

Inovasi Wirausaha Digital Dengan Strategi Memanfaatkan Platform Online Untuk Bisnis Pada SMK Negeri 2 Depok

Kesya Ayu Fatharani¹, Rizky Yogi Saputra², Annisa Meliany Mumtaz³, Elisnawati⁴, Indah Mardianti Tanjung⁵, Muhammad Ridho Al Hafizh⁶, Nidia Rin Triana⁷, Riky Cahya Juniar⁸, Rishaq Dean Sheva⁹, Rafky Ferdian Algiffari¹⁰, Sopiyan Apandi^{11*}

¹⁻¹¹Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspiptek No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia
Email: ¹itscae@gmail.com, ²rizkyyogi00@gmail.com, ³annisamumtaz1@gmail.com, ⁴elisnwt@gmail.com, ⁵mardiantitanjungindah@gmail.com, ⁶punyaridho03@gmail.com, ⁷nidiarin2004@gmail.com, ⁸rikycahyaj07@gmail.com, ⁹deansheva04@gmail.com, ¹⁰rafkyferdian2574@gmail.com, ^{11*}dosen02601@unpam.ac.id
(* : coresponding author)

Abstrak—Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Inovasi berbasis teknologi menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing ekonomi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK Negeri 2 Depok tentang wirausaha digital dengan memanfaatkan platform online. Metode yang digunakan adalah sosialisasi langsung, meliputi penyuluhan tentang e-commerce, kewirausahaan digital, perencanaan bisnis digital, serta praktik pembuatan akun bisnis di platform Shopee. Kegiatan ini dilaksanakan pada 23 Oktober 2024, dengan melibatkan 44 peserta dari anggota OSIS SMK Negeri 2 Depok. Sosialisasi ini berhasil memberikan wawasan baru dan melatih keterampilan praktis yang mendukung siswa dalam menghadapi tantangan berwirausaha di era digital, serta mempersiapkan mereka untuk membangun bisnis online secara mandiri dan inovatif.

Kata Kunci: Wirausaha Digital; E-Commerce; SMKN 2 Depok

Abstract— The development of information technology and globalization has significantly impacted various aspects of life, including business and marketing. Technology-based innovation has become a key factor in enhancing economic competitiveness. This Community Service activity aims to improve the understanding of digital entrepreneurship among students at SMK Negeri 2 Depok by utilizing online platforms. The method used is direct socialization, which includes education on e-commerce, digital entrepreneurship, business planning, and practical training on creating business accounts on the Shopee platform. The activity was conducted on October 23, 2024, involving 44 participants from the OSIS members of SMK Negeri 2 Depok. This socialization successfully provided new insights and trained practical skills to support students in facing the challenges of digital entrepreneurship, as well as preparing them to build independent and innovative online businesses.

Keywords: Digital Entrepreneurship; E-Commerce; SMKN 2 Depok

1. PENDAHULUAN

Kemajuan pesat di bidang teknologi informasi dan globalisasi telah memberikan dampak besar pada perekonomian global. Negara-negara di seluruh dunia berlomba-lomba untuk memperkuat daya saing ekonomi mereka. Dalam hal ini, inovasi dalam pemasaran dianggap sebagai elemen kunci yang dapat mendukung peningkatan daya saing ekonomi suatu negara (Aidhi, 2023).

Pemasaran online dan offline memiliki perbedaan yang terlihat dimana pemasaran online memiliki keunggulan, seperti saat pandemi yaitu untuk meminimalkan risiko penularan serta belanja yang lebih hemat waktu dan efisien. Di sisi lain pemasaran offline menawarkan keuntungan berupa pengalaman langsung di dunia nyata dan dapat melakukan pembelian produk khusus yang mungkin tidak tersedia secara online (Qotrunnada & Marsasi, 2023). Fasilitas komunikasi berbasis internet menyebarkan informasi tentang produk baru dengan sangat cepat, sehingga membuat produk dan toko-toko konvensional kurang bisa menghadapi pasar yang dinamis saat ini. Kemampuan untuk mengembangkan produk baru dan memperkenalkannya ke pasar dengan cepat, serta mengadaptasi produk yang sudah ada dengan biaya rendah, telah menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan-perusahaan yang berhasil (Farhan & Marsasi, 2023).

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) semakin populer dalam ekonomi global. *E-commerce* dimulai pada tahun 1995 ketika kebutuhan akan produk digital muncul untuk mendukung transaksi

perusahaan. Produk digital adalah barang yang bisa dikirim melalui jaringan digital. *E-commerce* adalah transaksi penjualan yang dilakukan melalui media elektronik dan juga salah satu bentuk mekanisme bisnis elektronik yang berfokus pada transaksi antara individu dengan memanfaatkan Internet sebagai sarana pertukaran barang atau jasa (Aprianto, 2021). *E-commerce* menawarkan peluang besar, seperti penjualan produk dan layanan online, serta peningkatan pendapatan. Bagi perusahaan seperti *e-retailer*, *e-commerce* memberikan keuntungan karena sifatnya yang mudah dan interaktif, biaya operasional yang lebih rendah, serta kemampuan tinggi untuk menyesuaikan dan mempersonalisasi pengalaman bagi pelanggan (Dirgantari et al., 2020).

Perkembangan teknologi saat ini telah memasuki era digital, di mana berbagai hal dapat dikendalikan dari jarak jauh menggunakan internet yang terhubung dengan perangkat yang dimiliki hampir semua orang. Teknologi digital tidak hanya dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi atau sebagai sarana komunikasi jarak jauh, tetapi juga untuk menunjang ekonomi digital (Hidayat et al., 2021). Kemajuan teknologi informasi memiliki dampak yang sangat besar pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Konsumen kini memanfaatkan alat online dan semakin banyak mencari saluran daring untuk meneliti dan membeli produk atau layanan yang mereka butuhkan. Hal ini juga membuat persaingan antara perusahaan *e-commerce* menjadi semakin ketat (Dirgantari et al., 2020).

Teknologi yang dimanfaatkan untuk implementasi termasuk dalam terciptanya berbagai kegiatan pemasaran adalah definisi dari *E-Business*. Bisnis tersebut meliputi penyediaan jasa dan barang, peralihan dari kegiatan fisik ke berbagai bisnis yang bisa dikerjakan secara online. Melalui pemanfaatan teknologi informasi, seorang wirausaha mendapat banyak keuntungan karena dapat menurunkan biaya, meningkatkan produktivitas dan prosesnya. *E-commerce* menitikberatkan pada aktivitas transaksi bisnis secara online atau melalui internet, termasuk penjualan jasa, barang, dan informasi. Meningkatkan pendapatan dari perusahaan merupakan tujuan dari *E-commerce*. Berbagai biaya yang terhubung dengan transaksi tersebut dapat dikurangi, transaksi juga dapat terintegrasi secara otomatis dengan beralih ke elektronik (Irawan et al., 2023). Dalam *e-commerce*, terdapat kegiatan jual beli produk secara online yang dilakukan baik oleh individu maupun perusahaan melalui perangkat elektronik seperti handphone atau komputer sebagai media untuk melakukan transaksi bisnis (Hutagalung et al., n.d.).

Kelompok Pengabdian kepada Masyarakat bekerja sama dengan pihak sekolah SMK Negeri 2 Depok untuk menyelenggarakan kegiatan ini bagi peserta didik di sekolah tersebut. Melalui pelaksanaan Inovasi Wirausaha Digital Dengan Strategi Memanfaatkan Platform Online Untuk Bisnis, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi sumber pembelajaran dan memberikan wawasan bagi siswa-siswi mengenai pemanfaatan *e-commerce* untuk bisnis mereka di masa depan.

2. METODE PELAKSANAAN

Jenis pengabdian yang dilakukan berupa penyuluhan dan pemberian materi pada siswa-siswi yang berfokus pemanfaatan platform online untuk mendukung untuk mengembangkan keterampilan wirausaha digital. Kegiatan ini dilakukan di SMK Negeri 2 Depok pada hari Rabu tanggal 23 Oktober 2024. Target dalam kegiatan ini adalah anggota OSIS di SMK Negeri 2 Depok. Langkah-langkah pelaksanaan PKM di SMK Negeri 2 Depok sebagai berikut,



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Berdasarkan gambar 1, langkah awal yang dilakukan adalah tim menyusun proposal yang terdiri dari 4 bab dan menyerahkannya kepada dosen pembimbing dan membuat surat untuk disampaikan kepada pihak sekolah. Tim akan menyiapkan perlengkapan seperti transportasi, kamera, konsumsi, serta media presentasi yang akan digunakan sebagai panduan materi. Tim pelaksana akan bernegosiasi dengan pihak sekolah untuk menentukan waktu pelaksanaan kegiatan PkM dan setelah mendapatkan izin beserta waktu pelaksanaan dari pihak terkait, kegiatan penyuluhan dan pemberian materi kepada siswa-siswi SMK Negeri 2 Depok dilaksanakan. Setelah kegiatan pengabdian selesai tim memantau keberhasilan program dan mengevaluasi kegiatan yang bertujuan untuk memastikan kegiatan telah dilakukan dengan baik. Terakhir tim akan menyusun laporan akhir kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Aktivitas Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan pada hari Rabu tanggal 23 Oktober 2024, dengan menyelenggarakan pelatihan dalam bentuk penyuluhan dan pemberian materi, sesi praktik dan diskusi yang direalisasikan dalam bentuk sebagai berikut:

a. Penyuluhan Pemanfaatan *E-Commerce*

Peserta diberikan pengarahan terkait pemanfaatan *e-commerce* yang ada saat ini, mulai dari bagaimana cara bijak dalam memanfaatkan *e-commerce* agar dapat mengembangkan adanya potensi membangun usaha bisnis online dan bermanfaat di masa depan.



Gambar 2. Penyuluhan Pemanfaatan *E-Commerce*

b. Penyuluhan Tentang Kewirausahaan Digital

Peserta diberikan penjelasan terkait pengertian, karakteristik, keuntungan, tantangan, dan peluang kewirausahaan digital untuk usaha bisnis online. Bisnis digital adalah praktek untuk membuat, menjalankan, dan mengembangkan usaha pakai teknologi digital sebagai landasan utama operasinya. Bisnis digital melibatkan inovasi untuk melihat peluang pasar baru, ningkatin proses bisnis, dan bikin solusi yang lebih efisien dan efektif. Beberapa karakteristiknya berupa fleksibilitas dan adaptabilitas, inovatif dan kreatif, berorientasi pada teknologi, dan lain sebagainya.



Gambar 3. Penyuluhan Tentang Kewirausahaan Digital

c. Penyuluhan Tentang Perencanaan Kewirausahaan Digital

Peserta diberikan penjelasan terkait pengertian, karakteristik, keuntungan, tantangan, dan peluang kewirausahaan digital untuk usaha bisnis online. Bisnis digital adalah praktek untuk membuat, menjalankan, dan mengembangkan usaha pakai teknologi digital sebagai landasan utama operasinya. Bisnis digital melibatkan inovasi untuk melihat peluang pasar baru, ningkatin proses bisnis, dan bikin solusi yang lebih efisien dan efektif. Beberapa karakteristiknya berupa fleksibilitas dan adaptabilitas, inovatif dan kreatif, berorientasi pada teknologi, dan lain sebagainya.



Gambar 4. Penyuluhan Tentang Perencanaan Kewirausahaan Digital

d. Praktik Membuat Akun Bisnis di Platform *Shopee*

Peserta diberikan pengajaran tentang cara membuat akun bisnis di platform *Shopee*. Tidak hanya itu, mereka juga diajarkan cara memilih strategi pemasaran dan memahami perilaku konsumen yang tepat agar konten lebih menarik bagi konsumen. Peserta juga diajari cara melakukan pemasaran produk di platform *Shopee Live*.



Gambar 5. Praktik Membuat Akun Bisnis di Platform *Shopee*

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dalam rupa penyuluhan dan pemberian materi, di mana peserta diberikan informasi mengenai cara mengoptimalkan penggunaan *e-commerce*. Dalam kesehariannya, penggunaan internet sudah menjadi hal yang umum, bukan hanya untuk *chatting* di *WhatsApp*, scrolling media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, atau bermain game online, namun saat ini juga digunakan untuk media jual beli secara online. Pelatihan ini ditujukan bagi peserta didik SMK Negeri 2 Depok untuk memperluas wawasan dalam menggunakan teknologi informasi yang tersedia saat ini.

Mengingat era digitalisasi yang terus berkembang pesat, besar kemungkinan bahwa di masa mendatang hampir setiap aspek kehidupan akan sangat dipengaruhi oleh teknologi. Kegiatan ini ditujukan kepada siswa dan siswi anggota OSIS SMK Negeri 2 Depok, dengan total peserta berjumlah 44 orang. Tim telah berkoordinasi dengan pihak sekolah untuk menggunakan aula sebagai lokasi kegiatan, sehingga menunjang peserta dalam mengikuti setiap langkah materi dan praktik yang disampaikan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan peserta didik dalam membentuk generasi muda yang kreatif, positif, dan inovatif.

Kami sebagai tim Pengabdian kepada Masyarakat, mengadakan kegiatan ini untuk memberikan panduan tentang pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana membangun bisnis online. Kegiatan ini mencakup penerapan strategi pemasaran melalui strategi pemasaran digital dan *e-commerce* yang dapat membantu meningkatkan penjualan dalam bisnis daring. Harapan kami, kegiatan PkM ini dapat menjadi wadah edukasi dan memberikan wawasan baru bagi peserta, sehingga mereka dapat memperluas pengetahuan, mengembangkan kreativitas, serta membuat toko online mereka sendiri di kemudian hari.

4. KESIMPULAN

Terealisasinya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diselenggarakan di SMK Negeri 2 Depok dengan tema Inovasi Wirausaha Digital dengan Strategi Memanfaatkan Platform Online untuk Bisnis pada SMK Negeri 2 Depok, dapat kami simpulkan bahwa adanya kegiatan penyuluhan dan pemberian materi kepada para peserta didik SMK Negeri 2 Depok mengenai strategi yang inovatif dalam memanfaatkan platform online sebagai sarana pemasaran, dapat meningkatkan pengetahuan para peserta kegiatan. Kegiatan PkM yang telah dilaksanakan dapat melatih peserta dalam penggunaan platform online yang menjadikan produk mereka bisa menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan peluang pemasaran yang lebih efektif. Pengabdian ini juga menjadikan siswa-siswi mempunyai kemampuan ketika mengatasi berbagai tantangan dalam memulai usaha berbasis digital, sehingga mereka memiliki kesiapan lebih dalam menghadapi dunia kewirausahaan di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Secara khusus, kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada Universitas Pamulang, Fakultas Ilmu Komputer, dan Program Studi Teknik Informatika yang telah memberikan dukungan penuh untuk pelaksanaan program ini. Kami juga ingin memberikan apresiasi kepada seluruh staf dan guru SMK Negeri 2 Depok, yang telah membuka kesempatan bagi kami untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan para siswa. Tidak lupa, kami menyampaikan terima kasih yang tulus kepada dosen pembimbing kami, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berarti selama proses kegiatan pengabdian ini.

REFERENCES

- Al Aidhi, A., Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134.
- Aprianto, N. E. K. (2021). Peran teknologi informasi dan komunikasi dalam bisnis. *International Journal Administration, Business & Organization*, 2(1), 8–15.
- Dirgantari, P. D., Hidayat, Y. M., Mahphoth, M. H., & Nugraheni, R. (2020). Level of use and satisfaction of e-commerce customers in covid-19 pandemic period: An information system success model (ISSM) approach. *Indonesian Journal of Science and Technology*, 5(2), 261–270.
- Farhan, G. M., & Marsasi, E. G. (2023). The Influence of Information Quality and Perceived Value on Purchase Intention of Game shop E-commerce in Generation Z Based on Framing Theory. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(3), 620–631.
- Hidayat, A., Wahyu, M. F., Andriyanto, L. P., & Samudra, Y. (2021). KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang Pelatihan Digital Marketing Dan E-Commerce Dengan Memanfaatkan Teknologi Internet Untuk Menambah Ide KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang*, 3(1), 13–19.
- Hutagalung, D. D., Hanifurohman, C., Kom, S., & Kom, M. (n.d.). *PENGENALAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN MINAT SISWA/I PONDOK PESANTREN DAAR EL-HIKAM CIPUTAT DALAM BERWIRSAUSAHA*.
- Irawan, B., Sani, I., Febrian, W. D., Setiawan, Z., Abdullah, A., Wasil, M., Dewi, A., Nostalia, A., Novi, S., Soeharjoto, R., & others. (2023). Konsep Dasar E-Business. *Padang: Global Eksekutif Teknologi*.
- Qotrunnada, C. B., & Marsasi, E. G. (2023). Social media promotion of local brand skincare on generation Z's buying decision. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(1), 43–55.