

Sosialisasi Peluang *Home Business* dalam Ekonomi Digital

Muhammad Wali ^a, Khairul Amri ^{b*}, Nasir ^c, Syamsul Rizal ^d, Abdus Salam ^e

^{a,e} Program Studi Manajemen Informatika, AMIK Indonesia, Kota Banda Aceh, Indonesia.

^{b*} Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Kota Banda Aceh, Indonesia.

^c Program Studi Manajemen, Universitas Serambi Mekkah, Kota Banda Aceh, Indonesia.

^d Program Studi Keuangan dan Perbankan, Akademi Keuangan Perbankan Nusantara, Kabupaten Aceh Timur, Indonesia.

ABSTRACT

This socialization activity aims to provide insight into opportunities to develop knowledge of trends and insights that are equal for small industries, as well as educate participants to obtain information to be able to join relevant associations/communities in every expert activity on social media. The implementation method follows a gradual process consisting of stages of information exchange, question and answer, discussion, and demonstration. The enthusiasm of the participants who followed with a percentage of 94%, and the results that have been achieved in the activities carried out are: 1) Participants are familiar with the knowledge and opportunities of home industry, 2) Participants are able to master the use of the Canva application to create product catalogs and implement it on various online sales media platforms, 3) Participants are able to take advantage of relevant associations/communities in every expert activity in the media social media to obtain relevant information, and 4) Participants are also able to master the knowledge gained as additional skills and create effective product promotion opportunities for home industries.

ABSTRAK

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pandangan terhadap peluang untuk mengembangkan pengetahuan terhadap tren dan wawasan yang equanimity bagi industri kecil, serta mendidik peserta untuk mendapatkan informasi untuk dapat bergabung dengan asosiasi/komunitas yang relevan di setiap kegiatan pakar di media sosial. Metode pelaksanaan mengikuti proses secara bertahap yang terdiri dari tahapan pertukaran informasi, tanya jawab, diskusi, dan peragaan. Antusias peserta yang mengikuti dengan persentase 94%, dan hasil yang telah dicapai dalam kegiatan yang dilaksanakan adalah: 1) Peserta dapat mengenal dengan baik pengetahuan dan peluang industri rumahan, 2) Peserta mampu menguasai penggunaan aplikasi canva untuk membuat produk katalog dan mengimplementasikan pada berbagai platform media penjualan online, 3) Peserta mampu memanfaatkan asosiasi/komunitas yang relevan di setiap kegiatan pakar di media sosial untuk mendapatkan informasi yang relevan, dan 4) Peserta juga mampu menguasai ilmu yg didapatkan sebagai skill tambahan dan menciptakan peluang promosi produk yang efektif bagi industri rumahan.

ARTICLE HISTORY

Received 6 January 2022

Accepted 25 March 2022

KEYWORDS

Socialization; Opportunity; Home Business; Digital Economy.

KATA KUNCI

Sosialisasi; Peluang; Home Business; Ekonomi Digital.

1. Pendahuluan

Keterlibatan bisnis rumahan dalam perdagangan digital, diukur sebagai proporsi penjualan dari jual beli layanan dan produk *online* (Šaković Jovanović *et al*, 2020). Temuan multivariat menunjukkan bahwa bisnis berbasis rumahan dikaitkan dengan proporsi penjualan *online* yang tinggi yang mendukung pandangan bisnis berbasis rumahan sebagai bisnis *online* (Reuschke & Mason, 2020)). Namun, secara kuantitatif, efek transformasional keseluruhan dari teknologi digital pada sifat dan proses kewirausahaan agak kecil karena sebagian besar bisnis rumahan, seperti UMKM yang tidak berbasis rumahan, berdagang secara *offline*. Model bisnis *online* mewakili proporsi yang sangat kecil dari sektor bisnis rumahan. Bisnis rumahan di daerah pedesaan khususnya di daerah Provinsi Aceh tidak memanfaatkan *e-commerce* secara lebih besar. Hal ini menjadi temuan ini menambah literatur kritis tentang sifat transformatif kewirausahaan digital dan literatur bisnis rumahan yang muncul yang mempertanyakan apakah peran teknologi digital dan pasar *online* untuk bisnis rumahan dilebih-lebihkan, terutama di ekonomi pedesaan.

Membuat bisnis rumahan atau menemukan ide bisnis *online* yang menguntungkan dapat menjadi tantangan (McKenzie, 2021; Belew & Elad, 2020). Ada ribuan kemungkinan peluang bisnis, namun semuanya seolah telah dilakukan sosialisasi ribuan kali sebelumnya. Jadi, dengan semua pilihan sosialisasi dan pelatihan peluang *home business* dalam ekonomi digital ini, dari mana akan dimulai menggali untuk menemukan bisnis emas?. Menurut Galhotra & Dewan (2020) Peluang bisnis yang selamat dari dampak pandemi menurut penelitian sebelumnya memberikan pandangan sebagai jenis bisnis yang berkembang dengan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari rata-rata terhadap kinerja bisnis dan/atau pandangan positif yang lebih tinggi dari rata-rata penghasilan sebelumnya (Galhotra & Dewan, 2020; Reuschke & Mason, 2020). Meskipun ada beberapa pebisnis memiliki keunggulan dan kelemahan yang tidak terduga. Sesuai dengan hasil observasi dan prediksi dari penelitian kami sebelumnya, beberapa jenis bisnis kecil yang berkembang dan paling menguntungkan pada tahun 2022, seperti; bisnis kesehatan, kecantikan, dropshipping, e-learning, fotografi, gamer profesional esports, penulis, freelancer/tenaga lepas, teknisi perawatan peralatan, influencer media sosial, penjual makanan dan minuman *online*, *franchisee*, konsultan dan sebagainya (Akpan *et al.*, 2022; Belitski *et al.*, 2022; Barkham *et al.*, 2022; Carias *et al.*, 2022; Ramdani *et al.*, 2022; Gafoory, 2022).

Bagaimana mengidentifikasi peluang bisnis baru? jika jenis peluang bisnis tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan *home business* di daerah Provinsi Aceh. kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan kalopsia terhadap peluang untuk mengembangkan pengetahuan terhadap tren dan wawasan yang equanimity bagi industri kecil, serta mendidik peserta untuk mendapatkan informasi untuk dapat bergabung dengan asosiasi/komunitas yang relevan di setiap kegiatan pakar di media sosial. Sosialisasi ini dapat membantu peserta dalam mengidentifikasi peluang bisnis utama untuk memperluas jangkauan pasar dan menciptakan produk dan layanan yang lebih baik dan menyesuaikan produk bagi audiens yang tepat, berkolaborasi dan berjejaring dengan media sosial *online*, serta mendapatkan mento yang dapat membantu peserta untuk mengidentifikasi lebih banyak peluang bisnis *home business*.

2. Metode

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara daring dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat dari generasi Z hingga generasi millineal yang berada pada Provinsi Aceh dan tidak menutup pendaftar lainnya yang ingin bergabung mengikuti kegiatan. Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 10-13 bulan Januari tahun 2022 dimulai dari pukul 08:15 sampai dengan pukul 12:30. Kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam sosialisasi peluang *home business* dalam ekonomi digital menggunakan metode dengan tahapan pertukaran informasi, tanya jawab, diskusi, dan peragaan (Wali *et al.*, 2021).



Gambar 1. Alur Proses Metode Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

3. Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi peluang *home business* dalam ekonomi digital secara daring dengan menggunakan aplikasi *zoom meeting* selama 4 hari berturut-turut. Peserta yang mendaftar sebanyak 103 orang melalui aplikasi *google form*, tetapi yang aktif mengikuti sosialisasi sebanyak 97 orang, hal ini sudah menunjukkan antusias peserta dengan persentase 94% yang mengikuti dan hanya 6% yang tidak mengikuti. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kalopsia terhadap peluang untuk mengembangkan pengetahuan terhadap tren dan wawasan yang equanimity bagi industri kecil, serta mendidik peserta untuk mendapatkan informasi untuk dapat bergabung dengan asosiasi/komunitas yang relevan di setiap kegiatan pakar di media sosial.

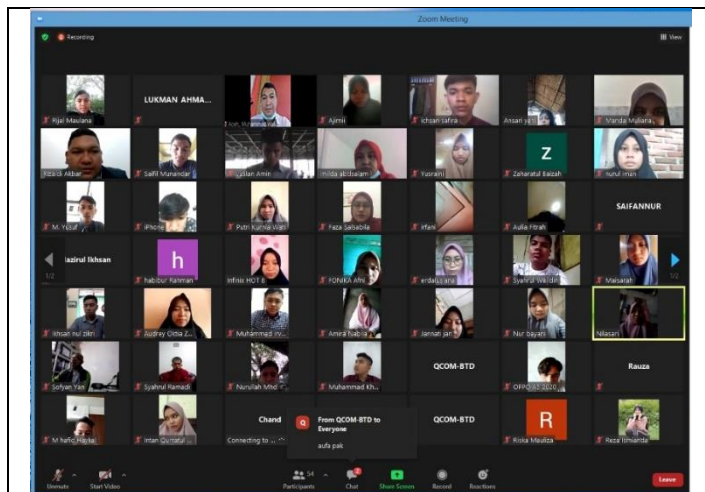
Selama 4 hari kegiatan, jadwal kegiatan dimulai pada hari pertama yaitu tanggal 10 bulan Januari tahun 2022 pada pukul 08:15, pada kegiatan pertama peserta akan bercerita dan berbagi pengalaman dan pengamatan masing-masing terkait peluang *home business* saat ini. Selanjutnya materi akan dilanjutkan dengan memperkenalkan berbagai bisnis rumahan dengan tema "Peluang Bisnis Rumahan di Dunia tahun 2022" yang diberikan oleh pemateri Bapak Khairul Amri, SE., M.Si sebagai sebagai tim pengabdian dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dari pukul 09:30 sampai dengan pukul 12.15.

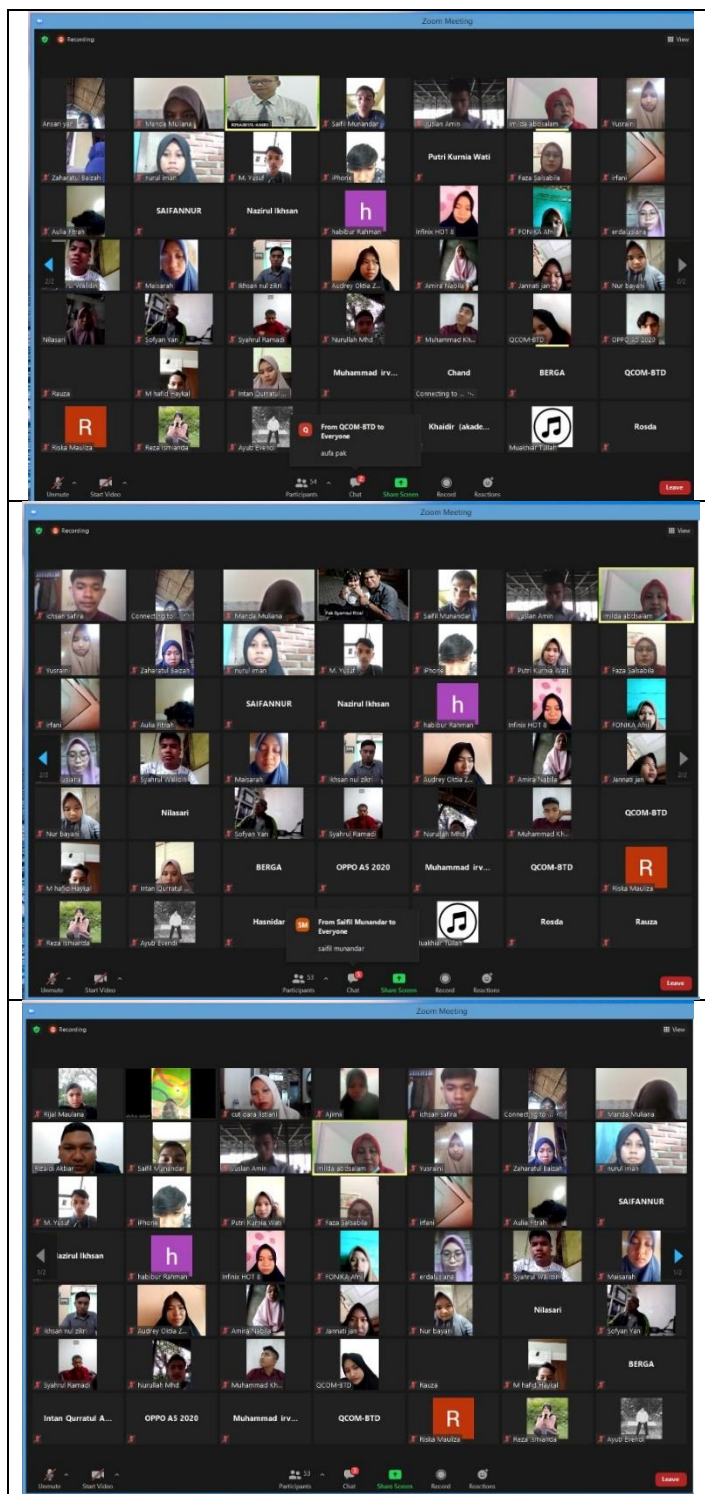
Pada hari kedua tanggal 11 bulan Januari tahun 2022, peserta diberikan pelatihan/ peragaan secara daring dan beberapa Latihan untuk diselesaikan dengan praktik langsung membuat postingan pruduk. Pada sesi ini, pemateri Muhammad Wali, ST., M.M dan Abdus Salam, S.Kom., M.M sebagai tim pengabdian dosen AMIK Indonesia yang selanjutnya pengajar yang dibantu oleh mahasiswa memberikan sebuah teknik dan trik agar membuat postingan menarik dengan melibatkan aplikasi

editor pembuatan katalog produk menggunakan website www.canva.com berdasarkan pengalaman instruktur yang selama ini dibuat, kegiatan ini berlangsung dari pukul 08:30 sampai dengan pukul 12.15.

Pada hari ketiga pada tanggal 12 bulan Januari tahun 2022, pemateri diberikan oleh Bapak Dr. Nasir, SE., M.Si sebagai tim pengabdian dosen Universitas Serambi Mekkah dengan tema “Tren bisnis UMKM di Indonesia dan Provinsi Aceh” dimulai dari pukul 08:15 sampai dengan pukul 10:15 dan dilanjutkan dengan pemateri kedua yang disampaikan oleh Bapak Syamsul Rizal, SE., M.M sebagai tim pengabdian dosen Akademi Keuangan Perbankan Nusantara dengan topik “Sosial Media, Komunitas, Serta Pertukaran Informasi Penting bagi Usaha Rumahan” dimulai dari pukul 10:30 sampai dengan pukul 11:45. Kegiatan selanjutnya peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai masalah dan kebutuhan dalam memulai bisnis rumahan. Tahapan kegiatan pelatihan tergambar pada alur proses kegiatan pada gambar 1. Hasil yang telah dicapai dalam kegiatan yang dilaksanakan adalah:

- Peserta dapat mengenal dengan baik pengetahuan dan peluang industri rumahan.
- Peserta mampu menguasai penggunaan aplikasi canva untuk membuat produk katalog dan mengimplementasikan pada berbagai *platform* media penjualan *online*.
- Peserta mampu memanfaatkan asosiasi/komunitas yang relevan di setiap kegiatan pakar di media sosial untuk mendapatkan informasi yang relevan.
- Peserta juga mampu menguasai ilmu yg didapatkan sebagai skill tambahan dan menciptakan peluang promosi produk yang efektif bagi industri rumahan.





Gambar 2. Kegiatan Selama Sosialisasi Via Zoom Meeting

Dengan adanya kegiatan ini meningkatkan kualitas minat peserta untuk lebih mengetahui peluang untuk mengembangkan pengetahuan terhadap tren dan wawasan bagi industri rumahan, peserta juga dapat menggunakan berbagai *tools*

sebagai promosi produk, serta dalam proses marketing sosial media sudah mulai terlihat bakat dan kemampuan peserta. Peserta juga menyebutkan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat karena tidak hanya menambah ilmu tetapi juga dapat membantu dalam meningkatkan promosi produk dan komunikasi dengan pelanggan. Kendala yang dihadapi dalam kegiatan ini hanya masalah waktu, peserta kesulitan dalam tepat waktu mengikuti kegiatan. Permasalahan lain adalah jaringan *internet* yang menyebabkan beberapa peserta tidak dapat menyimak dan mengikuti penjelasan secara baik oleh pemateri. Tetapi untuk menangani masalah tersebut kami memberikan link video melalui kanal YouTube yang dapat dilihat kembali setelah kegiatan selesai.

4. Kesimpulan

Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model dalam rangka upaya peningkatan *home business* di Provinsi Aceh. Dalam metode pelaksanaan pelatihan mengikuti proses secara bertahap yang terdiri dari tahapan pertukaran informasi, tanya jawab, diskusi, dan peragaan. Antusias peserta yang mengikuti dengan persentase 94%, dan hasil yang telah dicapai dalam kegiatan yang dilaksanakan adalah; 1) Peserta dapat mengenal dengan baik pengetahuan dan peluang industri rumahan, 2) Peserta mampu menguasai penggunaan aplikasi *canva* untuk membuat produk katalog dan mengimplementasikan pada berbagai platform media penjualan *online*, 3) Peserta mampu memanfaatkan asosiasi/komunitas yang relevan di setiap kegiatan pakar di media sosial untuk mendapatkan informasi yang relevan, dan 4) Peserta juga mampu menguasai ilmu yg didapatkan sebagai skill tambahan dan menciptakan peluang promosi produk yang efektif bagi industri rumahan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu terlaksananya program ini, antara lain LPPM AMIK Indonesia, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Universitas Serambi Mekkah, dan Akademi Keuangan Perbankan Nusantara serta mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok Pengabdian AMIK Indonesia tahun 2022 serta segenap pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian.

Referensi

- Akpan, I. J., Udoh, E. A. P., & Adebisi, B. (2022). Small business awareness and adoption of state-of-the-art technologies in emerging and developing markets, and lessons from the COVID-19 pandemic. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(2), 123-140. DOI: <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1820185>.
- Barkham, R., Bokhari, S., & Saiz, A. (2022). Urban big data: city management and real estate markets. In *Artificial Intelligence, Machine Learning, and Optimization Tools for Smart Cities* (pp. 177-209). Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-84459-2_10.
- Belew, S., & Elad, J. (2020). *Starting an online business all-in-one for dummies*. John Wiley & Sons.

- Belitski, M., Guenther, C., Kritikos, A. S., & Thurik, R. (2022). Economic effects of the COVID-19 pandemic on entrepreneurship and small businesses. *Small Business Economics*, 58(2), 593-609. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00544-y>.
- Carias, C., Klepper, S., & Baptista, R. (2022). Entrepreneurship, the initial labor force, and the location of new firms. *Small Business Economics*, 1-26. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00618-5>.
- Gafoory, M. (2022). The 10 Most Profitable Small Business Ideas for 2022. URL: <https://www.gobankingrates.com/money/entrepreneur/small-profitable-business-ideas/>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2022 (16:33).
- Galhotra, B., & Dewan, A. (2020, October). Impact of COVID-19 on digital platforms and change in E-commerce shopping trends. In *2020 Fourth International Conference on I-SMAC (IoT in Social, Mobile, Analytics and Cloud)(I-SMAC)* (pp. 861-866). IEEE. DOI: 10.1109/I-SMAC49090.2020.9243379.
- McKenzie, D. (2021). Small business training to improve management practices in developing countries: re-assessing the evidence for 'training doesn't work'. *Oxford Review of Economic Policy*, 37(2), 276-301. DOI: <https://doi.org/10.1093/oxrep/grab002>.
- Ramdani, B., Raja, S., & Kayumova, M. (2022). Digital innovation in SMEs: a systematic review, synthesis and research agenda. *Information Technology for Development*, 28(1), 56-80. <https://doi.org/10.1080/02681102.2021.1893148>.
- Reuschke, D., & Mason, C. (2020). The engagement of home-based businesses in the digital economy. *Futures*, 102542. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2020.102542>.
- Šaković Jovanović, J., Vujadinović, R., Mitreva, E., Fragassa, C., & Vujović, A. (2020). The relationship between E-commerce and firm performance: The mediating role of internet sales channels. *Sustainability*, 12(17), 6993. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12176993>.
- Wali, M., Sudaryanto, A., Utami, U., Fimawahib, L., & Rizal, S. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Facebook Business Suite Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada Usaha Bakery. *at-tamkin: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 36-43. DOI: <https://doi.org/10.33379/attamkin.v4i2.1002>.