

Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal

Arief Wibowo¹, Anindya Putri Pradiptha², Mulyati³, Dyah Retno Utari⁴

^{1,4}Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur

²Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Budi Luhur

³Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

¹arief.wibowo@budiluhur.ac.id

Received: 13 April 2020; Revised: 27 Juli 2020; Accepted: 9 Agustus 2020

Abstract

The COVID-19 pandemic that occurred in Indonesia was an unprecedented disaster. In the difficult economic conditions in the midst of the world economic crisis, the Indonesian people must also face the phenomenon of a COVID-19 pandemic that is increasingly burdensome economic growth. DKI Jakarta as the nation's capital has become the epicenter for the spread of the Corona virus which has no antidote. The economic condition of the community at the family level in the situation of the COVID-19 pandemic requires innovation to improve the competitiveness and selling power of the social economy. This community service has presented a counseling activity that is intended for the community in the Grogol Petamburan District area of West Jakarta. This counseling has been facilitated by the Office of Empowerment, Child Protection and Population Control of West Jakarta Administrative City, DKI Jakarta Province. Activities that have been carried out include seminars and workshops on technology-based entrepreneurial activities that are adaptive to the COVID-19 pandemic situation. The target community has been given knowledge about electronic business processes in the Industrial 4.0 era which are loaded with nuances of information and communication technology. Armed with this knowledge, this activity has raised their enthusiasm and motivation to run micro-scale businesses by utilizing information and communication technology. Based on the results of measurements that have been made, as many as 89% of participants stated that they understood the outputs of activities and thought that these activities were in line with expectations. They also believe that they will be able to restore their condition, especially in the family's economic environment during the COVID-19 pandemic.

Keywords: *counseling; technology-based entrepreneurship; covid-19.*

Abstrak

Pandemi COVID-19 yang telah terjadi di Indonesia merupakan bencana yang tidak pernah diduga sebelumnya. Pada kondisi perekonomian yang sulit di tengah krisis ekonomi dunia, bangsa Indonesia juga harus menghadapi fenomena terjadinya pandemi COVID-19 yang semakin memberatkan pertumbuhan ekonomi. DKI Jakarta sebagai ibukota negara telah menjadi episentrum bagi penyebaran virus Corona yang belum ada penangkalnya. Kondisi perekonomian masyarakat di tingkat keluarga dalam situasi pandemi COVID-19 memerlukan inovasi untuk meningkatkan kembali daya saing dan daya jual ekonomi kemasyarakatan. Pengabdian masyarakat ini telah menghadirkan suatu kegiatan penyuluhan yang diperuntukkan bagi masyarakat di wilayah Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta

Barat. Penyuluhan ini telah difasilitasi oleh Suku Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk Kota Administrasi Jakarta Barat Provinsi DKI Jakarta. Kegiatan yang telah dilakukan berupa seminar dan workshop tentang kegiatan wirausaha berbasis teknologi yang adaptif terhadap situasi pandemi COVID-19. Masyarakat sasaran telah diberikan pengetahuan tentang proses bisnis elektronik di era Industri 4.0 yang sarat dengan nuansa teknologi informasi dan komunikasi. Dengan berbekal pengetahuan itu, kegiatan ini telah membangkitkan semangat dan motivasi mereka untuk menjalankan usaha berskala mikro dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan hasil pengukuran yang telah dilakukan, sebanyak 89% peserta menyatakan telah memahami luaran kegiatan dan berpendapat bahwa kegiatan ini telah sesuai dengan harapan. Mereka pun yakin akan mampu memulihkan kondisi khususnya di lingkungan ekonomi keluarga pada masa pandemi COVID-19.

Kata Kunci: penyuluhan; wirausaha berbasis teknologi; covid-19.

A. PENDAHULUAN

Keluarga merupakan satuan terkecil dari komunitas di masyarakat. Setiap keluarga memiliki upaya untuk mempertahankan keberlangsungan hidup setiap anggotanya. Kondisi ekonomi keluarga bagi masyarakat di wilayah DKI Jakarta, saat ini merasakan tekanan akibat penyebaran virus COVID-19.

Pemberlakuan kebijakan untuk melakukan pembatasan sosial di wilayah DKI Jakarta, memberikan dampak berupa melemahnya roda perekonomian khususnya di tingkat keluarga pada lapisan masyarakat kecil dan menengah. Atas kondisi tersebut, maka diperlukan upaya untuk memulihkan kondisi ekonomi keluarga bilamana pandemi COVID-19 ini berakhir.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Suku Dinas Pemberdayaan Perempuan Anak dan Pengendalian Penduduk di Pemerintahan Kota Jakarta Barat, adalah dengan mengadakan penyuluhan wirausaha berbasis teknologi. Kondisi ini dilatari oleh masih adanya lapisan masyarakat pada kelas ekonomi kecil dan menengah di wilayah Jakarta Barat khususnya di wilayah Kecamatan Grogol Petamburan.

Kecamatan Grogol Petamburan berdasarkan data tahun 2017 dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, terdiri dari Kelurahan

Tanjung Duren Utara dengan luas wilayah 134 hektar dan jumlah penduduk mencapai 27.851 jiwa dari 5.026 KK. Selain itu juga termasuk Kelurahan Tanjung Duren Selatan dengan luas wilayah 137 hektar dan jumlah penduduk mencapai 21.301 jiwa dari 4.029 KK. Kelurahan lain yang masuk dalam Kecamatan Grogol Petamburan adalah Kelurahan Tomang dengan luas 188 hektar dan jumlah penduduk mencapai 36.300 jiwa dari 7.852 KK (Suku Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2017).

Dengan demikian maka upaya penyuluhan yang dilakukan oleh Suku Dinas PPAPP Kota Jakarta Barat ini sangat tepat sasaran, karena profil masyarakat sasaran yang relatif padat pada satu wilayah tersebut, dan secara waktu juga sesuai karena dilaksanakan di saat kasus COVID-19 ini baru mulai terjadi di Indonesia. Tujuan penyuluhan yang dilakukan adalah agar masyarakat sasaran mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai kondisi ekonomi secara makro di Indonesia dan mengerti tentang tren perubahan bisnis yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia. Tujuan lainnya adalah agar masyarakat sasaran program mau dan mampu untuk memulai atau mengalihkan bisnis skala mikro dan kecil yang umumnya dilakukan berbasis bisnis keluarga, untuk mau

Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal

Arief Wibowo, Anindya Putri Pradiptha, Mulyati, Dyah Retno Utari

beradaptasi dengan penggunaan teknologi di era industri 4.0.

Pelaksanaan penyuluhan ini telah direncanakan dengan baik oleh Sudin PPAPP Kota Jakarta Barat yang dikemas dalam kegiatan Pelatihan Jakpreneur, dengan peserta dari wilayah yang memerlukan penyuluhan, terutama bagi masyarakat di wilayah Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat.

Analisis permasalahan mitra telah dilakukan berdasarkan kondisi masyarakat sasaran program kegiatan yang sebagian besar adalah kepala keluarga dan ibu rumah tangga dengan usia produktif. Profil masyarakat sasaran adalah 37% belum memanfaatkan teknologi dalam kegiatan wirausaha, 58% sudah menggunakan teknologi komunikasi hanya untuk menerima order dan 5% sudah memanfaatkan teknologi telepon pintar (*Smartphone*) dalam wirausahanya. Dengan demikian maka solusi yang ditawarkan adalah berupa pemberian penyuluhan wirausaha berbasis teknologi yang bersifat adaptif di masa pandemi COVID-19. Untuk merealisasikan solusi tersebut maka dihadirkan beberapa narasumber yang kompeten dari sektor pemerintahan, sektor perbankan, termasuk narasumber yang juga praktisi kewirausahaan berbasis teknologi yang berlatar belakang akademisi.

Potensi masyarakat sasaran program sangat besar untuk tumbuh dan mampu memulihkan ekonomi keluarga karena profil masyarakat sasaran kegiatan cukup dominan diisi oleh sektor usaha mikro dan kecil yang berbasis keluarga, terutama pada usaha jasa boga dan busana.

Mempertimbangkan perubahan tren model bisnis yang kini beralih ke bentuk bisnis elektronik (*e-business*) dan profil masyarakat sasaran, maka diputuskan untuk memberikan penyuluhan dalam bentuk seminar dan workshop tentang kewirausahaan berbasis teknologi. Kegiatan penyuluhan diadakan di Ruang Publik Terbuka Ramah Anak (RPTRA) agar dapat diketahui secara luas oleh segenap lapisan masyarakat.

Dengan demikian maka rumusan masalah dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah apa saja informasi tentang wirausaha berbasis teknologi yang perlu diketahui masyarakat dalam upaya pemulihan ekonomi keluarga setelah pandemi COVID-19.

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah tersampainya pengetahuan dan informasi tentang model bisnis elektronik dan diperolehnya motivasi dari masyarakat peserta program untuk mau memulai atau melakukan perubahan model bisnis wirausaha skala mikro dan kecil dalam pemulihan ekonomi keluarga pasca COVID-19.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan penyuluhan yang dilakukan, dilaksanakan pada tanggal 3 Maret 2020 atau satu hari setelah Presiden RI Bapak Ir. Joko Widodo menyampaikan adanya temuan kasus COVID-19 pertama di Indonesia. Kegiatan dilaksanakan di RPTRA Wijaya Kusuma yang menjadi tempat sosialisasi warga khususnya ibu dan anak, yang lokasinya berdekatan dengan pasar lokal, dengan jumlah peserta yang terdiri dari 37 orang warga yang sudah berwirausaha dan 11 orang warga baru memulai wirausaha.

Adapun metode pelaksanaan program terdiri dari: (1) pemberian pengetahuan tentang perubahan tren bisnis secara elektronik di era industri 4.0; (2) penyadaran bahwa kondisi perubahan tren ini melahirkan dampak yang positif maupun negatif; dan (3) pelatihan cara memulai bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan ini juga didukung oleh pemangku kepentingan dari sektor industri perbankan sebagai solusi atas masalah yang berkaitan dengan pendanaan di masyarakat sasaran program kegiatan ini.

Instrumen yang digunakan dalam program kegiatan terdiri dari materi presentasi, gawai (*smartphone*) untuk praktik singkat serta daftar hadir dan kuesioner untuk mengukur tercapainya tujuan kegiatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik menjalani wirausaha bagi sebagian orang merupakan bakat, namun sebagian lagi merupakan kondisi yang tidak dapat dihindarkan dari terdesaknya kebutuhan ekonomi. Kedua alasan tersebut berasal dari sebagian besar peserta kegiatan penyuluhan saat dilakukan interaksi awal oleh nara sumber. Narasumber berusaha menggali informasi, tentang bidang usaha apa saja yang dimiliki oleh masyarakat sasaran, antara lain: usaha dagang barang kelontong, jasa jahit, produk makanan dan minuman skala mikro, jasa rias pengantin, produk telekomunikasi (pulsa dan aksesoris gawai), rental komputer, serta usaha makanan dalam skala kecil kecil (katering rantang dan/atau pesanan nasi *box*).

Dari analisis singkat terhadap profil usaha mikro dan kecil yang dilakukan oleh masyarakat sasaran program, sebagian besar telah mengenal adanya perubahan bisnis model elektronik (*e-commerce*) namun mereka belum mulai turut serta mengubah atau mengikuti perkembangan bisnis yang ada, dengan kata lain masyarakat peserta program kegiatan masih mengandalkan cara usaha konvensional dengan pemanfaatan teknologi secara minim, hanya sebatas pada penggunaan gawai untuk melayani diskusi atau penerimaan order dari calon pelanggan.

Implementasi program kegiatan untuk memecahkan masalah, adalah pemberian pengetahuan dan perkembangan bisnis secara *online*, analisis tentang pertumbuhan pengguna internet dan pengguna *smartphone* atau gawai sehingga para peserta mampu menjadi praktisi *technopreneur*. *Technopreneur* adalah *entrepreneur* zaman baru (*new age*) yang berminat pada teknologi, kreatif, inovatif, dinamis, berani berbeda serta mengambil jalur yang belum dieksplorasi dan sangat bersemangat dengan pekerjaannya, sebagaimana disampaikan Mintardjo (2008) (Mopangga, 2015).

Terdapat perbedaan antara *entrepreneurship* biasa dan *technopreneurship* (*technology entrepreneurship*).

entrepreneurship harus sukses pada dua tugas utama, yakni: menjamin bahwa teknologi berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (*profit*). *Entrepreneurship* biasa umumnya hanya berhubungan dengan bagian yang kedua, yakni menjual dengan mendapatkan *profit* (Marti'ah, 2017).

Kegiatan penyuluhan juga berisi pemberian pengetahuan tentang model-model bisnis *e-commerce* yang terdiri dari *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C) dan *Consumer to Consumer* (C2C). Fokus pembahasan diletakkan pada model bisnis C2C yang diharapkan akan menjadi langkah awal model bisnis yang dilakukan masyarakat peserta program dengan pemanfaatan teknologi.

Pada segmen materi berikutnya implementasi kegiatan ini juga memberikan pengetahuan tentang manfaat dan fitur dari gawai yang semakin banyak digunakan di masyarakat Indonesia. Pembahasan ini lebih memfokuskan pada manfaat hadirnya media sosial yang berkembang sangat cepat, untuk berkomunikasi sekaligus sebagai sarana pemasaran bisnis yang ditawarkan. Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia mencatat ada sekitar 93,4 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 atau sekitar empat tahun lalu. Sementara, pengguna *smartphone* ada sekitar 80 juta (Islami, 2017). Dengan data tersebut maka saat ini pengguna internet dan *smartphone* tentu sudah mencapai lebih dari 150 juta atau separuh lebih dari jumlah penduduk di Indonesia.

Kepada masyarakat peserta kegiatan disampaikan bahwa menurut lembaga *We Are Sosial Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Dari informasi tersebut, diberikan pemahaman bahwa dengan penetrasi penggunaan teknologi media sosial yang sangat masif, melahirkan dampak positif maupun negatif.

Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal

Arief Wibowo, Anindya Putri Pradiptha, Mulyati, Dyah Retno Utari

Dampak positif dari hadirnya media sosial adalah kemudahan interaksi, memperluas hubungan relasi, tidak adanya lagi batasan ruang dan waktu, serta penyebaran informasi yang cepat (Cahyono, 2016). Sementara itu dampak negatif dari media sosial masih dari sumber yang sama, meliputi terkesannya jauh dengan orang yang sebenarnya dekat, interaksi tatap muka langsung menjadi menurun, rasa kecanduan akan internet dan isu privasi.

Dari penjelasan tersebut maka, pembahasan selanjutnya dikaitkan dengan tren perubahan bisnis berbasis elektronik di era industri 4.0, bahwa kegiatan *e-commerce* sendiri memiliki risiko yang harus dihindari dan manfaat yang harus dimaksimalkan.

Dampak negatif dari hadirnya *e-commerce* sendiri menurut Chairul Tanjung sebagai praktisi wirausaha Indonesia adalah meningkatnya jumlah pengangguran karena pelaku bisnis konvensional yang tidak mau berinovasi akan tergerus oleh pelaku *e-commerce*. Dampak negatif lain dari *e-commerce* adalah pajak terhadap *e-commerce* cukup rumit, meliputi siapa yang berhak memungut pajak? Jika terjadi transaksi baik barang atau jasa lintas negara, maka siapa yang berhak memungut pajak menjadi tidak jelas (Achjari, 2000). *E-commerce* berdampak juga pada akselerasi pertumbuhan *direct marketing* yang secara tradisional berbasis *mail order* (katalog) dan *telemarketing* (Wibowo, 2016).

Namun demikian, kehadiran *e-commerce* juga memiliki dampak positif yang dirasakan antara luasnya ceruk pasar baru, serta cepat dan praktisnya proses bisnis. Dalam segmen ini, materi juga diperkaya dengan pengetahuan tentang metode bisnis khususnya dalam mekanisme jual beli yang melibatkan *marketplace*, sarana pembayaran pihak ketiga dan metode pengantaran barang.

Jenis-jenis *marketplace* yang disampaikan antara lain terdiri dari *marketplace* vertikal, *marketplace* horizontal dan *marketplace* global (Maxmonroe, 2017). Adapun contoh-contoh *marketplace* di Indonesia yang telah dikenal masyarakat

antara lain Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan sebagainya.

Selanjutnya materi yang disampaikan adalah praktik menggunakan gawai untuk memanfaatkan kehadiran *marketplace* tersebut sebagai media bisnis yang dijalankan. Adapun pelaksanaan pada segmen ini kurang berhasil karena sebagian besar masyarakat sasaran belum memiliki paket data yang memadai untuk mengakses situs web *marketplace* yang dimaksud.

Segmen materi berikutnya yang disampaikan adalah tentang pengalaman narasumber sebagai praktisi wirausaha berbasis teknologi, yang memaksimalkan media sosial untuk mempromosikan produk yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman narasumber, fitur status pada media sosial sangat bermanfaat untuk mempromosikan bisnis dari proses persiapan hingga bentuk produk atau jasa yang dihasilkan. Narasumber memberikan contoh bahwa sejak pemilihan bahan baku, ada baiknya status media sosial seperti Whatsapp (WA) dimanfaatkan oleh pelaku bisnis, misalnya dengan cara mengirimkan gambar bahan baku terbaik yang sudah diperoleh untuk diolah, menjadi status WA, hal ini diyakini akan menimbulkan rasa percaya dan keyakinan dari calon pelanggan bahwa bisnis yang kita jalankan dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Pada sesi ini, *gestur* peserta yang diamati oleh narasumber sebagian besar menunjukkan rasa setujunya disertai dengan senyuman bahwa mereka mengakui jika dalam posisi sebagai konsumen tentu akan sangat puas bila penyedia jasa atau produk mampu mendapatkan bahan baku terbaik untuk pesanan yang mereka inginkan.

Pada sesi selanjutnya, dipaparkan tentang berbagai media sosial yang bisa dimanfaatkan secara optimal untuk menciptakan peluang pasar yang lebih besar baik dengan teknik promosi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun pemanfaatan teknologi dan media sosial yang disarankan bagi masyarakat sasaran adalah penggunaan video

untuk merekam hasil-hasil produk maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Fitur media sosial seperti facebook, disetujui oleh peserta sebagai sarana promosi secara langsung. Pada sesi ini ternyata sebagian peserta belum memanfaatkan teknik pemasaran tidak langsung, yaitu dengan metode pemberian testimoni atas produk dan jasa yang dihasilkan. Narasumber mengingatkan bahwasanya dalam penggunaan metode ini, sebaiknya berhati-hati karena obyek/orang maupun lokasi yang direkam harus menyetujui bahwasanya video yang dihasilkan akan diunggah ke media sosial.

Pemanfaatan media sosial lainnya selain Whatsapp dan Facebook adalah Instagram (IG). Dengan fitur-fitur yang tidak jauh berbeda dengan Whatsapp, IG juga memiliki fitur untuk menyajikan informasi sekilas yang berlaku selama 24 jam pada fitur InstaStory. Pada segmen ini terlihat bahwa peserta penyuluhan yang lebih *familiar* menggunakan Instagram adalah peserta usia muda, antara 15 hingga 25 tahun.

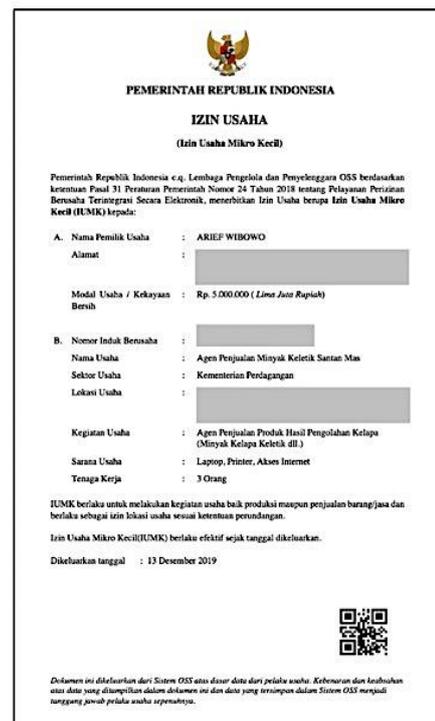
Bagian akhir yang disampaikan adalah mengenai aspek legalitas, bahwasanya bisnis yang dilakukan secara *online* tetap harus mematuhi aturan yang berlaku di Indonesia. Pada sesi ini disampaikan bahwa berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima, Tarif PPh yang dikenakan bagi UMKM adalah sebesar 0,5% dan bersifat final (Direktorat Jenderal Pajak, 2018)

Penyuluhan diakhiri dengan materi tentang Ijin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) kepada peserta masyarakat sasaran kegiatan. Disampaikan bahwa, IUMK ini bisa diperoleh dengan dua cara, yaitu melalui Kantor Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) di Kelurahan setempat, atau memperolehnya secara *online* melalui laman <https://oss.go.id>. Kedua jenis IUMK memiliki fungsi yang sama namun berbeda format. IUMK yang diperoleh melalui PTSP dapat dilihat pada Gambar 1.

IUMK seperti yang terlihat pada Gambar 1, diperoleh dengan cara mendatangi kantor PTSP untuk mendaftarkan usaha mikro atau usaha kecil. Selain itu pelaku usaha wajib mengikuti pelatihan kewirausahaan dari pihak Kelurahan atau Kecamatan setempat.



Gambar 1. IUMK dari PTSP



Gambar 2. IUMK Online

Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal

Arief Wibowo, Anindya Putri Pradiptha, Mulyati, Dyah Retno Utari

Untuk jenis IUMK online, pemilik usaha langsung mengisi biodata berbasis data NIK dan menjelaskan jenis usaha yang dilakukan, selanjutnya ada proses penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan fitur untuk mencetak sertifikat IUMK secara elektronik (*e-certificate*) seperti terlihat pada Gambar 2.

Narasumber juga menyampaikan pengalamannya sebagai wirausahawan bahwa dengan adanya IUMK maka pelaku usaha lebih terjamin untuk mendapatkan kepastian hukum, karena berdasarkan pengalaman mahasiswa berwirausaha, didapati fakta bahwa dengan memiliki IUMK maka pelaku usaha tidak lagi dikenakan pungli oleh oknum yang tidak bertanggungjawab.

Bagi narasumber sendiri sebagai pelaku usaha, juga telah membuktikan bahwa IUMK yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan pendanaan usaha skala mikro dan kecil dari sektor perbankan, hal ini terkonfirmasi juga kepada narasumber dari sektor perbankan yang hadir di lokasi kegiatan.

Dengan penyampaian materi yang telah direncanakan tersebut, maka untuk mengetahui indikator keberhasilan program kegiatan dilakukan kegiatan evaluasi berupa pengisian kuesioner untuk menguji apakah luaran penelitian ini telah mencapai sasaran dan apakah mereka telah memahami maksud dan tujuan kegiatan ini. Hasil analisis kuesioner ditunjukkan pada Tabel 1.

Dari hasil evaluasi kegiatan menggunakan kuesioner kepuasan dan pemahaman materi kepada seluruh peserta seperti terlihat pada Tabel 1, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta kegiatan ini (89%) telah memahami luaran kegiatan yang direncanakan dan menyatakan bahwa kegiatan ini sesuai dengan harapan.

Dari Tabel 2 terlihat bahwa untuk kategori pertanyaan tentang apakah pengetahuan telah diterima dengan baik, dan apakah pengetahuan dapat dimengerti, memiliki jawaban Setuju sebesar 97,2%, dan ada sebagian peserta yang merasa bahwa

pengetahuan yang diberikan belum dapat dimengerti yaitu sebesar 2,8%.

Tabel 1. Hasil Angket Evaluasi Kegiatan

No.	Kategori Peserta	Penilaian Luaran Kegiatan	
		Sesuai Harapan	Belum Sesuai
1.	Ibu Rumah Tangga	23 org	3 org
2.	Kepala Keluarga	10 org	1 org
Total		33 org (89%)	4 org (11%)

Tabel 2. Hasil Angket Pemahaman Kegiatan

No.	Kategori Pertanyaan	Pernyataan Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
1.	Pengetahuan	93,7%	6,3%
2.	Persepsi	100%	0%
3.	Motivasi	97,8%	2,2%
Total Rata-rata		97,2%	2,8%

Untuk kategori persepsi, pertanyaan yang diajukan adalah apakah bisnis model elektronik memiliki persepsi yang lebih positif dibandingkan dengan persepsi negatif yang dirasakan peserta. Pertanyaan kedua adalah, apakah dengan materi yang diberikan memberikan persepsi optimis bahwa bisnis atau usaha yang dijalankan di era teknologi sekarang ini akan mampu menghidupkan atau menopang perekonomian keluarga. Seluruh peserta atau 100% menyatakan bahwa mereka meyakini model bisnis elektronik akan memberi manfaat lebih besar daripada besaran dampak negatifnya dan meyakini 100% bahwa musibah pandemi COVID-19 ini akan berakhir.

Pada kategori tentang motivasi, pertanyaan yang diajukan adalah apakah peserta tertarik untuk memanfaatkan media sosial seperti Whatsapp, Facebook atau Instagram sebagai teknologi dalam pemasaran produk atau jasa yang dimiliki atau akan direncanakan. Pertanyaan kedua adalah, apakah peserta meyakini bahwa teknologi akan memudahkan usaha dan bisnis yang mereka jalani. Analisis jawaban menunjukkan ada sebanyak 97,8% menyatakan rasa setujunya ada 2,2% peserta yang menyatakan ketidaksetujuannya. Dengan demikian maka faktor pendorong keberhasilan program kegiatan ini adalah

adanya kegiatan demonstrasi langsung pada gawai masing-masing peserta untuk mengetahui pemanfaatan teknologi telekomunikasi dalam pengembangan wirausaha. Adapun faktor penghambat yang muncul terlihat dari adanya respon ketidaksetujuan itu diduga karena adanya pemahaman atas risiko atau dampak negatif dari pemanfaatan teknologi sebagai instrumen pendukung dalam berwirausaha, selain itu mereka menyatakan rasa kurang setuju dalam pemanfaatan teknologi pada pengembangan bisnis, karena rasa khawatir akan adanya penipuan yang dilakukan melalui teknologi.

D. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan tahap kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, didapati kesimpulan bahwa masyarakat sasaran telah menerima materi yang disampaikan dengan tingkat persetujuan rata-rata sebesar 97,2%. Ada sekitar 2,8% yang tidak menyatakan persetujuannya. Secara umum dapat dikatakan bahwa keberhasilan program kegiatan ini berkategori sangat baik.

Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat ini agar kegiatan serupa dapat lebih baik, adalah penyiapan gawai yang harus dikoordinasikan terlebih dahulu agar peserta mempersiapkan ketersediaan akses atau paket data untuk praktik melihat langsung proses-proses bisnis pada *marketplace* menggunakan layanan internet.

Ucapan Terima Kasih

Para penulis menyampaikan apresiasi penghargaan dan terima kasih kepada Suku Dinas Pemberdayaan Perempuan Anak dan Pengendalian Penduduk Kota Jakarta Barat Provinsi DKI Jakarta dan Direktorat Kerjasama Universitas Budi Luhur atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan kepada para penulis untuk menjadi bagian dari tim narasumber pada kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan

kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Luhur yang turut memberikan dukungan pada kegiatan ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, D., 2000. Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, [daring] 15(3), hal.388–395. Tersedia pada: <http://www.amazon.com>.
- Cahyono, A.S., 2016. Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, [daring] 9(1), hal.140–157. Tersedia pada: <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>.
- Direktorat Jenderal Pajak, 2018. *Peraturan Pemerintah No. 23/2018 Tentang Pajak Penghasilan UMKM*.
- Islami, N., 2017. *Perkembangan E-Commerce di Indonesia Meningkatkan Cukup Pesat*. [daring] Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Tersedia pada: https://kominfo.go.id/content/detail/10524/perkembangan-e-commerce-diindonesia-meningkat-cukup-pesat/0/sorotan_media.
- Marti'ah, S., 2017. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Maxmonroe, 2017. *Pengertian Marketplace dan Jenis-jenis Marketplace*. [daring] Maxmonroe.com. Tersedia pada: <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>.
- Mopangga, H., 2015. Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, [daring] 14(1), hal.13–24. Tersedia pada: <http://www.journal.unpas.ac.id/index.php/trikononika/article/view/587>.
- Suku Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2017. *Profil Wilayah Kecamatan*

Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal

Arief Wibowo, Anindya Putri Pradipta, Mulyati, Dyah Retno Utari

Grogol Petamburan. Pemerintah Provinsi DKI.

Wibowo, E.A., 2016. Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibria*, [daring] 1(1), hal.95–108.

Tersedia pada:
<http://journal.unrika.ac.id/index.php/equi/article/view/222>.