

## PELATIHAN KETRAMPILAN DALAM BERBISNIS DI ERA DIGITALISASI

**Margarita Ekadjaja<sup>1</sup>, Christiandinata Tjandra Bravo<sup>2</sup>  
& Hernando Jerico<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: margaritae@fe.untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: christiandinatatb@gmail.com

<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: hernando.115210051@stu.untar.ac.id

### ABSTRACT

*The rapid development of digitalization in online trading or sales in the form of a marketplace has spawned many entrepreneurs in Indonesia. However, the availability of entrepreneurs in Indonesia as a developing country is very low, so it is necessary to socialize entrepreneurship to the community. The partner in this PKM activity is SMA Bina Kusuma Mulia which is a school located in Kalideres, West Jakarta. Bina Kusuma Mulia High School is very supportive of its students who plan to start their businesses from an early age. However, the curriculum at school is very basic so that the school needs the material or information sources needed to support the needs of these students. The PKM FEB UNTAR team collaborated with the school to conduct training in the form of seminars on the topic of skills in doing business in the digitalization era. The training was carried out offline at Bina Kusuma Mulia High School. The target of the training is that students understand the skills needed to start a business and do not hesitate to start their business from an early age. Partner participation is manifested in the form of partners' active role in communicating partner problems and partners' willingness to attend all sessions in the training. The training ran in an orderly and smooth manner, due to the participation of the school in establishing cooperation, providing facilities and infrastructure, as well as teacher assistance to students during the training. At the end of the training session, students have the skills to prepare their own business plan.*

**Keywords:** : *online trading, entrepreneurship, business plan*

### ABSTRAK

Pesatnya perkembangan digitalisasi dalam perdagangan *online* atau penjualan dalam bentuk *marketplace* melahirkan banyaknya wirausaha di Indonesia. Namun, ketersediaan wirausahawan di Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang sangatlah rendah sehingga perlu dilakukan sosialisasi mengenai kewirausahaan kepada masyarakat. Mitra pada kegiatan PKM ini adalah SMA Bina Kusuma Mulia yang merupakan sekolah yang beralokasi di Kalideres, Jakarta Barat. SMA Bina Kusuma Mulia sangat mendukung para siswanya yang berencana untuk memulai usahanya sejak dini. Namun, kurikulum di sekolah sangat mendasar sehingga pihak sekolah membutuhkan materi atau sumber informasi yang dibutuhkan untuk mendukung kebutuhan para siswanya tersebut. Tim PKM FEB UNTAR bekerjasama dengan pihak sekolah untuk mengadakan pelatihan dalam bentuk seminar dengan topik ketrampilan dalam berbisnis di era digitalisasi. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara luring di SMA Bina Kusuma Mulia. Target pelatihan adalah para siswa memahami keterampilan yang dibutuhkan dalam memulai usaha dan tidak ragu untuk merintis bisnisnya sejak dini. Partisipasi mitra diwujudkan dalam bentuk peran aktif mitra dalam berkomunikasi permasalahan mitra dan kesediaan mitra untuk mengikuti seluruh sesi dalam pelatihan. Pelatihan berjalan dengan tertib dan lancar, dikarenakan partisipasi dari sekolah dalam menjalin kerjasama, penyediaan sarana dan prasarana, serta pendampingan guru kepada para siswa selama pelatihan. Pada akhir sesi pelatihan, para siswa memiliki ketrampilan untuk menyusun *business plan*.

**Kata Kunci :** *online trading, kewirausahaan, business plan*

## 1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan digitalisasi dalam perdagangan *online* atau penjualan dalam bentuk *marketplace* melahirkan banyaknya wirausaha di Indonesia. Jumlah wirausaha dan tingkat kemakmuran masyarakat menjadi salah satu penentu negara menjadi maju (Marha et al., 2022). Namun, ketersediaan wirausahawan di Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang

sangatlah rendah sehingga perlu dilakukan sosialisasi mengenai kewirausahaan kepada masyarakat (Rayi & Robert, 2022).

Dengan adanya teknologi *digital*, dapat membuat kualitas informasi dapat ditransfer secara lebih cepat melalui *digital* teknologi, sehingga dapat meningkatkan kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan mereka (Foroudi et al. 2016). Jumlah pengguna media sosial yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun tentu membawa dampak baik bagi kegiatan bisnis. Dari sisi bisnis sendiri, media sosial memiliki beberapa manfaat bagi pemilik bisnis.

Media sosial berperan penting dalam membangun hubungan dengan calon konsumen dan pelanggan. Media sosial memberikan peluang bagi perusahaan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan menggunakan media yang lebih kaya dan dengan jangkauan yang lebih luas. Studi Phua et al. (2017) tentang penggunaan platform media sosial oleh konsumen menemukan bahwa Instagram adalah platform yang paling sering digunakan untuk mengikuti merek.

Menurut Sukirman (2017), jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku kewirausahaan. Para kaum muda bersedia mengambil tindakan untuk mengejar peluang dari suatu situasi menunjukkan adanya jiwa kewirausahaan, sehingga perlu dilakukan pembinaan mengenai kewirausahaan di lingkungan pendidik (Prastyaningtyas & Arifin, 2019). Menurut Bangun & Budiarmo (2018), ciri-ciri wirausahawan adalah memiliki rasa percaya diri, inovatif, kreatif, dan memiliki ketetapan hati dalam mengambil keputusan secara cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perekonomian yang dihadapi bangsa Indonesia di saat ini dan di masa yang akan datang, maka diperlukan tantangan yang tidak mudah dan harus dihadapi secara tepat dan sistematis dalam mengantisipasi dan beradaptasi dengan situasi yang ada.

Mitra pada kegiatan PKM ini adalah SMA Bina Kusuma Mulia yang merupakan sekolah yang beralokasi di Kalideres, Jakarta Barat dan berada di bawah naungan kesusteran. SMA Bina Kusuma Mulia sangat mendukung para siswanya yang berencana untuk memulai usahanya sejak dini. Namun, kurikulum di sekolah sangat mendasar sehingga pihak sekolah membutuhkan materi atau sumber informasi yang dibutuhkan untuk mendukung kebutuhan para siswanya tersebut.

SMA Bina Kusuma Mulia sangat menyambut Tim PKM dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara untuk memberikan pelatihan kepada para siswa SMA Bina Kusuma Mulia mengenai ketrampilan yang diperlukan dalam berwirausaha seiring dengan perkembangan teknologi.

### **Gambar 1.**

*SMA Bina Kusuma Mulia*



Gambar 1 menunjukkan Tim PKM di SMA Bina Kusuma Mulia untuk mengajukan kerjasama dengan pihak sekolah dalam rangka pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan memberikan pelatihan yang sesuai dengan permasalahan dan peminatan sekolah.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Dalam kegiatan PKM, pelaksanaan pelatihan dilakukan secara luring di lokasi SMA Bina Kusuma Mulia, Jakarta Barat. Adapun tahapan dalam pelaksanaan kegiatan PKM dapat dilihat pada Gambar 2.

### Gambar 2.

Tahapan pelaksanaan kegiatan PKM



Pelaksanaan kegiatan PKM dimulai dari penentuan topik pelatihan berdasarkan identifikasi permasalahan dan atau peminatan sesuai dengan kebutuhan sekolah. Dalam hal ini, Tim PKM melakukan diskusi dengan pihak sekolah baik secara luring maupun daring untuk mempersiapkan pelaksanaan seminar seperti dalam hal menentukan jadwal pelaksanaan seminar dan materi yang akan disampaikan kepada para siswa. Selanjutnya, Tim PKM akan melaksanakan seminar secara luring disertai dengan simulasi merintis bisnis sejak dini. Sebagai evaluasi pengukuran keberhasilan seminar, maka Tim PKM memberikan beberapa pertanyaan terkait dengan topik seminar dalam bentuk games.

Target pelatihan adalah para siswa memahami keterampilan yang dibutuhkan dalam memulai usaha dan tidak ragu untuk merintis bisnisnya sejak dini. Partisipasi mitra diwujudkan dalam bentuk peran aktif mitra dalam berkomunikasi permasalahan mitra dan kesediaan mitra untuk mengikuti seluruh sesi dalam pelatihan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan telah dilaksanakan secara luring dan pembekalan materi diberikan pada hari Rabu, 22 Maret 2023 di tempat usaha mitra, di Citra Garden 1 blok 1-8, Jakarta Barat dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan (Gambar 3). Peserta pelatihan adalah guru ekonomi, wali kelas, dan seluruh siswa kelas X dan XI dengan total peserta sebanyak 23 siswa.

### Gambar 3.

*Pelatihan di dalam kelas komputer SMA Bina Kusuma Mulia*



Gambar 3. menunjukkan Tim PKM yang sedang memaparkan materi pelatihan bersama dengan para siswa yang sangat tertib dan fokus saat pelaksanaan seminar. Para siswa sangat aktif dan antusias untuk berbisnis yang dimulai dari modal yang tidak terlalu besar.

Materi pelatihan mengadopsi pada buku Agustina (2019) yang berjudul “ Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0”. Adapun materi yang diberikan dalam seminar berfokus kepada pengembangan keterampilan berbisnis di era digitalisasi, diantaranya yaitu : (1) Karakter, motivasi, dan proses terbentuknya wirausaha; (2) Terampil dan berpikir kreatif, inovatif, dan kritis; (3) Ide dan peluang bisnis; (4) Risiko bisnis; (5) Pemanfaatan *fintech* untuk pembiayaan suatu bisnis.

Pada pelatihan juga diberikan simulasi pembuatan konten promosi yang menarik di media sosial. Di masa perkembangan teknologi *digital* seperti sekarang, pembuatan konten promosi dapat dilakukan dengan memakai bantuan kecerdasan buatan. Kecerdasan buatan (AI) adalah berbagai perilaku manusia yang cerdas, seperti persepsi, ingatan, emosi, penilaian, penalaran, pembuktian, pengenalan, pemahaman, komunikasi, konsepsi, pemikiran, pembelajaran, pelupaan, menciptakan, dan sebagainya, yang dapat dicapai secara artifisial oleh mesin, sistem, atau jaringan (Benabdelouahed, 2020).

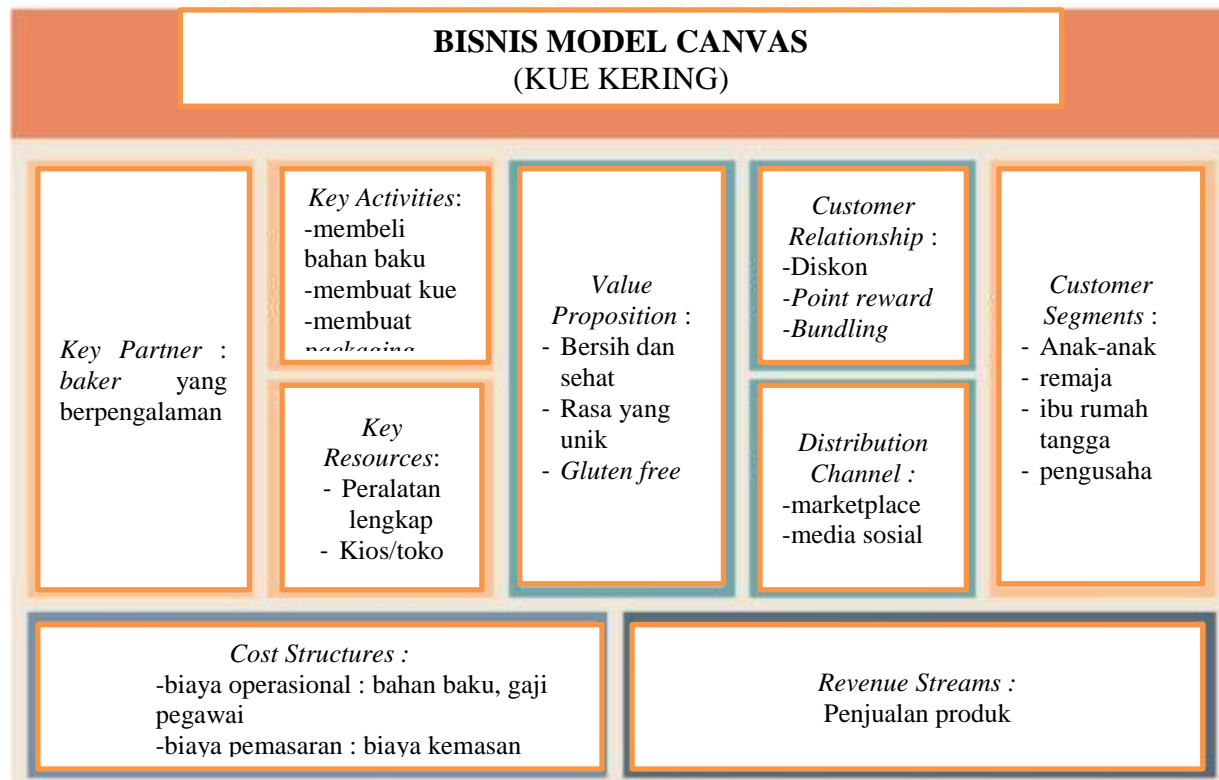
#### Gambar 4.

*Tahapan penyusunan business plan*



Pada akhir sesi, para siswa dapat membuat *business plan* berdasarkan tahapan penyusunan *business plan* seperti pada Gambar 4. yang dimulai dari muncul ide bisnis, sasaran dan tujuan bisnis, team yang akan dilibatkan dalam bisnis, strategi terkait pelaksanaan bisnis, pelaksanaan kegiatan bisnis, dan mereview kegiatan bisnisnya untuk menentukan kebijakan dan rencana bisnis selanjutnya.

**Gambar 5.**  
*Hasil kegiatan PKM*



Gambar 5. Menunjukkan salah satu contoh bisnis model canvas yang berhasil dibuat pada saat pelatihan, dimana para siswa dapat memetakan faktor kunci yang harus ada jika ingin merintis bisnis. Faktor kunci tersebut adalah *key activities*, *key resources*, *value proposition*, *distribution channel*, *cost structures*, *key partner*, *customer relationship*, *customer segments*, dan *revenue streams*.

#### 4. KESIMPULAN

Jumlah wirausaha dan tingkat kemakmuran masyarakat menjadi salah satu penentu negara menjadi maju. Kewirausahaan sebagai solusi dalam menghadapi lonjakan demografi di Indonesia pada tahun 2020-2030. Seseorang yang memiliki bakat tertentu belumlah cukup membuat menjadinya seorang wirausaha, namun sangatlah dibutuhkan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan yang diperlukan dalam bisnis.

SMA Bina Kusuma Mulia sangatlah tanggap terhadap perkembangan teknologi dan membuka peluang kepada para siswanya untuk merintis bisnisnya yang dimulai dari modal terbatas sejak dini. Pihak sekolah bekerjasama dengan Tim PKM FEB UNTAR untuk memberikan pelatihan dalam bentuk seminar di SMA Bina Kusuma Mulia.

Pelatihan berjalan dengan tertib dan lancar, dikarenakan partisipasi dari sekolah dalam menjalin kerjasama, penyediaan sarana dan prasarana, serta pendampingan guru kepada para siswa selama pelatihan. Pada akhir sesi pelatihan, para siswa memiliki ketrampilan untuk menyusun *business plan* masing-masing.

Sebagai saran, sangatlah diperlukan pelatihan keterampilan kewirausahaan kelanjutan seperti pemasaran digital yang diperlukan dalam kegiatan bisnisnya.

### **Ucapan Terima Kasih** (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah mendanai seluruh kegiatan PKM.

### **REFERENSI**

- Agustina, Tri Siwi. (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bangun, and A. Budiarmo. (2018). Pengaruh karakteristik kewirausahaan dan knowledge management terhadap pengembangan usaha (Studi kasus pada sentra industri tempe di kelurahan Krobokan Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 7, no. 3, pp. 387-392.
- Benabdelouahed, R. (2020). The use of artificial intelligence in social media: opportunities and perspectives. *Expert Journal of Marketing*, 8(1), 82-87. [http://www.zbw.eu/econis-archiv/bitstream/11159/6209/1/1769492887\\_0.pdf](http://www.zbw.eu/econis-archiv/bitstream/11159/6209/1/1769492887_0.pdf)
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Melewar, T. C., & Foroudi, M. M. (2016). Influence of innovation capability and customer experience on reputation and loyalty. *Journal of Business Research*, 69(11), 4882-4889.
- Marha, J., Saputro, G. E., & Almubaroq, H. Z. (2022). Pembangunan ekonomi rakyat berbasis kewirausahaan dalam upaya meningkatkan pertahanan negara Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 4811-4818.
- Phua, J., Jin, S.V. and Kim, J. (2017), Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands: the moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention", *Telematics and Informatics*, Vol. 34 No. 1, 412-424.
- Prastyaningtyas, E. W., & Arifin, Z. (2019). Pentingnya pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya menghadapi revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*, 2(1), 281. <https://doi.org/10.21070/picecrs.v2i1.2382>
- Rayi Retno Dwi Asih, & Robert Kristaung. (2022). Perancangan komunikasi pemasaran digital melalui media sosial di era industri 4.0 di Sekolah Cordova. *Dirkantara Indonesia*, 1(1). 31-36. <https://doi.org/10.55837/di.v1i1.28>
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 113-131. <https://doi.org/10.24914/jeb>