

PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN BAGI PELAKU WIRAUSAHA

Elyzabeth Wijaya, Susanto, Bestadrian Prawiro Theng, Agus Susanto, Jung Sen

Institut Bisnis Informasi Teknologi Dan Bisnis

ABSTRAK

Pengabdian Masyarakat dapat terlaksana yang merupakan salah satu unsur Tridarma Perguruan Tinggi. Penyuluhan masyarakat dengan tema “ Pendampingan Kewirausahaan Bagi Mahasiswa Pelaku Wirausaha”, di sampaikan pada pelaku bisnis pemula mahasiswa-mahasiswi dan masyarakat umum di lingkungan Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam perkembangannya menunjukkan kecenderungan yang dinamis, termasuk yang biaya pelaksanaannya ditanggung oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman terus mengalami perkembangan yang positif, sehingga diharapkan dapat memberikan motivasi kepada rekan-rekan dosen dalam mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Sebagai salah satu kewajiban akademik yang bersifat penerapan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, kegiatan sebagai narasumber atau penyuluhan ke masyarakat yang telah dilaksanakan diharapkan dapat bermanfaat bagi kemaslahatan masyarakat.

Kata Kunci : *pendampingan, wirausaha, mahasiswa*

PERMASALAHAN MITRA

Melahirkan pengusaha baru masih terus menjadi program dari pemerintah. Dengan banyaknya lahirnya pengusaha baru maka ekonomi akan menunjukkan pergerakannya yang dapat memajukan perbaikan ekonomi. Hal ini secara tidak langsung memberikan ketahanan pada masyarakat dari lingkungan yang kecil hingga lingkungan yang besar. Gerakan ekonomi kerakyatan yang didengungkan dan digalakkan oleh pemerintah menjadi salah satu solusi didalam meningkatkan perekonomian dimasyarakat dan nantinya akan mendorong ekonomi negara kita. Gerakan menciptakan kewirausahaan terutama pada usia muda akan menciptakan kemandirian dan dapat membuka lapangan pekerjaan. David Melelland, seorang ilmuwan terkemuka dari Amerika Serikat menyatakan bahwa suatu negara dapat dikatakan makmur apabila memiliki jumlah wirausahawan sebanyak 2% dari jumlah populasi penduduknya. Walaupun saat ini jumlah prosentase wirausahawan di Indonesia sudah diatas 2% yaitu pada angka 3,1 % dari jumlah populasi penduduknya namun hasilnya belum sesuai harapan dan masih dibawah dari negara tetangga (Malaysia sudah 5 %, Singapura 7 %). Dengan demikian masih perlu memperbesar terbentuknya wirausahawan – wirausahawan lainnya yang dapat diandalkan sebagai penopang ekonomi pelakunya dan orang lainnya yang bekerjasama.

SOLUSI PERMASALAHAN MITRA

Kegiatan Pendampingan kewirausahaan bagi peserta pelatihan inovasi bisnis yang bernaung di Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis sebagai upaya tindak lanjut dari pelatihan inovasi bisnis yang diisi oleh beberapa nara sumber. Peserta baik yang akan memulai maupun yang sudah berjalan sebagai pengusaha. Dengan menyediakan waktu untuk melakukan konsul dan mendiagnosa dari beberapa kondisi yang dilakukan oleh peserta pelatihan. Output yang didapat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah :

1. Para peserta memang berkeinginan menjadi pengusaha di sekitar Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis
2. Para peserta memahami mengenai menjadi pengusaha
3. Untuk tindak lanjut dari konsultasi adalah pengisian form perkembangan.

Sedangkan outcomes yang didapat diantaranya adalah:

1. Para peserta dapat berkomunikasi dan menyampaikan perkembangan, kendala serta mendapatkan feedback dari pendamping.
2. Lebih jauh, diharapkan kegiatan-kegiatan serupa dapat berdampak pada peningkatan kesadaran masyarakat khususnya para mahasiswa dapat menciptakan usaha sehingga dapat menciptakan lapangan kerja dengan sendirinya.

METODE PENDEKATAN YANG DITAWARKAN

Kegiatan pendampingan bagi peserta pelatihan yang tergabung di Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis dilaksanakan bulan Mei 2024, bertempat di ruang konsultasi di Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis Kegiatan ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut :

1. Persiapan kegiatan meliputi :
 - a. Pembuatan jadwal konsultasi dari Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis kepada para peserta
 - b. Menyiapkan ruangan, menyiapkan form diagnosa.
2. Kegiatan pendampingan meliputi :
 - a. Pertemuan antara pendamping dengan peserta
 - b. Wawancara antara pendamping dan peserta dan hasilnya dituliskan didalam formulir diagnosa dan perkembangan.
 - c. Dilakukan inventaris perkembangan dari pendampingan.

PROSEDUR KERJA



RENCANA PELAKSANAAN

Bentuk Kegiatan

1. Presentasi dan penjelasan mengenai pemasaran produk secara konvensional
2. Presentasi dan penjelasan mengenai pemasaran produk secara online

3. Presentasi dan penjelasan mengenai penggunaan aplikasi imooji sebagai sarana digital marketing di era industry 4.0
4. Presentasi dan penjelasan mengenai fitur-fitur yang ada di aplikasi imooji
5. Presentasi dan mendemonstrasikan penggunaan aplikasi imooji
6. Tanya jawab peserta UMKM

Materi Pokok dalam Kegiatan

1. Uraian mengenai pemasaran produk secara konvensional
2. Uraian mengenai digital marketing
3. Uraian mengenai aplikasi imooji sebagai sarana pemasaran produk
4. Mendemonstrasikan penggunaan imooji

Media Pembelajaran

Media pembelajaran dalam pengabdian ini menggunakan:

1. Laptop
2. satu unit LCD dan
3. satu unit sound system

HASIL PROGRAM

Pengertian Wirausaha Digital

Perkembangan teknologi informasi dan penetrasi internet di setiap daerah telah mendorong pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Menurut beberapa survei, saat ini pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan 51% dari total populasi. Tingginya pertumbuhan pengguna internet juga diimbangi dengan tingginya pemilik ponsel, yaitu sebesar 91% populasi Indonesia. Sedangkan pengguna smartphone berjumlah 47%. Penggunaan smartphone telah membuka kesempatan konsumen untuk terus mengakses internet dan aplikasi. Lewat smartphone juga, muncul peluang bagi penggunaannya untuk membeli atau menjual produk dan jasa hanya dengan sentuhan layar telepon. Kehadiran wirausaha digital berpotensi memunculkan perusahaan rintisan (start-up company) yang sering kali membuat terobosan-terobosan melalui teknologi disruptif (disruptive technology). Kehadiran perusahaan jenis ini dirasakan sangat membantu konsumen, karena umumnya menawarkan solusi berupa kemudahan dan kenyamanan dengan harga /tarif yang lebih murah. Kemunculan wirausaha digital di Indonesia tentunya akan menarik banyak aktivitas ekonomi yang pada akhirnya

berpotensi meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Menurut Chayapa and Cheng Lu (2011) menyatakan ada beberapa factor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berbelanja online, yaitu :

- a. Kenyamanan Faktor kenyamanan ini penting terutama bagi masyarakat yang menghindari keramaian yang berdesak-desakan apabila berbelanja di toko, apabila saat ada diskon dan di hari-hari libur. Masyarakat memilih berbelanja online juga untuk menghindari interaksi tatap muka yang terkadang menimbulkan ketidaknyamanan ketika sedang berbelanja
- b. Kelengkapan informasi Internet membuat akses terhadap informasi lebih mudah. Selain itu beberapa platform menyediakan fitur rating dan review untuk memberikan ulasan tentang kualitas dan informasi produk
- c. Ketersediaan Produk dan Jasa Hanya dengan mengakses website, masyarakat dapat mengetahui ketersediaan barang tanpa harus berkunjung ke toko. Hal ini membantu calon pembeli yang berlokasi jauh dengan toko, dengan tidak perlu berkunjung namun tetap dapat membeli barang secara online
- d. Efisiensi Biaya dan Waktu Beberapa website, contohnya eBay, menawarkan kepada calon pembeli harga terbaik dengan membandingkan harga di beberapa toko sekaligus. Perbandingan harga ini menjadi berarti bagi calon pembeli, Selain itu, online shopping dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Teknologi digital memungkinkan pelaku bisnis untuk mendapatkan sumber informasi baru mengenai konsumen yang tidak didapatkan sebelumnya. Sekarang ini, pelaku bisnis mampu mendapatkan data mengenai kebiasaan yang dilakukan konsumen terhadap produknya. Bagi pelaku bisnis, hal tersebut menjadi sangat penting karena berkaitan untuk melakukan peningkatan kualitas layanan. Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan perusahaan untuk lebih hemat. Saat ini para pelaku bisnis tidak perlu lagi menyiapkan infrastruktur fisik seperti membuka cabang gerai, namun cukup membuka toko secara online.

Tujuan dan Manfaat Digital Marketing

1. Tujuan digital marketing Menurut Meyliana (2011), digital marketing merupakan bagian

dari e- commerce yang merupakan sistem perdagangan melalui internet, di mana internet akan terus memberikan sifat yang up to date, maka perusahaan dapat memberikan layanan informasi produk yang di tawarkan secara jelas dan mudah. Hal ini akan memberikan dampak yang baik untuk kemajuan perusahaan jika sistem ini bisa dijalankan dengan baik.. Tujuan dari e-marketing mencakupi aspek tugas, apa saja yang harus dicapai seperti : jumlah yang terukur, berapa banyak, kapan. Dengan demikian, tujuan digital marketing adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan pangsa pasar
- b. Meningkatkan jumlah komentar pada sebuah blog atau website
- c. Meningkatkan pendapatan penjualan
- d. Mengurangi biaya, misalnya biaya promosi dan distribusi
- e. Mencapai tujuan merek, seperti meningkatkan kesadaran merek
- f. Meningkatkan ukuran database
- g. Mencapai tujuan customer relationship management, seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, frekuensi pembelian, atau tingkat referensi pelanggan. Memperbaiki manajemen suplai, seperti dengan meningkatkan koordinasi anggota, menambahkan mitra, dan mengoptimalkan tingkat persediaan.

2. Manfaat digital marketing

Media social merupakan salah satu elemen dari digital marketing, menjadi strategi untuk promosi, menaikkan penjualan, juga awareness dan branding. Akan tetapi, bukan berarti pemasaran tradisional sudah tidak dapat digunakan lagi, karena setiap pelaku bisnis memiliki promosi yang berbeda sesuai dengan karakter produk mereka. Bagi para pelaku bisnis, menggunakan media social atau online untuk digital marketing sebuah pilihan yang tepat. Manfaat dari digital marketing adalah :

- a. Pemasaran digital menghubungkan anda dengan konsumen di internet
- b. Pemasaran digital menghasilkan penjualan yang tinggi
- c. Pemasaran digital lebih hemat
- d. Pemasaran digital mengaktifkan layanan pelanggan real-time
- e. Pemasaran digital menghubungkan dengan perangkat mobile

- f. Pemasaran digital membantu menghasilkan pendapatn tinggi
- g. Pemasaran digital memberikan ROI yang lebih tinggi
- h. Pemasaran digital meningkatkan posisi terhadap pesaing

Capaian Hasil Kegiatan

Berdasarkan hasil tanya jawab pada kegiatan PKM bagi pelaku bisnis pemula, dalam hal ini adalah mahasiswa-mahasiswi telah melakukan promosi melalui social media seperti facebook, whastsApp, dan instagram, promosi produk yang dilakukan masih sebatas, memposting barang jual mereka di social media. Marketing digital sudah di terapkan dalam mempromosikan produk barang mereka, akan tetapi belum maksimal, Dengan di lakukannya worhsop PKM ini pelaku usaha dapat mempromosikan produk lebih interaktif melalui sebuah brosur digital marketing, katalog produk dengan menggunakan website dan aplikasi imooji. Keunggulan website imooji biaya lebih ekonomis, efisiensi, efektif dan gratis, sangat cocok sebagai sarana promosi produk bagi pelaku usaha pemula. Di harapkan pelaku bisnis pemula dapat mengaplikasi website imooji untuk profil bisnis dan produk, bisa dengan mudah terlihat oleh customer. Profil bisnis ini meliputi informasi seperti nama usaha, logo perusahaan,tempat usaha, nomor kontak atau telepon usaha, daftar produk, layanan, foto produk, dan informasi lainnya yang penting diinformasikan kepada public.

SARAN

1. Kegiatan semacam ini hendaknya, dapat dilakukan secara kontiyu karena pelaku bisnis pemula, sangat membutuhkan pengetahuan, sharering informasi dari para akademisi, serta pendamping kewirausahaan
2. Kegiatan sebagai narasumber pada pengabdian masyarakat, perlu dikembangkan untuk para dosen di lingkungan Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis, merupakan implementasi tridharma perguruan tinggi

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Dedi Devianto, 2020 . Managing Partner Imooji
- Bahri 2020. Pengantar Kewirausahaan Untuk Mahasiswa, Wirausahawan, dan Kalangan Umum . Pustaka Baru Press, Yogyakarta
- Dindin Abdurohim. 2021. Pengembangan UMKM Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM PT. Rafika Aditama Bandung
- Kasmir. 2019. Kewirausahaan – Edisi Revisi. PT RajaGrafindo Persada, Depok