dan persepsi masyarakat terhadap suatu objek serta latar belakang sosial budaya. Pembekalan pengetahuan kewirausahaan kepada siswa-siswa SMAN 17 KAB. Tangerang sangat perlu dilakukan. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan para siswa akan semakin terbuka wawasannya tentang kewirausahaan. Hasil penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sekolah idealnya dapat membantu pembentukan minat siswa berwirausaha. Namun, masih banyak sekolah-sekolah hanya menitikberatkan pembelajaran pada aspek pengetahuan saja dan belum mampu mengkondisikan lingkungan sekolah yang dapat menumbuhkan minat siswa berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor pemicu minat berwirausaha. Seseorang yang telah memperoleh pelatihan, seminar, kursus kewirausahaan akan tertarik untuk berwirausaha.

Bagi masyarakat yang hidup di zaman serba digital, istilah teknologi internet bukan menjadi sesuatu yang baru. Peningkatan kualitas hidup semakin menuntut manusia untuk melakukan berbagai aktifitas dengan mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya, termasuk perkembangan teknologi dan informasi. Pesatnya potensi pemanfaatan teknologi internet melalui bisnis daring atau *online shop* menjadi peluang bagi berkembangnya upaya pemberdayaan dan peningkatan ekonomi kerakyatan berbasis teknologi. Hal ini terutama dapat dilakukan di wilayah perkotaan besar, atau pinggiran wilayah kota besar dengan tingkat penggunaan internet yang tinggi. Sosialisasi dan pelatihan

terkait pemberdayaan teknologi internet melalui bisnis daring atau online shop menjadi hal yang sangat penting dilakukan, termasuk didalamnya sosialisasi dan edukasi kepada siswa/siswi SMAN 17 KAB. TANGERANG untuk membantu meningkatkan penghasilan rumah tangga agar kesejahteraan keluarga meningkat. Melakukan bisnis *online shop* di rumah dapat disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian para pelajar.

Berikut terdapat beberapa contoh peluang usaha yang dapat dilakukan oleh para pelajar seperti penulis freelance, bisnis tanaman, parcel, catering, membuka tempat les, jahit, kerajinan tangan, reseller barang serta kegiatan bisnis lainnya. Peluang usaha berbasis teknologi internet diatas dapat mendatangkan pendapatan tambahan bagi para pelajar. Terlebih bisnis melalui daring atau *online shop* tidak memerlukan modal uang yang banyak, cukup bermodalkan handphone atau gadget dengan berbagai aplikasi gambar-gambar yang dapat dilakukan di berbagai media sosial. Penjual dan pembeli tidak perlu saling bertatap muka untuk bertransaksi. Bahkan, bagi yang berjauhan pun dapat melakukannya hanya dalam hitungan detik, tanpa harus lelah memilih, hanya dengan menggeserkan jari-jari tangan, barang yang disukai dapat dibeli dengan mudah.

METODE

Jenis kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan berupa penyuluhan, pelatihan, dan motivasi kewirausahaan. Tema kegiatannya adalah sosialisasi kewirausahaan berbasis *online* untuk meningkatkan minat, motivasi dan kreativitas siswa/i di sekolah SMAN 17 Kab. Tangerang. Kegiatan berlangsung pada tanggal 26 Oktober 2021. Pendekatan yang digunakan berupa pemaparan materi, diskusi, dan tanya jawab. Gambar 1 memperlihatkan peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan tersebut.



Gambar 1. Peserta

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-Commerce adalah proses jual-beli, atau bertukar produk/layanan, atau informasi melalui Internet publik atau perusahaan swasta. *E-commerce* dikenal sebagai marketmaking karena kehadirannya telah mengubah secara langsung menjadi pasar perdagangan tersendiri yang menghubungkan jutaan penjual dan pembeli ke pasar digital virtual (e market). Di pasar virtual ini, transaksi terbuka dan gratis, karena semua penjual dan pembeli dapat bertemu secara efisien tanpa intervensi.

Manfaat *e-commerce* dibagi 3, yaitu:

1. Manfaat bagi perusahaan
 - a. Jangkauan lebih luas
 - b. Menekan biaya operasi
 - c. Memperbaiki rantai pasokan
 - d. Jam operasional non-stop: 24/7/365
 - e. Spesialisasi vendor
 - f. Mempercepat time-to-market
 - g. Kustomisasi
 - h. Model bisnis baru
 - i. Biaya komunikasi/koordinasi lebih rendah
 - j. Efisiensi pengadaan
 - k. Informasi yang up-to-date.
2. Manfaat bagi konsumen
 - a. Lebih banyak pilihan produk dan jasa
 - b. Harga lebih murah
 - c. Ketersediaan informasi
 - d. Kesempatan berpartisipasi
 - e. Personalisasi, sesuai selera
 - f. Wahana komunitas elektronik
 - g. Pengiriman/penyampaian segera
 - h. Tidak dikenai pajak penjualan
3. Manfaat bagi masyarakat
 - a. Memungkinkan telecommuting
 - b. Dapat menolong masyarakat yang kurang mampu
 - c. Peningkatan kualitas hidup

d. Kemudahan mendapatkan layanan umum

Jenis-jenis *e-commerce* yang dapat digunakan untuk pengembangan ide bisnis:

1. Business-to-Consumer (B2C) e-Commerce

Dalam jenis ini, penjual adalah organisasi, dan pembeli adalah individu. B2C Juga disebut e-Tailing (ritel elektronik).

Sebagai contoh, banyak perusahaan menawarkan situs *e-Commerce* yang Dilengkapi dengan etalase virtual dan katalog multimedia, pemrosesan pesanan Interaktif, sistem pembayaran elektronik yang aman, dan dukungan pelanggan *Online*. Pasar B2C terus berkembang tetapi yang kelihatan barulah puncak gunung Es bila dibandingkan dengan semua perdagangan *online*. Di Indonesia contoh e-Commerce B2C yang terkenal adalah Bhinneka.com dan Glodokshop.com

2. Consumer-to-Consumer (C2C) e-Commerce

Pernah menjual barang bekas ke orang lain yang membutuhkannya melalui internet? Aktivitas tersebut termasuk dalam jenis *e-commerce* ini. Dengan kata lain, C2C adalah transaksi *online* antara dua individu. Contoh *e-Commerce* jenis ini, yang populer adalah Bukalapak.com, dan Tokopedia.com

3. Business-to-Business (B2B) e-Commerce

Jika penjual maupun pembeli kedua-duanya adalah perusahaan maka ini Yang disebut dengan B2B e-Commerce. Contoh *e-Commerce* B2B di Indonesia adalah PT Krakatau Steel (www.krakatausteel.com) adalah perusahaan baja terbesar Di Indonesia, untuk melakukan pemesanan baja di Krakatau Steel setiap Perusahaan harus mendaftarkan perusahaannya. Setelah terdaftar Perusahaan Mitra dapat memesan baja di Krakatau Steel dengan Menggunakan EDI.

4. Consumer to business (C2B)

Berkebalikan dengan B2C, ecommerce C2B adalah skenario di mana seseorang menjual produk atau layanan kepada sebuah perusahaan. Seorang graphic designer, misalnya, menawarkan dan menjual logo buatannya kepada sebuah bisnis makanan. Contohnya *Freelancer*, adalah website di mana pekerja *freelance* menawarkan keahlian pada bisnis yang membutuhkan.

5. Business to public administration (B2A)

Model ecommerce ini mirip dengan B2B, tetapi pelakunya adalah bisnis dan lembaga pemerintah. Contoh B2A adalah jasa pembuatan website untuk sistem administrasi *online*. Seperti Qlue , menyediakan perangkat lunak untuk membantu kinerja perusahaan dan lembaga pemerintah, termasuk sistem administrasi kendaraan dan aplikasi analitik.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada siswa/i tentang berbisnis *online* melalui marketplace. Kewirausahaan memiliki empat manfaat sosial; memperkuat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan produktivitas, menciptakan teknologi, produk dan jasa baru, serta mengubah dan meremajakan pasar.

KESIMPULAN

Penyuluhun tentang *e-commerce* merupakan salah satu upaya meningkatkan minat dan kualitas generasi milenial saat ini terutama siswa/i SMAN 17 Kab. Tangerang, agar memiliki jiwa kewirausahaan dengan keinginan di masa depan untuk memiliki usaha sendiri sehingga dapat mengentaskan kemiskinan, mengurangi kemiskinan, dan menciptakan lapangan kerja dengan memanfaatkan teknologi informasi saat ini. Kegiatan ini membawa pengaruh positif berupa pengetahuan dan wawasan tentang bisnis *online* sehingga siswa/i SMAN 17 Kab. Tangerang dapat mengembangkan potensi yang dimiliki. Hal ini dapat diketahui dari antusias mereka terhadap penyampaian materi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Sekolah SMAN 17 Kab. Tangerang, Rektor Universitas Pamulang, Kaprodi Universitas Pamulang, Dosen Pembimbing bapak Drs. Ario B. Haryono, M.Si. dan Siswa/i kelas X SMAN 17 Kab. Tangerang yang telah membantu kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A. 2020. *Pelatihan Digital Entrepreneurship Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha Di Sekolah SMA Desa Karangasih Cikarang*. Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma. Volume 1 (1): 38-45
- Ayem, S., Putry, NAC., Fathiyannida, S., & Anisa, DAN. 2021. *Strategi Pemasaran Online Bagi Masyarakat Dusun Kamijoro*. Volume 4 (1): 1-6
- Ernawati, D. & Tranggono. 2021. *Sosialisasi Penerapan E-Commerce Tingkat Pemula Pada Siswa SMA Di Surabaya*. Jurnal Abdimas Dan Ilmu Rekayasa. Vol. 01 No. 01 (2021): 14-19.
- Aswari, Gita Dini. 2016. *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Kelas X Akuntansi SMK Swasta Eria Medan Tahun Pelajaran 2015/2016*. Thesis. Medan.
- Aflahah. 2019. *Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Internet : Tips dan Trik Sukses Berbisnis Online Bagi Remaja Milenial di Desa Kaduara Barat Pamekasan*. Vol. 1 No. 2 (2019).
- Anggraeni, Bety., Harnanik. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan. Vol. X No. 1 (2015): 42 – 52.
- Irda. 2019. *Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Wirausaha Siswa SMK Negeri 1 Makassar*. Skripsi. Makassar.