

TECHNOPRENEURSHIP WORKSHOP MENGGUNAKAN E-COMMERCE

1)Azandy Ismansyah,
Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu
Buana Kranggan
Email: azandyismansyah5@gmail.com

ABSTRAK

Minat dan kemampuan technopreneurship kalangan milineal yang masih rendah merupakan salah satu penyebab technopreneurship di Indonesia belum berkembang pada saat ini. Selain itu, kesadaran masyarakat kalangan milineal tentang pentingnya technopreneurship masih perlu ditingkatkan. saya mengembangkan workshop sehari mengenai technopreneurship yang disebut dengan TEKOM (Technopreneurship Workshop menggunakan E-commerce). Kegiatan tersebut dirancang untuk memberikan wawasan, motivasi, dan kemampuan bagi masyarakat kalangan milineal dari pengalaman-pengalaman pengusaha/praktisi (technopreneur), akademisi, dan masyarakat kalangan milineal dalam menyelesaikan permasalahan di masyarakat dengan inovasi teknologi yang dapat dikembangkan menjadi bisnis/usaha nyata. Dengan workshop ini, peserta workshop diharapkan dapat menyadari pentingnya technopreneurship dan dapat mengikuti kegiatan-kegiatan kewirausahaan lainnya.

Kata Kunci: generasi muda, teknologi, wirausaha, tehnopreneur, E-enterpreneurs

ABSTRACT

The low interest and capability of technopreneurship among milines is one of the reasons that technopreneurship in Indonesia has not been developed at this time. In addition, the public awareness of the milineal community about the importance of technopreneurship still needs to be increased. I developed a one-day workshop on technopreneurship called TEKOM (Technopreneurship Workshop using E-commerce). The activity is designed to provide insight, motivation, and ability for the community of the milineal community from the experiences of entrepreneurs / practitioners (technopreneur), academics, and the community of the milineal group in solving problems in the community with technological innovations that can be developed into businesses / real businesses. With this workshop, workshop participants are expected to realize the importance of technopreneurship and be able to participate in other entrepreneurial activities.

Key words: young generation, technology, entrepreneurship, technopreneur.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi digital adalah suatu hal yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi. Ekonomi digital akan menjelaskan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi beberapa dekade yang akan datang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang

sangat penting bagi perkembangan perekonomian di Indonesia.

Berdasarkan visi negara Indonesia untuk menjadikan Indonesia sebagai negara digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara di tahun 2020. Salah satu fokus-nya yaitu penguatan pelaku usaha lokal dimana meliputi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah/UMKM dan Startup lokal. Dari hal tersebut maka pemerintah perlu melakukan intervensi guna memberikan kepastian serta perlindungan

hukum tanpa mematikan inovasi, serta diperlukannya gerakan yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat.

Keberadaan dan jumlah wirausaha menjadi penting karena dapat mengembangkan dan menciptakan bisnis atau kegiatan usaha baru dengan tujuan untuk menciptakan lapangan kerja dan menumbuhkan perekonomian bangsa.

Perkembangan teknologi informasi semakin meningkat dan tidak dapat dihindari, bukan hanya membantu kita untuk hidup lebih modern namun dunia usaha pun ikut terbantu dengan teknologi yang berkembang saat ini. Teknologi membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, dan berkomunikasi. Perkembangan teknologi informasi harus diimbangi dengan ketersediaan sarana prasarana pendukung kegiatan pelaku teknologi sendiri salah satunya sarana prasarana bagi pelaku usaha untuk melakukan kegiatan usaha mereka.

Selain itu, tumbuhnya minat technopreneurship juga tidak lepas dari pengaruh factor ekstrinsik. Faktor ekstrinsik adalah faktor-faktor yang mempengaruhi individu karena pengaruh rangsangan dari luar. Faktor-faktor ekstrinsik yang mempengaruhi intense technopreneurship antara lain: lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang, pendidikan/pengetahuan.

1.2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi di lingkungan mitra, maka dapat dirumuskan permasalahan mitra sebagai berikut:

- a. Kurangnya minat masyarakat untuk menjadi wirausaha
- b. Masyarakat belum memanfaatkan teknologi sebagai alat bantu
- c. Kurangnya minat masyarakat dalam mengembangkan teknologi informasi untuk menjadi seorang technopreneur.

Minimnya ketersediaan sarana prasarana bagi pelaku usaha untuk melakukan kegiatan usaha.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana menciptakan wirausahawan digital bagi masyarakat kalangan milenial dengan e-commerce ?

Adapun ruang lingkup pelaksanaan pengabdian yang akan dijadikan inkubator mencakup :

1. Sosialisasi terhadap masyarakat kalangan milenial menjadi technopreneurship dengan e-commerce
2. Pengenalan e-commerce yang sudah ada untuk menjadi alat.
3. Pembekalan ilmu dan tips pertama kali mendirikan e-commerce

1.4. Tujuan dan Manfaat

Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan meningkatnya kesadaran masyarakat khususnya kalangan milenial untuk berwirausaha, sehingga setelah lulus sekolah mereka sudah tidak bingung akan kemana dan apa yang akan mereka perbuat. Dengan mereka menjadi wirausaha, mereka sudah mempunyai penghasilan sendiri. Waktu akan terus berjalan dan mereka akan selalu belajar sehingga mereka dapat membuka lapangan kerja bagi yang membutuhkan. Sehingga main set masyarakat bukan hanya menjadi pekerja saja tapi bisa menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat

2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

Untuk pelaksanaan pengabdian saya upayakan perkenalan terlebih dahulu apa itu entrepreneurship, memberitau teknik landasan dasar seorang technopreneurship, peran technopreneurship bagi masyarakat, memberi tips peluang menjadi seorang wirausahawan dengan technopreneurship. Memberitahukan dampak positif dan negatif menjadi seorang technopreneurship. Memberikan informasi perkembangan pengusaha/wirausaha diberbagai negara. Memberikan contoh tokoh technopreneurship nasional maupun internasional. Dan sesi terakhir adalah

menanyakan sekilas materi atau sharing mengenai menjadi wirausaha pemula.

2.2. Target Luaran

Tabel 1 Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN/prosiding ¹⁾	draft
2	Publikasi pada media masa cetak/online/repocitory PT ⁶⁾	Tidak ada
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau	Tidak ada
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi,	ada
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial,	Tidak ada
6	Publikasi di jurnal internasional ¹⁾	Tidak ada
7	Jasa, rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	belum
8	Inovasi baru TTG ⁵⁾	Tidak ada
9	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan	Tidak ada
10	Buku ber ISBN ⁶⁾	Tidak ada

3. METODE PELAKSANAAN

3.1. Metode Kegiatan

Mendorong masyarakat kalangan milineal untuk sadar bahwa untuk mendapatkan penghasilan bukan hanya dari kerja disuatu perusahaan tetapi dapat menghasilkan dari dengan menciptakan usaha/dagang. Melakukan sosialisasi tentang wirausaha, tips mendirikan usaha untuk pemula, pengenalan e-commerce, technoprenership.

3.2. Tahapan Kegiatan

a. Tahapan Persiapan

Melakukan koordianasi terlebih dahulu dengan aparat-aparat berwenang untuk diketahui bahwa di wilyahnya akan diadakan kegiatan yang bekerja sama dengan UMB.

b. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

- i. Memberikan materi tentang menjadi tehcnopreneurship e-commerce.
- ii. Memberikan tip & trik menjadi wirausaha pemula dan media promosi.
- iii. Tahap Akhir pembuatan laporan hasil kegiatan dan pelaporannya

3.3. Rancangan Evolusi

Memberikan Bekal terhadap masyarakat kalangan milineal untuk menjadi tehcnopreneurship. Sehingga mereka mengetahui step step apa saja yang harus mereka lalui saat pertama kali mereka memulai kegiatan ini. Dapat memiliki usaha sendiri bagi para peserta dan mampu memberdayakan unsur yang berkompeten untuk mengelola usahanya.

Masyarakat kalangan milineal akan memiliki tambahan penghasilan dari usaha yang mereka diirikan dan semakin memahamai pemanfaatan teknologi informasi dalam usahanya.

3.4. Indikator Keberhasilan

- a. Mampu menerapkan apa yang sudah disampaikan
- b. Berani membuka usaha
- c. Mampu bersaing dengan wirausaha atau technopreneurship lain
- d. Mampu memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan penghasilan e. Menjadi masyarakat yang mandiri dan dapat menciptakan lapangan kerja

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Kegiatan pengabdian pada masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 25 Juni 2019 di Gedung B ruang DB-204 Universitas Mercu Buana Kranggan yang dihadiri oleh 11 anak muda yang berasal dari MAN 15 Jakarta. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini menghasilkan peningkatan pengetahuan dasar kewirausahaan dan mengoptimalkan teknologi untuk menjadi technopreneur di usia muda.

4.2 Pembahasan

Pemberian materi pelatihan ini berpedoman pada banyak referensi tentang menjadi technopreneur. Adapun materi yang diberikan dalam pelatihan ini adalah

sebagai berikut:

- a. Cara memasarkan produk di media social.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan, kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

- a. Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman para peserta mengenai entrepreneurship.
- b. Meningkatnya kemampuan atau keterampilan peserta dalam bidang teknologi informasi dan menggunakan internet dengan sasaran yang tepat untuk digunakan menjadi seorang technopreneur.

5.2 Saran

Kegiatan pengabdian pada masyarakat harus dikembangkan kembali, ditambahkan kegiatan ini sehingga banyak masyarakat terutama generasi muda yang mendapat kegiatan ini. Sehingga dapat mengoptimalkan potensi pada generasi muda saat ini. Semoga dengan diadakan pengabdian masyarakat tentang technopreneurship dapat diterima dan menginspirasi bagi kalangan generasi muda. Berani bersaing dengan entrepreneur lain dengan tetap berinovasi selalu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Meri nur, Yulianto Eko Prasetyo, and Iswara Maharani. 2017. "E-UMKM: APLIKASI PEMASARAN PRODUK UMKM BERBASIS ANDROID SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN PEREKONOMIAN INDONESIA." 11–16.
- Azliani, Nyayu, Yugo Adibrata, and Yehuda Clement. 2015. "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Kerajinan Untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital (Studi Kasus Di Desa Kopo, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor) Nyayu." 1.
- Suparno, Ono, Aji Hermawan, M. Faiz Syuaib, E. Nugroho, and Elisa Anggraeni. 2013. "Peningkatan Minat Dan Kemampuan Technopreneurship Melalui

Workshop Satu Hari.
