

## PEMBINAAN JIWA WIRAUSAHA DAN DIGITALISASI PEMASARAN SEBAGAI BENTUK PEMBEKALAN DUNIA USAHA INDUSTRI PADA ANAK ASUH LKSA PUTERI AISYIYAH SLAWI

Ery Suryanti, S.Pd.,MM<sup>1\*</sup>, Husni Faqih, S.Kom, M.Kom<sup>2</sup>, Puspa Fortuna Zulfa, M.Pd<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Sistem Informasi Akuntansi, Universitas Bina Sarana Informatika,, Indonesia

<sup>2,3</sup>Prodi Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika,Indonesia

\*Korespondensi : ([erisuryanti.esi@bsi.ac.id](mailto:erisuryanti.esi@bsi.ac.id))

### Abstrak

Kemajuan teknologi tidak dapat dielakkan di dunia ini, karena kemajuan teknologi berjalan seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Kemajuan teknologi juga memberikan banyak manfaat untuk kemajuan dalam kehidupan bermasyarakat. Kewirausahaan merupakan suatu pemikiran kreatif dan inovatif yang mana proses kreatif tersebut dilakukan oleh mereka yang berani untuk maju, yang berfikir untuk menciptakan sesuatu yang baru, yang memiliki jiwa kewirausahaan dan kualitas yang dimilikinya. Pemasaran digital merupakan pemasaran barang atau jasa dengan menggunakan teknologi melalui media digital atau internet. Media digital dapat berupa website, e-mail, blog atau media sosial. Perbedaan antara pemasaran digital dengan pemasaran tradisional adalah terdapat perbedaan pendekatan atau metode pemasaran dan penggunaan teknologi yang berbeda yang berbasis pada digitalisasi. Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu bagaimana kegiatan kewirausahaan dapat berlanjut dan tidak berhenti. Materi yang dipaparkan dalam kegiatan ini terdiri dari apa itu kewirausahaan, bagaimana memiliki jiwa kewirausahaan, pelatihan digitalisasi pemasaran serta pelatihan kewirausahaan. Dari hasil kegiatan tersebut, terdapat manfaat, yaitu menambah ilmu dan pengetahuan serta pengalaman bagi peserta. Selain itu, dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat tentang kewirausahaan ini, maka motivasi peserta setelahnya mengalami peningkatan. Maka, dengan bertambahnya ilmu yang didapat dan motivasi yang disampaikan, diharapkan agar kegiatan ini mampu membuat peserta memiliki semangat dalam berwirausaha.

**Kata kunci:** Pembinaan Jiwa Wirausaha, Digitalisasi Pemasaran, LKSA Puteri Aisyiyah.

### Abstract

Technological progress is inevitable in today's world, because technological progress goes hand in hand with scientific progress. Technological progress also provides many benefits for progress in community life. Entrepreneurship is a creative and innovative thought in which the creative process is carried out by those who dare to move forward, who think to create something new, who have an entrepreneurial spirit and the qualities they have. Digital marketing is the marketing of goods or services using technology through digital media or the internet. Digital media can be in the form of websites, emails, blogs or social media. The difference between digital marketing and traditional marketing is that there are different approaches or marketing methods and the use of different technologies based on digitalization. The implementation method in this community service activity is in accordance with the problems faced by partners, namely how entrepreneurial activities can be sustainable and not stop. The material presented in this activity consists of what is entrepreneurship, how to have an entrepreneurial spirit, digital marketing training and entrepreneurship training. From the results of these activities, there are benefits, namely increasing knowledge and experience for participants. In addition, with the existence of community service activities about entrepreneurship, the motivation of participants afterward increased. So, with the increasing knowledge gained and the motivation conveyed, it is hoped that this activity will be able to make participants have the spirit of entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurial Spirit Development, Marketing Digitalization, LKSA Puteri Aisyiyah.

---

Submit: Juni 2024

Diterima: Agustus 2024

Publis: November 2024



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

## 1. PENDAHULUAN

Teknologi berkembang karena manusia menggunakan pikirannya untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Kemajuan teknologi tidak dapat dielakkan di dunia ini, karena kemajuan teknologi berjalan seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Kemajuan teknologi juga memberikan banyak manfaat untuk kemajuan dalam kehidupan bermasyarakat. Berjalannya waktu program yang akan dilaksanakan adalah bagaimana menciptakan agar seseorang dapat memiliki rasa kemandirian serta memiliki jiwa berwirausaha. Teknologi pendidikan jauh lebih baik dalam kursus ini dibandingkan dengan kursus sebelumnya. Tentu saja ini merupakan kabar baik bagi dunia pembelajaran karena teknologi dapat membuat pembelajaran lebih cepat dan lebih efektif (Miasari et al., 2022).

Kewirausahaan berpikir kreatif dan inovatif merupakan wadah untuk berkreasi dalam suatu bangsa yang berani maju, berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru, bangsa yang memiliki jiwa kewirausahaan, berkarakter, dan berpikir yang baik, serta tidak merasa takut dan tidak dihadapkan pada usaha yang sia-sia. Wirausahawan termotivasi untuk meraih keberhasilan. Memiliki pola pikir kewirausahaan dapat membantu menjadi sukses – tidak hanya dalam bisnis tetapi juga dalam kehidupan secara umum. Memiliki pola pikir kewirausahaan adalah tentang mengambil kepemilikan, menjadi kreatif, berorientasi pada tindakan dan memiliki ketahanan. Kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan, dan mengambil

tindakan yang diperlukan untuk kepentingan pencapaian kesuksesan/peningkatan pendapatan (Isrososiawan, 2013).

Pemasaran bertanggung jawab untuk mengelola dan mengatur pelanggan di semua area perusahaan. Ada banyak argumen yang menyatakan bahwa pemasaran harus memainkan peran penting dalam menentukan arah strategis perusahaan (Lukitaningsih, 2013). Strategi pemasaran adalah keputusan tentang biaya pemasaran dari anggaran pemasaran, dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan. Secara umum, keberhasilan atau kegagalan pengembangan perusahaan bergantung pada keputusan perusahaan tentang strategi pemasaran yang diterapkannya, tetapi juga bergantung pada analisis dan pengamatan yang tepat terhadap faktor-faktor yang memengaruhi strategi pemasaran Perusahaan (Rambe & Aslami, 2021).

Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran barang atau jasa dengan memanfaatkan teknologi melalui media digital atau internet. Media digital dapat berupa situs web, email, blog, atau media sosial. Perbedaan antara pemasaran digital dengan pemasaran konvensional adalah pendekatan atau metode pemasarannya yang berbeda serta penggunaan berbagai teknologi yang berbasis pada digitalisasi (Lukitaningsih, 2013). Tingkat teknologi dan penggunaan internet di masyarakat semakin meningkat, dan semakin banyak pula orang yang menggunakan internet. Berbagai perangkat pintar seperti smartphone, tablet, dan laptop sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pekerjaan masa kini. Teknologi informasi telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dan

perkembangan ini telah mengubah cara masyarakat mencari dan menerima informasi, yang tidak lagi terbatas pada surat kabar, audio atau elektronik, tetapi sumber informasi lain seperti di internet (Paramitha et al., 2021).

Digitalisasi pemasaran adalah proses pemasaran dan promosi suatu produk atau layanan yang dilakukan melalui media digital dan memerlukan jaringan internet untuk operasionalnya. Saat ini, digitalisasi pemasaran menjadi cara baru bagi para pelaku bisnis untuk menjangkau pelanggan. Pemasaran merupakan aktivitas manusia yang terkait dengan pemasaran. Tujuan pemasaran adalah untuk memahami trade-off yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. (Pasigai, 2010)

Digitalisasi sepenuhnya telah mengubah pemasaran. Ini telah mengubah kebiasaan konsumsi, perilaku konsumen, dan dalam kegiatan membeli suatu produk. Selain itu juga memodifikasi strategi, taktik, dan proses pemasaran, dapat membantu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan profitabilitas serta mampu sekaligus menjangkau pelanggan dan pasar baru. Teknologi digital dapat membantu Anda mengotomatiskan tugas dan pekerjaan, menyederhanakan alur kerja, dan mengurangi tenaga kerja manual. Sebagian besar transaksi dilakukan melalui penggunaan perangkat lunak komputer, melalui penempatan produk, pembayaran, dan pengiriman (Iswari et al., 2021).

Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan pengguna media sosial berinteraksi, berbagi, dan berkolaborasi menggunakan internet. Media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube adalah tautan yang paling banyak digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Selain itu, media

sosial adalah penggunaan teknologi daring yang digunakan untuk berkomunikasi. Orang-orang menggunakan media sosial untuk berinteraksi di Internet melalui ruang virtual. Ini adalah alat yang efektif untuk promosi bisnis karena memungkinkan orang untuk mengaksesnya, sehingga memperluas jaringan periklanan. (Magdalena et al., 2019).

Teknologi digital telah menghasilkan peluang bisnis baru bagi pelaku usaha, kewirausahaan digital terhubung melalui suatu platform, sehingga memfasilitasi akses ke pasar global dengan potensi pertumbuhan. Tehnologi serta Informasi juga menawarkan terobosan baru. Pemanfaatan teknologi dan informasi dapat memberikan keuntungan untuk meningkatkan produktivitas. Teknologi digital menyediakan akses mudah ke materi pembelajaran, memfasilitasi pembelajaran interaktif dan meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran (Lailia et al., 2023).

LKSA Puteri Aisyiyah Slawi yang beralamat di Jl. HOS. Cokro Aminoto, Kedungcokol, Slawi Wetan, Kecamatan Slawi, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah ini bekerja sama dengan Universitas Bina Sarana informatika Kampus Kota Tegal telah mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema “Pembinaan Jiwa Kewirausahaan dan Digitalisasi Pemasaran Sebagai Bentuk Pembekalan Dunia Usaha Industri Pada Anak Asuh LKSA Puteri Aisyiyah Slawi Kabupaten Tegal”. Dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan untuk membunikan semangat berwirausaha, fokus, konsisten, menikmati proses, dan

melakukan hal-hal yang belum pernah dicoba merupakan empat hal yang sangat penting bagi seorang yang sedang berproses dalam berwirausaha. Seorang wirausahawan memiliki keinginan kuat untuk mewujudkan ide-ide kreatif dan gagasan baru dalam pikirannya menjadi dunia nyata (Mulyani, 2022).

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra:

### 1). Tahap Persiapan

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Dengan adanya kerjasama yang sudah disepakati, maka pelaksanaan kegiatan disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra sehingga dengan adanya kegiatan ini akan dapat membantu mitra dan semoga kegiatan ini berdampak baik dan menjadi ilmu yang bermanfaat.

### 2). Tahap Pelaksanaan

Untuk tahap pelaksanaan program kegiatan yaitu:

a. Mengadakan kegiatan seminar jiwa kewirausahaan atau sosialisasi untuk memberikan pemahaman bahwa berwirausaha memang memerlukan modal namun membangun wirausaha tidak harus dengan modal yang banyak.

b. Mengadakan pelatihan pembuatan buket snack dan juga penjualan kue kering yang dikemas ulang agar kemasannya menjadi lebih menarik juga harganya terjangkau oleh pembeli.

c. Mengadakan kegiatan pelatihan digitalisasi pemasaran dengan membahas pemasaran melalui media sosial yang akan lebih

menguntungkan sehingga saat akan mendirikan usaha dapat menjadi salah satu alternatif di bidang pemasaran produk

d. Mengadakan pelatihan tentang teknologi informasi karena saat ini pemilik usaha atau pelaku usaha juga menggunakan teknologi informasi yang sedang berkembang guna meningkatkan penjualan

e. Memberikan pemahaman bahwa dalam mendirikan usaha pengalaman yang lebih banyak dimiliki saat usaha tersebut berjalan tanpa usaha yang didirikan tidak akan memiliki pengalaman karena pengalaman didapatkan dari mendirikan usaha tersebut. Dengan banyak membaca dan mencari informasi, pelaku usaha juga dapat menambah pengalaman.

f. Memberikan pemahaman dalam membagi waktu antara kegiatan yang satu dengan kegiatan yang lain sehingga kegiatan yang ada akan berjalan dengan baik dan lancar, dengan perencanaan yang dibuat maka kegiatan akan berjalan dengan lancar asalkan bisa membagi waktu dengan benar.

3). Tahap monitoring dan evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kegiatan yang sudah dilaksanakan untuk ada perbaikan sebagai evaluasi agar pengabdian masyarakat ini dapat bermanfaat untuk mitra dan dapat digunakan ilmunya dimasa sekarang dan mendatang.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Lokasi Pengabdian Masyarakat*

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bertempat pada LKSA Puteri Aisyiyah Slawi dengan alamat Jl. HOS. Cokro Aminoto, Kedungcokol, Slawi Wetan, Kecamatan Slawi, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah 52411.

Kegiatan pengabdian tersebut diikuti oleh 12 orang peserta yang terdiri dari siswa kelas X, XI dan XII baik dari SMA maupun SMK.

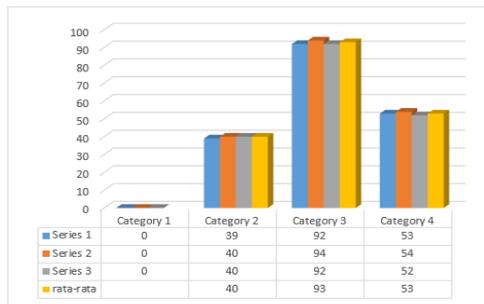
#### *Hasil Pengabdian Masyarakat*

Hasil Pengabdian Masyarakat yang sudah dilaksanakan merupakan kegiatan yang sudah direncanakan sesuai dengan apa yang menjadi program utama pengabdian masyarakat ini. Tema yang diambil ialah “Pembinaan Jiwa Wirausaha Dan Digitalisasi Pemasaran Sebagai Bentuk Pembekalan Dunia Usaha Industri Pada Anak Asuh LKSA Puteri Aisyiyah Slawi”. Kegiatan awal adalah memberikan pembinaan tentang jiwa kewirausahaan yang terdiri dari pengertian wirausaha dan bagaimana memotivasi kegiatan wirausaha pada peserta juga memberikan pelatihan yang berhubungan dengan produk yaitu bagaimana memasarkan produk tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan membuat buket snack yang nantinya juga dapat dikembangkan menjadi sebuah kegiatan wirausaha bagi peserta selain buket peserta juga diberikan kegiatan untuk menjual snack melalui media sosial.

Pelatihan digitalisasi pemasaran dilaksanakan guna mendukung kegiatan penjualan dari berbagai promosi yang dilakukan melalui media sosial juga memerlukan teknologi serta informasi agar penjualan ini semakin menarik dan pendapatan semakin bertambah. Dengan menggunakan teknologi, hal ini akan sangat mendukung kegiatan baik pemasaran maupun penjualan produk dan dengan informasi yang ada maka penjualan akan berjalan dengan mudah dan lancar. Dari kegiatan yang sudah dilakukan, dan dari hasil kuesioner yang sudah dibagikan maka dari hasil

tersebut dapat dilihat bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat diminati oleh semua peserta. Selain itu, dengan adanya keinginan untuk dapat dilaksanakan kembali kegiatan pengabdian masyarakat ini dari hasil seminar kewirausahaan dan juga kegiatan pembuatan produk dan juga kegiatan pelatihan digitalisasi pemasaran, akan menambah pengetahuan serta pengalaman bagi peserta. Lebih jauh lagi, dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat tentang kewirausahaan maka motivasi peserta dalam kegiatan ini mengalami peningkatan. Selain itu, dengan bertambahnya ilmu yang didapat dan motivasi yang disampaikan juga membuat peserta memiliki semangat dalam berwirausaha.

Hasil dari kegiatan memberikan seminar jiwa kewirausahaan dan pelatihan produk, hal ini dapat juga memotivasi peserta dalam kegiatan berwirausaha dan juga melatih peserta untuk berwirausaha guna mengetahui keahlian peserta. Kegiatan praktik membuat produk diharapkan bahwa para peserta dapat mempraktikannya sebagai tugas penjualan produk. Dengan kegiatan digitalisasi pemasaran yang dilakukan mampu meningkatkan keterampilan para peserta dalam kegiatan usaha pemasaran atau penjualan produk. Kesimpulannya adalah bahwa adanya manfaat dari kegiatan ini dengan meningkat 53% untuk pemahaman di mana sebelum penyampaian materi total rata-rata sebesar 40% “predikat kurang sekali” dan pemahaman sesudah penyampaian materi sebesar 93% % “predikat sangat baik”.



**Gambar 6. Histogram Manfaat Pelatihan**

#### 4. KESIMPULAN

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pembinaan Jiwa Wirausaha Dan Digitalisasi Pemasaran Sebagai Bentuk Pembekalan Dunia Usaha Industri Pada Anak Asuh LKSA Puteri Aisyiyah” adalah untuk memberikan pengetahuan bagaimana kegiatan kewirausahaan dapat dilaksanakan dan motivasi tentang pentingnya berwirausaha serta kiat-kiat dalam berwirausaha. Materi yang dipaparkan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari tiga kegiatan yaitu pertama memberikan materi tentang kewirausahaan, memotivasi dan membuka wawasan serta pemikiran berwirausaha, mengenal potensi diri, memanfaatkan teknologi yang sangat bermanfaat untuk kegiatan wirausaha ini. Kegiatan yang sudah dilaksanakan di tahap pertama dan sangat berpengaruh kepada peserta sehingga peserta lebih bersemangat dalam berwirausaha setelah kegiatan pertama ini. Selain itu, kami juga memberikan contoh beberapa kegiatan usaha yang bisa dilakukan peserta seperti membuat buket snack dan penjualan snack yang dilakukan oleh peserta pengabdian masyarakat ini. Kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya adalah pelatihan digitalisasi pemasaran dan terakhir

adalah evaluasi serta monitoring tentang pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat. Hal ini dilaksanakan karena memiliki hasil yang sangat penting untuk dapat mewujudkan kegiatan wirausaha kepada peserta sehingga dalam berwirausaha dapat menjadi wirausaha yang sukses.

#### REFERENSI

- Isrososiawan, S. (2013). Peran kewirausahaan dalam pendidikan. *Society*, 4(1), 26–49.
- Iswari, I., Fahmi, R., Indra, B., & Linggar, M. (2021). Pengembangan Pemasaran Desa Batik Jetis Di Era Digital. *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 1(1), 60–68.
- Lailia, S. A., Fatimah, S., Seftiana, A. F., Ayu, S., & Rista, V. N. (2023). Mengintegrasikan teknologi digital dalam pembelajaran di MI/SD pada era revolusi industri 5.0. *SIGNIFICANT: Journal Of Research And Multidisciplinary*, 2(01), 10–19.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 21–35.
- Magdalena, M., Kunci, K., & Pendahuluan, I. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos

- Nias Gunungsitoli*. 2(2), 313–324.
- Miasari, R. S., Indar, C., Pratiwi, P., Purwoto, P., Salsabila, U. H., Amalia, U., & Romli, S. (2022). Teknologi Pendidikan Sebagai Jembatan Reformasi Pembelajaran Di Indonesia Lebih Maju. *Jurnal Manajemen Pendidikan Al Hadi*, 2(1), 53–61.
- Mulyani, R. (2022). *PROSES PRODUKSI KUE TRADISIONAL WINGKO SEBAGAI SALAH SATU PROSES MENAMBAH WAWASAN DAN SKILL MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA*.
- Paramitha, D., Amaliah, N., & Ariadi, H. (2021). Optimalisasi nursing handover di rumah sakit swasta Banjarmasin. *Jurnal Kreatifitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(1), 14–23.
- Pasigai, M. A. (2010). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Balance*, 6(2), 51–56.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223.