

PEMBEKALAN BISNIS DIGITAL BAGI ANGKATAN MUDA MUHAMMADIYAH KABUPATEN BOGOR

Zulpahmi, Sumardi, Edi Setiawan

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Email: zulpahmi@uhamka.ac.id, sumardi@uhamka.c.id, edisetiawan@uhamka.ac.id

Diterima: 9 Maret 2018, Direvisi: 13 Maret 2018, Disetujui: 23 Maret 2018

ABSTRAK

Membangun bisnis melalui internet atau biasa yang disebut bisnis digital merupakan salah satu cara untuk memperluas jangkauan pasar para pelaku bisnis. Melalui *online marketing*, informasi produk dapat menjangkau konsumen yang ada jauh dari domisili, tanpa harus terjun langsung ke daerah tersebut untuk mempromosikan produk. Dengan demikian, peluang bagi warga Muhammadiyah dalam mendirikan dan mengelola bisnis online sangatlah besar. Agar mampu mendirikan dan mengelola bisnis online secara baik dan benar, maka diperlukan pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Sehingga, diperlukan adanya pembekalan dalam membangun bisnis digital bagi ngkatan Muda Muhammadiyah Kabupaten Bogor. Program ini dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan dalam membengun bisnis online.

Kata kunci: bisnis digital, pasar, pelaku bisnis

ABSTRACT

Building a business through the Internet or so-called digital business is one way to expand the market reach of business people. Through online marketing, product information can reach consumers far away from domicile, without having to go directly to the area to promote the product. Thus, the opportunity for Muhammadiyah citizens in establishing and managing an online business is huge. In order to be able to establish and manage an online business properly and properly, adequate knowledge and skills are required. Thus, it is necessary to have a briefing in building a digital business for the youth Muhammadiyah Youth Bogor Regency. This program is intended to improve the ability to develop online business.

Keywords: Digital business, market, business

PENDAHULUAN

Internet marketing atau *e-marketing* adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet atau jaringan *www*. Ling (2010) menyatakan bahwa, kemajuan dari *World Wide Web* telah menghasilkan penciptaan bentuk baru transaksi ritel elektronik ritel (*e-tailing*) atau web-belanja. Pertumbuhan yang cepat dari teknologi internet telah memungkinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa dari pengecer dan mencari informasi produk dari internet. Namun, pengecer hanya bisa menawarkan rentang produk tertentu dan layanan untuk pembeli, termasuk jasa e-banking, gadget, teknologi, kosmetik, pakaian dan pemesanan tiket penerbangan.

Dalam perjalanannya *internet marketing* terus mengalami kemajuan, tidak hanya menggunakan website tapi juga E-mail dan aplikasi lain yang telah diaplikasikan pada Internet. Ada beberapa hal yang dilakukan untuk menjadi bagian dari marketing agar bisa dikerjakan dengan sistem online marketing, melalui internet salah satunya adalah *online advertising*. Saat ini Periklanan online menjadi hal menarik untuk dilakukan dalam dunia usaha. Jumlah pengguna internet yang semakin meningkat mengakibatkan semakin maraknya jumlah penipuan yang terjadi pada penjualan online. Akan tetapi, tindakan penipuan bertolak belakang dengan jumlah transaksi online shop yang trennya semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Dengan pengguna internet mencapai 139 juta ini berjualan di internet menjadi kesempatan besar bagi para pengusaha konvensional dan juga kesempatan bagi orang-orang baru yang ingin memulai usahanya. Pasar online menjadi tambang emas bagi pengguna internet untuk menciptakan pasar baru. Data dari McKinsey pada tahun 2016 nilai transaksi di pasar online mencapai 200 triliun. Angka ini merupakan angka yang sangat fantastis mengingat bahwa hanya sekitar 7 % dari pengguna internet di Indonesia yang pernah belanja online. Jika dibandingkan dengan China belanja online mencapai 30 %, Malaysia 15 %, Singapura 40 % Indonesia masih ketinggalan jauh. Namun walaupun Indonesia masih dibawah Negara Asia lainnya, Lembaga riset ICD (2016) memprediksi bahwa pasar online di Indonesia akan tumbuh 42 % dari tahun 2012-2020. Angka ini lebih tinggi jika dibandingkan Negara lain seperti Malaysia 14%, Thailand 22%, Filipina 28%, Hal ini lah yang mempengaruhi investor baik dalam maupun luar negeri untuk berinvestasi di Indonesia.

Beberapa *Venture Capital* besar seperti *Rocket Internet*, *CyberAgent*, *East Ventures*, dan *IdeoSource* sudah menanamkan modal ke perusahaan e-commerce yang berbasis di Indonesia. Sebut saja beberapa diantaranya adalah raksasa Lazada dan Zalora, Berrybenka, Tokopedia, Bilna, Saqina, VIP Plaza, Ralali dan masih banyak lagi. Mereka adalah sebagian contoh dari perusahaan *e-commerce* yang sukses dan berhasil dalam memanfaatkan peluang pasar *e-commerce* di Indonesia yang sedang naik daun. Dengan adanya peningkatan pasar online di Indonesia yang terus tumbuh, ini juga merupakan peluang bagi para pelajar di Indonesia untuk memulai bisnis dan merubah paradigma yang selama ini muncul ingin menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN). Peluang untuk menjadi ASN di Indonesia begitu kecil, ditambah lagi adanya Mou dari Pemerintah Indonesia untuk menghentikan sementara penerimaan ASN. Maka dari itu Pelajar membutuhkan pemikiran baru dan tantangan baru dengan memanfaatkan kesempatan untuk berbisnis yang di mulai melalui internet.

Dengan merubah paradigma pelajar selama ini yang *how to work* menjadi *how to create work*. Data dari Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2016 pengusaha di Indonesia hanya 1,56 % masih jauh dari target bank dunia yakni 4 %. Indonesia jika ingin mencapai 2 % masih membutuhkan 1,7 juta pengusaha baru, dan menuju 4 % Indonesia membutuhkan 5,8 juta pengusaha baru. Daya saing global di 10 negara ASEAN pun Indonesia masih tertinggal dari Singapura 5,68 %, Malaysia 5,23 %, Thailand 4,64 %, dan Indonesia 4,52 %.

Maka untuk membantu pemerintah meningkat jumlah pengusaha baru di Indonesia perlu ditanamkan jiwa usaha lebih dini kepada pelajar sebelum mereka memasuki dunia perkuliahan. Berdasarkan latar pemikiran dan permasalahan tersebut, maka workshop Bisnis Online Bagi Angkatan Muda Muhammadiyah Leuwiliang Bogor merupakan salah satu solusi akan masalah yang di alami Indonesia selama ini. Karena itulah, kami bermaksud melakukan pengabdian masyarakat dalam kegiatan Workshop Mengungkap Bahasa Bisnis Online Angkatan Muda Muhammadiyah Leuwiliang Kabupaten Bogor.

MASALAH

Berdasarkan analisis situasi tersebut dapat diungkapkan beberapa masalah yang umumnya dihadapi oleh pihak mitra, antara lain:

- 1) Melakukan analisis sosial keadaan Angkatan Muda Muhammadiyah Leuwiliang Kabupaten Bogor akan pentingnya menjadi pengusaha berbasis online.
- 2) Kurangnya kesadaran Angkatan Muda Muhammadiyah Leuwiliang kabupaten Bogor dalam memahami peluang bisnis di internet.
- 3) Kurangnya kesadaran Angkatan Muda Muhammadiyah Leuwiliang kabupaten Bogor akan pentingnya strategi digital marketing dalam meningkatkan pendapatan di internet.

METODE

Berdasarkan permasalahan di atas, salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah membekali Angkatan Muda Muhammadiyah dengan pengetahuan tentang proses digitalisasi bisnis dalam bentuk kegiatan workshop. Workshop ini akan diberikan kepada Angkatan Muda Muhammadiyah di institusi mitra oleh pemateri yang kompeten pada bidang digital marketing. Pemateri akan membuat modul untuk membantu penyampaian materi dalam pelatihan. Materi yang akan disampaikan tidak hanya tentang teori digital bisnis, tetapi juga praktik pembuatan web bisnis.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama enam bulan dari perencanaan sampai pelaksanaan workshop. Kegiatan diawali dengan observasi ke lokasi untuk mengumpulkan data yang terkait dengan kebutuhan pihak mitra serta sarana dan prasarana yang telah tersedia.

Selanjutnya, dilakukan perumusan masalah dan rencana solusi. Rumusan masalah dan solusi dibahas bersama pada saat sosialisasi kegiatan pengabdian, yaitu antara pihak Angkatan Muda Muhammadiyah Kabupaten Bogor dan pelaksana kegiatan. Evaluasi pertama dibuat untuk mengetahui tingkat antusiasme pihak Angkatan Muda Muhammadiyah dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini. Ukuran keberhasilannya ialah respons Angkatan Muda Muhammadiyah yang mendaftarkan lebih dari dari lima puluh orang peserta

Persiapan kegiatan pelatihan diawali dengan pemilihan tempat pelatihan dan persiapan sarana serta prasarana pendukung kegiatan. Workshop dilaksanakan di Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah Puraseda Kabupaten Bogor. Tes diadakan pada awal, tengah, dan akhir sesi kegiatan pelatihan. Setiap pelaksanaan pelatihan, ada pihak Pimpinan Muhammadiyah Kabupaten Bogor yang berfungsi sebagai pemantau kegiatan. Pemantau kegiatan bertugas untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Penilaian keberhasilan dari pemantau eksternal inilah yang dijadikan sebagai indikator keberhasilan dalam evaluasi kedua. Setelah pelatihan selesai dilaksanakan, kegiatan selanjutnya ialah pendampingan. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan model pembinaan secara fleksibel. Bantuan yang diberikan berupa pendampingan dalam menghadapi kesulitan ketika menyelesaikan pembuatan web bisnis. Evaluasi ketiga dan keempat diharapkan dapat menjadi acuan dalam keberhasilan kegiatan ini. Indikator keberhasilan evaluasi ketiga ialah adanya peningkatan nilai pre-test, middle-test, dan final test. Adapun indikator keberhasilan dalam evaluasi keempat ialah tingkat kepuasan peserta selama workshop dan pembinaan yang disampaikan pada saat kegiatan penutupan. Kegiatan terakhir ialah pelaporan seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan oleh pelaksana kegiatan.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian yang kami jalani ini merupakan suatu program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang memiliki target bagi memberikan pemahaman kepada Angkatan Muda Muhammadiyah Leuwiliang Kabupaten Bogor akan pentingnya strategi digital marketing dalam kegiatan bisnis online. Kemudian Angkatan Muda Muhammadiyah Leuwiliang kabupaten Bogor akan mampu mengetahui dimana kelebihan dan kekurangan, serta apa saja yang akan dibangun dari strategi tersebut untuk mengatasi masalah menjadi pengusaha selama ini.

Kegiatan pengabdian ini didahului dengan persiapan pelaksanaan kegiatan, yaitu pembuatan undangan, penyebaran undangan untuk anggota Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Bogor sebagai mitra, dan kegiatan sosialisasi. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memberi informasi tentang agenda kegiatan dan tujuan pelaksanaan kegiatan serta mencari kesepakatan tentang jadwal pelaksanaan dan materi yang akan disajikan. Setelah dilaksanakan sosialisasi yang dihadiri beberapa anggota Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Bogor.

Solusi yang ditawarkan dalam workshop ini dengan menggunakan metode pendekatan pemberian informasi dalam bentuk *coaching*, pelatihan intensif dan workshop, yang diselenggarakan yang kemudian dilanjutkan dengan program evaluasi *coaching* dan monitoringnya.

Tabel 1 Topik dan Sasaran Pembelajaran Bisnis Digital

Workshop Perencanaan Bisnis Online Metode Kanvas	- Merencanakan Bisnis Online Metode Kanvas
Strategi Penjualan Melalui Media Sosial	- Membangun Strategi Penjualan Melalui Media Sosial
Mudahnya Buat Laporan Keuangan Bisnis Online	- Mengelola Laporan Keuangan Bisnis Online
Membangun Website/Blog Bisnis	- Cara Membangun Website/Blog Bisnis
<i>Monitoring dan Evaluation</i>	- Evaluasi Workshop Strategi Membangun Bisnis Online - Pelaksanaan Workshop yang sudah dilakukan seberapa jauh dapat dilaksanakan

Hasil dari kegiatan workhop ini ditujukan kepada warga dan simpatisan Muhammadiyah Leuwiliang Kabupaten Bogor. Tempat pelaksanaan berada pada posisi yang jauh dari perkotaan dimana berada dibawah pegunungan tepatnya di aula SMA Muhammadiyah Puraseda Leuwiliang Bogor. Kegiatan worksop ini memberikan pemahaman kepada peserta yang hadir. Adapun peserta yang hadir sebanyak lima puluh peserta yang mewakili setiap Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah.

Kegiatan yang dilaksanakan hari Sabtu, 26 Desember 2017 ini menggunakan pendekatan *brainstorming* dimana materi disampaikan sesuai kebutuhan peserta. Adapun materi yang pertama disampaikan Faizal Ridwan Zamzany ahli dalam *Financial Planner* dan Dosen Manajemen Keuangan FEB-UHAMKA memberikan pemahaman bagaimana caranya mencari investor untuk bisnis rintisan dengan tema “How to get investor for new startup bussines? Hasil dari pemaparan materi ini peserta mampu mencari modal atau capital yang akan mampu memberikan suntikan dana bagi bisnis rintisan tersebut.

Untuk pemateri yang kedua diisi oleh Edi Setiawan, ahli dalam Brand Strategi sekaligus Dosen FEB-UHAMKA. Materi yang disampaikan mengenai “Cara Mengelola Bisnis Online dan Copywriting”. Materi ini memberikan pemahaman kepada peserta bagaimana cara membangun toko online yang tidak ribet. Kemudian memberikan pemahaman kepada peserta bagaimana cara membuat Copywriting dalam promosi. Intinya menjula dengan kata-kata yang menarik agar penjula tertarik dengan isi dari iklan tersebut. Hali dari materi ini peserta mampu membangun toko online baik dari blog maupun web.





Gambar 1
Foto Kegiatan Pelatihan

Pemateri yang ketiga diisi oleh Emaridial Ulza, pemenang Startup di Rusia sekaligus Dosen FEB-UHAMKA. Materi yang disampaikan Metode Bisnis Kanvas. Hasil dari materi ini peserta dapat pemahaman tentang Model bisnis yang harus dibuat sebuah bisnis sebelum mulai berkompetisi dengan bisnis lainnya. Model bisnis di antaranya mengatur tentang tujuan hubungan kita dengan supplier, dengan distributor atau dengan para pelanggan secara langsung. Peserta mampu menjabarkan model bisnis dengan benar akan membantu menemukan tujuan bisnis secara jelas dan membahas tentang target apa yang harus dicapai terlebih dahulu.

Pemateri keempat diisi oleh Zulpahmi, Asesor Teknisi Akuntansi sekaligus Dosen FEB-UHAMKA. Materi yang disampaikan tentang cara mengelola keuangan bisnis online yang mudah. Peserta mampu memahami cara mengatasi kebocoran keuangan yang sering terlupakan. Peserta mampu memahami mudahnya menyusun laporan keuangan bisnis online. Kemudian langkah-langkah sederhana. Luaran dari program ini berupa laporan pengabdian kepada masyarakat dan jurnal pengabdian kepada masyarakat.





Gambar 2
Foto Acara Penutupan

Evaluasi Kegiatan

Untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan dibuat beberapa indikator dengan rincian sebagai berikut.

Evaluasi Tahap Pertama

Evaluasi ini dilakukan setelah sosialisasi di Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Bogor sebagai mitra. Indikator keberhasilan yang dijadikan acuan adalah respons dari pihak yang diundang untuk mendaftar pelatihan kepada panitia pelaksana. Jumlah pendaftar adalah lima puluh orang. Evaluasi tahap pertama telah terpenuhi. Hal itu terbukti dari daftar peserta yang mencapai lima puluh orang setiap pertemuan.

Evaluasi Tahap Kedua

Evaluasi tahap kedua dilakukan setelah pelaksanaan middle-test. Indikator keberhasilannya ialah tiap-tiap peserta mampu mengerjakan soal latihan middle-test dan nilai yang diperoleh lebih baik jika dibandingkan dengan nilai pada saat pre-test. Evaluasi ini melibatkan pemantau sebagai pihak yang memberi masukan dan penilaian terhadap kegiatan. Pemantau hadir pada waktu kegiatan middle-test sedang berlangsung. Evaluasi kedua juga telah terpenuhi. Hal itu terbukti dari kemampuan peserta untuk mengerjakan soal middle-test dan nilai yang diperoleh pun meningkat jika dibandingkan dengan nilai pada saat pre-test.

Evaluasi Tahap Ketiga

Evaluasi tahap ketiga dilakukan setelah pelaksanaan post-test. Indikator keberhasilannya ialah tiap-tiap peserta mampu mengerjakan soal latihan post-test dan nilai yang diperoleh lebih baik jika dibandingkan dengan nilai pada saat pre-test dan middle-test. Evaluasi ini melibatkan pemantau sebagai pihak yang memberi masukan dan penilaian terhadap kegiatan. Pemantau hadir ketika kegiatan post-test sedang berlangsung. Evaluasi tahap ketiga telah berjalan 100%. Proses penilaian telah selesai dilakukan (seperti terlampir), tetapi masih dalam tahap pengerjaan dan hasilnya masih belum keluar. Evaluasi ketiga meliputi pelaksanaan post-test dan evaluasi hasilnya. Post-test dihadiri oleh 90% peserta. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa evaluasi ketiga cukup sukses. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kehadiran peserta dan

hasil ujian post-test yang diperoleh peserta, yang secara garis besar mengalami peningkatan nilai. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan peserta dalam menyelesaikan soal semakin baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian di atas sebenarnya memulai bisnis online tidaklah sulit. Kegagalan yang timbul biasanya dikarenakan banyak orang memulai namun tidak memiliki pengetahuan yang cukup. Hal inilah yang membuat kegagalan dalam berbisnis online. Banyak yang menganggap berbisnis online hanya membangun bisnis di dalam internet. Tapi tidak menggunakan strategi dan pengetahuan yang cukup dalam membangun kerajaan bisnis di internet.

SARAN

Upaya pengembangan bisnis online harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang diperlukan. Semakin banyaknya penciptaan lahan usaha maka akan mengurangi pengangguran di dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Mahatma, Rhein. 2016. *Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia Saat Ini*. Jakarta. <https://buattokoonline.id/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/>. Artikel ini diakses pada tanggal 16 Oktober 2017.
- Noviadhista, Ulwan Fakhri. 2015. *Pertumbuhan pasar e-commerce Indonesia terbesar di kawasan ASEAN*. Jakarta. <https://www.techno.id/tech-news/pertumbuhan-pasar-e-commerce-indonesia-terbesar-di-kawasan-asean-150523d.html>. Artikel ini diakses pada tanggal 16 Oktober 2017.
- Ling, K.C., Lau T.C., and Tan Hoi Piew. 2010. *The Effects of Shopping Orientations, Online Trust, Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention*. International Business Research, Vol 3 No. 3 pp. 63-75.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Nilai ekspor Indonesia September 2017 mencapai US\$14,54 dan Nilai impor Indonesia September 2017 mencapai US\$12,78 miliar. <https://www.bps.go.id/>. Artikel ini diakses pada tanggal 16 Oktober 2017.