

## Pelatihan Implementasi E-Commerce Prodi Bisnis Digital Bersama Desa Binaan Karang Taruna Babbalan di SMAS TANWIRUL HIJAH

Mohammad Firlie Pranata\*<sup>1</sup>, Nur Qoudri Wijaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja, Indonesia

\*e-mail: [moh.firlipranata@wiraraja.ac.id](mailto:moh.firlipranata@wiraraja.ac.id)<sup>1</sup>

### Abstrak

Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Wiraraja dengan program studi digital bisnis. Program studi digital bisnis masih baru berdiri namun telah memiliki desa binaan melalui program pengabdian kepada masyarakat yaitu desa babbalan dengan karang tarunanya dalam mengembangkan usahanya yaitu dikenal dengan UMKM Kettok Magic. Pengabdian sebelumnya yang memulai dari kelayakan produk, pengemasan, strategi pemasaran digital sehingga produk tersebut dapat dipasarkan di marketplace. Pengabdian sebelumnya telah sukses dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana bisnis digital sangat perlu dimiliki dan diterapkan di sebuah UMKM. Hal tersebut menambah omset dan keuntungan yang sangat luar biasa dirasakan. Perkembangan tersebut menjadi tolak ukur bagi kami untuk melakukan pengabdian selanjutnya pada SMAS Tanwirul Hijah. Pada dasarnya mereka setelah lulus dari SMA/SMK/MA untuk memasuki dunia kerja yang telah disediakan, sementara itu pada kenyataannya lowongan pekerjaan tak sebanyak lulusan dari bangku pendidikan. Dengan adanya pelatihan ini dapat memberikan pembelajaran dan praktek secara langsung pada para siswa untuk membuka usaha ataupun menambah lapangan pekerjaan.

**Kata kunci:** Bisnis Digital, Kewirausahaan, Market Place, UMKM

### Abstract

Faculty of economics and business, Wiraraja University with a digital business study program. The digital business study program is still newly established but already has a village assisted by a community service program, namely Babbalan village with its youth organization in developing its business, known as UMKM Kettok Magic. Previous service started from product suitability, packaging, digital marketing strategies so that the product can be marketed in the marketplace. Previous service has been successful in providing knowledge and understanding about how digital business really needs to be owned and implemented in an MSME. This increases turnover and makes extraordinary profits. This development is a benchmark for us to carry out further service at SMAS Tanwirul Hijah. Basically, after graduating from SMA/SMK/MA, they enter the world of work that has been provided, meanwhile in reality there are not as many job vacancies as graduates from education. With this training, students can provide direct learning and practice to open a business or increase employment opportunities.

**Keywords:** Digital Business, Entrepreneurship, Marketplace, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Sumenep merupakan kota paling timur di Madura. Sumenep memiliki kekayaan alam yang sangat berpotensi untuk dijadikan sebuah lahan usaha. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sangat diharapkan menjadi ujung tombak dalam perekonomian di kabupaten Sumenep, ditambah lagi kabupaten memiliki program untuk seribu wirausaha dan seribu pariwisata untuk memperkenalkan kabupaten sumenep sebagai soul of the madura. Sumenep terdapat kampus Universitas Wiraraja yang memiliki fakultas ekonomi dan bisnis dengan program studi digital bisnis. Program studi digital bisnis masih baru berdiri namun telah memiliki desa binaan melalui program pengabdian kepada masyarakat yaitu desa babbalan dengan karang tarunanya dalam mengembangkan usahanya yaitu dikenal dengan UMKM Kettok Magic.

Pengabdian sebelumnya yang memulai dari kelayakan produk, pengemasan, strategi pemasaran digital sehingga produk tersebut dapat dipasarkan di marketplace. Pengabdian sebelumnya telah sukses dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana

bisnis digital sangat perlu dimiliki dan diterapkan di sebuah UMKM (Kurniawati dkk, 2019), (Marfuin, 2021). Hal tersebut menambah omset dan keuntungan yang sangat luar biasa dirasakan. Perkembangan tersebut menjadi tolak ukur bagi kami untuk melakukan pengabdian selanjutnya pada SMAS Tanwirul Hijah.

Era digital benar-benar melihat kesesuaian kualitas dan manfaat dengan karakteristik pasar (Sari, 2020). Kondisi ini terasa dalam sektor retail dalam negeri Indonesia, persaingan yang ketat ini dipandang abnormal, sulit dihadapi dengan cara-cara biasa, fakta ini dapat kita lihat pada penjualan online yang cenderung membakar uang dengan memberikan diskon, harga lebih murah, biaya kirim gratis, penyediaan platform yang ramah dan sebagainya. Para pelaku usaha harus menyadari konsep pemasaran digital bagi konsumen adalah kemudahan, kualitas produk, harga kompetitif, pelayanan yang ramah, dan sebagainya. Maka jika pelaku usaha berpikir bahwa pemasaran digital hanya persoalan jualan online, tanpa memperbaiki nilai-nilai digital, maka ia akan tetap ditinggalkan oleh konsumen Sari (2020), Rahmadyah (2022).

Hal tersebut menjadi pertimbangan dalam menanamkan sumber daya manusia yang tangguh dan dapat bersaing di era digital, adapun penelitian lain menyimpulkan bahwa yang dapat diambil bahwa temuan menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan dengan transformasi digital, literasi digital dapat memprediksi transformasi digital dalam mempengaruhi daya saing usaha mikro dan kecil (Firmansyah dkk, 2022). Pemerataan digitalisasi dan transformasi digital usaha mikro dan kecil hingga ke pelosok harus didukung dengan pemahaman digital yang memadai, kolaborasi dalam skema kerjasama multi sektor yang berkelanjutan yang memungkinkan untuk mencapai dan memenuhi harapan tersebut. Hambatan dan faktor keberhasilan transformasi digital di kalangan usaha mikro dan kecil dalam upaya meningkatkan daya saing tidak hanya literasi digital yang mempengaruhinya, tetapi juga memungkinkan untuk menggunakan kombinasi metode penelitian lain untuk menilai ukuran dan kematangan digital Dede. (2022). Penelitian tersebut mendukung penelitian sebelumnya untuk saling menguatkan dalam menghadapi era digital untuk bersaing di dunia pasar.

Penelitian lain yang mendukung untuk meningkatkan sumber daya manusia yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan besar dan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan begitu pula halnya dengan organisasi bisnis, pendekatan praktis dalam mengelola perubahan organisasi bisnis di era digital agar transformasi yang dilakukan secara perencanaan dan implementasi strategi menghasilkan perusahaan yang lebih siap menghadapi perubahan. Hal mendasar yang perlu dilakukan oleh organisasi dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif adalah dengan melakukan perubahan di sektor Sumber Daya Manusia. SDM dalam perusahaan merupakan ujung tombak yang menjalankan seluruh tahapan proses mulai dari produksi, distribusi, sampai dengan penjualan Aslami (2022). Tidak hanya SDM saja namun harus didukung dengan adanya pengetahuan yang mapan.

Perusahaan perlu memahami tentang fenomena dan pengembangan strategi transformasi digital, sementara afinitas digital dan eksperimen dengan teknologi digital sudah lazim di perusahaan, transformasi yang direncanakan secara strategis dan penggunaan analitik data canggih dalam proses bisnis kurang umum. Transformasi digital adalah perubahan yang disebabkan oleh teknologi di banyak tingkatan dalam organisasi yang mencakup eksploitasi teknologi digital untuk meningkatkan proses yang ada, dan eksplorasi inovasi digital, yang berpotensi mengubah model bisnis Munawar (2021). Teknologi telah mempermudah segala proses promosi dengan baik dan cepat dengan menggunakan beberapa media massa seperti, brosur, koran, majalah, maupun media lainnya seperti handphone, komputer, faksimilie, dan lain-lain. Kebanyakan dari badan usaha yang masih tergolong UMKM masih mempertahankan promosi secara manual atau hanya dari mulut ke mulut dan mengabaikan promosi lewat media sosial atau metode promosi lainnya yang akan membutuhkan biaya Julia (2022).

Fenomena sebelumnya ketika Covid-19 berdasarkan data dari kementerian koperasi yang memaparkan bahwa 1.785 dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (Antara, Mei 2020), Sektor UMKM yang paling berdampak yakni makanan dan minuman (Fatma, 2022). Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada

pandemi Covid-19, pada usaha UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi, di samping itu UMKM merupakan teknis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB suatu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0 Royyana (2018). Maka adanya Digitalisasi yaitu kunci penting dalam peningkatan produktivitas, adanya dengan membangun teknologi digital seperti remote sensors, intelligent machine, big data, dan real time communication yang menjadi efisiensi proses, kualitas produk dan layanan, optimalisasi alokasi sumber daya dapat mengurangi waktu proses menjadi lebih efisien dan cepat, operasional menjadi ramping, dan kepuasan pelanggan semakin meningkat Robin.(2021).

Penelitian lain menemukan bahwa kerangka kerja yang mereka buat sudah tidak asing lagi bagi pemilik UMKM atau manajer, dan berkontribusi pada pemahaman yang komprehensif tentang tantangan dan potensi digital Silvi (2019), Dijelaskan pada penelitian selanjutnya bahwa Penerapan e-bisnis di unit sebenarnya dapat menyebabkan untung atau rugi untuk unit bisnis yang bersangkutan, kondisi ini menunjukkan bahwa bisnis digital telah menjadi bisnis yang memiliki dampak besar dalam mendukung kewirausahaan yang mengarah pada model dan format yang jauh lebih fleksibel dan mudah diakses oleh semua segmen konsumen dimanapun mereka berada Robianto (2020), Putri dkk(2021). Teknologi telah mempermudah segala proses promosi dengan baik dan cepat dengan menggunakan beberapa media massa seperti, brosur, koran, majalah, maupun media lainnya seperti handphone, komputer, faximilie, dan lain-lain Salim(2020) (Fahemi, 2019).

SMAS Tanwirul Hijah menjadi target selanjutnya karena untuk memberikan pemahaman kepada siswa terkait bagaimana mereka membuka usaha sambil sekolah yang mana kami akan menerapkan pengetahuan dan pemahaman digital bisnis yang sederhana untuk meningkatkan pemasaran di era digital ini. Dengan cara memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap siswa-siswi di SAMS Tanwirul Hijah.

Pada era sekarang masih banyak setelah lulus dari SMA/SMK/MA yang masih belum mempunyai pekerjaan dikarenakan pada saat ini banyak pekerjaan yang ditawarkan lebih sedikit dibandingkan dengan calon pekerja yang ingin berkerja. Oleh karena itu akan menimbulkan banyaknya pengangguran. Pada dasarnya mereka yang telah lulus dari SMA/SMK/MA yang mereka inginkan adalah memasuki dunia kerja yang telah disediakan, sementara itu pada kenyataannya lowongan pekerjaan tak sebanyak lulusan dari bangku pendidikan. Dengan demikian akan menyebabkan banyaknya persaingan yang akan memperebutkan ketersediaan lowongan pekerjaan yang terbatas tersebut. Hal tersebut seharusnya memicu semangat para siswa untuk berwirausaha. Oleh karena itu generasi muda harus diberikan terobosan terkait dengan bagaimana berwirausaha yang baik di era digital saat ini.

## 2. METODE

Metode yang ditawarkan pada kegiatan PKM ini dilaksanakan berdasarkan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan para siswa-siswi muda, adapun hal yang akan diaplikasikan dalam meningkatkan pengetahuan yaitu dengan diadakannya pelatihan dan pendampingan tentang menjadi digital marketing yang handal. Pelaksanaan kegiatan akan dilakukan di SAMS Tanwirul Hijah Jl. Kalimas Cangkreg, Cangkreg, Kec. Lenteng, Kab. Sumenep Prov. Jawa Timur yang akan dilaksanakan dari bulan Juli – Desember 2023, sasaran dari kegiatan pelaksanaan PKM ini yaitu para siswa-siswi muda di SAMS Tanwirul Hijah yang terdiri dari siswa-siswi

Evaluasi dalam kegiatan PKM ini perlu dilakukan untuk menjadi monitor sejauh mana perkembangan dari pemahaman terkait tentang digital marketing, hal ini dapat dilihat dari kemampuan para siswa muda dari digital marketingnya dengan menguasai empat dimensi yaitu Cost, Incentive Program, Site design dan Interactive, sehingga hal tersebut diharapkan bisa menjadi ujung tombak penjualan online di era digital.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Kegiatan PkM ini berdasarkan analisis situasi maka ditemukan masalah pokok mitra. permasalahan rangkap jabatan dan minimnya pengetahuan digital marketing menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam penguatan digital marketing pada wirakoperasi muda di wiraraja mart kabupaten sumenep sehingga diharapkan nantinya para siswa-siswi muda di SAMS Tanwirul Hijah bisa menjadi ujung tombak penjualan. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu :

a. Pertemuan Lintas Sektoral

Pertemuan Lintas sektoral dengan pimpinan sekolah. Pertemuan dilakukan pada bulan Mei 2023 bertempat di rumah kepala sekolah. Pertemuan difokuskan pada masalah kewirusahaan dan keorganisasiandi sekolah.

b. Pertemuan Para Siswa dan Pemuda Karangtaruna

Pertemuan para siswa-siswi muda di SAMS Tanwirul Hijah dan karangtaruna yang dilakukan pada bulan Juni 2023. Pertemuan tersebut membahas hasil temuan masalah yang dibahas bersama dengan kepala sekolah. Selain itu dilakukan direncanakan untuk melakukan pelatihan dan praktek terkait tentang penguatan digital marketing.

c. Persiapan Alat dan Materi

Persiapan materi dan alat peraga pelatihan dilakukan pada bulan Juli –Agustus 2023 bertempat di sekolah. Dalam tahap ini maka koordinator beserta anggota tim telah menyusun satuan acara pemberi materi, pelatihan dan praktek, serta disiapkan materi penyuluhan tentang Marketing Digital dan Organisasi. Selain itu tim mempersiapkan alat-alat yang diperlukan.

d. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online dilaksanakan pada bulan September 2023 bertempat di SAMS Tanwirul Hijah. Kegiatan diawali dari pengarahan dari koordianator penyuluhan kepada anggota tim. Kegiatan berupa pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan organisasi dilanjutkan kegiatan diskusi dan tanya jawab.

e. Monitoring dan Evaluasi

Setelah dilakukan proses pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Organisasi kemudian dilakukan evaluasi berupa pendampingan kepada para para siswa-siswi muda di SAMS Tanwirul Hijah dengan pemuda karangtaruna dalam promosi penjual prodak umkm atau prodak sendiri yang ada.



Gambar 1. Pelatihan dan Pembahasan Digital Marketing

Pengabdian kepada masyarakat merupakan usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Mitra yang bergerak di bidang pendidikan untuk meningkatkan softskill dan pengetahuan siswa dalam dunia bisnis, SMAS TANWIRUL HIJAH di Kabupaten Sumenep sehingga diharapkan nantinya siswa-siswi muda bisa menerapkan dan menambah wawasan tentang kewirusahaan di era digital. Solusi permasalahan yang dihadapi mitra, maka PKM akan melakukan training dan pelatihan dalam pentingnya berwirausaha di era digital hingga terbentuk ekstrakurikuler kewirusahaan kepada siswa siswi muda di SAMS TANWIRUL HIJAH untuk membantu dalam kepengurusan sehingga minim dalam

pembiayaan, dan pelatihan kewirausahaan digital marketing untuk menjadi ujung tombak dalam pemasaran.

Hal tersebut telah diupayakan mendapatkan solusi Digital Marketing atau biasa disebut dengan pemasaran digital merupakan aktivitas promosi baik untuk produk atau merek (Brand) yang menggunakan media elektronik (digital), Untuk mengatasi hal tersebut maka diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan terkait tentang menjadi seorang digital marketer untuk mendorong kemajuan dan peningkatan promosi di dunia digital.



Gambar 2. Foto bersama dengan dewan guru dan siswa

Berdasarkan hasil observasi awal tersebut permasalahan yang kami dapatkan pertama, terkait minimnya pelatihan dan pengetahuan dari siswa dalam dunia digital marketing.

Adapun solusi yang dilakukan untuk Memberikan training tentang pentingnya dalam melakukan pemberian training dan pendampingan. Pelatihan terstruktur tentang digital marketing untuk menjadi ujung tombak dalam pemasaran khususnya di dalam dunia digital, Mitra akan melakukan evaluasi mendapatkan pelatihan terkait digital marketing, membuka toko online di marketplace dan membuka usaha baru di sekolah.

#### 4.KESIMPULAN

PKM memberikan solusi untuk meningkatkan pengetahuan siswa dengan training tentang pentingnya dalam melakukan pemberian training dan pendampingan. Pelatihan terstruktur tentang digital marketing untuk menjadi ujung tombak dalam pemasaran khususnya di dalam dunia digital, Mitra akan melakukan evaluasi mendapatkan pelatihan terkait digital marketing, membuka toko online di marketplace dan membuka usaha baru di sekolah.

Potensi keberlanjutan berdasarkan solusi yang dilakukan untuk memberikan training tentang digital marketing dan pentingnya manajemen organisasi dalam bisnis pemula. Memberikan training dan pendampingan hingga terbentuk kewirausahaan untuk membantu dalam pembuatan para prodak baru dan pemasaran online.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fahemi, I., Fachruddiin, R., Silvi, V., (2019), Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Digital Bisnis (Sebuah Kajian Literatur Studi), 1(1). 71-75.
- Fatma, D. A., Julia, R., (2022), Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. SENAKOTA (Seminar Nasional Ekonomi dan Akuntansi).
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., Dede. (2022), Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital. JFBD (Journal of Finance and Business Digital), vol.1 No. 3, 237-250
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). Penyuluhan Arti Pentingnya Merk Dagang. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 2(1), 66.  
<https://doi.org/10.31764/jmm.v2i1.1350>

- Marfuin, M., Robin., (2021), Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). CoMBInES (Conference on Management, Business, Inovation, Education and Social Science), vol.1 No.1.
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., Munawar, Z., (2021), Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. Jurnal Administrasi Bisnis, vol.7 No. 1.
- Rahmadyah, N., Aslami, N.(2022). Strategi Manajemen Perubahan Perusahaan Di Era Transformasi Digital. 2(1). 91-96.,
- Royyana, A., (2018), Strategi Transformasi Digital pada PT. Kimia Farma (Persero) Tbk. vol.3 No.3, 15-32.
- Salim, E., Hendri, H., Robianto, R., (2020), Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja Dalam Menghadapi Era Digital Pada UMKM Café Tirtasari Kota Padang. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), vol.4 No. 1, 10-17.
- Sari, S. P. (2020),Stategi Meningkatkan Penjualan Era Di Digital. vol.3 no. 3