

# Pelatihan Pemasaran Online dalam Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan bagi Masyarakat Desa Tirawuta Kecamatan Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur

<sup>1</sup>Dewi Sulfa Saguni, <sup>2</sup>Muhammad Hidayat Djabbari, <sup>3</sup>Raodatul Jannah, <sup>4</sup>Widyawati, <sup>5</sup>Sapriyadi

<sup>1)2)4)</sup> *Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia*

<sup>3)</sup> *Peternakan, Fakultas Pertanian Perikanan dan Peternakan, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia*

<sup>5)</sup> *Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia*

Email: <sup>1</sup>dewisulfa25@gmail.com, <sup>2</sup>yytlmc@gmail.com\*, <sup>3</sup>datuljannah08@gmail.com, <sup>4</sup>widyawati@usn.ac.id, <sup>5</sup>sapriyadi@usn.ac.id

## INFORMASI ARTIKEL

## ABSTRAK

### Kata Kunci:

Kewirausahaan  
Pemasaran  
Pengabdian  
Kompetensi  
Pelatihan  
Kewirausahaan  
Masyarakat

Kewirausahaan merupakan aktifitas yang dilakukan oleh seorang atau kelompok dalam menciptakan suatu produk, jasa atau usaha dalam rangka menyelesaikan suatu persoalan untuk mendapatkan keuntungan materi. Perubahan pola hidup dan kebiasaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Kehidupan masyarakat yang cenderung konsumneris, sehingga masyarakat berusaha mencari hal-hal yang sifatnya instan. Hal ini berupa fenomena konsumeris yang membuat masyarakat menggunakan teknologi yang ada untuk memenuhi keinginannya, salah satu contohnya adalah masyarakat cenderung memilih melakukan penjualan dan pembelian secara online karena dirasa lebih efisien dari pada harus dilakukan secara konvensional atau offline. Pelaksanaan pengabdian masyarakat berupa pemasaran kewirausahaan secara online di Desa Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dalam pengembangan kewirausahaan berbasis online dengan pemanfaatan platform digital dan juga dapat meningkatkan kualitas pemasaran produk yang dihasilkan dari potensi kewirausahaan masyarakat yang didominasi pada bidang Pertanian dan Perkebunan. Kemampuan masyarakat yang variatif dalam penggunaan fasilitas digital dan teknologi kewirausahaan dengan memanfaatkan smartphone untuk mengakses platform digital seperti Facebook, WhatsApp dan Platform e-commers seperti shopee, tokopedia dan lazada. Pengabdian masyarakat yang dilakukan ini sangat penting untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dalam pengembangan kewirausahaan berbasis online dengan pemanfaatan platform digital.

## ABSTRACT

### Keywords:

Entrepreneurship  
Marketing  
devotion  
Competence  
Training  
Entrepreneurship  
Public

Entrepreneurship is an activity carried out by a person or group in creating a product, service or business in order to solve a problem for material gain. Changes in people's lifestyles and habits are strongly influenced by technological developments. People's lives tend to be consumerist, so people try to find things that are instant. This is in the form of a consumerist phenomenon that makes people use existing technology to fulfill their desires, one example is that people tend to choose to make sales and purchases online because they feel it is more efficient than having to do it conventionally or offline. Implementation of community service in the form of online entrepreneurship marketing in Tirawuta Village, East Kolaka Regency which aims to increase community competence in developing online-based entrepreneurship by utilizing digital platforms and can also improve the quality of product marketing resulting from the entrepreneurial potential of the community which is dominated by the Agriculture and Plantation sector. The ability of various people to use digital facilities and entrepreneurial technology by utilizing smartphones to access digital platforms such as Facebook, WhatsApp and e-commers platforms such as shopee, tokopedia and lazada. This community service is very important to increase community competence in developing online-based entrepreneurship by utilizing digital platforms.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Masyarakat Kabupaten Kolaka Timur khususnya Desa Tirawuta secara umum memiliki potensi pengembangan diri dalam hal pertanian dan perkebunan guna membantu perekonomian masyarakat desa. Pada tahun 2020 kabupaten kolaka timur memberikan sumbangsih baik produk domestik regional menumbuhkan sekitar 42% dalam pengembangan ekonomi dari sektor pertanian dan perkebunan, sehingga pada tahun 2022 dan seterusnya target perekonomian masyarakat khususnya di Desa Tirawuta akan di fokuskan pada pertanian dan perkebunan jenis komoditas utama pada sektor tersebut yang menjadi unggulan adalah kakao, padi sawah, nilam.

Perubahan pola hidup dan kebiasaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Kehidupan masyarakat yang cenderung konsumneris, sehingga masyarakat berusaha mencari hal-hal yang sifatnya instan. Hal ini berupa fenomena konsumneris yang membuat masyarakat menggunakan teknologi yang ada untuk memenuhi keinginannya, Konsumneris adalah suatu tatanan ekonomi dan social yang mendorong agar orang-orang membeli barang dan jasa dalam jumlah yang semakin besar. Salah satu contohnya adalah masyarakat cenderung memilih melakukan penjualan dan pembelian secara online karena dirasa lebih efisien dari pada harus dilakukan secara konvensional atau offline.

Perkembangan teknologi informasi telah membuat peradaban manusia menjadi berubah, yang saat ini kebanyakan dari manusia bergantung kepada teknologi informasi seperti media sosial dan lain sebagainya (Siregar and Nasution 2020). Selain itu, Penggunaan Teknologi dan Informasi Komunikasi (TIK) tidak dapat dipungkiri dapat mempercepat arus akses informasi dan komunikasi di masyarakat, termasuk masyarakat di Desa Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur. Salah satu teknologi informasi yang digunakan dalam bisnis adalah internet, dimana perkembangan internet dan perkembangan teknologi gadget yang cukup pesat telah merevolusi proses jual beli akhir-akhir ini. Pasca pandemi covid-19 dan kesibukan masyarakat dalam bekerja membuat jual beli melalui toko *online* menjadi semakin marak. Sehingga, kemampuan atau skill masyarakat atau pelaku kewirausahaan dalam membuat toko online menjadi nilai tambah bagi orang yang ingin memulai bisnis namun tidak memiliki toko fisik. Selain itu, kemampuan membuat toko online dapat menjadi keuntungan bagi pemilik toko brick and mortar yang juga dapat memanfaatkan toko onlinenya untuk meningkatkan pangsa pasarnya (Iriantini, H.S, and Giyana 2022).

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan secara signifikan dari tahun ke tahun, hingga telah mencapai lebih dari 175,4 juta pengguna di Januari 2020, yang didominasi oleh pengguna internet melalui perangkat mobile daripada desktop pc yaitu 124% dari populasi penduduk Indonesia (Wijoyo et al. 2020). Oleh karena itu fenomena ini harus segera dimanfaatkan dalam melakukan pemasaran hasil produksi atau UMKM. Dilihat dari potensi masyarakat sekitar Kolaka Timur khususnya di Desa Tirawuta, Para dosen dan mahasiswa dari Universitas Sembilanbelas November kolaka tergerak untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat guna memberikan edukasi terkait pemasaran produk dengan sistem *online* untuk meningkatkan perekonomian dan penekanan biaya pemasaran.

Kewirausahaan merupakan aktifitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam menciptakan suatu produk, jasa atau usaha dalam rangka menyelesaikan suatu persoalan untuk mendapatkan keuntungan materi. Kewirausahaan atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai entrepreneurship dapat diartikan sebagai jiwa, semangat, sikap dan perilaku serta potensi atau kemampuan manusia untuk mengelola usaha dan/atau kegiatan yang mengarah pada upaya menemukan, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru untuk penawaran layanan guna memperoleh banyak keuntungan (Subijanto 2012).

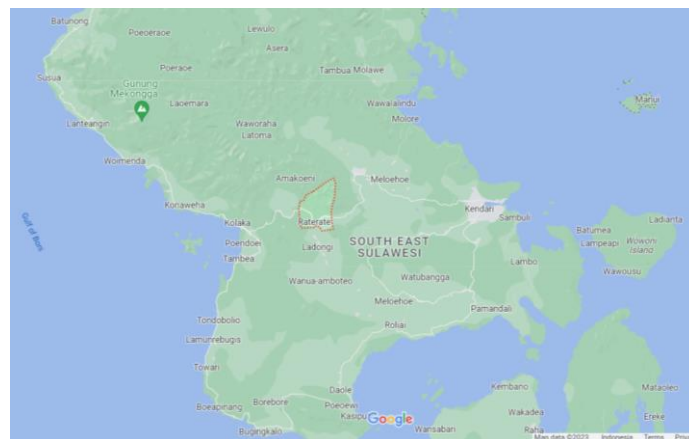
Untuk melakukan pendampingan dan pelatihan kewirausahaan melalui program pengabdian masyarakat ini, secara teoritis diawali dengan menganalisis beberapa factor-faktor yang mempengaruhi proses kewirausahaan di masyarakat. Adapun factor-faktor tersebut antara lain: 1) Mudah-tidaknya masalah yang digarap meliputi: (a) Kesulitan kesulitan teknis, (b) Keberagaman perilaku petugas, (c) Keberagaman perilaku kelompok sasaran, serta (d) Tingkat perubahan perilaku petugas dan peserta. 2) Sementara faktor kemampuan kebijakan menstruktur proses kebijakan meliputi: (a) Kejelasan dan konsistensi tujuan, (b) Ketepatan alokasi sumber dana, (c) Keterpaduan hirarki antar lembaga, (d) Aturan keputusan dari badan pelaksana, (e) Rekrutment pejabat pelaksana, dan (f) Akses formal pihak luar. 3. Sedangkan faktor eksternal kebijakan mencakup: (a) Kondisi sosial-ekonomi dan teknologi, (b) Dukungan publik, (c) sikap dan sumber

kelompok sasaran, (d) Dukungan dari pejabat atasan, dan (e) Komitmen kemampuan kepemimpinan pejabat pelaksana (Supriyanto, Arenawati, and Cadith 2021).

Berdasarkan beberapa referensi yang dijadikan rujukan dalam pengabdian ini, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan lebih mudah dan efektif apabila dilakukan dengan kegiatan pelatihan dan praktik secara langsung oleh tutor dan masyarakat yang terlibat langsung. Bentuk pelatihan yang diberikan oleh dosen USN Kolaka merupakan materi dan praktik langsung oleh masyarakat yang terlibat. Kombinasi teori dan praktik merupakan salah satu cara yang efektif dalam meningkatkan kemauan dan potensi diri dalam mengembangkan kewirausahaan secara *online*. Sehingga kegiatan Pelatihan Pemasaran Online dalam Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan bagi Masyarakat Desa Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dalam pengembangan kewirausahaan berbasis online dengan pemanfaatan platform digital.

## II. MASALAH

Adapun masalah yang dihadapi oleh masyarakat di Desa Tirawuta Kecamatan Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur ialah para petani masih kurang dalam menguasai teknologi pemasaran online sehingga penjualan produk masih dominan dilakukan secara konvensional. Masalah lain yang ada, yakni potensi hasil pertanian dan perkebunan yang berlimpah namun belum dikelola dengan baik untuk dijadikan produk UMKM, dan juga produk UMKM yang ada belum dimanajemen dengan baik dalam hal branding dan promosi produknya.



Gambar 1 Peta Desa Tirawuta Kecamatan Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur

## III. METODE

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa ialah memberikan materi sekaligus pelatihan praktik kepada masyarakat di Desa Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur untuk pemasaran produk hasil pertanian dan perkebunan mereka secara *online*. Inti dari kegiatan pengabdian ini adalah membantu masyarakat Desa Tirawuta untuk memasarkan produknya dengan mudah, cepat, efisien dan modern dengan memanfaatkan teknologi internet dan media sosial sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan dapat memberikan efek positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat yang terlibat. Adapun jumlah peserta pada kegiatan pelatihan ini sebanyak 24 orang.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah terlaksana dengan baik yang dilaksanakan di Aula Kantor Desa Tirawuta. Hasilnya pelaksanaan kegiatan pengabdian ini merupakan hasil kerjasama antara tokoh masyarakat, pemerintah desa Tirawuta dan tim pelaksana dari USN Kolaka. Adapun beberapa kegiatan pada pengabdian masyarakat ini, antara lain:

1. Pembukaan kegiatan
2. Pengenalan materi dan narasumber
3. Pemeparan materi dan praktik kewirausahaan
4. Pendampingan dan monitoring peserta

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pelatihan Pemasaran Online dalam Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan bagi Masyarakat Desa Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur, dilaksanakan dengan memperhatikan fenomena proses jual-beli saat ini yang lebih banyak dilakukan secara online. Beberapa manfaat yang diperoleh dari aktifitas pemasaran online (Iriantini et al. 2022), yakni: 1) Jangkauan pasar yang lebih luas; 2) Menghemat waktu dan biaya; 3) Kemudahan memilih target pasar; 4) Mudah untuk dipantau; 5) bisnis menjadi lebih mudah dan sederhana.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan materi kewirausahaan, melainkan pengabdian ini memberikan keterpaduan antara aspek teoritis dan praktis. Kemudian, dilakukan juga monitoring hasil berupa penguasaan materi dan praktikan pemasaran via internet (*online*) oleh peserta itu sendiri. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, terdapat catatan penting pada kegiatan ini yakni kemauan dan ketekunan masyarakat sangat diperlukan agar penerapan dari materi pengabdian ini terlaksana dengan baik. Meningkatkan minat berwirausaha/wirausaha. Salah satunya adalah meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat untuk berwirausaha. Kewirausahaan selalu dikaitkan dengan ketidakpastian berhasil atau tidaknya, sehingga kewirausahaan harus didorong dengan keberanian, keuletan dan tekad. Karena hanya mereka yang berbisnis dengan keberanian dan resiko tinggi yang akan berkembang (Mirna Noventri et al. 2022).

Pada pengabdian ini, muatan teoritis yang diberikan menyangkut pada pengenalan terkait peluang dan potensi kewirausahaan serta pemasaran hasil kewirausahaan di platform digital. Sedangkan, muatan dalam praktiknya berupa pembuatan akun pemasaran melalui beberapa media sosial seperti akun *facebook*, pamflet online yang disebarakan melalui pesan *broadcast* aplikasi *whatsApp* dan pembuatan akun penjualan di *e-commers Shopee* dll. Menurut Rizal et. Al mengatakan bahwa di era teknologi sekarang ini merupakan masa dimana produk harus selalu didaur ulang atau diproduksi untuk memenuhi segala kebutuhan manusia, termasuk di dalamnya adalah pelaku UMKM yang harus mengambil bagian dalam perkembangan teknologi tersebut salah satunya adalah media social (Thaha, Hatidja, and Hasniati 2021).

Penggunaan media sosial ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM sebagai ajang promosi yang mudah dan menguntungkan seperti penggunaan website, facebook, instagram, twitter, dan lain-lain. Penggunaan media sosial bagi para pelaku UMKM dapat berguna sebagai sarana mempromosikan produk ataupun jasa kepada para calon pelanggannya di berbagai daerah tanpa harus bertatap muka langsung yang menghabiskan biaya seperti biaya tiket pesawat, akomodasi, dan transportasi (Aswandy and Mariyati 2022). Selain itu, keunggulan digital marketing atau penggunaan social media didalam pemasaran UMKM yakni sasaran atau target dapat ditetapkan, hasil dapat ditampilkan segera, biaya jauh lebih rendah, jangkauan lebih luas, mudah diakses, waktu tidak terbatas (Wardhana 2015).

Hasil evaluasi pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan kemampuan masyarakat yang variatif dalam menggunakan fasilitas digital dan teknologi kewirausahaan dengan memanfaatkan smartphone untuk mengakses platform digital seperti Facebook, WhatsApp dan Platform e-commers seperti shopee, tokopedia dan lazada. Beberapa masyarakat memiliki kemampuan tersendiri dan ada juga yang memerlukan pendampingan dari anak atau sanak-saudaranya. Kemudian, Untuk platform shopee, tokopedia, dan lazada masih kurang dipahami sehingga penjualan melalui aplikasi tersebut cenderung tidak berjalan bahkan karena langkah-langkah penjualan yang cukup rumit bagi masyarakat, disamping juga faktor penguasaan dan pemahaman pengelolaan platform oleh masyarakat yang belum dipahami dengan baik, apalagi beberapa peserta yang hadir sudah berumur (+50 tahun).

Kemudian, aktifitas kewirausahaan yang terlembagakan didalam pemerintah desa yakni dalam lembaga BUMDes hanya berupa penyewaan sarana dan prasarana, belum ada usaha yang dihasilkan dari penjualan produk-produk tertentu. Sehingga, dalam pengabdian ini juga mendorong pemanfaatan potensi yang dimiliki oleh desa Tirawuta khususnya dalam hal produk hasil pertanian dan perkebunan. Peran pemerintah desa juga menjadi hal yang penting, guna menstimulus masyarakat melalui kelembagaan BUMDes.

Umumnya masyarakat di Desa Tirawuta menyadari bahwa melakukan wirausaha secara *online* memberikan manfaat yang positif bagi mereka karena mengefisienkan waktu, barang dan jasa. Selain dari

pada itu, masyarakat yang terlibat langsung dalam penjualan ini juga lebih ahli dalam menggunakan aplikasi media sosial demi menunjang keberhasilan usaha dan bisnis yang dapat memajukan ekonomi masyarakat setempat. Peserta pelatihan harus memiliki kemauan dan kemauan yang kuat untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama pelatihan dan menularkannya kepada orang lain dan anggota masyarakat lainnya. Kemauan dan keinginan ini harus dipertahankan dan didorong untuk terus membara dalam diri semua peserta pelatihan (Bustomi et al. 2020). Untuk itu, masyarakat dalam pelatihan ini perlu melakukan *share knowledge* kepada sesama pelaku wirausaha di Desa Tirawuta sehingga semangat dan pengetahuan dapat tumbuh dan berkembang.



Gambar 2 Proses Pembukaan



Gambar 3 Pemaparan Materi Pelatihan

## V. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat berupa pemasaran kewirausahaan secara online di Desa Tirawuta Kabupaten Kolaka Timur yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dalam pengembangan kewirausahaan berbasis online dengan pemanfaatan platform digital dan juga dapat meningkatkan kualitas pemasaran produk yang dihasilkan dari potensi kewirausahaan masyarakat yang didominasi pada bidang Pertanian dan Perkebunan. Berkaitan dengan potensi yang ada, maka peran Dosen dan mahasiswa USN Kolaka dalam membangkitkan dan membantu memaksimalkan potensi yang ada di masyarakat Desa Tirawuta. Masyarakat yang telah menerima materi juga bersedia membagi ilmu yang mereka dapat kepada masyarakat lain yang belum sempat hadir dalam kegiatan pengabdian tersebut. Pelaksanaan kegiatan dapat berjalan lancar atas kerjasama tokoh masyarakat dan pemateri dari kampus dengan masyarakat yang bisa mengaplikasikan ilmu tersebut sehingga bisa memajukan ekonomi masyarakat setempat melalui pemasaran produk secara *online*.

Input yang diberikan kepada masyarakat berupa materi tentang kewirausahaan kiranya dapat diaplikasikan dengan baik untuk perkembangan kewirausahaan. Kemudian, Output pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yakni pengetahuan dan skill dalam melakukan pemasaran pada Platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan hasil kewirausahaan, dan juga Outcomes yang merupakan tujuan akhir dari pengabdian ini ialah meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Kolaka Timur khususnya di Desa Tirawuta agar bangkit dari kondisi akibat pandemi Covid-19. Agar tujuan tercapai dengan hasil yang konstan diperlukan monitoring dan kerjasama antar pihak pemerintah desa dan masyarakat agar saling membantu dalam tujuan peningkatan ekonomi daerah.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Aswandy, Edy, and Tatik Mariyati. 2022. "Analisa Pengaruh Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Kewirausahaan Dan Kinerja UMKM." *Jurnal STEI Ekonomi(JEMI)* 31(01):106–10.
- Bustomi, M. Arief, A. Yunus Rohedi, Hasto Sunarno, and Gontjang Prajitno. 2020. "Pelatihan Pemasaran Online Produk Masyarakat Kecamatan Bantur Kabupaten Malang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG* 5(2):27–38.
- Iriantini, Dwi Bhakti, Redy Eko H.S, and Giyana. 2022. "Pelatihan Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Bagi Siswa SMK Kartini Surabaya." *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri* 5(1):236–41.
- Mirna Noventri, Isra, Juli Perawitan Pakpahan, Juli Wardani Pane, and Lia Hutabarat. 2022. "Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran." *Journal of Millennial Community* 3(2):68. doi: 10.24114/jmic.v3i2.32339.
- Siregar, Lisma Yana, and Muhammad Irwan Padli Nasution. 2020. "Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online." *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (HJIMB)* 02(01):71–75.
- Subijanto. 2012. "Analisis Pendidikan Kewirausahaan Di Sekolah Menengah Kejuruan." *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 163–73.
- Supriyanto, Untung, Arenawati Arenawati, and Juliannes Cadith. 2021. "Implementasi Kebijakan Pelatihan Kewirausahaan Bagi Millennial Entrepreneur." *Jurnal Governansi* 7(1):39–50. doi: 10.30997/jgs.v7i1.3597.
- Thaha, Salmiyah, St Hatidja, and Hasniati Hasniati. 2021. "Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Di MasaPandemiCovid-19Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros." *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2):133–39. doi: 10.52072/abdine.v1i2.208.
- Wardhana, Aditya. 2015. "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK Di Indonesia." *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV (April 2015)*:327–337.
- Wijoyo, Hadion, Aris Ariyanto, Denok Sunarsi, and Mada Faisal Akbar. 2020. "Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa." *Ikra-Ith Abdimas* 3(3):169–75.