

OPTIMALISASI PENINGKATAN PENDAPATAN DOSEN DISAAT LIBUR KULIAH DENGAN BERWIRAUSAHA

Eri Mardiani¹, Nur Rahmansyah², Sari Ningsih³, Endah Tri Esti Handayani⁴,
Deny Hidayatullah⁵, Dhieka Avrilia Lantana⁶, Ahmad Rifqi⁷

^{1,7}Program Studi Informatika, FTKI, Universitas Nasional, Indonesia

²Program Studi Animasi, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

^{3,4}Program Studi Informasi, FTKI, Universitas Nasional, Indonesia

^{5,6}Program Studi Bisnis Digital, FEB, Universitas Nasional, Indonesia

email: erimardiani1@gmail.com

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini memberikan motivasi bagi masyarakat khususnya tenaga pengajar agar dapat melakukan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kemandirian ekonomi agar dapat meningkatkan penggunaan teknologi informasi dan internet untuk melakukan kegiatan pemasaran secara umum. Di pengabdian masyarakat ini topik yang diangkat adalah peningkatan pelayanan penjualan, pemasaran, pemesanan produk dari konsumen. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini agar tenaga pengajar dapat menggunakan E-Commerce berbasis Web. Dengan PKM ini dapat memberikan kesempatan bagi dinas/instansi agar lebih memperhatikan kesejahteraan tenaga pengajar khususnya dosen yang mengandalkan pendapatannya hanya dari mengajar dan instansi terkait dapat melakukan pendampingan untuk dapat melakukan peningkatan ekonomi mereka sehari-hari. Melalui pengabdian masyarakat menghasilkan peningkatan standar kehidupan tenaga pengajar khususnya dosen yang disaat libur semester yang tidak memiliki pendapatan disaat tidak ada jadwal mengajar karena banyak tenaga pengajar atau dosen yang menggantungkan hidupnya hanya dari mengajar.

Kata kunci: Covid19, Dosen, E-Commerce, Mobile

Abstract

This community service provides motivation for the community, especially teaching staff, to be able to use information technology to increase economic independence so that they can increase the use of information technology and the internet to carry out marketing activities in general. In this community service the topic raised is improving sales services, marketing, ordering products from consumers. The purpose of this community service activity is so that teaching staff can use Web-based E-Commerce. With this PKM, it can provide an opportunity for agencies/agencies to pay more attention to the welfare of teaching staff, especially lecturers who rely on their income only from teaching and related agencies can provide assistance to be able to improve their daily economy. Through community service results in an increase in the standard of living of staff teachers, especially lecturers who during semester breaks do not have income when there is no teaching schedule because many teaching staff or lecturers depend only on teaching.

Keywords: Covid19, E-Commerce, Lecture, Mobile

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat adalah upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Tujuan dari pengabdian masyarakat adalah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat, dan memperkuat hubungan antara akademisi, praktisi, dan masyarakat secara umum. Pengabdian masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan, ekonomi, sosial, dan budaya. Pengabdian masyarakat melibatkan berbagai jenis kegiatan, beberapa diantaranya yaitu:

1. Penyuluhan dan Pendidikan: Memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat mengenai isu-isu yang relevan, seperti kesehatan, pendidikan, kebersihan, atau keamanan. Ini bisa dilakukan melalui seminar, workshop, atau program pendidikan yang lain.
2. Pemberdayaan Ekonomi: Membantu masyarakat dalam mengembangkan keterampilan atau usaha mereka sendiri untuk meningkatkan taraf hidup. Ini bisa melibatkan pelatihan kewirausahaan, pendampingan dalam pengembangan usaha, atau akses ke sumber daya ekonomi.

3. Pelayanan Kesehatan: Memberikan pelayanan kesehatan dasar, seperti pemeriksaan kesehatan, imunisasi, atau penyuluhan mengenai pola hidup sehat. Pengabdian masyarakat di bidang kesehatan juga dapat melibatkan partisipasi dalam program-program pengendalian penyakit atau kampanye kesadaran kesehatan.
4. Pemulihan Bencana: Memberikan bantuan dalam pemulihan pasca bencana, seperti distribusi makanan dan air bersih, pembangunan kembali infrastruktur, atau pendampingan psikologis bagi korban bencana.
5. Pelestarian Lingkungan: Melakukan kegiatan yang bertujuan untuk melestarikan alam dan lingkungan, seperti reboisasi, kampanye pengurangan sampah, atau edukasi mengenai pentingnya pelestarian alam bagi generasi mendatang.
6. Pemberdayaan Sosial: Melibatkan diri dalam program-program yang mendorong inklusi sosial dan kesetaraan, seperti membantu anak-anak yang terlantar, menyediakan pendidikan bagi kelompok marginal, atau mendukung hak-hak perempuan.

Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Internet menawarkan peluang perusahaan untuk dapat berkembang dengan terlibat dengan pembeli potensial secara real time (Gupta, 2020). Selain itu, internet juga telah menjadi faktor yang paling mempengaruhi budaya, ekonomi dan perubahan sosial yang terlihat pada awal abad ke-21 (García-Peñalvo, 2020). Hasil laporan Digital 2020 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 64% pengguna internet dari total populasi di Indonesia pada tahun 2020 (Stefanny & Tiara, 2021; Tiara et al., 2021). Dengan meningkatnya tren digital ini, semakin banyak pula platform digital yang ada di Indonesia, salah satunya platform digital marketing.

Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UKM sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya (Wardhana, 2015). Menurut Gupta (2020), bahwa setiap perusahaan perlu menggunakan alat pemasaran digital untuk bersaing dalam lingkungan pemasaran digital yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan mitra UKM produksi tahu untuk membangun digital market untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan.

Pengabdian masyarakat dapat dilakukan oleh individu, organisasi nirlaba, institusi pendidikan, atau bahkan pemerintah. Hal ini melibatkan kolaborasi yang kuat antara berbagai pihak dan sering melibatkan masyarakat yang menjadi penerima manfaat dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Perkembangan teknologi informasi semakin pesat hingga saat ini terus dikembangkan teknologi-teknologi terbaru sehingga peran teknologi juga dapat meningkatkan perekonomian daerah. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai alternatif untuk memperluas lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Peluang yang besar atas pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini adalah atas dasar data penggunaan internet di Indonesia (Pradipta, 2018).

Marketplace merupakan media online yang dapat dijadikan wadah untuk bertemunya antara penjual dan pembeli sehingga dapat terciptanya transaksi jual-beli. Tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun marketplace juga dapat memperluas jangkauan pangsa pasar bagi pelaku bisnis UKM (Fitriyana dkk, 2021). Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Dalam mengembangkan UMKM, UMKM sebagai pihak internal yang dikembangkan, harus dapat melangkah bersama-sama karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah (Fitriyana dkk, 2021).

Untuk mendukung UMKM untuk penjualan sebagai penerapan transaksi yang dikenakan kepada pelanggan untuk barang dagangan yang dijual, termasuk tunai dan kredit. Peningkatan penjualan perusahaan sangat penting untuk keberlangsungan suatu usaha, maju dan mundurnya usaha dapat dilihat dari peningkatan penjualan secara online atau offline (Mardiani dkk, 2023) UMKM mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai alternatif

untuk memperluas lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Peluang yang besar atas pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini adalah atas dasar data penggunaan internet di Indonesia (Mardiani, Rahmansyah, Desmana, et al., 2023).

Dengan membangun sistem informasi bagi UMKM berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL (Rahmansyah dkk, 2022). Disaat libur kuliah di akhir semester selama dua bulan libur banyak tenaga pengajar atau dosen tidak memiliki pendapatan, karena banyak dosen yang hanya berstatus sebagai pengajar tetap tetapi realita hanya sebagai pengajar paruh waktu, sehingga untuk mendapatkan pendapatan di saat libur kuliah, maka tenaga pengajar harus mencari pekerjaan serabutan, untuk mendapatkan pendapatan disaat libur kuliah maka kemampuan tenaga pengajar untuk berwirausaha menjadi sangat penting.

Tenaga pengajar harus melakukan inovasi kewirausahaan agar tenaga pengajar ini mendapatkan informasi dan pemahaman baru mengenai cara melakukan inovasi kewirausahaan salah satunya dengan melakukan pembuatan konten digital marketing berbasis proyek/produk wirausaha dan juga pemasaran digital sehingga tenaga pengajar disaat libur kuliah dapat meningkatkan penghasilan dengan cara berwirausaha (Mardiani dkk, 2022). Pandemi covid saat ini sangat berdampak terhadap masyarakat khususnya tenaga pengajar yang menggantungkan hidup dari mengajar, untuk meningkatkannya maka kita harus mengetahui perilaku konsumen di kondisi pandemi dapat dengan melakukan pengamatan dengan melihat perilaku konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian, salah satunya juga harus berdasarkan niat pembelian. Niat pembelian dipengaruhi oleh persepsi manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap toko tersebut. Konsumen akan lebih mungkin terlibat dalam pembelian melalui Internet ketika resiko dirasakan rendah, manfaat dirasakan adalah tinggi dan ketika Kepercayaan tinggi (efek langsung) maka kepercayaan para konsumen terhadap penjual juga akan meningkatkan niatnya untuk membeli secara tidak langsung (Mardiani dkk, 2020).

Untuk permasalahan yang muncul maka perlu diadakannya Pelatihan dan pendampingan penguatan UMKM, Pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produk, harga dan kemasan, Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan telepon seluler dalam memperbaiki kelembagaan/organiasi dan kualitas, serta Pelatihan dan pendampingan kegiatan promosi serta menggunakan pemasaran media sosial berbasis maps mobile sebagai wadah promosi, karena banyak sekali manfaat yang bisa digunakan dengan menggunakan maps, banyak fasilitas yang diberikan google salah satunya chat antara pemilik dengan konsumen, selain itu pemilik bisa memberikan informasi jam buka, dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen dengan foto yang di pasang, selain lokasi yang dapat dilihat dan rute yang bisa ditempuh dari maps dan bisa dilakukan pemesanan via Goshop atau tokopedia (Mardiani dkk, 2021).

METODE

Kegiatan dilaksanakan pada tenaga pengajar pada 8 Agustus 2022 di Pasar Pagi disamping Tol Desari Andara, Kota Jakarta Selatan. Dampak pandemi membuat tenaga pengajar yang kurang atau tidak mendapatkan pendapatan disaat libur semester, untuk membantu meningkatkan kemampuan ekonomi keluarga, untuk mendapatkan pemasukan maka peningkatan ekonomi keluarga diperlukan pengembangan penjualan produk yang dimiliki yaitu pembuatan accessories masker. Adapun tahapan yang kami lakukan untuk aktifitas pengabdian ini, yaitu:

1. Pada tahap pemetaan masalah, kami melakukan observasi lapangan dan juga tinjauan pustaka untuk menggambarkan permasalahan yang ada dimasyarakat.
2. Kemudian kami melakukan identifikasi peserta, tujuannya untuk menggambarkan karakteristik target sasaran pengabdian dengan melakukan observasi lapangan.
3. Pemberian materi, pada tahap ini penerangan konseptual di paparkan berdasarkan pokok bahasan yang sudah kami tentukan. Tenaga pengajar ditugasi untuk berinovasi dalam wirausaha dengan melakukan pembuatan konten marketingnya.
4. Pendampingan, pada tahap ini kami melakukan pendampingan dalam menciptakan inovasi wirausaha.

Berikut ini pendekatan skema metode kegiatan sebagai berikut:



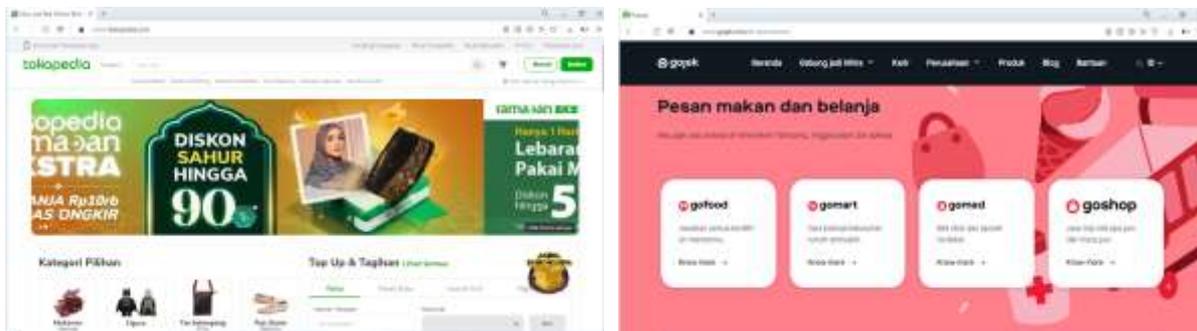
Gambar 1. Skema Metode Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PKM secara garis besar terdiri dari ketercapaian target jumlah peserta, ketercapaian tujuan kegiatan, serta ketercapaian target materi yang telah direncanakan., Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan melibatkan 15 pelaku usaha kecil, dan sebagai Nara Sumber adalah kami sebagai Tenaga Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pattimura Ambon.

Peningkatan perilaku ekonomi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari kegiatan ekonomi rumah tangga dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dalam jangka panjang.

Kegiatan Masyarakat yang dilakukan tenaga pengajar ini berada di Pasar Pagi disamping Tol Desari Andara, Kota Jakarta Selatan. Untuk mendapatkan pendapatan ekonomi keluarga, tenaga pengajar ini membuat produk-produk yang dibutuhkan saat ini dan produk dijual adalah Accessories Masker yang dibuat sendiri dengan berbagai variasi.



Gambar 2. Tampilan Halaman Depan tokopedia.com dan Tampilan Halaman Depan gojek.com



Gambar 3. Objek Mitra

Pada pelaksanaan ini kami melakukan peliputan untuk bukti pengabdian masyarakat, dan video di publish di youtube yaitu dilink <https://youtu.be/FMidqwnczE4>, untuk membuktikan kegiatan pengabdian masyarakat kami dan materi yang disampaikan bertujuan untuk menambah wawasan para UMKM, Pasar Pagi disamping Tol Desari Andara, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta yang berguna untuk dapat memasarkan produk yang dijual oleh UMKM. Pada pelaksanaan kegiatan ada beberapa materi yang disampaikan yang berhubungan dengan toko online.

Berdasarkan analisis masalah diatas, solusi yang dapat dilakukan berdasarkan permasalahan ialah mengevaluasi dengan penataan kembali social media yang dimiliki dan mengembangkan media pemasaran digital menggunakan Instagram dan tiktok mengikuti perkembangan trend saat ini. Kegiatan pertama yang dilakukan adalah melakukan observasi mengenai perkembangan trend saat ini kemudian dilanjutkan dengan pembuatan social media Instagram dan tiktok. Selanjutnya dilakukan observasi lokasi proyek terkini, pengambilan video dan gambar serta analisis keunggulan-keunggulan proyek yang dapat ditonjolkan dalam pemasaran digital ini.

SIMPULAN

Pengabdian masyarakat tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat yang dilayani, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi para pelaku pengabdian dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keahlian mereka secara praktis. Selain itu, pengabdian masyarakat juga dapat mendorong kolaborasi antara berbagai pihak untuk mencapai perubahan positif dalam masyarakat. Melalui pengabdian masyarakat, diharapkan dapat terjadi perubahan positif dalam masyarakat, termasuk peningkatan kesadaran, peningkatan akses terhadap sumber daya, dan peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan

Pelatihan penggunaan aplikasi e-Commerce yang telah dilaksanakan dapat memberikan kemudahan kepada pengguna khususnya untuk tenaga pengajar atau mitra untuk menampilkan produk yang dihasilkan mitra usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). E-Commerce ini mampu menampilkan iklan produk UKM secara online, serta dapat diakses dengan internet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web yang dapat di akses kapan saja dimana saja untuk melakukan transaksi ketersediaan barang yang akan dipasarkan. Penerapan aplikasi e-Commerce kepada mitra yang disertai dengan pendampingan, yaitu pelatihan menggunakan e-Commerce, mengolah aplikasi, menambah dan mengubah produk sehingga mitra dapat mandiri menggunakan aplikasi e-Commerce mampu memberikan pengetahuan untuk pelaku UKM dalam memasarkan produk secara global dan tak terikat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi Pkm*, 2 (2), 206.
- García-Peñalvo, F. J. (2020). Evaluación online: la tormenta perfecta.
- Gupta, N. (2020). Digital marketing: Trends, opportunities, and challenges. *Asian Journal of Management*, 11(4), 434–440.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., & Al Rizky, F. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap E-commerce disaat pandemi covid 19 di Shop and Travel. *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 16(3), 212–217.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Desmana, S., & Rifqi, A. (2023). Analysis of Buyer Trust in Web E-Commerce Shop and Travel. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 20(2), 850–857.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., & Ningsih, S. (2022). PKM Meningkatkan Penjualan UMKM Dengan E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19. *Jurnal Mindabaharu: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 234–243.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Ningsih, S., Handayani, E. T. E., & Hidayatullah, D. (2023). PKM Meningkatkan Penjualan Umkm Bagi Pelaku Bisnis Usia Lanjut Melalui Inovasi Ecommerce Disaat Pandemi Covid 19. *Swadimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 50–55.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Wahyudi, N. M., Wijaya, Y. F., & Al Rizky, F. (2021). Kumpulan Latihan PHP. *Elex Media Komputindo*.
- Pradipta, Y. G. A. (2018). Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi Umkm Harmoni Di Desa Kembangan Baki Sukoharjo. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Rahmansyah, N., Muliyani, D., Mardiani, E., & Rahman, A. (2022). Perancangan Sistem Transaksi

- Berbasis Web pada UKM Pangkas Rambut Tasik. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 3(1), 22–31.
- Stefanny, V., & Tiara, B. (2021). Overview Perbandingan Jumlah User Fintech (Peer-To-Peer Lending) Dengan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Insan Pembangunan Sistem Informasi Dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(1).
- Tiara, B., Stefanny, V., Sukriyah, S., Novitasari, D., & Asbari, M. (2021). Inovasi di era informasi: Analisis kepemimpinan transformasional dan iklim etis di industri manufaktur. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4659–4670.
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 327–337.