

Pelatihan Bisnis Berbasis Smartphone pada Komunitas Keputih Surabaya

Banu Prasetyo, Lienggar Rahadiantino, Tony Hanoraga, Edy Subali, Enie Hendrajati,
dan Dyah Satya Yoga Agustin

Departemen Studi Pembangunan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya

Email:

bp.signora@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan dunia yang begitu cepat menuntut manusia untuk memiliki kemampuan yang adaptif agar mampu untuk bertahan di tengah perkembangan digital. Di dalam dunia bisnis, jumlah wirausaha Indonesia dinilai masih rendah. Hal itu disebabkan karena mentalitas masyarakat yang tidak memiliki jiwa wirausaha. Oleh karena itu, Tim Pengabdian Departemen Studi Pembangunan ITS melakukan pengabdian masyarakat dengan tujuan menciptakan dan menumbuhkan minat wirausaha berbasis online pada komunitas pemuda Karang Taruna RT 3 RW 3 Kelurahan Keputih. Kegiatan ini menggunakan metode Focus Group Discussion (FGD), pemantauan serta evaluasi hasil kegiatan untuk mengamati bagaimana perubahan perilaku pemuda karang taruna dalam mengembangkan bisnis online. Pola bisnis yang diterapkan, yakni bisnis penjualan pulsa secara online. Selama durasi pengabdian yang dilakukan pada bulan Juli – September, tim pengabdian mendapatkan gambaran bagaimana perilaku bisnis di kalangan pemuda Karang Taruna, Kelurahan Keputih. Melalui berbagai kegiatan yang telah dilakukan, kami menemukan minat berjualan pulsa secara online terjadi pada pemuda yang belum menikah dan memiliki pengeluaran rumah tangga lebih dari Rp 1.000.000,00. Oleh karena itu, pelatihan bisnis online ini tepat sasaran karena ditargetkan kepada pemuda yang lebih akrab dengan teknologi dan berkeinginan meningkatkan pendapatannya.

Kata Kunci: wirausaha, bisnis, online, keputih, mentalitas.

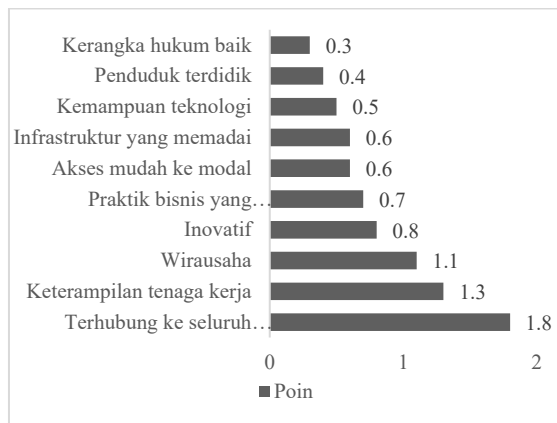
PENDAHULUAN

Instruksi Perkembangan dunia yang semakin cepat menuntut orang untuk selalu adaptif. Adaptif tidak hanya diartikan untuk bertahan hidup saja, namun juga dapat berinovasi dengan memanfaatkan potensi yang ada pada dirinya (Simarmata et al., 2018). Apalagi setelah munculnya internet sebagai media informasi online dapat memberikan manfaat yang besar bagi kehidupan masyarakat, baik pada bidang pendidikan, sarana komunikasi, maupun pengembangan usaha. Selama masa pandemi Covid-19, peran media online sangat diperlukan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis yang dijalankan. Kemudahan akses, serta biaya yang murah mendorong masyarakat untuk memaksimalkan manfaat yang dimiliki (Mahedy, 2016).

Perkembangan media online yang pesat ternyata belum dimanfaatkan maksimal oleh masyarakat Indonesia, terutama pada kewirausahaan di bidang industri. Hal ini ditunjukkan oleh data dari U.S News and World Report Tahun 2019 melaporkan bahwa Indonesia masih

Indonesia menempati peringkat 50 dari 80 negara yang mengikuti survey. Pada tingkat Asia Tenggara (ASEAN), Indonesia berada pada peringkat kedua terendah bersama dengan Philipina dari keseluruhan tujuh negara. Dalam data tersebut, terdapat 10 indikator yang menjadi penilaian dalam bidang kewirausahaan di Indonesia. Indikator tersebut dapat dilihat berikut pada Gambar 1.

Indikator ini memberikan informasi perilaku kewirausahaan di Indonesia, sehingga diharapkan mampu menciptakan peluang usaha bagi masyarakat. Sekecil apapun bentuk usaha yang dilakukan, diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama selama masa pandemi Covid-19. Pelaku usaha mampu menjadi penggerak ekonomi masyarakat, terutama masyarakat ekonomi menengah dan bawah. Untuk mempertahankan bisnis yang dijalankan, pelaku usaha dituntut menerapkan berbagai strategi untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan dapat menjangkau konsumen lebih banyak (Mahedy, 2016). Tanpa didukung strategi pemasaran yang tepat, pelaku usaha dapat dipastikan tidak mampu berkembang di era



Gambar 1. Indikator Kewirausahaan di Indonesia

Industri saat ini. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan untuk mendukung perkembangan usaha di masyarakat dengan mendorong pemanfaatan media online sebagai sarana promosi dan pemasaran produk yang dijual.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini, tim pengabdian akan memanfaatkan media online sebagai sarana pemasaran dan media transaksi produk. Target utama kegiatan pengabdian adalah pemuda Karang Taruna, Kelurahan Keputih, Surabaya. Kegiatan utama yang dilakukan, yakni memberikan pelatihan bisnis secara online. Hal ini dilakukan karena dalam kegiatan pemasaran, kemudahan akses media sosial menjadi peluang utama bagi pengusaha untuk membuka peluang baru.

Menyikapi masa pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia, banyak pengelola usaha mulai beralih bentuk promosi dan pemasaran menggunakan media online. Oleh karena itu, penting bagi target pelatihan untuk mencoba strategi ini untuk memulai usaha atau melanjutkan usaha yang mereka miliki. Terbatasnya kemampuan berinteraksi dengan sesama dapat mendorong pemanfaatan teknologi menjadi lebih maksimal, terutama dalam meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat.

LANDASAN TEORI

Digital marketing merupakan bentuk pemasaran, dimana pesan dikirim menggunakan media yang bergantung pada transmisi digital (Bird, 2007). Pelaku dapat saling berkirim informasi tanpa harus saling bertatap muka. Dari banyak tokoh mengemukakan perubahan pola perilaku yang terjadi akibat perkembangan teknologi membawa manfaat signifikan pada kehidupan manusia, terutama dalam segi berwirausaha. Keuntungan penggunaan internet dianggap memberikan kemudahan dari segi biaya transaksi yang lebih murah, cepat, dan efisien (Morris, 2009).

Meskipun pada kenyataannya, pemasaran menggunakan media online bukan sekedar memahami penggunaan teknologi, melainkan memahami bagaimana keterlibatan setiap pihak dalam kegiatan transaksi.

Penggunaan media online juga mendorong orang lebih komunikatif dalam mengkomunikasikan produknya untuk menarik konsumen untuk membeli. Keadaan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara tergantung bagaimana cara berkomunikasi pelaku usaha.

Dimensi digital marketing dapat dibedakan menjadi beberapa, seperti website, optimasi mesin pencari, periklanan berbayar, pemasaran afiliasi dan kemitraan, email, manajemen hubungan konsumen, serta jejaring sosial (Ryan & Jones, 2005). Namun, pada kondisi saat ini kebanyakan orang lebih memilih menggunakan jejaring sosial sebagai cara pemasaran digital, karena dianggap lebih efisien dari segi waktu dan cara berkomunikasi dengan konsumen.

Dari upaya yang dilakukan, pelaku usaha harus memiliki strategi bisnis dalam menggunakan strategi media online. Dalam membangun awareness, pelaku usaha perlu menentukan media marketing yang akan digunakan, perencanaan pesan, dan menentukan teknik bauran pemasaran yang akan digunakan (Susanti, 2020). Beberapa upaya telah dilakukan dalam meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam digital marketing. Partisipasi pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha telah dianggap memiliki dampak positif bagi keberlanjutan usaha. Pemberian materi dan strategi usaha juga menjadi jembatan dalam mencari peluang usaha yang mudah dilakukan oleh masyarakat. Kegiatan melalui workshop, dalam bentuk pemberian materi, diskusi, pemberian modal awal, praktik dan evaluasi usaha diharapkan dapat mendorong dalam memahami pentingnya penggunaan media online dalam meningkatkan daya saing usaha (Widyaningrum & Bharata, 2017).

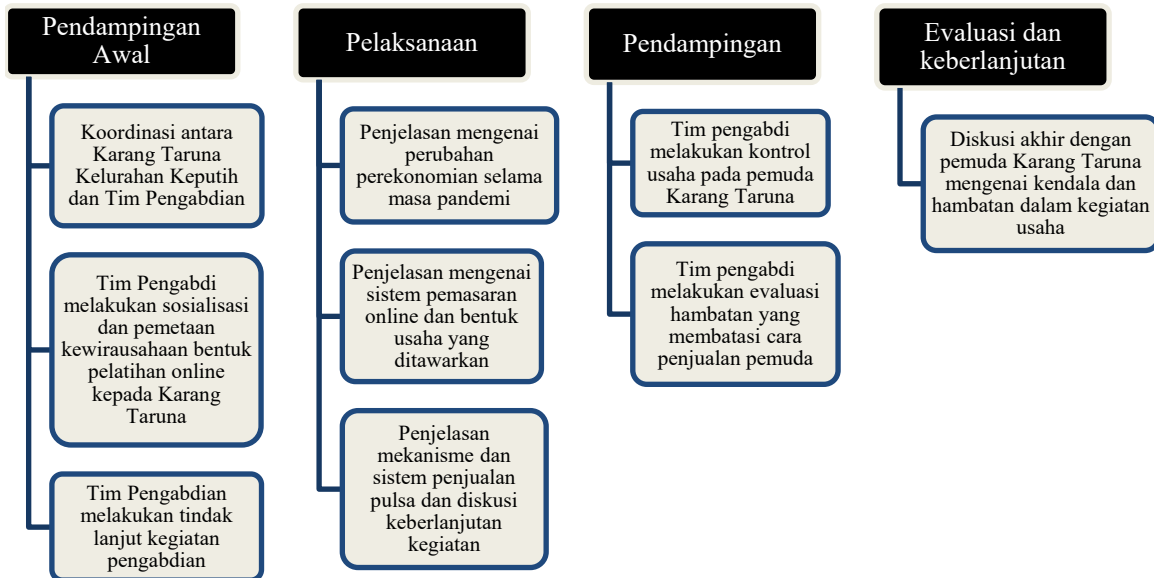
STRATEGI PELAKSANAAN

Pengabdian kali ini akan dilaksanakan dengan target peserta berasal dari wilayah Karang Taruna Kelurahan Keputih. Kegiatan ini didasarkan pada roadmap Pusat Kajian Kebijakan Publik Bisnis dan Industri (PKKPBI) yang bertujuan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis pada komunitas. Berdasar pada roadmap tersebut, tahun 2020 ini diharapkan mampu memberi model bagi penguatan teknologi untuk memberdayakan komunitas di sekitar ITS agar dapat merintis usahanya.

Kegiatan abmas ini akan dilakukan pada dua kegiatan utama, yakni pelatihan dan pendampingan. Adapun bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan adalah Pelatihan bisnis online melalui smartphone. Detail kegiatan akan dijabarkan Gambar 2.

Pendampingan Awal

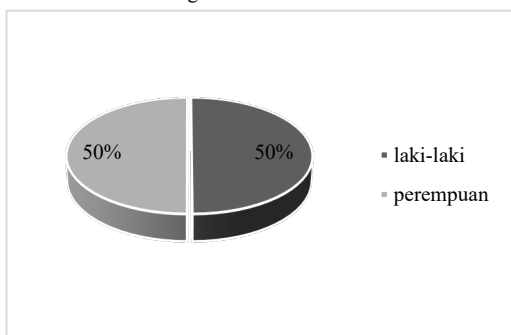
Kegiatan pendampingan awal dilakukan melalui koordinasi dengan pemuda Karang Taruna di Kelurahan Keputih sebagai target peserta mengenai jenis pekerjaan dan kegiatan harian yang mereka lakukan. Selanjutnya,



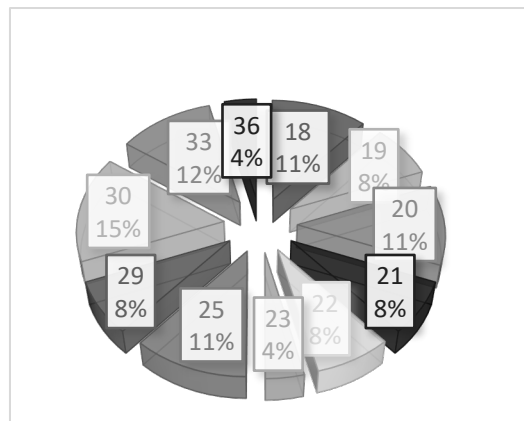
Gambar 2. Alur Kegiatan Pengabdian.



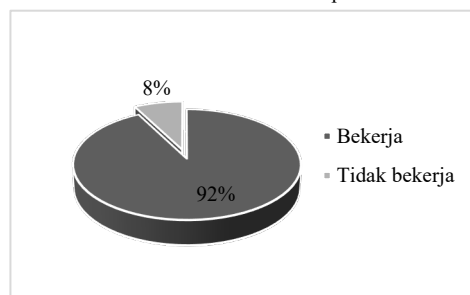
Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Bisnis Online.



Gambar 4. Jenis Kelamin Partisipan



Gambar 5. Usia Partisipan



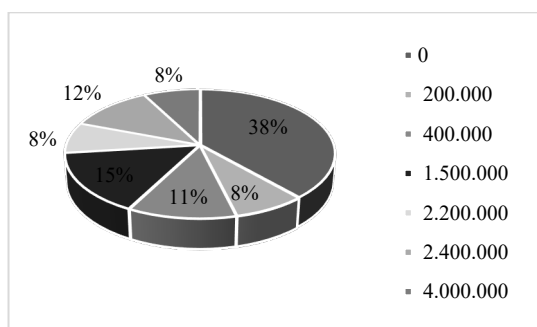
Gambar 6. Status Pekerjaan Partisipan

tim pengabdian sosialisasi bentuk pelatihan online yang akan dilakukan, serta memberikan informasi kepada pemuda Karang Taruna yang terlibat untuk mengikuti serangkaian acara yang dilakukan. Tim pengabdian juga melakukan survey secara online dengan menggunakan kuesioner untuk memetakan indikator kewirausahaan calon peserta pelatihan. Hasil survey ini nantinya dapat dijadikan sebagai skala indikator yang digunakan untuk melihat kecenderungan pemuda Karang Taruna dalam merespon perubahan ekonomi selama masa pandemi. Tahapan terakhir, tim pengabdian melakukan tindak lanjut kepada

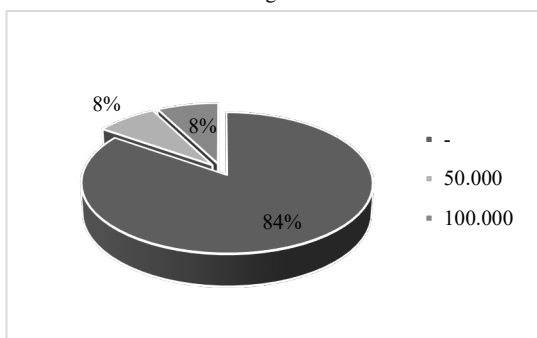
peserta untuk memastikan kehadiran dan partisipasi pada kegiatan pelatihan melalui media komunikasi online.

Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan online berbasis smartphone dalam mendukung strategi pemasaran bentuk usaha yang diberikan kepada peserta pelatihan dilakukan dengan beberapa tahapan.



Gambar 7. Jumlah Penghasilan Sebulan Terakhir



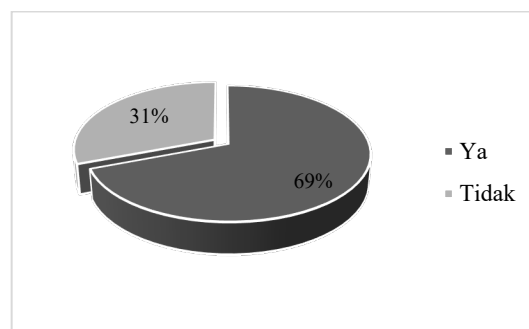
Gambar 8. Jumlah Penghasilan Tambahan

Tahap pelaksanaan awal dilakukan pemaparan materi mengenai dampak pandemi terhadap perubahan ekonomi industri dan rumah tangga. Pada bagian kedua pemberian materi mengenai strategi bisnis online dan bentuk usaha yang mudah dilakukan selama masa pandemi, terutama dalam menyikapi segala kegiatan yang berbasis digital, baik dari segi pendidikan maupun pekerjaan. Pemateri memberikan penjelasan mengenai mekanisme berjualan online, yaitu bisnis pulsa digital yang dapat dilakukan secara mudah dan murah. Tahapan terakhir berupa tanya jawab terkait topik yang diberikan dan diskusi bagaimana cara praktek bisnis yang tepat.

Kegiatan pelatihan sendiri dilakukan secara online menggunakan Zoom Meeting pada 19 Agustus 2020 hingga 20 September 2020. Pengabdian ini dilakukan oleh 6 Dosen dari Departemen Studi Pembangunan ITS dengan melibatkan mahasiswa. Kegiatan diikuti oleh 26 peserta yang tergabung dalam Karang Taruna Kelurahan Keputih, Surabaya dan bersifat gratis bagi peserta.

Pendampingan

Selama satu bulan kegiatan berlangsung, tim pengabdian melakukan pendampingan dan melakukan evaluasi berkala terkait target dan capaian keberhasilan yang dilakukan oleh peserta pelatihan. Tahapan ini dilakukan bertujuan untuk mengontrol capaian indikator kewirausahaan dan minat bisnis peserta. Untuk mendukung capaian ini, tim pengabdian memberikan modal sebesar Rp 100.000,00 dan akan mengevaluasi setiap pekan terkait hasil yang diperoleh dan hambatan yang dihadapi selama proses kegiatan usaha berlangsung. Bagian ini juga menjadi simulasi peserta pelatihan untuk



Gambar 9. Respon Terhadap Kegiatan Bisnis yang Dilakukan

berlatih berwirausaha online, serta mempraktekkan teori yang telah diberikan selama pelatihan berlangsung. Bentuk evaluasi dilakukan secara online, yakni menggunakan Zoom Meeting setiap akhir pekan dan melakukan komunikasi langsung dengan peserta secara online menggunakan Whatsapp. Selama proses pendampingan, tim pengabdian benar-benar memastikan keberhasilan program. Indikator keberhasilan tidak hanya dilihat dari perubahan pendapatan peserta, melainkan pula perubahan jumlah pengeluaran konsumsi tiap minggunya.

Evaluasi Keberlanjutan

Kegiatan terakhir dari pengabdian masyarakat ini berupa evaluasi pencapaian kegiatan usaha online yang telah dilakukan oleh peserta pelatihan. Sebagian besar peserta mengakui bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat karena dapat menambah pendapatan mereka selama masa pandemi, terutama bagi pemuda Karang Taruna yang belum bekerja. Peserta menghimbau agar adanya keberlanjutan bentuk pelatihan bisnis online menggunakan smartphone pada bentuk usaha yang berbeda agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama di Kelurahan Keputih, Sukolilo, Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi bisnis online pada dasarnya mempertimbangkan tiga pilar penting, yakni *segmenting* (segmentasi pasar), *targeting* (penetapan target pasar), dan *positioning* (penetapan posisi konsumen di pasar) (Kotler, 2012). Segmentasi pasar ditujukan dengan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang akan membeli produk yang ditawarkan. Targeting merupakan tindakan mengamati daya tarik setiap segmen pasar dan memilih salah satu atau beberapa untuk dimasuki. Sementara, penetapan posisi ditujukan untuk menempatkan posisi produk agar mampu bersaing dan berada pada bauran pemasaran yang tepat. Pada kegiatan sosialisasi bisnis, selain pemberian materi dan strategi pemasaran, peserta juga diminta memetakan produk yang menjadi kebutuhan selama masa pandemi ini. Dari hasil diskusi, ditemukan bahwa internet menjadi hal yang paling dibutuhkan, terutama dalam mendukung kegiatan pembelajaran online dan pekerjaan lainnya. Oleh karena

itu, tim pengabdian memutuskan untuk memberikan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan mengenai cara berjualan pulsa secara online kepada peserta.

Gambar 2. merupakan pemuda Karang Taruna yang menjadi peserta pelatihan bisnis online. Jumlah partisipan berjumlah 26 orang yang terdiri dari usia 19 – 36 tahun. Jenis kelamin peserta terdiri dari 50% pria dan 50% wanita yang tersebar dari berbagai usia. Proporsi ini terdiri dari 13 peserta pria dan 13 partisipan wanita yang aktif dalam kepengurusan Karang Taruna di Kelurahan Keputih.

Pengurus Karang Taruna tidak hanya dikhususkan bagi anak muda saja, namun banyak pengurus aktif yang sudah dewasa dan bekerja. Seperti yang tampak pada Gambar 5, pengurus berasal dari usia yang beragam antara 18 – 36 tahun. Proporsi peserta terbanyak berasal dari usia 30 tahun, sedangkan proporsi terendah, yakni usia 23 tahun.

Gambar 6 merupakan hasil survey yang telah dilakukan sebelum tim pengabdian melakukan sosialisasi, diketahui bahwa 92% peserta berstatus bekerja dan sisanya tidak bekerja. Peserta mengakui bahwa selain bekerja, mereka juga masih berstatus sebagai mahasiswa di beberapa Perguruan Tinggi di Surabaya. Sementara bagi yang bekerja, mereka mengaku bekerja di lingkungan sekitar Kampus ITS.

Penghasilan peserta lebih beragam, Gambar 7 menunjukkan sebanyak 38% menyatakan penghasilan perbulan sebesar Rp 0.00. Selanjutnya, sebesar 15% partisipan mengaku berpenghasilan Rp 1.500.000,00 dan sebesar 12% berpenghasilan Rp 2.400.00,00. Sebanyak 38% mengindikasikan bahwa mereka belum bekerja.

Dari hasil pengabdian masyarakat selama kurang lebih 1 bulan Agustus – September 2020 maka didapati adanya peningkatan wirausaha yang dilakukan oleh Pemuda Karang Taruna Keputih. Dapat dilihat bahwa pada Gambar 8, sebelum pemberian pelatihan penjualan pulsa, diketahui bahwa sebagian besar peserta belum memiliki penghasilan tambahan. Sebesar 84% peserta mengaku tidak memiliki penghasilan tambahan. Selanjutnya, sebanyak 8% partisipan mengaku memiliki penghasilan tambahan selama satu bulan terakhir sebesar Rp 50.000,00 dan Rp 100.000,00. Namun, perubahan tambahan penghasilan terjadi setelah peserta mengikuti pelatihan ini. Hal ini dapat dilihat pada perubahan pengasilan yang diterima peserta setelah melakukan bisnis pulsa.

Hasil evaluasi menunjukkan laporan perubahan penghasilan tambahan yang diterima oleh peserta. Dari Gambar di atas, diketahui jumlah penghasilan tambahan tertinggi selama 3 minggu terakhir dari bisnis pulsa sebesar Rp 100.000,00 sebesar 46%. Kedua, jumlah tambahan penghasilan sebesar Rp 50.000,00 sebesar 39% dan sisanya sebesar Rp 150.000,00.

Tim pengabdian selanjutnya menganalisis respon peserta terkait dengan kegiatan pelatihan dan modal usaha yang diberikan. Seluruh peserta sangat mendukung kegiatan pelatihan bisnis pulsa yang telah dilakukan. Beberapa

alasan yang diberikan, antara lain karena sangat membantu memulai usaha baru, terutama membantu kalangan ekonomi bawah. Mereka berasumsi bahwa kegiatan bisnis dapat dilakukan dengan modal sedikit. Selanjutnya, pelatihan ini juga memberikan pengaruh positif bagi pemula karena dapat membantu perekonomian keluarga selama masa pandemi Covid-19.

Dalam pelaksanaan, sebanyak 69% merasa pelatihan mudah dalam melakukan kegiatan bisnis pulsa. Namun, masih ada beberapa partisipan yang mengaku bisnis ini tidak mudah untuk dilakukan. Beberapa hal yang melatarbelakangi kendala dalam menjalankan bisnis pulsa, antara lain penduduk di wilayah keputih sebagian besar tertuju kepada pendatang, sedangkan apabila memusatkan warga sekitar saja tidak efektif. Sementara itu, peserta mengeluhkan jika banyaknya pesaing yang melakukan bisnis sejenis. Masalah lain yang dihadapi, yakni sulitnya mencari jaringan. Peserta mengatakan bahwa mencari downline yang banyak dan sulit bersosialisasi dengan orang lain. Dari Gambar 9, diketahui bahwa sebanyak 11% responden menyatakan baru memulai bisnis pulsa, sementara 19% lainnya menyatakan belum mulai. Proporsi ini sangat dipengaruhi dari kendala yang dilaporkan selama proses evaluasi pelatihan dilakukan. Meskipun demikian, peserta merasa bahwa pelatihan ini memberikan manfaat bagi mereka dalam segi penghasilan.

KESIMPULAN

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat menghasilkan pelatihan dan sosialisasi bisnis online dengan memanfaatkan smartphone pemuda Karang Taruna, Kelurahan Keputih, Surabaya. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha dalam menyikapi perubahan kondisi masyarakat selama masa pandemi Covid-19. Selama satu bulan kegiatan berlangsung, peserta pengabdian mengaku bahwa kegiatan pelatihan ini sangat bermanfaat karena tim pengabdian memberikan strategi bagaimana cara meningkatkan pendapatan mereka. Setelah strategi dilakukan, pendapatan peserta mengalami peningkatan meskipun hasil tidak signifikan. Namun, kegiatan ini masih memiliki hambatan karena benruk pelatihan dilakukan secara online, sehingga membatasi interaksi antara tim pengabdian dengan peserta pelatihan. Kegiatan ini cukup berhasil dalam mendorong kemampuan berwirausaha peserta, meskipun perlu adanya konsistensi dan semangat agar hasil yang diperoleh lebih maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini didukung oleh Departemen Studi Pembangunan Institut Sepuluh Nopember dan juga partisipasi Karang Taruna Keputih Surabaya melalui Dana Departemen Studi Pembangunan ITS Tahun 2020 sesuai dengan syarat pelaksanaan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bird, D. (2007). Commonsense Direct & Digital Marketing. In Digital Marketing.
- Kotler, P. (2012). Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Pearson Education International.
- Mahedy, K. S. (2016). PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA PEMASARAN HASIL PRODUKSI BAGI ASOSIASI PENGRAJIN INDUSTRI KECIL (APIK) KABUPATEN. 389–398.
- Morris, N. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*. <https://doi.org/10.1057/ddmp.2009.7>
- Ryan, D., & Jones, C. (2005). Going digital – the evolution of marketing. In *Understanding Digital Marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*.
- Simarmata, J., Feriyansyah., Iqbal, M., Nasution, I. N., & Limbong, T. (2018). Tren dan Aplikasi: Strategi dan Inovasi Dalam Pembelajaran (Issue July).
- Susanti, E. (2020). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI PADA UMKM DI DESA SAYANG KECAMATAN JATINANGOR. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Widyaningrum, P. W., & Bharata, W. (2017). Workshop Internet dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Kelompok Pengusaha Muda Ponorogo. *Adimas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.24269/adi.v1i1.410>