

MEMBANGUN KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL STUDI KASUS DESA PEDALEMAN KECAMATAN TANARA SERANG BANTEN

Dewi Firnia¹, Melly Melantiani², Triakamilasari², Tri Wulandari², Anggiat Vicky Fadilah²

¹ Agroekoteknologi, ² Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email : dewi.firnia@untirta.ac.id

Abstract

The digital economy can be said to be a new economy because the use and all processes carried out must be based on the technology that is developing in the current era, this era which is versatile and easy does not rule out the possibility of making it easier for the wider community to be able to market their trade products. The people of Pedaleman Village, Tanara Serang, Banten, are mostly farmers and fishermen. Most of the villagers also have jobs as traders. The work owned by the Pedaleman village community, who mostly trade, cannot be included in the category of an entrepreneur because entrepreneurs are not just trading or selling but how one can create goods that have more value, the surplus value created can result in a much higher price of value. The purpose of holding digital era entrepreneurship activities (Digital Business) is to encourage the Pedaleman Village community to be able to compete widely in the digital era business world. The entrepreneur is an activity that can change resources that originally had low-quality products into high-quality products so that they can compete highly in the market because they have innovations that are generated and innovations are sold to the wider community, and there is competition from merchandise that has been given innovation or innovation. changes in the value of a trade. The era of the industrial revolution 4.0 is an era of collaboration between digitalization and automation by utilizing information technology. The community's choice to be able to understand and apply social media as a market for selling in the digital 4.0 era is the right choice to market widely the businesses owned by the Indonesian people.

Keywords: Digital economy, Entrepreneur, Technology, Digital era 4.0

1. PENDAHULUAN

Pengertian tentang ekonomi digital telah dikenal sejak awal tahun 1990an dimana pendefinisian ekonomi digital telah melebihi atau melampaui ekonomi yang berasal dari internet yang dapat mengakses segala hal. Ekonomi digital sendiri merupakan ekonomi yang dibarengi dengan barang modern seperti barang-barang elektronik dan hasil yang telah diakses melalui media sosial, pengertian ekonomi digital yang banyak diketahui bahwa ekonomi digital ialah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat yang memanfaatkan media sosial, internet sebagai salahsatu bantuan teknologi informasi dan juga komunikasi yang digunakan masyarakat untuk berjualan, dengan

cara berjualan melalui internet atau melakukan pemasarandi media sosial dapat mempengaruhi perekonomian masyarakat. Pasalnya dalam melakukan pemasaran melakuui internet dan menggunakan teknik marketing tingkat pembelian dan peminatan pada sebuah produk akan semakin tinggi karena pamesarannya yan luas. Dalam pernyataan Tpscott (1996) menjelaskan bahwa ekonomi digital dapat disebut sebagai ekonomi baru, karena penggunaan ekonomi digital masih terbilang baru dari pertama kali diperkenalkan pada awal tahun 1990, hal ini terbilang baru. Ekonomi digital menjadi salah satu wadah keberhasilan masyarakat dalam menggunakan internet, adanya perubahan yang digunakan oleh

masyarakat melalui media sosial dimana ekonomi masyarakat dikatakan serba digital dengan tujuan untuk mempermudah kegiatan sehari-hari masyarakat.

Ekonomi digital dapat dikatakan sebagai ekonomi baru karena penggunaan dan semua proses yang dilakukan harus berdasarkan teknologi yang berkembang pada era sekarang, di era yang serba bisa dan serba mudah ini tidak menutup kemungkinan untuk dapat mempermudah masyarakat luas untuk bisa memasarkan produk dagangannya. Ketika sebelum terjadi pemasaran atau marketing melalui internet dan media sosial, masyarakat yang berdagang harus mencari tempat yang strategis agar barang dagang dapat terjual dengan harga sesuai target yang dipunya, tetapi ketika ekonomi digital telah diluncurkan dan masyarakat sudah mengetahuinya itu akan mempermudah masyarakat yang berdagang berinteraksi dengan pembeli dan memperluas barang dagangannya. Banyak tantangan yang dihadapi ketika berbicara pada ekonomi digital salah satu yang masih terkendala ialah jaringan internet yang masih kurang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, sehingga masyarakat yang memiliki minat dagang yang tersebar di internet terhambat dengan sinyal atau jaringan yang kurang mendukung karena, faktor penting ketika melakukan pemasaran di internet ialah jaringan yang stabil agar dapat memperoleh hasil dagang yang memuaskan dan pemasaran barang dagang yang luas. Kemudahan yang diberikan dalam mengakses pemasaran melalui ekonomi digital ini diharapkan bisa membuka

peluang bisnis dengan luas dalam seluruh bidang termasuk perdagangan dan bisnis. Tujuan diadakannya kegiatan kewirausahaan era digital (*Bisnis Digital*) agar untuk mendorong masyarakat Desa Pedaleman agar dapat bersaing secara luas di dunia bisnis era digital.

2. METODE

Metode yang digunakan adalah Sosialisasi melalui penyuluhan kewirausahaan era digital di Desa Pedalaman Tanara Serang yang dilaksanakan pada tanggal 21 Januari 2022 Kegiatan ini diawali dengan penyampaian, penjelasan dan penjabaran materi kewirausahaan digital yang dilakukan oleh narasumber Dr. Iis Ismawati SE.M.Si. Peserta dalam Sosialisasi Kewirausahaan Era Digital adalah para masyarakat Desa Pedalaman dan anggota KKM Kelompok 14.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tanara merupakan desa yang terletak di Serang, Banten. Masyarakat Desa Pedalaman sebagian besar merupakan petani dan nelayan sebagian besar masyarakat desa juga memiliki pekerjaan sebagai pedagang, dalam pembahasan jurnal ini bahwa pekerjaan yang dimiliki oleh masyarakat desa yang sebagian besar berdagang tidak dapat dimasukkan dalam kategori seorang entrepreneur karena, entrepreneur tidak hanya sekedar berdagang atau berjualan tetapi bagaimana seseorang bisa menciptakan barang itu memiliki nilai lebih,

nilai lebih yang diciptakan bisa menghasilkan harga nilai yang jauh lebih tinggi. Berbicara soal modal yang di keluarkan ketika masyarakat ingin memulai berdagang tidak melulu dengan jumlah yang besar atau banyak, karena ketika mengeluarkan nilai kecil untuk memulai suatu usaha tidak memungkinkan untuk mendapatkan atau memperoleh hasil yang kecil juga, bisa saja ketika memulai berusaha dengan mengeluarkan modal yang kecil tetapi dengan mengolah barang dan harga yang sesuai dengan target pasar yang ditunjukan dapat memperoleh hasil yang besar, berbicara mengenai usaha, berusaha atau berdagang telah diajarkan jauh sebelum masa sekarang, Nabi Muhammad SAW telah mengajarkan bagaimana menjadi pengusaha yang baik dan menerapkan nilai jual terhadap suatu barang ketika barang dagang memiliki atau bisa mendapatkan nilai jual yang jauh lebih tinggi, seperti ketika sebuah produk dagang bisa menghasilkan nilai harga yang jauh lebih baik ketika seorang pedagang memiliki inovasi untuk mengubah produk tersebut agar memiliki nilai harga yang lebih tinggi. Karena, dapat dikatakan sebagai entrepreneur sejati ketika bisa menambah nilai dari suatu barang, dari barang yang sekiranya sudah tidak berharga atau tidak terpakai menjadi barang yang memiliki nilai harga yang baik ketika melakukan proses inovasi, sebuah ide atau gagasan untuk mengubah produk dagang tersebut.

Menurut Drucker (1986), bahwa terdapat pengertian entrepreneur kuno dan modern, entrepreneur kuno ialah seorang pembisnis

yang keuntungan menjadi prioritas utama mereka untuk memulai berdagang, para pembisnis kuno dikatakan kuno karena pandai memanfaatkan atau menjadi peluang dalam berdagang berbeda dengan eunterpreuner modern, dimana seorang pedagang yang mencari keuntungan, dan mampu mengambil resiko ketika sudah memulai berdagang sehingga ketika sudah mampu mengambil resiko, entrepreneur modern dikatakan entrepreneur modern karena dia menyukai sesuatu yang baru, menciptakan inovasi untuk menghasilkan hasil pembaharuan untuk kedepannya. Dapat dikatakan sebagai enterpreuner jika bisa mengubah sumber daya yang semula memiliki produk bermutu rendah menjadi produk yang bermutu tinggi sehingga dapat bersaing tinggi dipasaran karena memiliki inovasi yang ditimbulkan dan inovasi yang dijual ke masyarakat luas, dan adanya kompetitif dari barang dagang yang telah di beri inovasi atau perubahan terhadap nilai suatu dagang tersebut.





Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Kewirausahaan di Era Digital Pada Masyarakat Desa Pedalaman Tanara Serang Banten

Penamaan dalam pembisnis yang membidangi suatu ranah dagang di masyarakat ialah wirausahawan, dimana wirausahawan merupakan seseorang yang dengan berani memperkenalkan sebuah gagasan atau ide yang dapat dikembangkan kepada masyarakat atas gagasan dan juga ide yang dimilikinya, dan seorang wirausahawan dapat melaksanakan gagasan yang telah disalurkan dan juga tanggungjawab yang akan diberikan atas gagasan yang diperluaskan kepada masyarakat, dan memiliki hasil atas harapan sehingga harapan itu akan memberikan keuntungan atas gagasan yang menghasilkan keuntungan. Dan terakhir sebagai wirausahawan harus berani menghadapi resiko yang diterima baik itu ketika produk dagang gagal atau tidak sesuai dengan pasar yang telah ditargetkan. Dalam pengertian Roe dan Raudsepp bahwa wirausahawan harus memiliki kreativitas yang tinggi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sehingga hal yang harus dimiliki dalam konsep kreativitas wirausahawan yaitu mampu menghasilkan ide yang besar dan luas, sensitif terhadap masalah yang terjadi, yang artinya bahwa peka terhadap suatu masalah yang ada, isu-isu yang terjadi yang dimana bisa

menambah atau menghasilkan sejumlah ide yang berujung pada nilai yang dapat diterapkan kepada masyarakat, dalam konsep kreativitas ini wirausahawan akan berlomba menciptakan produk yang lebih menarik dan juga ide yang lebih luas agar menghasilkan harga nilai yang tinggi pada suatu barang. Memiliki motivasi yang besar, dalam ciri kreativitas ini dimana para wirausahawan akan memiliki tujuan yang dapat dan harus diselesaikan oleh dirinya sendiri dalam membuat ide yang lebih menarik sehingga memiliki motivasi untuk lebih berkembang menghasilkan produk atau ide untuk diterapkan pada sebuah produk. Hal utama yang harus dimiliki ialah tidak memiliki rasa takut akan gagal, karena ketika berdagang resiko terbesar yang harus dihadapi ialah kegagalan yang berada didepan, memulai dagang kecil hingga besar tidak melulu disampingkan dengan keberhasilan sehingga ketika bebas dari rasa takut gagal maka sudah dapat dikatakan memiliki ciri kreativitas sebagai wirausahawan. Kreativitas sangat dibutuhkan dan ditanamkan pada diri pengusaha yang berdagang karena untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan, sumber berharda yang harus diperliharadan tidak boleh disia-siakan dan juga tantangan baru akan selalu muncul dan harus dihadapi dengan kreativitas baru atau inovasi baru yang dapat diterapkan kepada masyarakat, dan hal yang perlu diingat bahwa diperlukannya kreativitas ialah keunikan yang dimiliki oleh setiap individu wirausaha dalam memulai bedagang.

Wirausaha harus memiliki sifat sebagai wirausaha yaitu memiliki jiwa kepemimpinan, karena kepemimpinan merupakan faktor utama dari keberhasilan sebuah kelompok dagang, inovasi dalam menciptakan sebuah produk baru atau perubahan hingga perkembangan produk

baru memang harus memiliki keunikan pada inovasi yang di bawa agar mendapatkan nilai harga yang tinggi, pengambilan keputusan yang harus sesuai dan yang bisa dipertanggungjawabkan atas hasil dari keputusan itu dengan kata lain bahwa seorang wirausaha harus mengandalkan kedua otak kanan dan kiri untuk mengambil keputusan agar tidak merugikan salah satu pihak. Melihat peluang yang masuk dalam ranah dagang juga menjadi faktor keberhasilan dan sifat yang harus dimiliki oleh wirausaha sehingga para wirausaha harus sikap tanggap dalam terjadinya perubahan, tidak melulu mengenai perubahan yang besar, bisa juga melihat peluang besar dalam perubahan yang kecil dalam lingkup masyarakat. Memegang visi masa depan sehingga lebih konsisten atas komitmen yang telah dibangun oleh seorang wirausaha, ketika wirausaha memiliki komitmen maka tidak memungkinkan untuk menyerahkan produk dan juga inovasinya pada oranglain, komitmen yang dilakukan biasanya terdapat pada visi masa depan yang menjadi acuan bertahannya inovasi dan wirausaha.

Dikatakan sebagai pribadi yang produktif ialah ketika seseorang dapat menciptakan sebuah produk dan berkontribusi pada suatu lingkungannya. Memiliki imajinatif dan sebuah inovasi hingga bertanggungjawab dan responsif yang dimilikinya sehingga keterkaitannya dengan antar individu dan kelompok berjalan dengan baik, karena dapat di katakan sebagai individu yang matang jika seseorang itu memiliki kepribadian yang produktif. Seperti tidak bergantung kepada oranglain, memiliki rasa tanggungjawab, objektif dan kritis, sifat kritis artinya tidak dengan asal menelan isu secara mentah mentah yang beredar di masyarakat, memiliki emosi yang stabil,

sociability dan keyakinan agama yang dipegang. Selalu berdampingan dengan kepribadian non produktif maka ciri pribadi non produktif ketika seseorang tidak memiliki kemampuan untuk menemukan ide atau inovasi yang diluncurkan, senang mengeploitasi oranglain untuk keuntungan pribadinya, lebih senang menyimpan segala informasi, tidak pernah mengeluarkan informasi yang di terima, memiliki sifat sentimental dan suka merenung masa lalu, tidak berfokus pada masa yang akan datang, menyimpan ide dan tidak mengungkapkan sebuah pikiran yang dimilikinya, dan suka memasarkan pribadinya dengan memperoleh imbalan. Berbicara sebagai pribadi yang memiliki sifat *Immaturity* atau tidak dewasa, terdapat beberapa ciri yang menunjukkan bahwa seseorang memiliki sifat *Immaturity* yaitu lebih bersifat pasif, ketergantungan kepada oranglain, karena walaupun seseorang merupakan makhluk sosial tetapi ketergantungan kepada oranglain merupakan sifat yang tidak dewasa sehingga bersambung dengan pandangan yang tidak melihat depan atau tidak memiliki pandangan tentang hal yang bersifat maju, seperti seorang wirausaha harus memiliki sifat melihat hal sekitar untuk memiliki inovasi yang membawa perubahan kecil untuk bisnis di masa depan, kurang menghargai dirinya sendiri sebagai salah satu sifat yang mencerminkan tidak dewasa karena selain menghargai oranglain, hal utama yang harus dilakukan ialah menghargai diri sendiri sebagai kesadaran akan keberhasilan yang dimiliki karena segala sesuatu dimulai dari diri sendiri.

Ciri sebagai seseorang disebut sebagai wirausahawan ketika seseorang memiliki inovatif, kedisiplinan, dinamis dan percaya diri. Dimulai dari kedisiplinan yang menjadi

kebiasaan yang baik dalam pola hidup masyarakat karena ketika seseorang memiliki ciri kedisiplinan maka terdapat ketaatan atau peraturan dalam hidupnya, ciri lainnya yaitu mampu menentukan tujuan dan melaksanakan kegiatan kearah pencapaian tujuan, mampu berusaha memperbaiki tingkat produktifitas untuk meningkatkan perkembangan usahanya, kegagalan akan selalu berdampingan dengan keberhasilan tetapi bagaimana seseorang dapat meminimalisir kegagalan yang dimilikinya dengan meningkatkan perkembangan dan tingkat produktifitas yang dimilikinya dan selalu termotivasi untuk berusaha mencari jalan keluar yang lebih baik guna meningkatkan perkembangan usaha yang sedang dimiliki orang seorang wirausahawan, sekecil apapun motivasi yang diterima seorang wirausahawan akan selalu termotivasi yang mengembangkan motivasi tersebut sebagai sebuah dorongan untuk mulai berinovasi untuk meningkatkan perkembangan usahanya. Merespon dengan baik dan cepat atas segala perubahan baik itu perubahan eksternal maupun internal dan menjadikannya suatu kesempatan emas yang berharga sehingga seorang wirausahawan tidak menyalahkan kesempatan yang dimilikinya, dan selalu mencari jalan untuk mencapai hasil yang lebih baik dan mampu menghitung dan mempertimbangkan resiko dari suatu rencana yang telah disusun sebagai seorang wirausahawan karena, resiko dari setiap tindakan yang diambil akan selalu terjadi, ciri dari wirausahawan juga selalu berusaha untuk memanfaatkan seoptimal mungkin sumber daya yang dimilikinya sebaik mungkin. Dan mampu mengorganisasikan dengan baik lingkungan menjadi kesempatan bisnis yang baik seperti melihat situasi wilayah yang menjadi perkembangan bisnis, kembangkan suatu produk di wilayah kecil

dengan melihat kebutuhan atau keperluan wilayah bisnis tersebut, dengan melihat dan menyesuaikan selera pasar dan kemampuan pasar yang sesuai seperti menyesuaikan harga dan kualitas sesuai dengan standar keinginan seperti harga yang murah dengan kualitas yang bagus.

Berbicara mengenai era revolusi industri 4.0 yang merupakan era kolaborasi antara digitalisasi dan otomatisasi dengan memanfaatkan teknologi informasi. Peranan teknologi informasi membuat keterlibatan tenaga manusia semakin berkurang sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pekerjaan karena dalam penerapan sistem digital khususnya di sektor bisnis yang menciptakan adanya ekonomi digital yang kemudian menjadi lini untuk memiliki perkembangan paling pesat di dunia terutama di Indonesia. Ekonomi digital di Indonesia terus mengalami perkembangan yang signifikan dan dapat dibuktikan dari banyaknya jumlah e-commerce yang berada di Indonesia, semakin pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia menjadi bukti bahwa digitalisasi membuat proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat dan praktis dibandingkan proses konvensional. Berbicara mengenai teknologi 4.0 bahwa perkembangan jaman semakin baik dengan penguasaan teknologi dan inovasi yang terus berkembang, karena jika ditahun yang sudah terbilang maju seseorang tidak menerapkan teknologi 4.0 maka dapat terbilang seseorang terbilang oleh jaman jika dengan tidak cepat mengetahui, menerapkan dan menguasai perkembangan teknologi sekarang, karena dengan cara ini melihat perkembangan jaman dengan menguasai untuk mendorong digitalisasi.

Berbisnis di era digital memiliki tantangan yang

sangat perlu diperhatikan dengan mencari akses yang mudah untuk mengembangkan bisnis ekonomi dengan cara membagikan barang bisnis melalui media sosial dengan tujuan untuk memperluas suatu produk. Dalam tingkatan tren teknologi sampai 4.0, bahwa industri 1.0 hanya berfokus untuk mengembangkan mekanisme, mesin uap, dan alat tenun, industri 2.0 mengembangkan tenaga listrik, produksi massal, lini produksi dengan menggunakan conveyor belt, industri 3.0 pada perkembangan komputer, robot, elektronik, otomatisasi. Dan pada perkembangan sekarang di era industri 4.0 maka terdapat penggabungan teknologi otomatisasi dengan digitalisasi dengan tujuan untuk mempermudah segala bentuk keseharian dan kebutuhan masyarakat. Pemanfaatan yang akan diterima masyarakat atau pengguna ketika menggunakan media sosial untuk berjualan atau berbisnis secara online, banyak diketahui bahwa media sosial ialah teknologi yang memungkinkan penggunaanya untuk dapat menciptakan atau membagi informasi baik itu berupa gagasan atau ide, minat karir, hingga ke dalam bentuk ekspresi melalui suatu jaringan virtual.

4. KESIMPULAN

Enterpreneur adalah suatu kegiatan yang dapat mengubah sumber daya yang semula memiliki produk bermutu rendah menjadi produk yang bermutu tinggi sehingga dapat bersaing tinggi dipasaran karena memiliki inovasi yang ditimbulkan dan inovasi yang dijual ke masyarakat luas, dan adanya kompetitif dari barang dagang yang telah di beri inovasi atau perubahan terhadap nilai suatu dagang tersebut. Era revolusi industri 4.0 yang merupakan era kolaborasi antara digitalisasi dan otomatisasi dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Pilihan masyarakat untuk dapat memahami dan menerapkan media sosial sebagai pasar untuk berjualan di era digital 4.0 adalah pilihan yang tepat untuk memasarkan dengan luas bisnis yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami ucapkan kepada Kepala Desa dan Staf di Desa Pedaleman, serta kelompok KKM 14 Tematik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadly, Hwangga Dhiyaul., Utama Utama. (2020). *Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19*. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Jawa Tengah.
- Mia, Chitra Dinisari. (2020). *E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid-19*. Ekonomi Bisnis
- Rachmawati, Fitri. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UMK) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: Surabaya.
- Rapitasari, D. (2016). *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Universitas Bhayangkara: Jakarta Selatan.
- Rohimah, A. (2019). *Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional*. Universitas

Muhammadiyah Sidoarjo: Jawa Timur.

Sayekti, Nidya Waras. (2018). *Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*. Info Singkat: Jakarta Pusat.