

## Literasi Enterpreuner bagi Mahasiswa

Edy sabara<sup>1</sup>, Labusab<sup>2</sup>, Andi Muhammad Taufik Ali<sup>3</sup>, Andi Zulfikar Yusuf<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Pendidikan Teknik Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

<sup>2</sup>Jurusan Pendidikan Teknik Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

<sup>3</sup>Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif, Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar

<sup>4</sup>Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif, Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar

**Abstrak.** Mitra Program Kemitraan Komunitas (PKM) ini adalah UKM Mahasiswa *Entrepreneur*. Masalahnya adalah: (1) kurangnya pemahaman mitra terkait pengembangan bisnis berbasis digital, (2) Kurangnya keterampilan mitra tentang penggunaan aplikasi digital yang ada dan penerapan pada pengembangan bisnis berbasis digital, (3), Kurangnya informasi dan wadah konsultasi tempat pengembangan bisnis, (4) Kurangnya sosialisasi pengembangan bisnis berbasis digital tentang pengenalan dan penggunaan teknologi dalam bisnis, dan. Metode yang digunakan adalah: ceramah, demonstrasi, diskusi, tanya jawab, dan mitra pendamping. Hasil yang dicapai adalah (1) mitra memiliki pengetahuan dan pemahaman terkait pengelolaan *Start-up*, (2) mitra memiliki keterampilan untuk menggunakan aplikasi digital dan penerapannya terhadap *Start-up*, (3) terdapatnya informasi dan coaching pengembangan *Start-up*, dan (4) adanya seminar-seminar dan *web meeting* mengenai pengembangan bisnis digital.

**Kata kunci:** bisnis digital, Start-up, informasi, pembimbingan

**Abstrac.** Partners of the Community Partnership Program (PKM) are Entrepreneur Student UKM. The problem is: (1) lack of understanding of partners regarding digital-based business development, (2) Lack of partner skills regarding the use of digital applications and applications in digital-based businessdevelopment, (3), Lack of information and a place for consulting business development places, (4) Lack of socialization of digital-based business development regarding the introduction and use of technology in business, and. The methods used are: lectures, demonstrations, discussions, questions and answers, and companion partners. The results achieved are (1) partners have knowledge and understanding related to Start-up management, (2) partners have the skills to use digital applications and their application to Start-up, (3) there is information and coaching for Start-up development, and (4) there are conference and web meetings on digital business development.

**Keywords:** digital business, Start-up, information, mentoring

### I. PENDAHULUAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan bermitra dengan UKM Mahasiswa *entrepreneur*, yang merupakan komunitas mahasiswa berwirausaha berbasis digital dalam hal ini adalah pengelolaan *startup*.

Kondisi UKM mitra sebagai berikut:

- a. Belum adanya perencanaan bisnis yang *feasible* dan optimal para pelaku bisnis *start-up* seringkali berfokus kepada mencari keuntungan dibandingkan mengembangkan produk.
- b. Pengelolaan *start-up* masih minim personil sehingga ada personil yang masih menjalankan tugas ganda sehingga kurang efektif.

- c. Perencanaan bisnis tanpa melakukan riset pasar secara berkala.
- d. Rekrutmen personil seringkali mengabaikan kompetensi dan *skill*.
- e. Mengabaikan layanan konsumen, para pelaku bisnis digital sering kali mengabaikan keluhan dari konsumen.
- f. Aplikasi *starup* masih tergolong sederhana dan bersifat *prototype*.
- g. Sulitnya memasarkan *start-up* secara online dan massive.
- h. Mitra kurang memiliki pengetahuan terhadap konsumen pengguna *start-up*.
- i. Mitra kurang terampil membuat desain *startup* yang menarik.

Bisnis digital memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu keberhasilan usaha-usaha baru. Konsep ini sangat relevan untuk diimplementasikan di Indonesia terutama pada kampus-kampus yang memiliki bisnis menengah kebawah. Karena arah dan pengembangan inkubator bisnis ditujukan untuk membantu pelaku usaha baru dan pelaku usaha lama yang memiliki usulan produk dan jasa yang baru.

Menurut (Budiarta, Ginting, Simarmata. 2020) Bisnis digital adalah meningkatkan atau mentransformasikan operasi bisnis, fungsi bisnis, proses bisnis atau kegiatan bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital dan penggunaan yang lebih luas. Pengembangan inkubator bisnis secara praktis mendorong penciptaan dan membantu pertumbuhan usaha baru secara khusus berkaitan dengan tema-tema inovasi dari suatu produk.

Bisnis digital memiliki fokus pada usaha yang memiliki kandungan inovasi yang tinggi sebagai karakteristik nilai tambah dari produk atau jasa yang dihasilkan. Pelaku usaha yang menjadi target bisnis digital dan teknologi harus dirumuskan secara jelas meliputi produk, anggota tim manajemen, jenis usaha, tingkat pendidikan para pelaku. Pendirian Literasi *technopreneur* bisnis oleh kampus dilandaskan pada kebutuhan untuk mendorong komersialisasi hasil-hasil riset yang telah dihasilkan oleh penggiat bisnis digital dan mahasiswa dengan harapan hasil riset dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Sesuai dalam penelitian (Lutfiani N, Rahardja U, Manik I.S. 2020) inkubator bisnis sangat berperan penting bagi perguruan tinggi dalam mendorong kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam berwirausaha. dengan adanya ini kinerja di perguruan tinggi dapat terlihat dalam mengembangkan startup yang berkaitan dengan tridharma sebagai contoh pengabdian kepada masyarakat.

Inkubator bisnis digital di Indonesia mulai ramai seiring dengan tingginya antusiasme bisnis rintisan baik yang bergerak di bidang teknologi hingga inovasi produk yang variatif. Mulai menjamurnya *tech start-up* di Indonesia, misalnya, dilihat oleh kesuksesan *tech start-up* asal Indonesia

yang kini telah berhasil menjadi gambaran masyarakat kedepannya. Bagi kita sebagai pelaku usaha berupa produk hingga perusahaan rintisan berbasis teknologi, inkubator bisnis dapat menjadi bagian penting dalam perjalanan usaha rintisan akan tetapi bisnis digital di lingkungan kampus masih sangat rendah hal ini terjadi karena banyaknya faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Menurut (Ardiansyah, M. Latifah, N. Widayani, A. 2019) kendala dalam inkubator bisnis adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa, memberikan pelatihan dan pembinaan mahasiswa mencari dan memecahkan masalah sendiri, program inkubator bisnis masih baru di lingkungan kampus.

UKM Mahasiswa *entrepreneur* adalah komunitas para penggiat bisnis digital dan wirausaha kreatif dari kalangan mahasiswa, yang masih dapat dikatakan pemula dalam bisnis *start-up* dan bisnis digital sehingga perlunya literasi *entrepreneur* untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman serta strategi dalam melihat pasar dan pengelolaan bisnis digital. Kegiatan mitra dalam menjalankan usaha-usaha kreatifnya masih sebatas pada proses jual beli barang dan jasa, sehingga masih kurang memiliki pengetahuan terhadap pengelolaan bisnis digital secara *feasible* dan optimal.

## II. METODE YANG DIGUNAKAN

- Agar mitra memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai bisnis digital sehingga dilaksanakan *web meeting* dengan menghadirkan ahli di bidang teknologi informasi. Dan Kepala Pusat Pengembangan Inovasi LP2M UNM sebagai pemateri, metode yang digunakan adalah demonstrasi diskusi dan tanya jawab.
- Agar mitra lebih termotivasi dan meningkatkan ide dalam pengelolaan *start-up*, pengabdian melakukan diskusi kepada mitra terkait kelengkapan *start-up*, metode yang digunakan adalah diskusi dan tanya jawab.
- Agar mitra memiliki kemampuan meningkatkan kualitas pelayanan dalam pengelolaan *start-up*

agar tampilan start-up menjadi menarik serta memiliki banyak fitur yang memberikan kemudahan pelayanan bagi konsumen metode yang digunakan adalah pendampingan mitra.

### III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

#### A. *Web meeting pengenalan dan pengelolaan start-up*

Pada tahapan ini, tim pengabdian memperkenalkan beberapa pemateri dalam *web meeting* yang akan membawakan materi pengenalan dan pengelolaan *Start-up*, materi pertama mengenai konsep dan pentingnya pengetahuan dan pemahaman bisnis digital dalam memberikan efisiensi dan efektifitas pelaksanaan bisnis atau pemasaran produk melalui online, ditinjau dari segi akademik, penelitian dan perkembangan teknologi. Materi kedua mengangkat mengenai teknis pembuatan *start-up* dimulai dari masalah dan peluang, sehingga melalui produk barang dan jasa yang anda tawarkan masalah akan dapat terselesaikan, proposisi nilai atau nilai tambah dan hal unik dari produk barang dan jasa yang anda tawarkan, bagaimana cara mendemonstrasikan produk anda, modal bisnis, rencana pemasaran, analisis kompetitor, manajemen, proyeksi keuangan selama 3 tahun penjualan dan pengembangan usaha terkait dengan peningkatan layanan terhadap konsumen. Setelah materi disampaikan akan diberikan kesempatan bagi peserta untuk berdiskusi dengan pemateri terkait permasalahan *Start-up* yang dialami oleh mitra.

#### B. *Merancang Desain Tampilan Start-up*

Setelah seluruh fungsi dan fitur terpenuhi pada tahapan ini tim Pengabdian melihat tampilan *Start-up* dengan memperhatikan beberapa komponen yaitu, penempatan, warna, format, tekstur, ruang, garis, dan bentuk. dan *rundown* pemasaran dari desain menarik dan entertain, lebih diutamakan desain visual. Jika bekerja sama dengan pihak kedua yang mengurus desain dan pemasaran akan lebih baik berkonsultasi sehingga tampilan visual memuat

pesan yang ingin disampaikan, strategi marketing digunakan untuk memperluas jangkauan pasar, semakin luas pasar maka semakin banyak informasi yang diterima konsumen dan calon konsumen terhadap produk yang kita miliki.

#### C. *Melatih dan Mendampingi Mitra Menjalankan Start-up*

Pada tahapan ini mitra didampingi dalam dua hal yaitu mendesain dan menjalankan *Start-up*, mitra akan didampingi dalam mengembangkan desain *Start-up*, desain *Start-up* yang dikembangkan sesuai dengan masukan atau kritik dari konsumen, proses pengembangan desain sebaiknya dilaksanakan dalam waktu yang singkat untuk menghindari kegagalan sistem *Start-up* pada proses instalasi, desain *Start-up* yang telah dikembangkan sedapat mungkin memiliki tingkat kemiripan yang besar sehingga pengoperasiannya tidak jauh berbeda setelah pengembangan, untuk lebih mempermudah konsumen sebaiknya disertakan fitur bantuan atau video tutorial di dalam *Youtube* kepada konsumen untuk memahami fungsi dari fitur-fitur *Start-up* yang telah dikembangkan.

Pendampingan selanjutnya adalah pengelolaan *Start-up*, Mitra melaksanakan aktifitas seperti biasa dalam menjalankan *Start-up* kemudian melaporkan aktifitas kesehariannya kepada mentor untuk dievaluasi dan ditindak lanjuti, proses pendampingan dilaksanakan terus menerus sehingga terbentuk iklim kerja yang akuntabel dalam proses pengelolaan, setiap aktivitas di evaluasi dan ditindaklanjuti sebagai upaya pengembangan pengelolaan *Start-up*.

### IV. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kemitraan masyarakat dapat ditarik kesimpulan:

- 1 Mitra memiliki pengetahuan dan pemahaman terkait pengelolaan *Start-up*,
- 2 mitra memiliki keterampilan untuk menggunakan aplikasi digital dan penerapannya terhadap *Start-up*,



- 3 terdapatnya informasi dan coaching pengembangan *Start-up*, dan
- 4 adanya seminar-seminar dan *web meeting* mengenai pengembangan bisnis digital.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. Ucapan terima kasih juga kami berikan sebesar-besarnya kepada Rektor UNM atas arahan dan pembinaanya selama proses kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung. Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNM dan Dekan Fakultas Teknik, yang telah memberi fasilitas, melakukan monitoring, dan meng-evaluasi kegiatan PKM hingga selesai serta seluruh tim pengabdian dan para mahasiswa yang sangat antusias dalam melaksanakan kegiatan ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Budiarta, K. Ginting, S. O. Simarmata, J. 2020. Ekonomi Bisnis dan Digital. *Medan. Yayasan Kita Menulis*
- Lutfiani N, Rahardja U, Manik I.S. 2020 Peran Inkubator Bisnis dalam Membangun Startup pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis Vol 5 No 1 hal 77-89*
- Ardiansyah, M. Latifah, N. Widayani, A. 2019. Peranan Inkubator Bisnis dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar. *Vocational Education and Technology Journal, Vol. 1, No.1, September 2019, hal. 51-56*