

Membangun Generasi Digitalpreneur Melalui Pelatihan Keterampilan Digital Marketing bagi Badan Santunan Yatim, Margonda, Depok

Wahid Akbar Basudani*, Harry Mulyadi, Valentine Theresia Simamora, Obi Eko Purwanto
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri, Jalan Raya Jatiwaringin No. 2 RT 08 RW 13,
Cipinang Melayu, Kecamatan Makasar, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13620, Indonesia

*wahidakbarbasudani@gmail.com

Kata Kunci:
pelatihan;
pemasaran
digital;
wirausaha digital

Abstrak Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberikan pelatihan bagi para anak-anak remaja yang berada dibawah bimbingan Badan Santunan Yatim Margonda, Depok dimana anak-anak yang bernaung dalam lembaga ini memerlukan pengetahuan keterampilan digital dalam pengembangan usaha. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan ceramah atau pemaparan materi secara langsung, terdiri dari penjelasan tentang apa itu digitalpreneur sampai dengan pemanfaatan e-commerce dalam membangun toko online. Dengan mengetahui konsep digipreneur ini para anak-anak remaja tersebut dapat mengetahui potensi dari berwirausaha yang didukung dengan kemampuan memanfaatkan teknologi.

Keywords:
training;
digital
marketing;
digitalpreneur

Abstract This Community Service activity aims to provide socialization and training for teenagers who are under the guidance of the Margonda Orphan Compensation Agency, Depok where children who take shelter in this institution need knowledge of digital skills in development efforts. The method used is by giving lectures or presenting material directly, consisting of an explanation of what digitalpreneur is to the use of e-commerce in building an online shop. By knowing the concept of digipreneur, teenagers can understand the potential of entrepreneurship which is supported by the ability to utilize technology.

PENDAHULUAN

Badan Santunan Yatim RW 05, 06, dan 07 yang beralamat di Jalan Margonda Raya, Gang Rambutan Rt. 01/07 nomor 55 Pondok Cina Beji, Depok merupakan salah satu lembaga yang menaungi anak-anak yatim di wilayah Margonda, Depok. Selain sebagai tempat bernaung bagi para anak-anak yatim, lembaga ini memiliki tujuan yang mulia, di mana mereka berharap anak-anak yatim tersebut dapat tumbuh menjadi anak-anak yang memiliki masa depan yang cerah dan dapat menghidupi diri mereka baik dengan mendapatkan pekerjaan yang layak maupun dengan berwirausaha.

Berwirausaha merupakan salah satu jalan yang menjadi fokus dari Badan Santunan Yatim dalam membina anak-anak yang bernaung pada lembaga tersebut. Berwirausaha pada era kemajuan teknologi saat ini yang terjadi secara besar-besaran tentunya menjadi tantangan sendiri bagi anak-anak bimbingan Badan Santunan Yatim.

Perkembangan teknologi yang terus-menerus berjalan dengan cepat memaksa setiap individu agar dapat beradaptasi dan siap dalam beradaptasi terhadap perubahan-perubahan yang setiap saat terjadi. Suka tidak suka pemanfaatan teknologi yang terus-menerus terbarukan menjadi sebuah keharusan jika seseorang tidak ingin tertinggal. Kemahiran terkomputerisasi saat ini menjadi semakin penting mengingat pesatnya perkembangan inovasi dan besarnya pemanfaatan media canggih dalam lingkaran sosial seperti komunikasi, pengajaran, perdagangan data, dan perdagangan (Wahyudin et al., 2023).

Kemampuan untuk melek digital menjadi kemampuan yang sangat penting dimana melek digital merupakan sebuah arah kepada kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan beradaptasi dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari (Rahmah, 2023). Apabila dalam kehidupan perkembangan teknologi yang terjadi memberikan dampak, tentunya dunia wirausaha dewasa ini juga sangat dipengaruhi oleh perihal kemajuan teknologi.

Ketika berbicara mengenai berwirausaha, tentu tidak akan terlepas dari proses *marketing*. Dengan pemanfaatan perkembangan teknologi dewasa ini *marketing* akan membawa sebuah usaha kepada perkembangan yang sangat cepat. Jika dulu para pemasar hanya menggunakan media yang terbatas pada surat kabar, majalah, radio, dan televisi, kini pemasaran dilakukan dengan menggunakan teknologi *website*, atau yang dikenal dengan istilah *digital marketing* (Sifa & Ramadhani, 2021).

Dapat dikatakan bahwa tren pemasaran secara global berpindah dari pemasaran konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*) (Altin & Wahyudin, 2023). Kemajuan bisnis yang dijalankan dengan baik tidak lepas dari isu promosi yang dimanfaatkan untuk menciptakan atau memperluas wilayah iklan, di mana isu *display* lebih menekankan pada cara menampilkan data yang menguntungkan dalam meraih pangsa pasar yang lebih luas dan pengenalan data di mana hal ini terkait dengan seberapa besar dampaknya terhadap pasar. Dengan demikian dapat memperluas minat beriklan dan memperoleh kendali atas barang yang diiklankan (Taufiq et al., 2023).

Pemanfaatan *digital marketing* saat ini banyak membantu para wirausaha dalam memasarkan produk mereka. Sosial media juga difungsikan sebagai alat untuk promosi penjualan produk di mana penjual juga dapat menghemat biaya dan tempat, karena tidak perlu menyewa ruko untuk mendirikan tempat usaha, serta berbagai macam aspek lainnya (Wijaya et al., 2022). Usaha yang memanfaatkan media digital merupakan salah satu bidang dalam ekonomi yang diminati pada saat ini di mana banyak perusahaan yang sedang melakukan transisi atau bahkan sudah beralih dari bisnis konvensional menjadi bisnis digital, hal ini dimaksudkan untuk memperluas *market share* perusahaan (Abed et al., 2022).

Dalam pemasaran digital, media yang paling sering digunakan oleh para wirausaha pemula maupun perusahaan yang sudah berjalan saat ini adalah media *market place* berbasis *e-commerce*. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah sebuah model perdagangan yang memungkinkan perusahaan atau masyarakat untuk membeli atau menawarkan produk melalui internet (*online*) di mana hampir semua barang, termasuk layanan, dapat diakses secara *online* mulai dari makanan, musik, buku, barang keluarga, tiket pesawat, dan investasi bisa didapat melalui *e-commerce* (Ardhana & Mulyodiputro, 2023).

E-Commerce memberikan sebuah alternatif di mana perdagangan dapat dilakukan dengan modal yang cukup kecil (Lovita & Susanty, 2021). *E-commerce* yang sedang banyak digemari di saat ini adalah *market place* di mana para pengusaha melakukan transaksi penjualan di *market place* diuntungkan karena para pengusaha yang berbisnis tidak perlu membangun sebuah integrasi sistem dalam menjalankan usahanya (Sumarsan Goh & Sagala, 2021).

Selain memberikan manfaat, penggunaan *market place* juga dapat mendatangkan hal yang negatif baik bagi pengusaha maupun konsumen. *E-commerce* sendiri selain memberikan dampak positif yang sangat besar, juga dapat memberikan dampak negatif pada kerangka etalase *online* yang menghitung potensi produk berbahaya, pesanan yang tidak tepat, masalah pengangkutan barang, keluhan yang tidak ditanggapi, masalah jaminan informasi individu, dan tentu saja yang paling membahayakan konsumen adalah penipuan (Aryani & Susanti, 2022).

Mengetahui potensi yang besar terhadap penggunaan *market place* dalam membangun wirausaha baru yang bernaung pada Badan Santunan Yatim tanpa mengesampingkan risiko yang timbul dari penggunaan *market place*, Tim Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri bermaksud untuk memberikan pembekalan dan pelatihan terhadap anak-anak yatim RW 05, 06, dan 07 Margonda, Depok.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Universitas Nusa Mandiri kampus Margonda pada 18 Mei 2024. Metode yang dijalankan dalam kegiatan ini berbentuk ceramah. Sedangkan waktu pelaksanaan kegiatan \pm 4 jam.

Adapun tahapan-tahapan kegiatan PkM sebagai berikut:

1. Pembuatan materi atau modul kegiatan PkM.

Panitia mempersiapkan hasil cetak materi berupa modul dalam upaya memberikan kemudahan kepada para peserta untuk membaca teori-teori yang sedang disampaikan;

2. Penyusunan proposal PkM yang *disubmit* ke LPPM Universitas Nusa Mandiri.

3. Pelaksanaan PkM dengan perencanaan aktivitas meliputi:

a. 30 menit awal menjadi persiapan luring bagi peserta.

b. 150 menit untuk pemaparan materi dalam bentuk ceramah mengenai materi kegiatan PkM.

c. 40 menit berikutnya digunakan sebagai waktu diskusi dan pemberian pertanyaan dari peserta kepada Tim Tutor.

d. 30 menit *review* materi yang dilaksanakan dengan memberikan tes formatif kepada peserta yang dijawab secara individu.

4. Membuat laporan hasil dan luaran kegiatan PkM sebagai verifikasi bahwa kegiatan tersebut telah dilaksanakan dengan baik dan mudah. Strategi ini bertujuan agar peserta mendapat pemahaman akan pengetahuan yang disampaikan oleh tutor. Dengan demikian para peserta dapat mengeksekusi informasi yang diambil dengan baik dan akurat.

HASIL dan PEMBAHASAN

Sebagai sebuah lembaga sosial yang memiliki anggota, Badan Santunan Yatim, Margonda perlu memastikan bahwa para anggota yang berada dalam naungannya mendapatkan bekal ilmu dan pengetahuan serta kemampuan dalam berwirausaha usaha dengan pemanfaatan media digital untuk memasarkan produk dan jasa.

Digitalpreneur adalah seorang visioner bisnis yang menjalankan perdagangannya melalui *website* sebagai sarana untuk membeli/menjual barang (barang/jasa) secara *online*. Model usaha yang ada saat ini dalam hal promosi (*e-marketing*), alat penukaran atau transaksi dengan uang/virtual dan pengiriman tanpa harus bertemu langsung dengan pembeli bisa menjadi bentuk produksi atau reproduksi dengan penguasaan media.

Kehadiran teknologi digital di era industri 4.0 mampu mempengaruhi aspek dan elemen penting dalam masyarakat, di mana salah satunya pada aspek ekonomi. Tidak sedikit para wirausaha memanfaatkan peran media sebagai sarana pemasaran dari produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan sebagai upaya mendapatkan keuntungan yang optimal dan menjadikan produk tersebut bisa dikenal oleh masyarakat secara luas.



Gambar 1. Pemaparan materi PkM

Penjualan yang dilakukan dengan metode *digitalpreneur* meningkatkan ekosistem bisnis dengan pemanfaatan *e-commerce* dan juga mempengaruhi peningkatan penggunaan uang elektronik. Seorang *digitalpreneur* harus mampu menggunakan *platform* yang disediakan oleh berbagai *e-commerce* guna menjalankan fungsi-fungsi *marketing* di dunia digital. Sebagaimana diketahui bahwa terdapat beberapa *e-commerce*

yang dapat digunakan oleh para *digitalpreneur* di Indonesia seperti Blibli, Tokopedia, dan Shopee.

Pelatihan yang diselenggarakan untuk para anak-anak binaan Badan Santunan Yatim, Margonda berfokus pada langkah awal untuk menjadi seorang *digitalpreneur* yakni dengan membuka toko *online* pada *platform* Shopee. Tim tutor menuntun para peserta dari proses pembuatan akun, bagaimana cara mengunggah foto dari produk yang mereka miliki, pengelolaan profil pada toko *online*, pembuatan deskripsi dan spesifikasi produk yang akan dipasarkan, membuat beberapa varian produk dalam toko *online*, penetapan harga serta pemilihan jasa pengiriman dan membuat promosi atas produk mereka.



Gambar 1. Foto bersama dan penutupan kegiatan PkM

SIMPULAN

Anak-anak yang bernaung pada Badan Santunan Yatim, Margonda dapat memahami sosialisasi materi dengan judul kegiatan PkM Membangun Generasi Digitalpreneur: Pelatihan Keterampilan Digital untuk Badan Santunan Yatim RW 05, 06, dan 07,

Margonda, Depok dengan baik di mana acara sosialisasi tersebut berjalan dengan baik dan tidak ada kendala.

Kegiatan PkM yang diselenggarakan oleh Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri pada Badan Santunan Yatim, Margonda diharapkan dapat secara rutin dilaksanakan kepada anak-anak yang bernaung pada lembaga tersebut. Sehingga mereka dapat menambah wawasan dan pengembangan diri dan kemampuan berwirausaha melalui kegiatan PkM.

PENGHARGAAN

Tim Dosen yang melaksanakan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri menyampaikan terima kasih kepada Badan Santunan Yatim RW 05, 06, dan 07 Margonda, Depok baik kepada pengurus maupun anak-anak remaja binaan. Selain itu ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa-mahasiswi Program Studi Manajemen yang berperan aktif selama proses pelaksanaan kegiatan PkM. Kegiatan PkM ini dibiayai secara mandiri oleh para dosen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, M. Y., Maulidah, F., Madina, N. I., Fitriyah, R. H., & ... (2022). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Pada Umkm Di Kecamatan Lakarsantri: Praktik Kuliah Kerja Nyata. *PATIKALA: Jurnal* 1(4), 325–331.
- Altin, D., & Wahyudin, N. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Financial Technology dan Digital Marketing. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 262–276.

- Ardhana, V. Y. P., & Mulyodiputro, M. D. (2023). Pelatihan E-Commerce dan Marketplace Bagi Masyarakat Muda Desa Dasan Baru Kediri. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(1), 1–6.
- Aryani, A. P., & Susanti, L. E. (2022). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(1), 20–29.
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54.
- Rahmah, S. (2023). *Pentingnya Melek Digital pada Era Modern*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/sabrinarahmah7508/647c775508a8b538863e3e03/pentingnya-melek-digital-pada-era-modern>.
- Sifa, M., & Ramadhani, D. (2021). Pelatihan E-commerce anak muda melek digital marketing di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 2774–6755.
- Sumarsan Goh, T., & Sagala, E. (2021). Analisis E-Commerce Berbasis Marketplace Yang Berperan Membantu Wirausaha Pemula Dalam Menjalankan Bisnis. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 2(1), 1–6.
- Taufiq, M., Lubis, M., & Refiadi, G. (2023). Optimalisasi Bisnis Digital Dengan Pendampingan Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran UMKM Ranting Muhammadiyah Tasikmalaya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1737–1744.
- Wahyuidin, H., Wildhan, M. F. A., Mauludin, M. K., Hijari, M. L., Febriani, N. F., Lesmana, R. A., Alfitri, S., Mardhatillah, S. R., Tahupelasury, S. T., Zahirah, T. S.,

& Pertiwi, W. (2023). *Digitalisasi Desa Melalui Pendekatan Simbolis Dan Substantif Di Desa Margaasih, Kecamatan Margaasih*. 3(3), 115–128.

Wijaya, A. L., Kusuma Ayu Rosalianita Sari, A., & Hasanah, K. (2022). Pendampingan Ekonomi Kreatif Pada Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun Melalui Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan dan Pelatihan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 400–410.