

Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Siswa Madrasah Aliyah Di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat

¹Nur Fitriayu Mandasari, ²Muhammad Ashdaq, ³Rahmat Hasanuddin

^{1,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat

²Prodi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Email: ayumandasari@unsulbar.ac.id¹, Muhammad_ashdaq@unm.ac.id²,
rahmathasanuddin@unsulbar.ac.id³.

*Corresponding author: Muhammad_ashdaq@unm.ac.id¹

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi mitra Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah kurangnya kemampuan kewirausahaan dan pemasaran digital pada siswa mereka. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mitra menciptakan lulusan yang memiliki kemampuan kewirausahaan dan pemasaran digital agar dapat bekerja secara profesional dalam menghadapi era transformasi digital disegala bidang saat ini. Mitra pada kegiatan ini adalah Madrasah Aliyah Negeri 1 Majene, Sulawesi Barat. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 20 orang yang merupakan perwakilan dari empat pengkhususan minat pada sekolah. Metode yang digunakan adalah ceramah, pendampingan, diskusi, tanya jawab, dan praktek. Hasil yang dicapai adalah (a) Mitra memiliki kompetensi kewirausahaan dan pemasaran digital, (b) Mitra telah mendapatkan literasi mengenai analisis bisnis, (c) Mitra mendapatkan pemahaman terkait pemasaran digital, (d) Mitra mendapatkan pengalaman praktek menganalisis bisnis dan mendesain pemasaran digital serta menghasilkan output dari praktek yang dilaksanakan.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pemasaran Digital, Website, Majene, Sulawesi Barat

ABSTRACT

The problem faced by Community Partnership Program (PKM) partners is the lack of entrepreneurial and digital marketing skills in their students. This activity aims to help partners create graduates who have entrepreneurial and digital marketing skills so they can work professionally in facing the current era of digital transformation in all fields. The partner in this activity is Madrasah Aliyah Negeri 1 Majene, Majene Regency, West Sulawesi. The number of training participants was 20 people who were representatives of four specializations of interest at the school. The methods used are lectures, mentoring, discussions, questions and answers, and practice. The results achieved are (a) Partners have entrepreneurial and digital marketing competencies, (b) Partners have gained literacy regarding business analysis and creating business websites, (c) Partners have gained understanding regarding digital marketing, (d) Partners have gained practical experience analyzing business and designing digital marketing and producing output from the practices implemented.

Keywords: Entrepreneurship, Digital Marketing, Website, Majene, West Sulawesi

1. PENDAHULUAN

Aktivitas bisnis merupakan aktivitas yang menyediakan barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan laba (Erwin et al., 2021). Para pelaku bisnis pemula, pada umumnya belum banyak memahami cara melakukan analisis kelayakan pada bisnis mereka (Wijaya & Kuswoyo, 2022). *Business model canvas* merupakan sebuah alat manajemen strategis yang berfungsi untuk menganalisis dan mengkomunikasikan konsep sebuah bisnis dengan mudah dan cepat. Dengan kemampuan menganalisis bisnis serta beradaptasi dengan perkembangan era digital dunia saat ini diharapkan dapat menciptakan entrepreneur yang handal (Radjab et al., 2022). Hal ini sejalan dengan arahan Presiden Joko Widodo dalam forum G20 terkait percepatan transformasi digital bagi pelaku Bisnis dan UMKM Indonesia (Liputan6.com, 2022).

Perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia terlihat terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu (Detik.com, 2021). Berdasarkan data CNBC Indonesia, (2022), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 77% dari jumlah penduduk. Angka ini meningkat sekitar 35 juta

jiwa jika dibandingkan angka sebelum pandemi. Berdasarkan hal ini terlihat internet sudah menjangkau sebagian besar masyarakat Indonesia. Ini menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis terutama UMKM untuk dapat menyesuaikan dengan kondisi yang ada.

Siswa Sekolah Menengah merupakan generasi yang diharapkan dapat menjadi pengembang teknologi digital sebab telah menjadi bagian dalam aktivitasnya (Liani & Saputro, 2019). Pemberian literasi digital merupakan sesuatu yang penting bagi siswa untuk dapat terus update terhadap perkembangan dunia. Sejalan dengan itu, tingkat pemahaman kewirausahaan diharapkan dapat menumbuhkan jiwa entrepreneurship mereka yang dapat mengelola bisnisnya secara efektif dan efisien masa transformasi digital saat ini.

Perkembangan bisnis online menunjukkan trend yang baik namun terlihat beberapa pelaku bisnis belum menunjukkan pemahaman memadai terkait optimalisasi pemanfaatan platform digital. Sebagai contoh platform website bisnis yang masih belum banyak dimiliki para pebisnis pemula, dimana mereka lebih banyak mengandalkan platform *market place* dalam aktivitas bisnis digitalnya. Selain itu, meskipun mereka memiliki website bisnis, namun prinsip desain dan optimalisasi pengelolaan website belum mereka laksanakan.

Berdasarkan rilis Kominfo Indonesia, (2022) menunjukkan Indeks Masyarakat Digital secara nasional sebesar 37,8 dari skala penilaian 1-100, keterampilan digital sebesar 49,35 dan pemberdayaan teknologi pada masyarakat sebesar 22.06. Data ini memberikan gambaran bahwa masyarakat telah memiliki infrastruktur digital yang memadai namun belum optimal dalam pemanfaatannya. Berdasarkan hal ini, terlihat penting memberikan literasi digital bagi para generasi z yaitu siswa Madrasah Aliyah di Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat yang merupakan wilayah pusat aktifitas Pendidikan Tinggi di Provinsi ini. Diharapkan setelah kegiatan berlangsung dapat menjadi motivasi bagi siswa Madrasah Aliyah tersebut untuk memanfaatkan teknologi digital dalam keseharian serta dapat memulai kegiatan bisnis dengan menggunakan platform digital.

Dengan latar belakang tersebut, tim pengabdian merancang Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan tema "Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital pada siswa Madrasah Aliyah di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat". Program ini dilaksanakan bermitra dengan Madrasah Aliyah 1 Majene yang berlokasi di Jl. Prof. Baharuddin Lopa, Lutang, Kabupaten Majene, Sulawesi Barat. Institusi ini dipimpin oleh Kepala Sekolah Yusbar, S.Pd, M.Pd, dengan kondisi umum Unit Kemitraan Masyarakat (UKM) diantaranya : (a) Sekolah memiliki fasilitas Lab Komputer, tetapi belum memiliki kompetensi pemasaran digital dan kewirausahaan, (b) Siswa belum pernah mendapat pengetahuan analisis bisnis, (c) Siswa belum mendapatkan pengetahuan dan pemahaman terkait bisnis digital, (d) Siswa belum memiliki gambaran praktek analisis bisnis dan praktek pemasaran digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada MAN 1 Majene yang merupakan salah satu Sekolah Menengah tingkat atas terkemuka di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang siswa yang merupakan perwakilan dari bidang kompetensi keahlian siswa yaitu siswa jurusan digital sebanyak 5 orang, desain grafis sebanyak 5 orang, tahfiz sebanyak 5 orang dan bahasa sebanyak 5 orang yang nantinya mereka akan menjadi pionir literasi kewirausahaan dan pemasaran digital di sekolahnya. Rangkaian kegiatan dilaksanakan sejak bulan April 2023 hingga September 2023, dimana terdiri dari kegiatan komunikasi dan identifikasi permasalahan mitra, penyusunan metode pemecahan masalah, serta pelaksanaan kegiatan pemecahan masalah.

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang didapatkan, kemudian ditetapkan metode penyelesaian permasalahan adalah dengan melaksanakan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital bagi siswa MAN 1 Majene tersebut. Metode pelatihan diantaranya dengan melakukan pre-test, ceramah, diskusi, praktek, post-test terkait penumbuhan jiwa kewirausahaan dan metodologi pemasaran digital. Pengukuran keberhasilan kegiatan dilakukan dengan metode analisis statistik deskriptif pada aspek pemahaman peserta, partisipasi peserta, keaktifan peserta serta produk yang dihasilkan peserta pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kegiatan pembukaan pelatihan

Kegiatan pelatihan diawali dengan seremoni pembukaan dengan sambutan dan pemaparan pentingnya kegiatan ini sebagai bekal keterampilan dalam menghadapi era digital saat ini oleh Kepala Sekolah MAN 1 Majene. Dilanjutkan dengan sambutan Wakil Dekan Bidang SDM dan Umum, Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat sebagai perwakilan Institusi pelaksana PKM sekaligus Anggota Tim Pengabdi.



Gambar 1. Kegiatan sambutan Kepala Sekolah MAN 1 Majene dan Perwakilan Institusi Pengabdi.

Setelah seremoni pembukaan kegiatan dilaksanakan, dilanjutkan dengan materi pemaparan pentingnya semangat kewirausahaan pada diri siswa yang perlu ditopang dengan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital untuk beradaptasi dengan perkembangan dunia saat ini. Sesi ini berusaha membangkitkan semangat dan jiwa kewirausahaan para peserta.

3.2. Kegiatan Pre-test

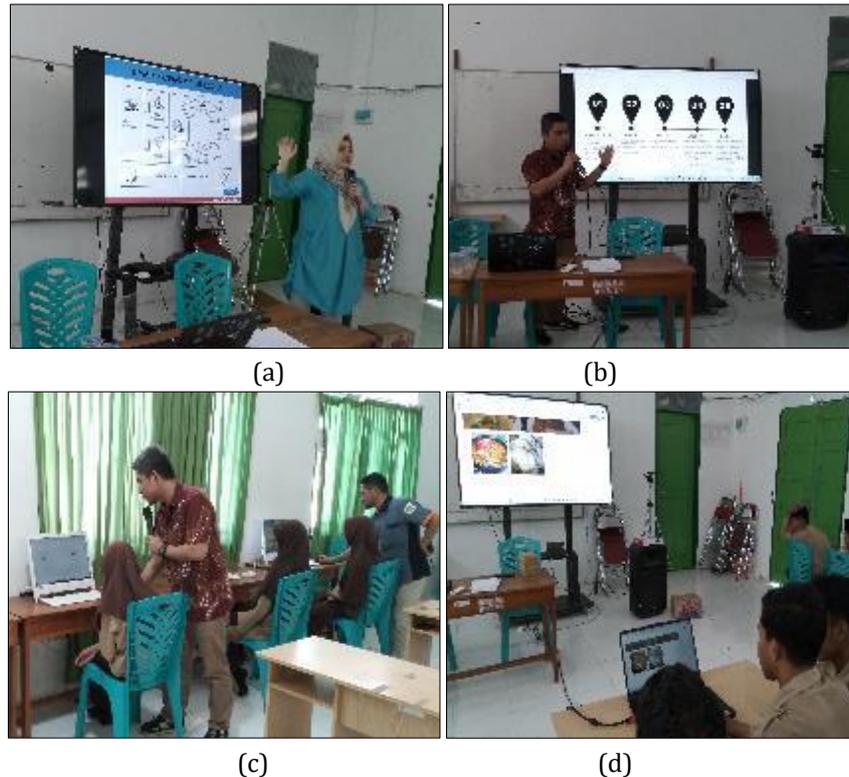
Setelah melaksanakan kegiatan pembukaan serta pemaparan materi awal, dilanjutkan dengan kegiatan pre-test. Kegiatan ini merupakan prosedur yang dilakukan untuk dapat mengukur capaian pembelajaran secara keseluruhan nantinya. Pre-test atau disebut juga test awal, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penguasaan peserta terhadap materi ajar yang akan diajarkan (Arikunto Suharsimi, 2021).



Gambar 2. Kegiatan Pre-test.

3.3. Kegiatan penyajian materi pelatihan

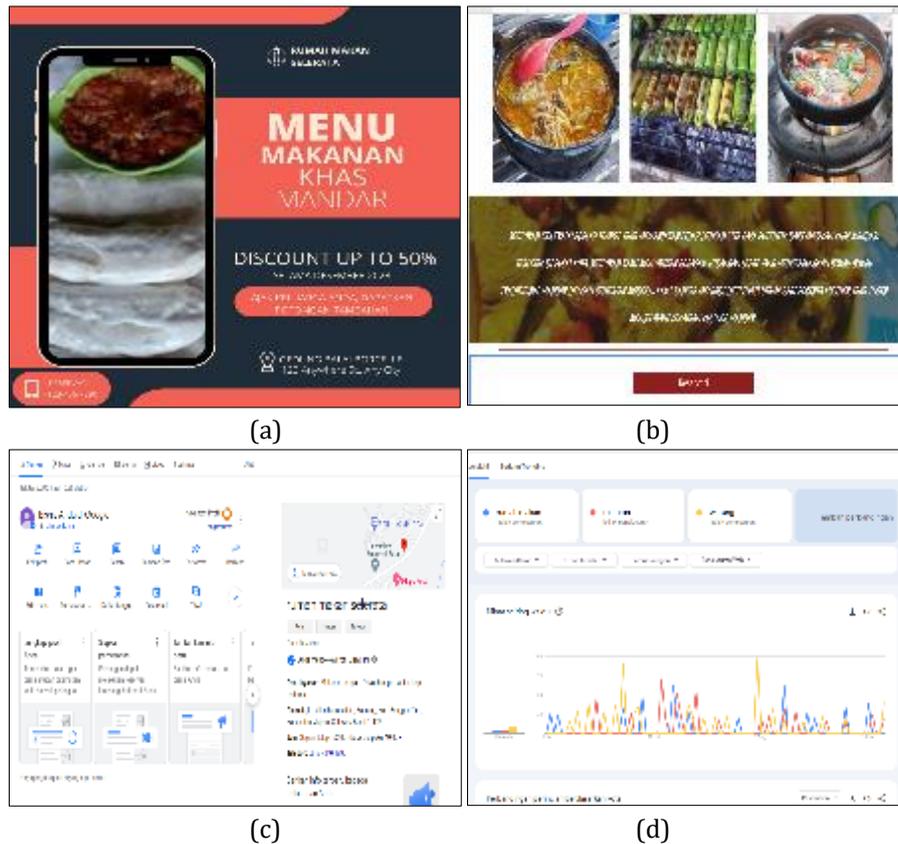
Setelah tahapan kegiatan Pre-test dilakukan, dilanjutkan dengan penyampaian materi pelatihan. Materi pelatihan terdiri atas dua bagian besar yaitu materi kewirausahaan dan materi pemasaran digital. Materi kewirausahaan dibawakan tim pengabdi dengan memperkenalkan tools *business model canvas* sebagai media analisis bisnis yang dilakukan. Materi bisnis digital dibawakan oleh tim pengabdi dengan materi riset kata kunci SEO, email marketing, pembuatan konten dan website bisnis serta pendaftaran bisnis pada google profil bisnis yang keseluruhannya merupakan tools penunjang kegiatan pemasaran secara digital.



Gambar 3. Kegiatan penyajian materi pelatihan (a) analisis *business model canvas*, (b) analisis pemasaran digital, (c) praktek tools pemasaran digital, (d) praktek pembuatan website bisnis.

Materi kewirausahaan diberikan dengan metode ceramah dan diskusi penumbuhan semangat kewirausahaan dilanjutkan penjelasan bagan *business model canvas* sebagai tools perencanaan bisnis. Penyajian materi berdasarkan contoh kasus pengelolaan bisnis Rumah Makan Masakan Khas Mandar. Berdasarkan kasus tersebut dilakukan analisis alur bisnis serta kelayakan bisnis dengan tools *business model canvas* yang dipandu tim pengabdian.

Materi pemasaran digital dilakukan dengan pemberian pemahaman mengenai riset kata kunci, email marketing, pembuatan konten, pembuatan website bisnis, dan mendaftarkan bisnis pada google profil bisnis. Materi disajikan dengan sistem ceramah, diskusi, tanya jawab, dan praktek pemasaran digital secara individu yang didampingi tim pengabdian. Materi berdasarkan studi kasus pembangunan website bisnis Rumah Makan Masakan Khas Mandar. Berdasarkan kasus tersebut dilakukan praktek alur proses bisnis dan penggunaan tools pemasaran digital untuk optimalisasi bisnis melalui media digital secara organik. Hasil karya pemasaran digital peserta pelatihan terlihat pada Gambar 4 yaitu berupa (a) konten pemasaran, (b) website bisnis, (c) *google my business*, (d) riset kata kunci.



Gambar 4. Hasil desain pemasaran digital peserta pelatihan.

3.4. Kegiatan Post-test

Tahapan kegiatan pada Pelatihan PKM berikutnya adalah kegiatan post-test. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman dan tingkat penerimaan peserta pelatihan terhadap materi yang diberikan. Arikunto Suharsimi, (2021) mengatakan bahwa untuk mengetahui tingkat penguasaan materi peserta pelatihan dilakukan dengan memberikan pertanyaan dan menjawab pertanyaan. Kegiatan post-test terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pelaksanaan kegiatan post-test.

Kegiatan post-test ini juga dijadikan sarana berdiskusi kembali oleh para peserta pelatihan dengan tim pengabdian terkait kejelasan materi dan kasus-kasus yang terjadi di lapangan. Kegiatan ini diharapkan menjadi penyemangat untuk dapat lebih memahami kembali materi pelatihan serta menjadi evaluasi akhir terhadap pelaksanaan pelatihan. Hasil post-test dibandingkan dengan hasil pre-test peserta dan didapatkan ukuran kuantitatif capaian pelatihan yang dilaksanakan. Selain itu hasil post-test ini juga menjadi bahan evaluasi pelaksanaan pelatihan pada masa datang dengan menyempurnakan metode serta materi agar sesuai dengan kebutuhan mitra.

3.5. Partisipasi mitra

Kegiatan PKM yang dilaksanakan pada MAN 1 Majene menunjukkan tingkat partisipasi mitra yang sangat baik dan antusias. Hal ini ditunjukkan dengan penyediaan sarana laboratorium komputer serta sarana pembelajaran lain yang menunjang optimalisasi pelaksanaan kegiatan PKM ini. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kegiatan PKM adalah tingkat partisipasi mitra. Hal ini tidak terlepas dari komunikasi dan koordinasi yang intensif antara tim pengabdian dengan mitra.

3.6. Keaktifan peserta pelatihan

Salah satu ukuran keaktifan peserta pelatihan adalah tingkat kehadiran peserta, dimana dari 20 orang peserta pelatihan terlihat tingkat kehadiran 100% pada setiap sesi kegiatan yang dilaksanakan. Pada masing-masing sesi pelatihan juga terlihat antusiasme yang sangat baik dari peserta pelatihan, mereka berkomunikasi aktif dengan tim pengabdian maupun dengan sesama peserta apabila terdapat hal yang tidak pahami terkait materi pelatihan. Keaktifan peserta pelatihan berperan penting dalam tercapainya tujuan pelatihan PKM. Keaktifan pada pelatihan ini terutama terlihat pada sesi praktek pembuatan website bisnis, dimana forum yang tercipta sangat cair antara peserta pelatihan dan tim pengabdian sehingga output yang diharapkan tercapai dengan baik.

3.7. Tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta

Tingkat perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan diukur dengan pemberian pre-test dan post-test. Hasil pre-test dibandingkan dengan hasil post-test, apabila terdapat peningkatan skor maka dapat disimpulkan terdapat penambahan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan, demikian pula sebaliknya. Pre-test dan post-test dilakukan dengan memberikan pertanyaan dengan jawaban pilihan ganda (lima pilihan jawaban). Apabila peserta menjawab dengan benar maka akan mendapatkan skor 5, sementara apabila peserta menjawab salah maka akan mendapatkan skor 1. Hasil pre-test dan post-test terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil pre-test dan post-test peserta pelatihan.

Capaian Skor	Pre-test		Post-test		Kategori
	F	%	F	%	
20 sd 36	6	30,00	0	0,00	Sangat rendah
37 sd 52	14	70,00	0	0,00	Rendah
53 sd 68	0	0,00	0	0,00	Sedang
69 sd 84	0	0,00	4	20,00	Tinggi
85 sd 100	0	0,00	16	80,00	Sangat tinggi
Jumlah	20	100,00	20	100,00	
Rata-rata	40,67		87,47		

Berdasarkan Table 1 terlihat capaian nilai rata-rata pre-test peserta pelatihan sebesar 40.67 sementara nilai rata-rata post-test peserta pelatihan sebesar 87.47. Mengacu pada pengkategorian tingkat pengetahuan/keterampilan terlihat pada hasil pre-test, pengetahuan rata-rata peserta masuk dalam kategori 'Rendah'. Namun setelah mendapatkan materi serta praktek pelatihan maka tingkat pengetahuan/keterampilan peserta masuk dalam kategori 'Sangat tinggi'. Hasil ini menunjukkan peningkatan yang signifikan antara pengetahuan / keterampilan peserta pelatihan setelah mendapatkan materi dan praktek dibandingkan sebelum mereka mendapatkan materi dan praktek.

Berdasarkan capaian ini, peserta pelatihan dianggap telah memahami penyusunan rencana bisnis dengan tools *business model canvas* serta pemasaran digital dengan baik. Pemahaman terhadap *business model canvas* terlihat dari pemahaman mereka terhadap alur pikir dan metode pengisian bagan dalam model. Pemahaman terhadap pemasaran digital terlihat dari pemahaman mereka terhadap cara melakukan riset kata kunci, email marketing, desain konten, desain website yang baik serta mendaftarkan bisnis pada google profil bisnis (Rakib et al., 2022).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat pada siswa MAN 1 Majene telah berjalan dengan baik. Hasil yang dicapai dari pelaksanaan PKM ini diantaranya mitra telah dapat menyusun alur pikir rencana bisnis, selain itu mitra dapat melakukan pemasaran melalui media digital. Terlihat output kegiatan pelatihan berupa bagan rencana bisnis beserta desain digital marketing bisnis yang dibuat oleh para peserta pelatihan. Dengan keberhasilan pencapaian hasil pelatihan diharapkan PKM dengan tema serupa dapat dilaksanakan secara berkesinambungan dengan penyempurnaan dan penyesuaian dengan profil peserta pelatihan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan tim pengabdian kepada Bapak Rektor Universitas Sulawesi Barat dan Bapak Rektor Universitas Negeri Makassar atas pembinaan dan arahan pelaksanaan PKM. Kepada Bapak Ketua LPPM Universitas Sulawesi Barat dan Universitas Negeri Makassar atas petunjuk pelaksanaan pelatihan dan pelaporan. Bapak Kepala MAN 1 Majene atas fasilitasi, partisipasi dan membantu pangarahan peserta pelatihan. Serta pihak-pihak yang membantu terselenggaranya pelatihan Program Kemitraan Masyarakat ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar.

REFERENSI

- Arikunto Suharsimi. (2021). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan: Vol. Edisi 3 (III)*. PT Bumi Aksara. <https://books.google.co.id/books?id=j5EmEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=6uBHLcq01H&dq=evaluasi%20pendidikan&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q=evaluasi%20pendidikan&f=false>
- CNBC Indonesia. (2022, June). *Pengguna Internet Indonesia 2022*. CNBC Indonesia.
- Detik.com. (2021). *Pengguna aktif medsos RI 170 Juta bisa main lebih 3 jam sehari*. Detik.Com.
- Erwin, Aiyul Ikhrum, A., Hidayat Tahawa, T. B., & Nurhidayah. (2021). Sikap resistensi konsumen dalam keputusan pembelian melalui brand culture dan product quality. *Online) JURNAL MANAJEMEN*, 13(4), 718. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.10328>
- Kominfo Indonesia. (2022). *Peluncuran Indeks Masyarakat Digital Indonesia*. Puslitbang Kominfo Republik Indonesia.
- Liani, I., & Saputro, A. (2019). *RANCANGAN DESAIN WEBSITE RESPOSIF SEBAGAI SARANA INFORMASI PADA SMK PUSTEK SERPONG*. www.smk.pustekserpong.com.
- Liputan6.com. (2022). *9,5 Juta UMKM Sudah Masuk Ekosistem Digital hingga Juni 2022*.
- Radjab, E., Mandasari, N. F., Bisnis, J. A., Negeri, P., & Pandang, U. (2022). ANALISIS PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI RUMAH SAKIT (SIMRS) PADA RS. IBNUSINA YW-UMI MAKASSAR. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*. <https://doi.org/10.31315/118>
- Rakib Muhammad, Aris Valentino, & Ashdaq Muhammad. (2022). Pelatihan Mendesain dan Membuat Website Bisnis bagi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(6).
- Wijaya, G. E., & Kuswoyo, C. (2022). Pengaruh kemenarikan desain website dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>