

SOSIALISASI BISNIS DIGITAL DASAR BAGI MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GOMBONG

Aris Kusdiyanto¹, Ari Purwanti^{2*}, Soraya Dina Amalia³, Siti Barokah⁴

Program Sarjana Manajemen, Fakultas Sains dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Gombong, Indonesia

*e-mail: a.poerwantie@gmail.com

Abstrak

Di era sekarang, kemampuan untuk memahami dan mengelola bisnis secara digital tidak hanya menjadi keunggulan kompetitif, tetapi juga merupakan keharusan bagi mahasiswa yang akan memasuki pasar kerja. Kemahiran ini tidak hanya meliputi penggunaan alat dan teknologi digital, tetapi juga strategi pemasaran online, analisis data, dan pengembangan produk yang adaptif terhadap perubahan tren pasar. Permasalahan yang terjadi saat ini mahasiswa seringkali menghadapi tantangan dalam memahami bagaimana mengembangkan ide bisnis mereka dan memanfaatkan teknologi secara efektif. Kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, manajemen risiko online, dan cara membangun dan memelihara bisnis secara digital adalah beberapa dari banyak tantangan yang perlu diatasi. Sosialisasi berupa pemaparan mengenai materi Bisnis Digital Dasar guna memberikan edukasi kepada mahasiswa tingkat I dan II Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Sains dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Gombong. Teknik yang digunakan yaitu pembicara atau narasumber menyampaikan materi, setelah pemaparan materi kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab antara peserta dan pembicara. Dengan kegiatan sosialisasi ini diharapkan mahasiswa akan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam terkait teknologi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis. Mahasiswa juga dapat belajar tentang perubahan tren konsumen, strategi digital yang berhasil, dan pemanfaatan alat analitik untuk mengambil keputusan yang informasional.

Kata kunci : bisnis digital; teknologi; manajemen

Abstract

In today's era, understanding and managing a business digitally is a competitive advantage and a must for students who will enter the job market. This skill includes using digital tools and technologies, online marketing strategies, data analysis, and product development that is adaptive to changing market trends. Today's problem is that students often face challenges in understanding how to develop their business ideas and utilize technology effectively. Lack of knowledge about digital marketing strategies, online risk management, and how to build and maintain a business digitally are some of the many challenges that must be overcome. The socialization in the form of an explanation of Basic Digital Business material is to provide education to first- and second-year students of the Management Study Program, Undergraduate Program, Faculty of Science and Humanities, Muhammadiyah University of Gombong. The technique used is that the speaker or resource person delivers the material. After the presentation of the material, a discussion and question-and-answer session between participants and the speaker is continued. With this socialization activity, it is hoped that students will gain a deeper understanding of technology that can be used to improve the efficiency and effectiveness of business operations. Students can also learn about changing consumer trends, successful digital strategies, and the use of analytical tools to make informed decisions.

Keywords: business digitally; technology; management

1. PENDAHULUAN

Menurut Harisno & Pujadi (2009), Bisnis digital adalah proses menjalankan bisnis secara online, yang mencakup pembelian dan penjualan, serta memberikan layanan kepada pelanggan, dan berkolaborasi dengan mitra bisnis. Menurut Dhillon & Kaur (2012), Bisnis digital adalah teknologi yang memfasilitasi pengembangan proses bisnis, termasuk proses internal organisasi, seperti sumber daya manusia, sistem keuangan dan administrasi, dan proses eksternal, seperti penjualan dan pemasaran, penyediaan produk dan layanan, serta interaksi dengan pelanggan. Menurut O'Brien (2003), Bisnis digital adalah pemanfaatan Internet dan teknologi informasi lainnya untuk memfasilitasi e-commerce, komunikasi dan kolaborasi perusahaan, dan proses bisnis berbasis Web dalam infrastruktur perusahaan dan untuk berhubungan langsung dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Berdasarkan teori diatas, bisnis digital merupakan kegiatan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana utama dalam menjalankan proses bisnis di perusahaan, teknologi ini juga dapat menekan biaya operasional karena semua kegiatan perusahaan dapat dilakukan secara online. Sejak internet menjadi dapat diakses secara luas baik untuk bisnis maupun individu, teknologi informasi telah mengubah infrastruktur dan operasi bisnis. Transformasi ini berdampak signifikan pada cara bisnis beroperasi secara rutin. Ini telah memanfaatkan sebagian besar sumber daya data dan teknologinya.

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis digital telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi global. Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi cara kita berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga mengubah fundamental cara bisnis di seluruh dunia beroperasi. Platform online, seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi mobile, telah membuka peluang baru bagi individu untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan biaya yang lebih rendah dan akses pasar yang lebih luas.

Di era sekarang, kemampuan untuk memahami dan mengelola bisnis secara digital tidak hanya menjadi keunggulan kompetitif, tetapi juga merupakan keharusan bagi mahasiswa yang akan memasuki pasar kerja. Kemahiran ini tidak hanya meliputi penggunaan alat dan teknologi digital, tetapi juga strategi pemasaran online, analisis data, dan pengembangan produk yang adaptif terhadap perubahan tren pasar.

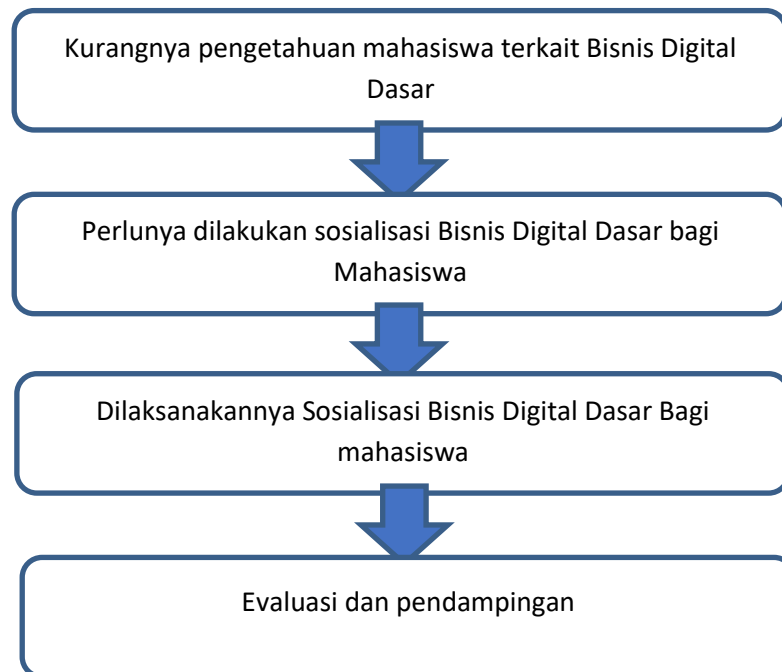
Meskipun terdapat kesempatan besar dalam bisnis digital, mahasiswa sering kali menghadapi tantangan dalam memahami bagaimana mengembangkan ide bisnis mereka dan memanfaatkan teknologi secara efektif. Kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, manajemen risiko online, dan cara membangun dan memelihara kehadiran online yang kuat adalah beberapa dari banyak tantangan yang perlu diatasi.

Universitas memiliki peran penting dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan peluang di dunia bisnis digital. Dengan mengadakan sosialisasi dan program pendidikan yang fokus pada bisnis digital, universitas dapat memainkan peran dalam mendukung pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Kolaborasi dengan para ahli industri juga dapat membantu memastikan bahwa kurikulum dan program pendidikan mencerminkan perkembangan terbaru dalam teknologi dan praktik bisnis digital.

2. METODE

Kegiatan yang dilaksanakan pada pengabdian kepada masyarakat melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Mahasiswa banyak yang belum mengetahui terkait pengetahuan bisnis digital dasar, hal ini melalui wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa tingkat I dan II Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Sains dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Gombong.
2. Dari permasalahan tersebut maka diputuskan untuk mengadakan sosialisasi terkait Bisnis Digital Dasar bagi mahasiswa.
3. Pelaksanaan sosialisasi dengan tema “Sosialisasi Bisnis Digital Dasar bagi Mahasiswa Tingkat I dan II Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Sains dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Gombong”. Sosialisasi berupa penjelasan atau pemaparan mengenai kegiatan Bisnis Digital Dasar guna memberikan edukasi kepada mahasiswa. Teknik yang digunakan yaitu pembicara atau narasumber menyampaikan materi sosialisasi bisnis digital dasar dan strateginya. Setelah pemaparan materi selesai dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab antara peserta dan pembicara.
4. Setelah melaksanakan sosialisasi dilakukan evaluasi dan pendampingan terhadap mahasiswa. Sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi untuk memulai berwirausaha dan menumbuhkan jiwa entrepreneur muda melalui digital sebagai sarana pemasaran.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Sosialisasi Bisnis Digital Dasar bagi Mahasiswa Tingkat I dan II Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Sains dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Gombong”. Acara yang diikuti oleh mahasiswa dari tingkat I dan II Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Sains dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Gombong berjalan dengan baik dan lancar dihadiri 38 peserta.

Persiapan Kegiatan

Dimulai survey awal yaitu sesuai dengan tema yang akan diangkat dalam pengabdian masyarakat ini, kemudian menetapkan lokasi dan perizinan terhadap institusi yang menjadi target yaitu mahasiswa tingkat I dan II yang merupakan pengguna media sosial potensial sebagai calon wirausahawan muda. Kemudian dilakukan identifikasi masalah mengenai pengetahuan mahasiswa terkait bisnis digital dasar. Selanjutnya dilakukan penyusunan bahan dan materi sosialisasi.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan inti pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi berupa penjelasan atau pemaparan mengenai kegiatan Bisnis Digital Dasar guna memberikan edukasi kepada mahasiswa. Teknik yang digunakan yaitu pembicara atau narasumber menyampaikan materi sosialisasi bisnis digital dasar dan strateginya. Setelah pemaparan materi selesai dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab antara peserta dan pembicara.

Setelah dilaksanakan sosialisasi ditahap akhir dilakukan evaluasi dan pendampingan terhadap mahasiswa. Sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi untuk memulai berwirausaha dan menumbuhkan jiwa entrepreneur muda melalui digital sebagai sarana pemasaran. Diharapkan setelah dilaksanakan sosialisasi mahasiswa mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis. Mahasiswa juga belajar tentang perubahan tren konsumen, strategi digital yang berhasil, dan bagaimana memanfaatkan alat analitik untuk mengambil keputusan yang informasional.



Gambar. 2 Pemaparan materi oleh Pembicara



Gambar 3. Pemaparan materi oleh pemateri



Gambar 4. Peserta Sosialisasi

Dari permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya pengetahuan mahasiswa terkait bisnis digital dan bagaimana memanfaatkan teknologi agar dapat digunakan sebagai sarana bisnis mahasiswa, melalui kegiatan sosialisasi ini diperoleh hasil :

1. Peserta sosialisasi mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang pemanfaatan teknologi digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis
2. Peserta sosialisasi juga belajar tentang perubahan tren konsumen, strategi digital yang berhasil, dan cara memanfaatkan alat analitik untuk mengambil keputusan yang informasional.

4. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi pada program pengabdian masyarakat ini mampu membantu mahasiswa dalam pemanfaatan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis. Juga belajar tentang perubahan tren konsumen, strategi digital yang berhasil, dan cara memanfaatkan alat analitik untuk mengambil keputusan yang informasional. Saran untuk kegiatan selanjutnya perlu dilakukan sosialisasi dan pelatihan lebih mendalam mengenai bisnis digital lanjutan dan pengaplikasiannya di dunia bisnis bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gombong.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada pimpinan Universitas Muhammadiyah Gombong dan dosen pembimbing yang telah memfasilitasi dan membimbing kami. Serta semua pihak yang terlibat sehingga program MBKM pengabdian masyarakat ini bisa berjalan lancar dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

1. Fifadhilni, S. M. Teknik Campuran: Metode Ceramah, Diskusi dan Tanya Jawab. 2022.
2. Supriyanti W. Workshop Teknologi Finansial Komunitas Bisnis Online Colomadu Karanganyar. PIMAS [Internet]. 2024 May 31 [cited 2024 Aug. 7];3(2):88-92. Available from: <https://ejournal.uhb.ac.id/index.php/PIMAS/article/view/1340>.
3. Harisno H, Pujadi T. E-BUSINESS DAN E-COMMERCE SEBAGAI TREND TAKTIK BARU PERUSAHAAN. CommIT (Communication and Information Technology) Journal [Internet]. 2009 Oct 31;3(2):66. Available from: <https://doi.org/10.21512/commit.v3i2.516>.
4. W IAK, Afifah FDN, Ruba MG, Utama YY. Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. PIEBP [Internet]. 2023 Oct. 25 [cited 2024 Aug. 7];2(1):11-23. Available from: <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/1011>.
5. Febriani R. PENYULUHAN PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM KERIPIK CIPING DESA SUKAWANA CURUG KOTA SERANG. ABDIKARYA [Internet]. 13Oct.2021 [cited 7Aug.2024];3(2):194 -202. Available from: <https://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/abdikarya/article/view/1551>.
6. Gideon Setyo Budiwitjaksono, Amalia Rizky Chairinnisa, Dina Indah Nurcahyani, Diva Delia Rossa Nicolas, Talitha Pandya. Sosialisasi Pentingnya Digital Marketing Sebagai Salah Satu Strategi dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Turi Kota Blitar. jipm-nalanda [Internet]. 2023 May 29 [cited 2024 Aug. 7];1(2):79-88. Available from: <https://ejournal.nalanda.ac.id/index.php/jipm/article/view/203>.