

PERAN TEKNOLOGI DALAM MENUMBUHKAN SEMANGAT BERWIRAUSAHA UNTUK KALANGAN PEMUDA DI DESA SELOKAJANG

Ulvi Anisa Rintayani¹, Afidatul Aulia², Wahyu Dwi Puspitasari³

^{1,2,3}Universitas Islam Balitar

ulvianisa@gmail.com¹,afidaaulia374@gmail.com², pushpitasari23@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan sosialisasi untuk memberikan pengetahuan kepada para pemuda yang belum memahami manfaat teknologi untuk berwirausaha guna meningkatkan perekonomian. Ditengah perkembangan teknologi, para pemuda berkeinginan membangun jiwa berwirausaha agar dapat membuat ide atau inovasi baru dan kemudian dikembangkan dalam bentuk usaha. Teknologi digunakan untuk membantu para wirausaha dalam mengembangkan bisnisnya. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan merupakan sebuah metode yang bertujuan memaparkan situasi atau peristiwa dalam kegiatan. Pemateri dari kegiatan ini adalah Bapak Yufi Priyo Sutanto, S.T., M.M yang merupakan pakar digital marketing. Peserta kegiatan adalah karang taruna, Gerakan pemuda desa selokajang, dan ibu-ibu muslimat NU. Hasil dari kegiatan ini adalah adanya tambahan pengetahuan pada pemuda terhadap cara promosi melalui media social. Dalam penggunaan media social sebagai media promosi yang harus dilakukan pertama kali adalah memperbanyak pertemanan. Selain itu mengawali bisnis dengan media social perlu memperjelas informasi yang ada di media sosialnya. Dan yang terakhir untuk produk seperti senapan pemasaran dengan media social whatsapp business yang lebih aman dan terhindar dari pemblokiran.

Kata kunci: Generasi Muda, Semangat Kewirausahaan, Peran Teknologi.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak buruk di berbagai sektor di Indonesia, termasuk sektor ekonomi. Berwirausaha menjadi alternatif untuk tetap memiliki penghasilan di masa pandemi. Berwirausaha harus di dasari pada niat dan keinginan. Perkembangan ekonomi tidak terlepas dari generasi muda sebagai gudang kreativitas. Di era sekarang ini, generasi muda harus memiliki semangat berwirausaha untuk meningkatkan perekonomian. Kreativitas yang dimiliki generasi muda diharapkan mampu untuk menciptakan sebuah peluang usaha.

Disisi lain, tingkat pengangguran dan kemiskinan masih tinggi di Indonesia yang semakin lama akan mempengaruhi kestabilan perekonomian di Indonesia. Oleh sebab itu, meningkatkan pengetahuan tentang kewirahusahaan kepada para pemuda menjadi sangat penting. Upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan skill dan bakat yang mereka miliki dalam hal kewirausahaan. Kestabilan

ekonomi di Indonesia menjadi suatu pendorong bertambahnya UMKM baru yang ingin memulai sebuah usaha yang pada akhirnya akan memunculkan lowongan pekerjaan baru bagi masyarakat di Indonesia.

Saat ini teknologi sangat melekat pada generasi muda, karena mereka terbiasa menggunakan teknologi pada kehidupan sehari-hari. Penggunaan gawai dan internet untuk kegiatan mereka seperti bekerja, berjualan, belanja atau hanya sekedar berkabar. Namun generasi muda masih belum banyak memanfaatkan teknologi untuk hal-hal seperti berbisnis atau melakukan usaha. Fenomena *digital entrepreneurship* memiliki peluang yang lebar di masa yang akan datang dan itu harus menjadi perhatian kita semua. Banyak generasi milenial yang belum memanfaatkan sarana tersebut atau bisa jadi mereka tidak tahu cara memanfaatkannya sehingga menghasilkan pendapatan (Netrawati dkk., 2022).

Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan diutamakan pada cara menumbuhkan semangat kewirausahaan dan peran teknologi dalam kewirausahaan. Ada beberapa manfaat dari berwirausaha yaitu (1) mengurangi jumlah pengangguran karena adanya penambahan daya tampung tenaga kerja; (2) dapat menjadi contoh yang baik bagi pemuda lain dengan menjadi seorang wirausahawan yang jujur, berani, ulet, dan tidak merugikan orang lain; (3) membantu pembangunan lingkungan dibidang produksi dan distribusi; (4) selalu memperjuangkan lingkungan dengan pemanfaatan sumberdaya yang ada di sekitar; (5) memberikan bantuan kepada orang lain sesuai dengan kemampuannya; (6) mendidik karyawan menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, dan tekun dalam menghadapi pekerjaan; (7) memberi contoh tentang cara bekerja keras tanpa melupakan perintah agama; (8) hidup secara efisien dan sesuai kemampuan; serta (9) memelihara keserasian lingkungan baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan (Rusdiana, 2013).

Peran teknologi dalam kewirausahaan adalah teknologi sebagai solusi dalam memenuhi peluang berwirausaha. Ada dua hal penting dalam pendefinisian teknologi di bidang usaha yaitu penelitian dan komersialisasi (Suparno dkk., 2013). Teknologi sebagai penelitian artinya teknologi merupakan suatu penemuan dan penambahan terhadap ilmu pengetahuan. Teknologi sebagai komersialisasi adalah proses pemindahan hasil penelitian ke pasar dengan cara yang menguntungkan. Teknologi merupakan cara atau metode untuk mengolah sesuatu agar terjadi efisiensi biaya dan waktu, sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Dasar-dasar penciptaan teknologi adalah: kebutuhan pasar, solusi atas permasalahan, aplikasi berbagai bidang keilmuan, perbaikan efektivitas dan efisiensi produksi, serta modernisasi (Rukmana dkk., 2021). Pemberian sosialisasi penggunaan teknologi untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan terbukti membuat peserta antusias serta berani untuk memulai usaha dengan menggunakan media social (Gunawan & Hazwardy, 2020).

METODE

Metode yang digunakan dalam penyampaian hasil kegiatan sosialisasi adalah deskriptif. Metode deskriptif digunakan dengan tujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai suatu keadaan sosial. Selain itu juga untuk menggali lebih dalam suatu keadaan social yang nyata (Sugiyono, 2012). Dalam kegiatan ini tujuannya adalah memberikan penggambaran yang lengkap permasalahan yang dihadapi pemuda di desa Selokajang dan juga tentang solusi yang dilakukan dalam penyelesaian permasalahan tersebut selama kegiatan KKN. Penjabaran solusi yang diberikan meliputi langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan kegiatan sosialisasi Peran Teknologi dalam Menumbuhkan Semangat Berwirausaha untuk Kalangan Pemuda di Desa Selokajang. Berikut adalah tahapan yang akan dilakukan dalam kegiatan ini.

1. Observasi. Observasi dilakukan dengan cara datang langsung ke tempat mitra yaitu Desa Selokajang untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya
2. Wawancara. Wawancara dilakukan kepada ketua karang taruna dan ketua Gerakan Pemuda Selokajang (GPS) untuk mendapatkan data awal terkait keadaan pemuda-pemudi di desa Selokajang selama dan setelah masa pandemic Covid-19 dan diperoleh hasil ada keinginan pemuda membuka usaha dengan memanfaatkan media sosial yang ada.
3. Membuat perencanaan kegiatan. Perencanaan kegiatan meliputi penentuan penanggung jawab, tema, waktu, peserta, pemateri, tempat, dan kebutuhan kegiatan yang lain.
4. Melakukan kegiatan sosialisasi sesuai dengan waktu dan tempat yang sudah disepakati.
5. Kegiatan sosialisasi yang diberikan adalah penyampaian wawasan terkait cara menumbuhkan semangat berwirausaha dan peran teknologi dalam menunjang kewirausahaan.
6. Melakukan diskusi antar pemateri dan peserta untuk mendapatkan masukan dari pemateri atas permasalahan yang dihadapi.

7. Melakukan evaluasi hasil kegiatan sosialisasi

Kegiatan sosialisasi yaitu pada hari Rabu, 24 Agustus 2022, jam 08.30-11.30 WIB dengan sasaran sosialisasi adalah pemuda Desa Selokajang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Sebelum melaksanakan kegiatan sosialisasi pihak peneliti melakukan survey terhadap pemuda guna mengetahui permasalahan apa yang sedang dihadapi. Kegiatan survey dilakukan untuk mendata permasalahan yang ada guna dibahas dalam sosialisasi. Sosialisasi dilaksanakan pada hari Rabu, 24 Agustus 2022.

Kegiatan yang pertama dilakukan yaitu acara persiapan yang dibantu oleh mahasiswa KKN dan selanjutnya sambutan yang disampaikan oleh Ketua Kelompok KKN, Kepala Desa, Dosen Pembimbing Lapangan, Perwakilan Karang Taruna, Perwakilan Gerakan Pemuda Selokajang, Ketua NU Ranting Selokajang, Ketua Ibu Muslimat Selokajang dan Bapak Yufi Priono Susanto, S.T., M.M., selaku pemateri pada kegiatan sosialisasi. Peserta yang hadir dalam kegiatan sosialisasi adalah Pemuda Desa Selokajang, Karang Taruna dan Ibu NU Muslimat.

Kegiatan ini berisi mengenai pemaparan materi tentang Kewirausahaan dan Digital Marketing, dimana pemateri tersebut yang memang sudah berkecimbung dalam pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha memberikan motivasi atau sekedar berbagi pengalaman terkait Pemanfaatan Teknologi dalam Berwirausaha. Materi yang diberikan meliputi bisnis model canvas, konsep sales dan marketing, riset pasar online, serta manajemen hubungan pelanggan

Diskusi diawali dengan penyampaian dari pemuda yang menjelaskan mengenai kendala-kendala yang dihadapi memulai usaha seperti:

1. Kurangnya pemahaman dalam memasarkan produk.
2. Target pasar
3. Belum ada sertifikat halal

Diskusi selanjutnya adalah penyampaian pemanfaatan teknologi dalam mendukung kewirausahaan. Penggunaan teknologi yang

paling utama di bidang kewirausahaan adalah teknologi informasi. Teknologi informasi yang paling utama digunakan adalah internet. Internet digunakan sebagai media untuk pemasaran. Penggunaan internet dalam pemasaran produk usaha terbukti mampu meningkatkan penjualan (Taqiyya & Riyanto, 2020). Selain itu internet juga membantu dalam memperluas jaringan penjualan, mempermudah dalam transaksi, dan meningkatkan kepuasan dari konsumen (Nikmah, 2017; Siregar & Nasution, 2020).

Pemasaran melalui internet dapat dilakukan dengan penggunaan media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagram. Pemasaran menggunakan media sosial salah satunya facebook adalah melakukan kegiatan pemasaran dengan menggunakan semua fitur yang ada di facebook untuk mengenalkan dan menjual produk (Muttaqin, 2011).

Selain untuk pemasaran, media sosial dapat digunakan untuk *brand awareness*, meningkatkan mobilitas ke website pribadi, meningkatkan peringkat di mesin pencarian, dan partisipasi dalam market place (Rini & Shihab, 2019). Dalam kegiatan sosialisasi ini, pemateri menunjukkan cara penggunaan facebook, whatsapp, dan Instagram untuk pemasaran produk. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran dengan media sosial adalah cara menyampaikan pesan untuk produk yang akan dipasarkan.

Berikut adalah beberapa foto kegiatan yang diambil selama pelaksanaan Sosialisasi Peran Teknologi dalam Menumbuhkan Semangat Berwirausaha untuk Kalangan Pemuda di Desa Selokajang.



Gambar 1. Penyampaian materi oleh Bpk. Yufi Priyo Sutanto. S.T., M.M.

Gambar berikut ini adalah foto Bersama setelah kegiatan selesai dilakukan. Foto Bersama panitia peserta pemateri dan Dosen Pendamping Lapangan KKN di Desa Selokajang.



Gambar 1. Foto Bersama Seluruh Peserta Kegiatan Sosialisasi Bersama Pemateri.

Setelah pemberian materi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya. Ada tiga pertanyaan yang diajukan yang pertama adalah cara memasarkan produk agar menarik. Pertanyaan kedua adalah langkah awal penggunaan social media agar efektif untuk pemasaran online karena masih awam dengan bidang tersebut. Pertanyaan ketiga adalah cara pemasaran produk yang berbahaya seperti senapan angin melalui media social karena beberapa kali diblokir. Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan tersebut saran utama dari pemateri adalah meningkatkan relasi atau rekan kerja, semakin banyak orang atau teman yang dimiliki maka akan semakin banyak yang melihat promosi yang dipasang di social media. Selanjutnya secara spesifik masukan untuk ketiga pertanyaan tersebut yaitu: (1) membuat kalimat promosi yang lugas dan eksplisit, memberikan gambar, dan akan lebih baik menggunakan bisnis model kanvas; (2) cantumkan informasi yang jelas pada profil social media, masukkan nama perusahaan bila ada, menjadi anggota dari orang-orang ternama, dan memberikan foto produk yang ingin dipasarkan secara jelas; (3) untuk barang seperti senapan cara pemasaran melalui media social tidak usah dicantumkan kata senjata tajam atau senapan, dan media social yang aman adalah

whatsapp bisa menggunakan whatsapp business untuk lebih maksimal dalam promosi.

PEMBAHASAN

Peserta sosialisasi terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan, terlebih lagi para peserta yang masih muda memahami bahwa platform facebook yang selama ini hanya dimanfaatkan untuk hiburan ternyata memiliki manfaat lain untuk memasarkan produk usaha masyarakat Selokajang. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu masyarakat agar usaha mereka dapat langsung dikenal secara meluas dengan memanfaatkan smartphone yang mereka miliki selama ini, contoh usaha seperti senapan angin, snack (keripik dan makaroni pedas), *reseller* baju.

Dalam kegiatan sosialisasi masih terdapat kendala, salah satunya adalah tidak semua peserta memahami penggunaan Platform facebook. Sehingga perlu pendampingan mengenai pemasaran produk oleh pemateri. Melihat dari hasil pemahaman peserta mengenai materi yang telah diberikan cukup baik, hal ini dapat dilihat berdasarkan banyaknya peserta yang mengajukan pertanyaan salah satunya mengenai pembuatan promosi tentang ide berwirausaha mereka pada platform facebook.

Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan kegiatan, terlihat adanya perubahan mengenai pola berpikir mereka perihal berwirausaha memanfaatkan teknologi. Hal ini membuktikan bahwa jiwa kewirausahaan dapat ditumbuh kembangkan melalui penggunaan teknologi. Selain itu, peserta sosialisasi terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan, terlebih lagi para peserta yang masih muda memahami bahwa platform facebook yang selama ini hanya dimanfaatkan untuk hiburan ternyata memiliki manfaat lain untuk memasarkan produk usaha masyarakat Selokajang. Keunggulan layanan social media adalah memberikan ruang komunikasi dua arah antara konsumen-perusahaan dan konsumen-konsumen. Komunikasi dua arah ini memungkinkan konsumen untuk berpartisipasi, kolaborasi dan berinteraksi, yang pada intinya konsumen tidak lagi objek tetapi subyek pemasaran (Indoworo, 2016).

Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan kreativitas yang dimiliki generasi muda mampu untuk menciptakan sebuah peluang usaha. Di sisi lain, tingkat pengangguran dan kemiskinan masih tinggi di Indonesia yang semakin lama akan mempengaruhi kestabilan perekonomian di Indonesia. Kestabilan ekonomi di Indonesia menjadi suatu pendorong bertambahnya UMKM baru yang ingin memulai sebuah usaha yang pada akhirnya akan memunculkan lowongan pekerjaan baru bagi masyarakat di Indonesia. Penggunaan gawai dan internet untuk kegiatan mereka seperti bekerja, berjualan, belanja atau hanya sekedar berkabar. Selain itu, penggunaan social media terbukti meningkatkan penjualan, meningkatkan kepuasan konsumen, dan jaringan kerja (Nikmah, 2017; Siregar & Nasution, 2020; Taqiyya & Riyanto, 2020)

Sebagaimana diungkapkan oleh Hardiyanto bahwa fenomena *digital entrepreneurship* memiliki peluang yang lebar di masa yang akan datang dan itu harus menjadi perhatian kita semua. Banyak generasi milenial yang belum memanfaatkan sarana tersebut atau bisa jadi mereka tidak tahu cara memanfaatkannya sehingga menghasilkan pendapatan. Dengan adanya pelatihan ini, pemuda pemudi dapat menggunakan teknologi secara positif dan menghasilkan keuntungan untuk dirinya sendiri serta orang lain (Gunawan & Hazwardy, 2020).

SIMPULAN

Peserta yang hadir dalam kegiatan sosialisasi adalah Pemuda Desa Selokajang, Karang Taruna dan Ibu NU Muslimat. Peserta sosialisasi terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan, terlebih lagi para peserta yang masih muda memahami bahwa platform facebook yang selama ini hanya dimanfaatkan untuk hiburan ternyata memiliki manfaat lain untuk memasarkan produk usaha masyarakat Selokajang. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu masyarakat agar usaha mereka dapat langsung dikenal secara meluas dengan memanfaatkan *smartphone* yang mereka miliki selama ini, contoh usaha seperti senapan angin, *snack*, *reseller* baju. Melihat dari hasil pemahaman peserta mengenai materi yang telah

diberikan cukup baik, hal ini dapat dilihat berdasarkan banyaknya peserta yang mengajukan pertanyaan salah satunya mengenai pembuatan promosi tentang ide berwirausaha mereka pada *platform* facebook. Untuk mengawali bisnis dengan media social perlu memperjelas informasi yang ada di media sosialnya. Dan yang terakhir untuk produk seperti senapan pemasaran dengan media social whatsapp business yang lebih aman dan terhindar dari pemblokiran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Bapak Yufi Priono Susanto, ST., MM., selaku pemateri. Ibu Wahyu Dwi Puspitasari, M. Pd., selaku DPL. Alm. Bapak Sujarwo, selaku Kepala Desa Selokajang. Seluruh perangkat desa, desa Selokajang. Dan tidak lupa seluruh teman-teman Mahasiswa KKN Universitas Islam Balitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.26877/jiu.v2i1.1067>
- Muttaqin, Z. (2011). Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *TEKNOLOGI*, 1(2), 103–109.
- Netrawati, I. G. A. O., Nuada, I. W., Suastina, I. G. P. B., Oktiani, A., Suharti, Fitri, S. M., Maryanti, S., & Faezal. (2022). Pengenalan Bisnis Digital Bagi generasi Muda dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa MA Ishlahul Athfal Rumak. *Hospitality*, 11(1), 229–236.
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11(1), 47. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.19>
- Rini, M. N. A., & Shihab, M. R. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM. *JUTEI: Jurnal Terapan Teknologi Informasi*,

2(2), 159–170.
<https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>

Rukmana, A. Y., Harto, B., & Gunawan, H. (2021). Analisis Urgensi Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Techopreneurship) dan Perasn Society 5.0 dalam Perspektif Ilmu Pendidikan Kewirausahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 13(2), 96–110.

Rusdiana, H. A. (2013). Kewirausahaan Teori dan Praktik. In *Pustaka Setia*. Pustaka Setia.

Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 02(01), 71–75.

<http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki%0APERKEMBANGAN>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suparno, O., Hermawan, A., Syuaib, M. F., Nugroho, E., & Anggraeni, E. (2013). Peningkatan Minta dan Kemampuan Technopreneurship melalui Workshop Satu Hari. *Konferensi Nasional "Inovasi dan Technopreneurship,"* 18–19.

Taqiyya, R., & Riyanto, S. (2020). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Whatsapp untuk Memperluas oleh Wafipreneur di Masa Pandemi Covid-19. *Syntax Idea*, 2(10), 810–823.