https://journal.uwgm.ac.id/index.php/abdimasmahakam
E-ISSN: 2549-5755
Januari 2024, Vol. 8 No. 01

Received: Oktober 2023	Accepted: Januari 2024	Published: Januari 2024
Article DOI: http://dx.doi.org/10.24903/jam.v8i01.2543		

Pengenalan Potensi Bisnis Digital bagi Siswa Yayasan Asyifa Baturaja

Angga Wibowo Gultom
Universitas Baturaja
mr.angga.gultom@gmail.com

Alima Shofia
Universitas Adzkia
alimashofia_ti@adzkia.ac.id

Yudi Tusri
Universitas Prabumulih
yuditusri1@gmail.com

Nourma Wulanda
Universitas Baturaja
wulanda.nourma@yahoo.com

Mailani Rabiulkhri
Universitas Baturaja
mailanirabiulkhri@gmail.com

Rani Anwar
Universitas Baturaja
ranianwar20@gmail.com

Abstrak
Program pengabdian pengenalan potensi bisnis digital ini dilakukan untuk meningkatkan literasi digital dibidang bisnis digital bagi kalangan remaja Madrasah untuk menumbuhkan jiwa *enterprenuership* sejak dini agar bisa meningkatkan daya saing produk lokal dengan memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan dilaksanakan selama 1 hari di Yayasan Asyifa Baturaja pada saat kegiatan Masa *Taaruf* Santri Madrasah (Matsama) dengan metode pendekatan berbasis partisipatif dan edukatif untuk melibatkan siswa secara aktif dalam memahami konsep bisnis digital. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa siswa-siswa Yayasan Asyifa Baturaja memiliki antusiasme tinggi terhadap pengenalan bisnis digital serta memahami konsep-konsep dasar penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran digital. Beberapa siswa bahkan mulai merencanakan dan mengembangkan usaha kecil berbasis *online*, Program ini juga berperan dalam menginspirasi siswa untuk menjadi wirausaha mandiri dan berkontribusi positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat di sekitar mereka.

Kata Kunci: *Potensi; Bisnis Digital; Yayasan Asyifa.*

ABDIMAS MAHAKAM JOURNAL
https://journal.uwgm.ac.id/index.php/abdimasmahakam
E-ISSN: 2549-5755
Januari 2024, Vol. 8 No. 01

Pendahuluan

Sejarah Internet di Indonesia dimulai pada tahun 1990an (Gani, 2020) lambat tapi pasti penggunaan internet telah membawa perubahan revolusioner dalam dunia bisnis dan ekonomi di Indonesia. Revolusi ini termasuk didalamnya ialah bisnis online, pemasaran digital, dan inovasi teknologi yang mengubah cara kita berkomunikasi dan berbelanja. Bisnis online menghadirka took *online* yang membuat orang menjadi nyaman berbelanja sehingga mendorong pola perilaku belanja yang lebih konsumtif (Zuhdi et al., 2021). Semua hal ini terjadi karena adanya peran bisnis yang didigitalisasi, salah satu pemanfaatan bisnis yang sudah didigitalisasi adalah dengan melakukan promosi *online* untuk produk komoditas lokal (Wijaya et al., 2023). Salah satu perubahan belanja yang terjadi di Indonesia adalah belanja *online* melalui live streaming platform *online* tiktok, saat ini live tiktok merupakan alat yang sangat penting dalam bidang promosi bisnis (Gusti, 2023).

Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang dengan populasi yang besar dan pertumbuhan internet yang cepat, menawarkan potensi bisnis digital yang signifikan, karena Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan E-commerce tercepat di dunia (Widowati, 2019). Berdasarkan data pada tahun 2022 terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia (DataBoks, 2022). Sementara itu, pada tahun 2021 penjualan e-commerce di Indonesia diperkirakan menjadi penjualan e-commerce paling besar di Asia Tenggara (Dihni, 2021). Pertumbuhan ini tentu menjanjikan peluang yang besar, tidak mengherankan bahwa pemanfaatan e-commerce mampu meningkatkan daya saing bagi UMKM (Rahman et al., 2020). Selain sebagai peningkatan daya saing, pemanfaatan teknologi digital di era revolusi 4.0 juga dapat digunakan sebagai ide untuk mencari peluang bisnis (Voutama & Novalia, 2022).

Yayasan Asyifa Baturaja, sebagai lembaga pendidikan di wilayah Sumatera Selatan, telah lama berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas kepada siswa-siswanya. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana memberikan wawasan tentang bisnis digital kepada siswa-siswa dari beragam latar belakang sosial dan ekonomi, mengingat proses literasi digital terhadap anak merupakan tantangan Pendidikan di zaman *now* (Mustofa & Budiwati, 2019). Literasi digital menjadi penting agar para generasi muda mampu memanfaatkan media digital dengan baik, Melalui pemanfaatan media digital kita bisa memasarkan produk lokal hingga ke pasar Internasional (Kristanto et al., 2023).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan literasi digital tentang potensi bisnis digital kepada kalangan remaja, yaitu siswa-siswi Yayasan Asyifa Baturaja untuk menumbuhkan jiwa *enterprenuership* sejak dini agar bisa meningkatkan daya saing produk lokal dengan memanfaatkan teknologi digital. Tujuan utama dari pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang potensibisnis digital, membantu mereka mengembangkan keterampilan yang relevan, dan merangsang minat mereka untuk memasarkan produk lokal yang berpotensi untuk dijual secara digital.

Metode

Kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini dilaksanakan selama periode Masa Ta'aruf Siswa Madrasah (Matsama) tanggal 21 Juli 2023, dengan jumlah peserta 40 orang dengan metode pendekatan berbasis partisipatif dan edukatif untuk melibatkan siswa secara aktif dalam memahami konsep bisnis digital. Metodologi yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian dalam rangka pengenalan potensi bisnis digital kepada siswa Yayasan Asyifa dirancang dengan

https://journal.uwgm.ac.id/index.php/abdimasmahakam
E-ISSN: 2549-5755
Januari 2024, Vol. 8 No. 01

cermat untuk memastikan proses kegiatan pengabdian berjalan lancar. Pendekatan ini mencakup tiga tahap yaitu: presentasi, tanya jawab, dan *roleplay* berkelompok. Kombinasi metode ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang kuat dan memotivasi siswa untuk memahami potensi bisnis digital saat ini.

Berikut merupakan rundown pelaksanaan PKM:

No	Waktu	Kegiatan	PIC
1	08.00 – 08.15	Pembukaan	Guru Yayasan Asyifa
	08.15 – 08.30	Pengenalan universitas & ice breaking	Team Pengabdian
	08.30 – 10.00	Presentasi pengenalan potensi bisnis digital bagi remaja	Team Pengabdian
	10.00 – 10.30	Tanya Jawab	Team Pengabdian
	10.30 – 11.30	Roleplay Berkelompok	Team Pengabdian
	11.30 – 12.00	Penutupan kegiatan	Guru Yayasan Asyifa

Adapun metodologi yang digunakan meliputi presentasi, tanya jawab dan roleplay berkelompok dengan penjelasan sebagai berikut:

A. Presentasi

Presentasi menjadi komponen inti dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat terkait pengenalan potensi bisnis digital kepada siswa Yayasan Asyifa. Presentasi ini dilakukan didepan siswa menggunakan infokus dan powerpoint, sayangnya kondisi pada saat kegiatan pengabdian dilakukan tidak ada infokus, sehingga presentasi dilakukan dengan cara lisan dan menggunakan bahasa tubuh yang aktif agar siswa tetap tertarik terhadap materi presentasi.

Materi presentasi yang diberikan kepada siswa Yayasan Asyifa merujuk pada data statistik terkini yang menggambarkan pertumbuhan bisnis digital di tingkat global dan nasional, termasuk perkembangan industri e-commerce, penggunaan internet, dan tren teknologi terkini. Penggunaan Data dan Statistik digunakan untuk menggambarkan pertumbuhan e-commerce di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengguna internet, serta dampaknya pada lapangan kerja dan peluang bisnis, terutama untuk mengangkat potensi produk lokal untuk dipasarkan secara digital.

Gambar 1. Presentasi materi potensi bisnis digital di Yayasan Asyifa Baturaja

https://journal.uwgm.ac.id/index.php/abdimasmahakam
E-ISSN: 2549-5755
Januari 2024, Vol. 8 No. 01

B. Tanya Jawab

Pengabdian pada Masyarakat tentang potensi bisnis digital inipun membuka sesi tanya jawab yang memberikan siswa kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan pemateri dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi bisnis digital yang telah dipresentasikan. Tujuan dari metode ini adalah memfasilitasi pemahaman siswa dan menjawab serta mendiskusikan pertanyaan yang mungkin muncul.

Pertanyaan diberikan kepada pemateri oleh siswa dengan cara bertanya langsung ataupun maju kedepan, pertanyaan yang diajukan mencakup berbagai aspek bisnis digital, seperti barang apa yang bisa dijual, bagaimana cara memulai belajar jualan, produk lokal apa yang berpotensi untuk dijual dan platform media apa yang cocok untuk dipilih. Pemateri dalam kegiatan pengabdian ini menjawab berdasarkan data statistik yang telah disajikan dalam presentasi sebelumnya. Selama sesi ini, siswa sangat antusias untuk bertanya, terutama terkait proses penjualan, pembayaran dan cara mendapatkan uang dari bisnis digital.

Gambar 2. Tanya Jawab materi potensi bisnis digital di Yayasan Asyifa Baturaja

C. Roleplay Berkelompok

Roleplay berkelompok dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode aktif yang akan melibatkan siswa Yayasan asyifa dalam melakukan simulasi untuk memahami dan mendiskusikan bagaimana bisnis digital dapat diterapkan dalam situasi nyata. Tujuan dari metode ini adalah memberikan kesempatan praktis kepada siswa untuk merancang solusi bisnis digital dan memotivasi para siswa Yayasan asyifa untuk mengangkat potensi produk lokal untuk dipasarkan secara digital.

Kegiatan Roleplay ini dimulai dengan membagi siswa secara berkelompok, lalu siswa diminta untuk mendiskusikan produk lokal yang menjadi unggulan daerah yang memungkinkan untuk dijual secara *online*, lalu para siswa juga diminta untuk memilih platform *online* tempat mereka akan menjual produk lokal tersebut, siswa juga diminta untuk memberikan nama merk produk mereka dan terakhir akan ada perwakilan dari setiap kelompok untuk melakukan presentasi hasil diskusi kelompok mereka.

Selama roleplay, siswa akan diarahkan untuk menggunakan data dan statistik yang telah disajikan sebelumnya dalam presentasi untuk merancang rencana bisnis digital yang realistis. Mereka akan diminta untuk mempertimbangkan aspek-aspek seperti target pasar, model bisnis,

https://journal.uwgm.ac.id/index.php/abdimasmahakam
E-ISSN: 2549-5755
Januari 2024, Vol. 8 No. 01

dan strategi pemasaran, semuanya berdasarkan data yang relevan. Metodologi ini dirancang untuk memberikan siswa Yayasan Asyifa pemahaman mendalam tentang potensi bisnis digital, serta menekankan pentingnya data dan statistik dalam pengambilan keputusan. Melalui kombinasi presentasi, tanya jawab, dan roleplay berkelompok, diharapkan siswa akan terinspirasi untuk menggali potensi produk lokal untuk dipasarkan secara digital.

Gambar 3. Roleplay Berkelompok materi potensi bisnis digital di Yayasan Asyifa Baturaja

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan dalam kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini membahas dampak dari kegiatan pengenalan potensi bisnis digital siswa Yayasan Asyifa. Kegiatan ini dirancang untuk melihat perubahan pemahaman, motivasi, dan perubahan dalam pemikiran wirausaha pada siswa setelah mereka mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Adapun hasil dan pembahasan dari kegiatan pengenalan bisnis digital siswa Yayasan Asyifa dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Peningkatan Pemahaman tentang Bisnis Digital

Hasil kegiatan ini secara signifikan memperlihatkan peningkatan pemahaman siswa Yayasan Asyifa terkait potensi bisnis digital. Pada awalnya, saat pertanyaan pre-test siswa Yayasan Asyifa belum memahami apa itu bisnis digital dan potensinya dalam perspektif pemanfaatan bisnis, terutama dalam mempromosikan potensi produk lokal untuk dijual secara *online* melalui berbagai platform digital. Analisis data yang diperoleh dari evaluasi awal menunjukkan bahwa sebanyak 85% dari siswa tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang bisnis digital sebelum kegiatan ini. Namun, setelah kegiatan, tingkat pemahaman siswa terhadap bisnis digital meningkat secara signifikan. Lebih dari 90% dari siswa mengungkapkan pemahaman yang lebih baik tentang topik tersebut. Terutama tentang platform digital dan potensi pemanfaatannya untuk memasarkan produk unggulan local

B. Motivasi dan Kesiapan Bertindak

Selama kegiatan tanya jawab dan roleplay berkelompok, dapat diamati perubahan yang signifikan dalam motivasi siswa Yayasan Asyifa untuk aktif terlibat dalam dunia bisnis digital. Awalnya, banyak dari mereka mungkin merasa bahwa mereka hanya sebagai pengguna atau penonton dalam ekosistem digital. Namun, berdasarkan hasil evaluasi pasca-kegiatan, hampir 70% dari siswa memiliki motivasi yang tinggi untuk bergerak aktif dan belajar lebih banyak

ABDIMAS MAHAKAM JOURNAL
https://journal.uwgm.ac.id/index.php/abdimasmahakam
E-ISSN: 2549-5755
Januari 2024, Vol. 8 No. 01

tentang cara memanfaatkan peluang *online* di dunia digital dalam memasarkan potensi produk unggulan lokal. Selain termotivasi, siswa Yayasan Asyifa juga menunjukkan kesiapan untuk bertindak. Ketika ditantang dalam roleplay berkelompok untuk merancang produk, memilih platform, dan merencanakan konten, sebagian besar siswa berani mengeluarkan ide-ide kreatif mereka sendiri. Ini mencerminkan perubahan dari status pasif menjadi proaktif dalam memanfaatkan momentum *online* yang sedang berlangsung.

C. Dampak pada Pemikiran Wirausaha

Perubahan yang paling menonjol dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah perubahan dalam pemikiran siswa tentang kewirausahaan. Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa hanya memiliki pemahaman terbatas tentang peluang yang ada di dunia bisnis digital. Namun, selama roleplay berkelompok, mereka dengan berani mengeluarkan ide-ide produk, mempertimbangkan platform pemasaran yang tepat, dan merencanakan strategi konten. Hasil evaluasi pasca-kegiatan menunjukkan bahwa lebih dari 80% siswa sekarang merasa lebih percaya diri dalam mengidentifikasi peluang bisnis digital. Bahkan yang lebih penting, sekitar 75% dari siswa menyatakan minat untuk menjajaki wirausaha dalam bisnis digital di masa depan dengan memasarkan produk potensi unggulan lokal.

D. Implikasi Jangka Panjang

Hasil kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini memberikan implikasi jangka panjang yang signifikan bagi siswa Yayasan Asyifa. Peningkatan pemahaman dan motivasi siswa dalam bisnis digital dapat membantu mereka mengembangkan keterampilan yang relevan untuk masa depan yang semakin terhubung secara digital. Hal ini dapat meningkatkan peluang siswa Yayasan Asyifa dalam mencapai kesuksesan karir dan kondisi ekonomi yang lebih baik. Selain itu, jika siswa Yayasan Asyifa ini melanjutkan dengan ide-ide produk yang mereka rancang selama roleplay berkelompok, hal ini akan berdampak positif pada perkembangan ekosistem bisnis digital di daerah Baturaja karena memanfaatkan potensi produk unggulan lokal. Para siswa ini dapat menjadi pengusaha muda yang berkontribusi pada perekonomian lokal dan memanfaatkan peluang yang ada dalam dunia digital yang terus berkembang.

Simpulan dan rekomendasi

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat tentang pengenalan potensi bisnis digital kepada siswa Yayasan Asyifa telah membuktikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman, motivasi, dan perubahan dalam pemikiran wirausaha. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman signifikan siswa tentang konsep bisnis digital, yang semula terbatas sebagai pengguna konsumen digital, menjadi pemahaman yang lebih baik untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam ekosistem digital saat ini. Ini adalah langkah awal yang penting menuju pemberdayaan generasi muda dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital yang terus berkembang.

Selain peningkatan pemahaman, perubahan motivasi dan pemikiran wirausaha juga menciptakan harapan dan peluang yang lebih besar bagi siswa Yayasan Asyifa. Dengan meningkatnya minat mereka untuk aktif terlibat dalam dunia bisnis digital, termasuk pengembangan ide produk dan strategi pemasaran, siswa dapat menjadi pengusaha muda yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

Kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini memberikan pandangan yang optimis tentang bagaimana pengenalan potensi bisnis digital dapat merubah pemikiran dan memotivasi siswa. Dengan memanfaatkan pemahaman, motivasi, dan pemikiran wirausaha yang telah

https://journal.uwgm.ac.id/index.php/abdimasmahakam
E-ISSN: 2549-5755
Januari 2024, Vol. 8 No. 01

ditingkatkan, siswa Yayasan Asyifa memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku aktif dalam ekonomi digital yang terus tumbuh dan berkontribusi pada perkembangan masyarakat dan daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berperan penting dalam keberhasilan kegiatan pengabdian pada masyaraat ini. Tanpa dukungan dan kerjasama yang luar biasa, pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud.

Terima kasih kepada para siswa Yayasan Asyifa yang telah dengan antusias mengikuti kegiatan pengenalan potensi bisnis digital ini. Semangat belajar dan dedikasi Anda adalah sumber inspirasi bagi kami. Semoga pengetahuan dan keterampilan yang Anda peroleh melalui kegiatan ini dapat membantu Anda meraih masa depan yang gemilang dalam dunia bisnis digital.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada dewan guru dan pengurus Yayasan Asyifa yang telah memberikan dukungan penuh dan memfasilitasi kegiatan ini. Kepercayaan Anda kepada proyek ini adalah kunci kesuksesannya. Kami berharap bahwa hasil dari kegiatan ini dapat berdampak positif pada pengembangan pendidikan dan pemahaman bisnis digital di yayasan ini.

Tidak lupa, terima kasih kepada Universitas Baturaja, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja, serta Program Studi Bisnis Digital Universitas Baturaja atas dukungan, bimbingan, dan kolaborasi dalam pelaksanaan proyek ini. Kerjasama antara lembaga pendidikan dan masyarakat merupakan landasan yang kuat dalam memajukan pendidikan dan membantu masyarakat dalam menghadapi perubahan zaman.

Semoga kerja sama ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak yang terlibat. Terima kasih sekali lagi atas dedikasi dan dukungan dalam menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Pustaka

DataBoks. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. In *DataBoks*.

Dihni, V. A. (2021). Penjualan E-commerce Indonesia Diproyeksi Paling Besar di Asia Tenggara pada 2021. *KataData*.

Gani, A. G. (2020). Sejarah dan perkembangan internet di indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*.

Gusti, C. A. (2023). TikTok Takes Over: Utilizing Live TikTok and TikTok Shop for Business Promotion. *International Journal of Ethnoscience* .

Kristanto, T., Rahmawati, D., Endah Wahyuni, A., Nasrullah, M., Arindra Fadillah, R., & Amalia, A. (2023). Pelatihan Peningkatan Branding dan Optimalisasi Pemasaran Produk Lokal Menuju Produk Internasional pada UKM Nasi Tiwul SBR Malang. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1). https://doi.org/10.34148/komatika.v3i1.618

Mustofa, M., & Budiwati, B. H. (2019). Proses literasi digital terhadap anak: Tantangan Pendidikan di Zaman Now. *Pustakaloka*, *11*(1). https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v11i1.1619

Rahman, A., Nugroho, A. B., & ... (2020). Advokasi Model Pemanfaatan E-Commerce Untuk Peningkatan Daya Saing Umkm. *... Kepada ...*, *1*(2).

Voutama, A., & Novalia, E. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Ide Peluang Bisnis di Era Revolusi 4.0. *Jurnal Bidang ...*, *1*(1).

Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. *Katadata.Co.Id*.

Wijaya, N. Q., Ainun, M. B., & Arfiyanto, D. (2023). peningkatan kesadaran generasi muda akan pentingnya bisnis digital di era digital. *Jurnal Pengabdian*, *6*(1).

Zuhdi, K. N., M, H. B., Aprilia, N. F., Dionchi, P. H. P., & Yuniar, A. D. (2021). Praktik masyarakat konsumsi *online* dalam perspektif Baudrillard. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHI3S)*, *1*(6). https://doi.org/10.17977/um063v1i6p681-687