

SOSIALISASI PENGENALAN DIGITALISASI KEWIRAUSAHAAN PADA UMKM PEDAGANG ES TEH DI MUSTIKA JAYA

Etty Zuliawati Zed¹, Dhandy Ryan Yavitcho², Samuel Leonardo Siagian³

ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, dhandyryanyavitcho@gmail.com²,

[samuelleleonardosiagian@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:samuellleonardosiagian@mhs.pelitabangsa.ac.id)³

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Digitalisasi kewirausahaan adalah langkah penting untuk meningkatkan daya saing UMKM, termasuk pedagang es teh di Mustikajaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan konsep digitalisasi dengan sosialisasi teknologi digital dan penggunaan aplikasi niaga berbasis online kepada pelaku UMKM supaya pelaku UMKM dapat meningkatkan efisiensi penjualan dan memperluas pasar. Metode pengabdian yang digunakan mencakup sosialisasi digitalisasi dan penggunaan teknologi berbasis aplikasi digital dapat dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, penyuluhan, penerapan teknologi tepat guna, serta kampanye sosial media sosial. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman pedagang mengenai pentingnya digitalisasi dan keahlian penggunaan alat pemasaran digital yang lebih efektif. Dengan digitalisasi, pedagang es teh di daerah Mustikajaya diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan proses operasional. Sosialisasi ini memberikan dampak positif dalam transformasi UMKM ke era digital sehingga para pelaku usaha dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat bersaing dengan kompetitor yang lebih unggul dalam pemahaman teknologi digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Sosialisasi.

ABSTRACT

Digitalization of entrepreneurship is an important step to increase the competitiveness of MSMEs, including iced tea seller in Mustikajaya. This research aims to introduce the concept of digitalization by socializing digital technology and the use of online-based commerce applications to MSME owners so that MSME owners can increase sales efficiency and expand the market. The methods used include outreach on digitalization, training on the use of digital-based commerce platforms, and the implementation of managerial systems based on today's technology. The results of this activity show an increase in sellers' understanding of the importance of digitalization and skills in using digital marketing tools more effectively. With digitalization, iced tea sellers in the Mustikajaya area are expected to be able to increase sales and optimize operational processes. In conclusion, this socialization has had a positive impact on the transformation of MSMEs into the digital era so that business owners can keep up with current developments and be able to compete with competitors who are superior in understanding digital technology.

Keywords: Digitalization, MSME, Socializing.

PENDAHULUAN

Digitalisasi kewirausahaan merupakan proses pembentukan usaha baru dengan menggunakan peluang yang tersedia melalui teknologi digital. Munculnya alat digital telah mengubah model kewirausahaan tradisional dan memperkenalkan model bisnis, teknik pemasaran, dan proses operasional baru (Kraus et al., 2019). Proses penerapan teknologi digital ke dalam praktik dan strategi bisnis diharapkan mampu untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing. Dalam bahasan sosiologi, teknologi mencakup semua teknik produktif, seperti perangkat keras dalam memproduksi, manajemen kerja, maupun organisasi kerja (Ariyani & Nurcahyono, 2014). Keberhasilan dari proses digitalisasi pada kewirausahaan sangat didasari dengan perkembangan pemahaman masyarakat terkait teknologi, khususnya pada pesatnya

pemakaian ponsel pintar di Indonesia

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) pada tahun 2022 menjabarkan bahwasannya penggunaan telepon pintar atau smartphone sudah mencapai angka 167 juta orang atau dengan persentase 89 persen dari jumlah penduduk di Indonesia. Pada awal tahun 2022 berdasarkan laporan dari perusahaan riset Data Reportal mengatakan bahwa jumlah perangkat seluler yang terkoneksi di Indonesia mencapai 370,1 juta. Jumlah tersebut meningkat 13 juta atau 3,6 persen dari periode yang sama di tahun sebelumnya. Hal ini menjabarkan bahwa masyarakat Indonesia hampir seluruhnya memiliki ponsel pintar sebagai perangkat kebutuhan sehari-hari.

Dengan data di atas, proses digitalisasi kewirausahaan sangat memungkinkan untuk direalisasikan, khususnya pada UMKM yang tersebar di masyarakat. Wirausaha adalah seorang penemu dan individu yang membangun sesuatu yang unik dan baru (Murphy, 2018). Kewirausahaan digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet (Tapscott, 1996). Digitalisasi kewirausahaan pada UMKM ini mencakup pada penerapan penggunaan alat digital seperti platform e-commerce, media sosial, dan perangkat lunak manajemen untuk proses operasional, pemasaran, dan hubungan timbal balik dengan pelanggan. Dengan adanya digitalisasi, wirausahawan berkesempatan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan membuat keputusan berbasis data yang lebih akurat. Proses ini juga mendukung pengembangan model bisnis baru dan adaptasi terhadap perubahan tren pasar yang cepat.

Pedagang es teh merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi besar karena pesebarannya yg luas. Di wilayah Mustikajaya kota Bekasi sendiri, pedagang es teh merupakan salah satu UMKM yg diminati masyarakat sebagai salah satu sumber mata pencaharian sehari-hari, bahkan jumlahnya sendiri tersebar hampir di seluruh jalan raya wilayah tersebut. Pedagang es teh di wilayah Mustikajaya seringkali terjebak dalam praktik bisnis konvensional yang kurang mengedepankan aspek digitalisasi dalam transaksinya. Kurangnya pemahaman tentang teknologi digital dan manfaatnya sering kali menghambat mereka untuk berinovasi. Dengan digitalisasi kewirausahaan, UMKM ini diharapkan dapat mengoptimalkan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan memperbaiki manajemen keuangan.

Sosialisasi terkait digitalisasi kewirausahaan terhadap para pelaku usaha mereka es teh sangat penting untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para pedagang es teh. Sosialisasi adalah proses melalui mana individu mempelajari dan menginternalisasi norma, nilai, serta perilaku yang sesuai dengan kelompok atau masyarakat di sekitarnya. Proses ini membentuk identitas pribadi serta orientasi sosial seseorang (Keirns et al., 2016). Dengan adanya program sosialisasi, diharapkan mereka dapat memahami cara memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Efisiensi dalam mengoperasionalkan usaha dengan pemanfaatan digitalisasi kewirausahaan diharapkan mampu mempermudah pelanggan dan penjual dalam bertransaksi secara digital.

Melalui sosialisasi ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya digitalisasi dalam kewirausahaan dan memberikan rekomendasi bagi UMKM untuk mengadopsi teknologi yang sesuai. Hal ini tidak hanya akan mendukung pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal yang lebih luas.

Permasalahan

Ada beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi terkait digitalisasi kewirausahaan pada UMKM khususnya pedagang es teh di wilayah Mustikajaya, Bekasi. Beberapa hal itu dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kurangnya Pemahaman Tentang Teknologi Digital

Para pedagang es teh cenderung terjebak dalam model bisnis konvensional karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang potensi teknologi digital dalam mendukung operasional dan pemasaran usaha mereka. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah belum memahami teknologi digital yang penting bagi bisnis mereka. Penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan ini terkait dengan kurangnya literasi digital. Itu juga terkait dengan faktor usia dan latar belakang pendidikan seseorang. Mereka yang bekerja di UMKM dengan tingkat pendidikan rendah atau lebih tinggi sering merasa canggung untuk menggunakan perangkat digital seperti smartphone untuk aplikasi bisnis. Mereka biasanya menganggap teknologi sebagai sesuatu yang sulit dipahami dan kompleks. Di Bekasi, terutama usaha kecil seperti pedagang es teh pada daerah Mustika Jaya cenderung kurang memahami teknologi digital, seperti ketidakmampuan untuk memahami fitur digital atau aplikasi pembayaran. Mereka tidak dapat bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif dan berbasis digital karena mereka kekurangan pengetahuan.

2. Ketergantungan Pada Metode Transaksi Tradisional

Banyak bisnis kecil dan menengah (UMKM) masih menggunakan cara transaksi konvensional, seperti pembayaran tunai atau transfer manual. Studi menunjukkan bahwa kebiasaan yang sudah lama terbentuk dan kurangnya dorongan untuk berubah adalah penyebabnya. Di pasar tradisional, metode ini dianggap lebih mudah dan tidak memerlukan pembelian alat atau instruksi tambahan. Namun, ketergantungan ini memiliki efek negatif dalam jangka panjang, seperti mengurangi jangkauan pelanggan yang lebih muda atau digitalisasi yang lebih memilih metode pembayaran non-tunai.

3. Kurangnya Kesadaran Akan Manfaat Teknologi Dalam Meningkatkan Efisiensi Bisnis

Salah satu faktor utama mengapa pelaku UMKM tidak menyadari manfaat yang bisa diperoleh dari penerapan teknologi digital, termasuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan akses pasar, dan mengurangi biaya transaksi. Literasi digital yang rendah adalah salah satu alasan utama ketidaksadaran ini. Perusahaan kecil dan menengah (UMKM) dapat memanfaatkan pelatihan yang menunjukkan langsung bagaimana teknologi dapat meningkatkan pendapatan dan pengalaman pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian adalah dengan sosialisasi digitalisasi dan penggunaan teknologi berbasis platform digital. Sosialisasi digitalisasi dilaksanakan dengan mempertimbangkan aspek pemahaman pelaku usaha Es Teh terkait pengetahuan penggunaan media sosial dan platform transaksi digital. Digitalisasi mengubah cara kita berinteraksi dan bersosialisasi. Dalam dunia yang semakin terhubung melalui jaringan digital, individu membentuk identitas sosial mereka, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial melalui teknologi informasi dan komunikasi (Castells, 2011). Sosialisasi dilakukan dengan basis pengenalan digitalisasi secara langsung dengan memberikan materi terkait digitalisasi kewirausahaan. Adapun cara yang dilakukan yaitu dengan wawancara dan juga analisis strategis lokasi usaha untuk mempertimbangkan keberhasilan usaha digitalisasi dengan

tujuan sebagai berikut :

1. Wawancara memiliki tujuan untuk memahami operasional pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha es teh sehingga proses digitalisasi dilakukan dengan cara yang tepat
2. Analisis strategis lokasi usaha bertujuan untuk memahami lingkungan pelaku usaha juga menganalisis daya beli dan juga tingkat relevansi terhadap digitalisasi yang dilakukan sehingga digitalisasi kewirausahaan dapat terimplemetasikan secara efektif dan sesuai dengan keadaan lingkungan sekitar.

Gambar 1 : Lokasi Kedai Usaha Es Teh



Pada pengabdian ini, penggunaan teknologi digital merupakan target yang ingin dicapai. Teknologi digital, terutama dalam bentuk platform berbasis internet, telah menciptakan sistem komunikasi yang lebih efisien dan efektif. Di sisi lain, digitalisasi juga mengubah pola sosialisasi masyarakat, dengan semakin banyaknya interaksi sosial yang terjadi di dunia maya, yang mendekatkan individu meskipun terpisah jarak (Muhammad, 2019). Pelatihan penggunaan teknologi digital dilakukan dengan memberikan pelatihan dan penerapannya terhadap aktifitas penjualan es teh bagi pelaku usaha. Adapun tujuan dari metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan platform digital ditujukan agar pelaku usaha dapat menguasai setiap fungsi dari sistem pada aplikasi dan mekanisme metode komersial yang digunakan sehingga pelaku usaha dapat dengan mandiri menjalankan kegiatan digitalisasi secara mandiri
2. Penerapan teknologi ditujukan agar proses digitalisasi kewirausahaan dapat terealisasi secara nyata pada lingkungan usaha es teh dan sesuai dengan pengabdian yang telah direncanakan.

Pada berikut pelaksanaan pengabdian kali ini, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan untuk mencapai proses digitalisasi kewirausahaan. Tahapan itu adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan pengabdian merupakan tahapan awal untuk mempersiapkan implementasi sosialisasi dan juga pelatihan yang akan dilakukan. Hal ini mencakup persiapan materi, metode pengajaran dan juga platformer yang akan digunakan. Tahapan ini juga mempersiapkan target pelaku usaha es teh yang akan di jadikan subjek pengabdian yang telah dipilih berdasarkan metode survei lingkungan dan juga riset lokasi. Ini juga meliputi perizinan pengabdian yang dilakukan kepada pelaku usaha es teh yang akan dijadikan subjek pengabdian pada kali ini.

Gambar 2 : Scan barcode untuk pembayaran



2. Tahap pelaksanaan diawali dengan wawancara terhadap pelaku usaha. Wawancara difokuskan pada proses operasional dan juga pemasaran untuk mendapatkan data data yang dibutuhkan oleh pelaku usaha yang nantinya dijadikan indikator dalam pelatihan digitalisasi wirausaha. Setelah proses wawancara, pelaku usaha es teh akan diberikan sosialisasi berupa penerapan digitalisasi wirausaha dan juga pelatihan penggunaan platform digital untuk menjalankan digitalisasi wirausaha secara nyata.

Gambar 3 : Sosialisasi dan Pelatihan penggunaan metode scan Barcode



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi kewirausahaan berpengaruh terhadap efisiensi kegiatan penjualan. Hal ini disebabkan oleh penerapan pembayaran online berbasis Scan QR-Code yang sangat memudahkan proses pembelian dikarenakan pembeli dapat langsung membayar tanpa harus menggunakan uang tunai. Mayoritas pedagang yang terlibat merasa lebih paham tentang cara memanfaatkan media sosial untuk promosi dan menerima pembayaran digital. Mereka mulai menyadari pentingnya digitalisasi dalam dunia usaha modern.

Pengabdian ini juga membantu meningkatkan pemahaman pelaku usaha terkait penggunaan teknologi digital dalam kegiatan wirausaha seperti pemanfaatan aplikasi daring, penggunaan e-commerce, dan penguasaan E-wallet. Banyak pedagang yang menunjukkan ketertarikan dan siap mengimplementasikan teknologi untuk mempermudah proses jual beli. Beberapa bahkan sudah mencoba mengembangkan akun media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka. Sebagian pedagang yang sebelumnya tidak familiar dengan teknologi, setelah diberikan pelatihan, kini sudah bisa mengoperasikan aplikasi dasar yang dapat

membantu meningkatkan efisiensi usaha mereka.

Digitalisasi mempermudah para pedagang dalam hal pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan. Aplikasi pembayaran digital juga meminimalisir kesalahan dalam perhitungan uang tunai. Dengan adanya pengenalan terhadap pemasaran online melalui media sosial, pedagang dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas, tidak terbatas hanya pada pembeli yang datang langsung.

Penggunaan platform digital memberikan kenyamanan bagi konsumen, seperti kemudahan dalam transaksi tanpa harus membawa uang tunai atau dengan sistem pre-order melalui media sosial.

KESIMPULAN

Sosialisasi ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat memberikan manfaat besar bagi UMKM, termasuk pelaku usaha es teh di Mustika Jaya, untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan keuntungan. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan implementasi, diperlukan pelatihan lebih lanjut serta pendampingan berkelanjutan kepada para pedagang. Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan untuk meningkatkan akses internet dan fasilitas teknologi di daerah tersebut agar proses digitalisasi bisa berjalan lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. (2014). Digitalisasi pasar tradisional: Perspektif teori perubahan sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 1-12.
- Castells, M. (2011). *The Rise of the Network Society*. Wiley.
- Keirns, N. J., Griffiths, H., Strayer, E., Cody-Rydzewski, S., Scaramuzzo, G., Vyain, S., Sadler, T., Bry, J. D., Jones, F., & College, O. (2016). *Introduction to Sociology 2e*. OpenStax College, Rice University.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.
- Muhammad, D. (2019). Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital. *Infokam*, 15(2), 116-123.
- Murphy, A. E. (2018). *Richard Cantillon P: Entrepreneur and Economist*. Oxford University Press.
- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.