

PAPER NAME

**PELATIHAN BISNIS DIGITAL BAGI MASY
ARAKAT DESA.pdf**

AUTHOR

Iqbal Arraniri

WORD COUNT

1988 Words

CHARACTER COUNT

12814 Characters

PAGE COUNT

7 Pages

FILE SIZE

393.5KB

SUBMISSION DATE

Dec 31, 2023 9:42 AM GMT+7

REPORT DATE

Dec 31, 2023 9:42 AM GMT+7

● **13% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 11% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 8% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material

PELATIHAN BISNIS DIGITAL BAGI MASYARAKAT DESA

Iqbal Arraniri, Tatang Rois, Afni Alifia Agustin, Ahmad Rizal

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Indonesia
iqbal@uniku.ac.id

11 Abstract

6
9
5
The goal of this community participant is to address the disparity in income between rural and urban areas. This occurs as result of the village's lack of good employment possibilities. Information technology, which is readily available to remote populations via the internet, is the solution to this issue. Using current infrastructure to operate a business digitally, but as rural populations still lack sufficient technical know-how, it is thought that they need receive training in digital business. the goal of this training program is to boost community interest in operating a digital business as a means of addressing issue with unemployment or generating additional revenue to support the economic development of the village. The national journal ISSN reported this outcomes.

Keywords: Business digitally, Rural areas.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi ketimpangan ekonomi masyarakat desa dibandingkan dengan masyarakat perkotaan. Hal ini terjadi karena tidak terdapat lapangan kerja yang optimal di desa. Mengatasi masalah ini dilakukan dengan teknologi informasi yang mudah diakses oleh masyarakat desa melalui internet. Mengoperasikan bisnis secara digital dengan memanfaatkan fasilitas yang ada, namun karena pengetahuan dan kemampuan teknis masyarakat desa masih terbatas, dianggap perlu untuk memberikan pelatihan bisnis digital kepada mereka. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk mendorong minat masyarakat dalam menjalankan bisnis digital untuk mengatasi masalah pengangguran atau peningkatan pendapatan sehingga mendorong pembangunan ekonomi desa. Hasil kegiatan pengabdian ini dipublikasikan dalam jurnal nasional ISSN.

Katakunci: Bisnis digital, Masyarakat Desa.

PENDAHULUAN

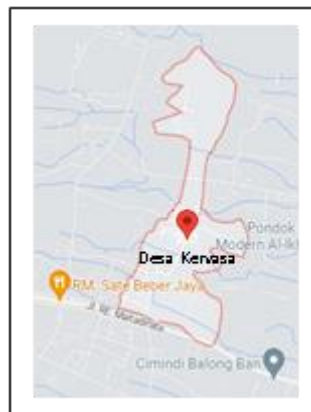
Dunia bisnis telah berubah karena transformasi digital yang menjadikan bisnis digital lebih dominan karena inovasi teknologi (Bican & Brem, 2020), dengan demikian masyarakat desa harus beradaptasi dengan tren ini jika ingin tetap relevan dan bertahan di era digital (Setiawan et al., 2021).

Pro dan kontra dari praktik bisnis digital perlu menjadi perhatian serius dalam membantu masyarakat desa lebih maju di era digital. Bisnis digital dapat menawarkan peluang ekonomi yang lebih besar dan membantu masyarakat desa mengatasi batasan geografis (Musnaini et al., 2020), digitalisasi membuka pasar di seluruh dunia (Tâm et al., 2023), teknologi memungkinkan proses bisnis berjalan lebih efisien dan mengurangi biaya operasional (Ritter & Pedersen, 2020), masyarakat desa dapat belajar dan memperoleh keterampilan baru dalam lingkungan digital, yang menekankan bahwa praktik bisnis digital dapat meningkatkan pemberdayaan individu (Purwani, 2021). Namun terdapat kontra praktik bisnis digital yang harus diperhatikan juga seperti, ketidaksetaraan akses dan ancaman keamanan digital (Wajong & Putri, 2010).

Beberapa permasalahan utama dari bisnis digital yang menghadang masyarakat desa adalah literasi digital, keterbatasan akses teknologi, keberlanjutan bisnis digital dan

dampak sosial bisnis digital. Tingkat literasi digital yang rendah, menurut penelitian (Tiwasing et al., 2022), dapat membatasi masyarakat desa untuk memulai bisnis digital. Akses internet murah dan kualitas jaringan yang memadai masih menjadi masalah bagi sebagian desa (Lester, 2019). Ketidakstabilan ekonomi lokal menyebabkan banyak bisnis digital di desa tidak bertahan lama (Ji et al., 2021). Praktik bisnis digital dapat memengaruhi interaksi sosial dan budaya di desa (Ekasari & Hadi Dharmawan, 2012).

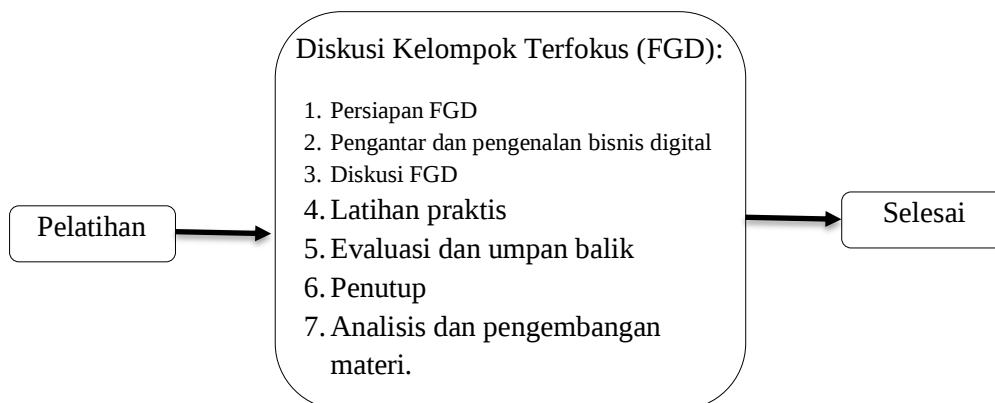
Pemahaman mendalam tentang permasalahan dan solusi praktik bisnis digital di masyarakat desa menjadi perhatian utama dengan solusi melibatkan masyarakat dalam pelatihan bisnis digital, agar dapat membantu pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di desa (Stroe, 2019) terutama ¹²Desa Kertayasa, Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan Jawa Barat.



Gambar 1. Peta Desa Kertayasa

⁸METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelatihan bisnis digital ini adalah diskusi kelompok terfokus (FGD) tatap muka sebagai langkah untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan harapan masyarakat desa terkait pelatihan bisnis digital. Tujuh alur metode pelaksanaan disajikan pada gambar berikut:



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Fokus Grup Diskusi

Tahap persiapan, dimulai dengan memilih peserta yang mewakili berbagai lapisan masyarakat desa dengan lokasi dan waktu yang sesuai serta moderator yang berkompeten dibidangnya dalam memfasilitasi diskusi. Tahap pengantar dan pengenalan, sambutan peserta dan pengantar tentang tujuan pertemuan dan manfaat yang diharapkan dari pelatihan. Tahap jalannya diskusi, membahas secara mendalam materi pelatihan dan mendorong para peserta berbagi pengalaman dan tantangan yang dihadapi. Tahap latihan praktis, mendemonstrasikan praktis tentang pembuatan situs web sederhana kemudian mengajak para peserta melatih diri sendiri dengan diskusi interaktif tentang pemasaran online, manajemen media sosial. Tahap evaluasi dan umpan balik, mencatat hasil diskusi terkait ide dan masukan yang muncul untuk meningkatkan materi pelatihan. Tahap penutup, ucapan terimakasih dan memberikan informasi tentang agenda pelatihan selanjutnya. Tahap analisis dan pengembangan materi, setelah diskusi kemudian melakukan analisis terhadap data yang terkumpul seperti, identifikasi pola, tren dan kebutuhan yang muncul.

Masyarakat desa ini menerima pelatihan bisnis digital melalui focus grup diskusi tatap muka. Pengabdian ini dilakukan di Desa Kertayasa, Kecamatan Sindangagung, Kabupaten Kuningan. Beberapa orang dari Universitas Kuningan, pemerintah desa Kertayasa dan masyarakat sekitar. Pihak kampus bertanggung jawab untuk menyediakan pemateri dan perangkat materi. Membuat administrasi persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan publikasi kegiatan. Pemerintah Desa Kertayasa bertanggung jawab untuk menyiapkan lokasi kegiatan, mengundang dan mengkoordinir peserta dan membantu menyiapkan perangkat administrasi yang diperlukan. Sebelum kegiatan (pre-test) dan setelah kegiatan (post-test) diberikan kuisioner untuk menilai seberapa memahami peserta materi pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilaksanakan sesuai jadwal pelaksanaan (tabel 1) yang telah ditentukan pada bulan Juni 24 2023, berlokasi di Desa Kertayasa, Kecamatan Sindangagung, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat dengan koordinat 2GJQ+65R pada Google Maps. Desa itu tidak jauh dari pusat kecamatan maupun pusat kabupaten. Jarak dari kantor Kecamatan Sindangagung sejauh 1,7 KM dengan waktu tempuh perjalanan kendaraan + 4 menit. Sedangkan jarak dari kantor Kabupaten Kuningan sejauh 7,3 KM dengan waktu tempuh perjalanan kendaraan + 13 menit.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

No	Nama Kegiatan	Bulan			
		5	6	7	8
1	Koordinasi Persiapan				
2	FGD Pelaksanaan				
3	Pelaporan				
4	Publikasi				

Tahap pertama, pelatihan ini diikuti oleh 27 peserta dari berbagai kalangan masyarakat, hari Sabtu, 24 Juni 2023 melalui metode diskusi kelompok terfokus/*focus group discussion*, dengan menggunakan 4 modul materi pelatihan, dengan penunjukan moderator dari Dosen Universitas Kuningan dalam memfasilitasi diskusi. Tahap kedua, menyambut dan menjelaskan tujuan dan manfaat dari pelatihan bisnis digital terhadap para peserta. Tahap ketiga (gambar 3), membahas 4 modul pelatihan bisnis digital:

1. Pengenalan internet dan perangkat digital. Tujuan: mempelajari dasar-dasar penggunaan internet dan perangkat digital.
2. Dasar-dasar pembuatan situs web sederhana. Tujuan: memahami langkah-langkah dasar dalam membuat situs web sederhana.
3. Pemasaran online. Tujuan: Memahami konsep dasar pemasaran online untuk meningkatkan visibilitas.
4. Manajemen media sosial. Tujuan: mengajarkan cara efektif mengelola akun media sosial untuk bisnis.

Tahap keempat (gambar 4), latihan praktis terkait modul-modul tersebut yang terdiri dari: pengenalan internet dan cara penggunaan perangkat digital di desa Kertayasa, dengan cara mengakses internet di desa Kertayasa dan cara menggunakan smartphone, tablet dan komputer, kemudian latihan mencari informasi online. Pemilihan platform yang mudah digunakan, mengenalkan desain yang menarik perhatian dengan menambahkan informasi produk dan jasa seperti latihan membuat halaman "Tentang Kami" bagi para peserta. Menggunakan platform media sosial untuk promosi, memahami dasar iklan online dan target audience misalkan, menjelaskan cara membuat postingan yang menarik di media sosial, kemudian mendiskusikan pengalamannya. Menjelaskan cara berinteraksi dan merespon ulasan pelanggan terkait ide-ide untuk konten yang menarik dan bermanfaat dengan cara simulasi menjawab pertanyaan pelanggan di platform media sosial dan latihan membuat rencana konten untuk seminggu kedepan.

Tahap kelima, menghasilkan evaluasi dan umpan balik, berupa ide dan gagasan peluang bisnis kecil yang dapat sukses dengan memanfaatkan bisnis digital berupa unit usaha "Barbershop Desa Online". Perencanaan tindakan yang diambil adalah membuat situs web sederhana tentang layanan, harga dan jadwal buka/tutup, mempromosikan diskon dan layanan kepada pelanggan yang berbagi posting promosi melalui media sosial, dan mengelola media sosial untuk membalas ulasan pelanggan dan memberikan tanggapan positif, bila memungkinkan dapat mengadakan acara "live demo" pangkas rambut untuk meyakinkan calon pelanggan.

Tahap keenam/penutup, apresiasi terhadap para peserta dan informasi terkait agenda lanjutan untuk optimalisasi kemampuan para peserta. Tahap ketujuh, hasil analisis menunjukkan perlunya menerapkan strategi bisnis yang inovatif untuk meningkatkan reputasi dan pendapatan mereka, serta menjadi input dalam pengembangan materi selanjutnya.



Gambar 3. Materi Pelatihan Bisnis Digital



Gambar 4. Penyampaian Materi Pelatihan Bisnis Digital

SIMPULAN

Hasil dari pelatihan bisnis digital ini diharapkan dapat mengoptimalkan motivasi masyarakat desa untuk meminimalkan ketimpangan ekonomi antara masyarakat desa dan masyarakat kota dengan memprioritaskan unit usaha berupa “Barbershop Desa Online” melalui strategi inovatif yang ditentukan sehingga berhasil meningkatkan pelanggan baru dan menjaga pelanggan lama agar berhasil menciptakan komunitas online yang aktif serta meningkatkan reputasi dan pendapatan mereka berbasis bisnis digital.

SARAN

Salah satu cara untuk mengatasi masalah utama ini adalah dengan memberikan pelatihan bisnis digital kepada masyarakat desa, sebagaimana tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk mendorong masyarakat desa memulai bisnis digital yang dapat membantu

mengatasi masalah pengangguran atau meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan mereka sehingga menjadi rujukan bagi kegiatan pengabdian di masa mendatang seperti pengembangan usaha “Barbershop Desa Online” menjadi unit usaha yang berbasiskan legalitas hukum bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan lancar dan sukses sesuai perencanaan sebelumnya, karena tidak lepas dari dukungan berbagai pihak terutama dari Pihak Desa Kertayasa, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Kuningan dan pihak pengelola jurnal “Empowerment” yang telah mendukung publikasi hasil laporan pelaksana program pengabdian masyarakat dengan topik Bisnis Digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There A Sustainable “Digital”? *Sustainability*, 12(13), 5239. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3390/su12135239>
- Ekasari, P., & Hadi Dharmawan, A. (2012). Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet Dalam Kehidupan Remaja Di Pedesaan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 6(1). <https://doi.org/10.22500/sodality.v6i1.5809>
- Ji, X., Wang, K., Xu, H., & Li, M. (2021). Has Digital Financial Inclusion Narrowed the Urban-Rural Income Gap: The Role of Entrepreneurship in China. *Sustainability*, 13(15), 8292. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3390/su13158292>
- Lester, H. (2019). “Bridging the urban-rural digital divide and mobilizing technology for poverty eradication: challenges and gaps.” *Department of Economics, University of the West Indies, St Augustine*, 1–8.
- Musnaini, M., Jambi, U., Junita, A., Area, U. M., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). Digital Business. In CV. PENA PERSADA (Issue July). CV. PENA PERSADA.
- Purwani, D. A. (2021). Pemberdayaan Era Digital. In *Bursa Ilmu Karangkajen* (Issue June 2021).
- Ritter, T., & Pedersen, C. L. (2020). Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future. *Industrial Marketing Management*, 86(December 2019), 180–190. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.11.019>
- Setiawan, B., Nugraha, D. P., Irawan, A., Nathan, R. J., & Zoltan, Z. (2021). User Innovativeness and Fintech Adoption in Indonesia. *Journal of Open Innovation : Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 188. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3390/joitmc7030188>
- Stroe, M. A. (2019). ENTREPRENEURSHIP MODELS AND RURAL DEVELOPMENT IN ROMANIA BASED ON THE CULTURAL HERITAGE. *Challenges of the Knowledge Society*, 1119–1128. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/entrepreneurship-models-rural-development-romania/docview/2263228625/se-2?accountid=25704>
- Tâm, T., Và, N. C. Ú U., Giao, C. Ê N., Ngh, C., & Chu, Â N B Û I. (2023). Ekonomi dan Bisnis Digital. In *Widina Bhakti Persada* (Vol. 01).

- Tiwasing, P., Clark, B., & Gkartzios, M. (2022). How can rural businesses thrive in the digital economy? A UK perspective. *Heliyon*, 8(10), e10745.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10745>
- Wajong, A. M. R., & Putri, C. R. (2010). Keamanan Dalam Electronic Commerce. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 1(2), 867.
<https://doi.org/10.21512/comtech.v1i2.2623>

13% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 11% Internet database
- Crossref database
- 8% Submitted Works database
- 4% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	University of Debrecen on 2022-02-12	6%
	Submitted works	
2	School of Business and Management ITB on 2023-06-27	1%
	Submitted works	
3	Alabanyo Brebahama, Arif Triman, Dewi Kumalasari. "Pelatihan Penan...	<1%
	Crossref	
4	pkm-csr.org	<1%
	Internet	
5	au.int	<1%
	Internet	
6	epub.uni-bayreuth.de	<1%
	Internet	
7	issuu.com	<1%
	Internet	
8	journal.uniku.ac.id	<1%
	Internet	

9	journals.openedition.org	<1%
Internet		
10	pt.scribd.com	<1%
Internet		
11	revistas.ulima.edu.pe	<1%
Internet		
12	coursehero.com	<1%
Internet		
13	iiq.ac.id	<1%
Internet		