



Literasi Digital Pada Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Pemuda Karang Taruna Desa Wisata Pulau Pahawang

Desmon^{1*}, Meita Sekar Sari², Endang Budiati³,
Dian Herlambang⁴, Umar Bakti⁵

¹⁻⁵ Universitas Mitra Indonesia, Bandar Lampung

*desmon@umitra.ac.id

Article History:

Received:

Revised:

Accepted:

Keywords: *Development, Digital, Entrepreneur*

Abstract: *The purpose of this activity is to provide knowledge and skills to the Pulau Pawang tourism village community in developing digital entrepreneurial literacy. The main activity was carried out at the Pulau Pawang Tourism Village on June 27 2023. The method used was in the form of material presentation. The results obtained from this activity are increasing public knowledge about digital entrepreneurship literacy through several familiar social media platforms such as Whatsapp, Facebook and Instagram. Apart from these social media platforms, participants were also taught how to register their business on platforms such as Go Food and Grab Food.*

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan serta keterampilan kepada masyarakat desa wisata pulau pawang dalam mengembangkan literasi kewirausahaan digital. Kegiatan inti dilaksanakan di desa wisata pulau pawang pada tanggal 27 juni 2023. Metode yang digunakan yakni berupa pemaparan materi. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai literasi kewirausahaan digital melalui beberapa platform media sosial yang sudah familiar seperti Whatsapp, Facebook dan Instagram. Selain platform media sosial tersebut, peserta juga diajarkan bagaimana mendaftarkan usahanya di platform seperti Go Food dan Grab Food.

Kata Kunci: Digital, Perkembangan. Wirausaha

PENDAHULUAN

Desa Pulau Pahawang adalah nama desa yang terletak di Kecamatan Marga Punduh Kabupaten Pesawaran dengan titik koordinat 5° 39' 45,71" LS dan 105° 12' 47,95" BT dengan luasan kurang lebih seluas 1.084 Ha. Desa Pulau Pahawang terletak pada ketinggian 10 meter di atas permukaan laut, dengan suhu udara rata-rata 28,5 – 32,0 °C. Topografi Pulau ini secara umum berupa pantai berpasir dengan daratan bervariasi landai hingga berbukit, vegetasi semak-semak dan tanaman tingkat tinggi.

Desa Pulau Pahawang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Salah satu nilai jual dari destinasi wisata ini adalah keindahan alam bawah laut di wilayah tersebut. Berbagai jenis terumbu karang dan spesies ikan hidup di pulau ini. Jenis terumbu karang yang terdapat di Perairan Desa Pulau Pahawang antara lain patch reefs, fringing reefs, brain reefs yang tumbuh pada kedalaman 17 meter.

Masyarakat kelas sosial bawah dengan penghasilan Rp2.000.001 - Rp4.000.000 per bulan, cenderung aktif menggunakan media sosial (paling banyak Facebook dan Instagram). Realitas tersebut sejatinya menggambarkan bahwa institusi keluarga yang datang dari kelas sosial bawah cenderung memiliki ketertarikan dan tidak lagi awam dengan penggunaan teknologi. Kemudian, selain dilihat dari aspek literasi teknologi, kalangan keluarga kelas sosial bawah juga cenderung mengalami dilemma dalam hal literasi keuangan. Berdasarkan hasil studi otoritas jasa keuangan (OJK) menunjukkan bahwa semakin rendah strata sosial masyarakat, maka semakin rendah pula tingkat literasinya. Artinya, masyarakat dari kelas sosial bawah cenderung kurang mampu untuk mengelola keuangannya secara bijak untuk kehidupannya hari ini (atau yang sedang dijalankannya dan kehidupannya ke depan, sehingga uang yang mereka dapatkan cenderung habis untuk konsumsi (tanpa ada rencana untuk menabung).

Bertumpu pada penjelasan di atas, maka perlu adanya solusi yang diberikan pada masyarakat golongan kelas bawah tersebut agar tetap dapat bertahan di masa sulit saat ini. Solusi tersebut tentunya dengan memanfaatkan pengetahuan yang mereka miliki yakni salah satunya berkaitan dengan penggunaan sarana digital sebagai sarana pemasaran produk. Selain itu, keterampilan ibu - ibu di sana dalam memasak dapat menjadi nilai lebih untuk mendirikan usaha di bidang kuliner. Usaha kuliner yang dikembangkan tentunya juga harus memanfaatkan potensi lokal dari wilayah desa pulau pawang itu sendiri yakni kuliner olahan laut salah satunya adalah olahan dari kerrang.

METODE

Kegiatan pelatihan pelatihan dalam Kegiatan ini dilakukan menggunakan metode sebagai berikut. Pembimbingan dan pendampingan dosen kepada masyarakat untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada karang taruna dengan literasi kewirausahaan digital. Dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2023.

Pemasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karang taruna desa wilayah pulau pawang.

1. Penggunaan internet di kalangan ibu – ibu Kampung Nelayan Baru dipengaruhi oleh faktor usia.
2. Platform yang banyak digunakan oleh mayoritas ibu – ibu yakni Whatsapp dan Youtube, disusul Facebook dan Instagram.
3. Penggunaan internet mayoritas menyebutkan hanya untuk komunikasi melalui fitur pesan (chat), telepon maupun video telepon (video call). Untuk ibu – ibu golongan muda menggunakan Facebook dan Instagram untuk membagikan aktifitas yang sedang dilakukan dan ada pula yang menggunakannya untuk berdagang
4. Terdapat dua orang peserta yang sudah menggunakan platform pengantaran makanan online (Grab Food dan Go Food)

HASIL

Pelaksanaan kegiatan ini ditempuh dengan tiga tahapan yakni tahap persiapan atau pendahuluan, tahap kegiatan inti dan yang terakhir evaluasi dan refleksi. Berikut diuraikan kegiatan yang dilakukan pada tiga tahap tersebut. Kegiatan inti dimulai yakni penyampaian materi mengenai literasi kewirausahaan digital melalui beberapa platform aplikasi online dan kursus singkat memasak oleh mahasiswa. Penyampaian materi pertama yakni mengenai literasi kewirausahaan digital diawali dengan penggalan pengetahuan peserta mengenai penggunaan internet sehari - hari. Pengetahuan ibu – ibu mengenai penggunaan internet ini sangat penting sebagai penguatan awal apakah pelatihan ini tepat sasaran.

Setelah kegiatan pengabdian terlaksana, maka semua tim melakukan koordinasi untuk mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan untuk meningkatkan program pengabdian masyarakat mendatang. Masukan yang diterima diantaranya pelatihan lanjutan yang lebih komprehensif dan melibatkan lebih banyak sasaran ibu - ibu. Kegiatan pengabdian ini lebih banyak diikuti oleh ibu-ibu yang tidak memiliki keinginan untuk berusaha di bidang kuliner. Keikutsertaan mereka lebih banyak hanya sekedar mengetahui pengolahan makanan untuk konsumsi pribadi dan untuk mengetahui apa itu digital marketing. Untuk itu kedepan peserta pengabdian memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kehidupan warga di kampung baru yang memang layak untuk dilakukan pembinaan. Untuk itu tim telah memiliki dan merencanakan beberapa program yang diharapkan lebih tetap guna dan lebih bermanfaat bagi warga. Kpengabdian memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kehidupan warga di kampung baru yang memang layak untuk dilakukan pembinaan. Untuk itu tim telah memiliki dan merencanakan beberapa program yang diharapkan lebih tetap guna dan lebih bermanfaat bagi warga karang taruna.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

DISKUSI

1. Digital Marketing Digital Marketing atau Pemasaran secara digital didefinisikan sebagai upaya atau strategi pemasaran dengan menggunakan perangkat berbasis internet dan teknologi, dengan beragam macam marketing dapat dilakukan melalui media digital yang mana terdapat komunikasi dan interaksi jual-beli dengan calon konsumen di ruang virtual dan menghabiskan waktu secara online. Terdapat berbagai macam akses yang dapat digunakan oleh produsen maupun konsumen dalam digital marketing seperti, Website, Blog, Media Sosial (Instagram, Whatsapp, Line, Telegram, TikTok,dll).

2. Kunci Penting dalam Digital Marketing

- a. Strategi, Tidak hanya membahas mengenai teknis tetapi juga dapat mengombinasikan kemudahan-kemudahan digital marketing untuk menaikkan omset.
- b. Penawaran dan Permintaan, mengubah orang yang sebelumnya tidak ingin membeli produk yang diperjualkan, menjadi ingin membeli produk yang dijualkan.

3. Menggunakan Media Sosial dalam Digital Marketing

- a. Menggunakan fasilitas atau fitur-fitur yang telah disediakan oleh media sosial tersebut
- b. Membuat Konten yang menarik (video, foto,dll)
- c. Menggunakan Iklan
- d. Melakukan Endorsment
- e. Mendaftarkan produk pada aplikasi Ojol (Gofood, Shopee food, dll)

4. Media Digital Marketing a. Instagram Selain dengan menggunakan platform media digital Whatsapp Business, untuk berjualan secara online di era modern ini juga dapat menggunakan aplikasi Instagram. Di dalam aplikasi Instagram tersebut terdapat banyak fitur yang dapat memfasilitasi seseorang untuk mulai mencoba berjualan secara online. Namun, sebelum memulai berjualan, individu tersebut haruslah terlebih dahulu membuat akun Instagram, yaitu dengan cara sebagai berikut: a) Cara daftar Instagram yang pertama adalah dengan mengunduh aplikasinya melalui Playstore untuk pengguna Android dan App Store untuk pengguna iPhone. b) Setelah berhasil mengunduh aplikasi Instagram pada HP Anda ketuk gambar aplikasi untuk melakukan pemasangan. c) Langkah selanjutnya, klik pilihan Daftar dengan Email atau Nomor Telepon. Kemudian masukkan alamat email atau nomor telepon Anda pada kolom isian yang tersedia. d) Setelah memasukkan alamat email atau nomor telepon, klik Berikutnya/Next. e) Langkah berikutnya ialah membuat nama pengguna dan kata sandi yang akan digunakan untuk akun baru Anda. f) Terakhir, setelah melewati semua cara mendaftar Instagram, maka langkah selanjutnya adalah melengkapi profil Instagram Anda. Bisa dengan ditambahkan foto profil, bio, dan lain sebagainya. g) Instagram Live h) Instagram Story i) Highlight Instagram j) Instagram TV (IGTV)

Setelah berhasil membuat akun Instagram, maka pengguna dapat memanfaatkan berbagai fitur seperti Instagram story atau yang dikenal dengan istilah Snapgram, Instagram live, Highlight, Instagram TV (IGTV), dan fitur Hashtag Instagram. Beberapa fitur tersebut dapat berguna untuk membantu lebih memperkenalkan produk yang diperjualbelikan oleh seseorang di platform Instagram.

5. Gojek (Gofood) atau GoBiz Media digital lain yang dapat digunakan ialah dengan mendaftarkan produk yang diperjualbelikan ke aplikasi Gojek atau GoBiz. Di mana platform media digital ini tentulah sudah tidak asing lagi bagi masyarakat luas, karena di era modern ini seseorang dapat dengan mudah untuk memesan makanan hanya dengan bantuan satu aplikasi saja, dan aplikasi tersebut pun juga memberikan banyak keuntungan kepada pihak produsen. Untuk dapat memperjualbelikan barang dagangan seseorang di aplikasi Gojek tentulah mudah caranya, yaitu hanya dengan mengikuti beberapa langkah di bawah ini: a) Download GoBiz di

PlayStore melalui ponsel Android apa pun, lalu daftarkan usaha Anda. b) Sertakan data seperti identitas pemilik (KTP), informasi rekening bank, informasi usaha, dan informasi outlet di aplikasi GoBiz. c) Identitas pemilik. Masukkan data yang tertera pada layar. Perhatikan cara pengambilan foto KTP dan foto diri dengan KTP sesuai dengan gambar yang tertera. d) Informasi Rekening Bank. Isi data rekening Anda yang akan digunakan untuk pencairan dana usaha, lalu klik Verifikasi.

e) Informasi Usaha. Lihat panduan penulisan nama usaha agar tidak terjadi kesalahan. Setelah itu, isi data yang tertera pada layar. f) Informasi Outlet. Buka panduan penulisan alamat lengkap terlebih dahulu untuk membaca semua ketentuan agar tidak terjadi kesalahan. g) Baca panduan upload foto outlet dari luar. Pastikan foto lokasi yang di-upload sesuai dengan yang didaftarkan, tidak blur, memiliki pencahayaan bagus, dan nama outlet terlihat jelas. Jika Anda memiliki usaha rumahan, silakan foto bagian depan rumah tempat usaha Anda. h) Pilihan Layanan. Pelajari keuntungan & ketentuan dari tiap layanan, lalu pilih layanan/fitur (GoFood, GoPay, POS) yang ingin diaktifkan dengan mencentang checkbox.

Mahasiswa sebagai pemberi pelatihan mengenai literasi digital, juga memberikan edukasi kepada warga mengenai bahaya penyebaran berita bohong. Saat ini semakin banyak penyebaran berita bohong, terutama selama pandemi virus corona berlangsung. Penyebaran ini biasanya lewat platform seperti Whatsapp Group berupa Broadcast Message tanpa membaca dahulu beritanya.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini memberikan hasil yakni meningkatkan pengetahuan kepada berkaitan dengan penggunaan sarana digital untuk melakukan pemasaran produk. Namun hal yang lebih penting dari kegiatan ini adalah tim kegiatan memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kondisi lingkungan kampung baru baik sosial maupun fisik, sehingga tim dapat merencanakan kegiatan yang lebih berguna dan mempunyai efek yang jauh lebih besar bagi warga setempat.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terimakasih terhadap Pemuda Karang Taruna Desa Wisata Pulau Pahawang karena telah mengizinkan keberlangsungan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA/ REFERENCE

- Gunawan, Ahmad. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Mewujudkan Generasi Milenial
- Hendarsyah, Decky. (2020). Pemasaran Digital dalam Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Juni 20 20 Vol. 9, No.1. Hal 25 – 43.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Kasidi. (2020). Tantangan Kewirausahaan Di Era Ekonomi Digital. Journal of Economic Education and Entrepreneurship 1 (1) (2020). Hal 17-23.
<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1223>