

BISNIS *ONLINE* : MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA

Chintia Fitriani¹, Lia Dwi Martika², Yudi Febriansyah³

¹Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan

² Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan

³ Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan

Article Info

Article history:

Received Jan 07, 2025

Revised Jan 15, 2025

Accepted Jan 20, 2025

Kata kunci:

Bisnis *Online*;
Teknologi Digital;
Peningkatan Ekonomi

ABSTRAK

Ditengah perkembangan teknologi saat ini, masyarakat Desa Tirtawangunan masih memiliki pemahaman yang rendah mengenai pemanfaatan teknologi untuk berbisnis akibatnya banyak ibu rumah tangga yang menganggur dan tidak produktif. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat Desa Tirtawangunan dalam memanfaatkan teknologi melalui bisnis *online*. Peserta dalam pengabdian ini adalah masyarakat Desa Tirtawangunan yang merupakan pelaku usaha dan ibu-ibu PKK. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 12-14 September 2024. Adapun metode yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian yaitu sosialisasi dengan teknik memberikan pemahaman konsep mendalam pada bisnis *online* sekaligus pelatihan penggunaan media *online* berupa *marketplace* serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pemanfaatan media *online* yaitu *marketplace* untuk melakukan usaha, yang pada akhirnya akan memberikan peningkatan ekonomi dan kesejahteraan bagi masyarakat.

ABSTRACT

Amidst the rapid development of technology, the community of Tirtawangunan Village still exhibits a limited understanding of utilizing technology for business purposes. Many housewives remain unemployed and unproductive. The objective of this community service initiative is to provide knowledge and skills to the residents of Tirtawangunan Village in leveraging technology through online business. The participants of this program business actors and members of the Family Welfare Program (PKK) in Tirtawangunan Village. The program was conducted from September 12 to 14, 2024. The methods employed during the program include socialization through an in-depth understanding of online business concepts, training on the use of online platforms such as marketplaces, as well as mentoring and evaluation. The outcomes of this program are expected to enhance the community's knowledge and skills in utilizing online platforms, particularly marketplaces, for conducting business. Ultimately, this is anticipated to improve the economic conditions and welfare of the community.

Corresponding Author:

Chintia Fitriani
Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Pendahuluan

Bisnis merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Bisnis tidak hanya berfokus pada perolehan keuntungan namun juga sebagai upaya untuk menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan. Dalam pengertiannya, bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perseorangan atau sekelompok orang yang meliputi proses produksi, promosi, pembelian, penjualan dan pertukaran barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan (Suwarso, 2018). Dengan adanya bisnis, kebutuhan masyarakat akan terpenuhi dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi. Di era globalisasi ini, bisnis dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membuka peluang baru bagi masyarakat. Berdasarkan hasil riset Wearesocial Hootsuite, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi (databoks.katadata, 2019), dimana pembeli *online* meningkat setiap tahunnya, pada 2018, jumlah pembeli di Indonesia sekitar 11,9% dari jumlah total populasi di Indonesia (Putera, 2019). Dengan banyaknya pengguna internet, masyarakat desa dapat memanfaatkan media *online* untuk menjangkau pasar yang luas tanpa terkendala oleh letak geografis.

Penjualan dan pembelian *online* merujuk pada aktivitas jual beli yang dilakukan melalui platform *online* atau internet. Menurut Suherman (2009), jual beli *online* adalah transaksi yang mencakup pembelian barang dan jasa yang dilakukan secara daring. Pada prosesnya, melibatkan langkah-langkah seperti pemilihan produk, pembayaran dan pengiriman barang kepada konsumen. Jual beli *online* juga dilakukan dengan membayarnya terlebih dahulu kemudian barangnya diserahkan (Urnomo, 2000). Dengan akses yang lebih mudah dan cepat pelaku usaha dapat menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan potensi penjualan. Adanya internet merupakan salah satu faktor yang mendukung masyarakat untuk memulai serta mengembangkan bisnis jual beli *online* (Rahayu, 2013).

Dalam praktik jual beli *online*, berbagai media yang digunakan untuk memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli. Salah satunya adalah *marketplace*. *Marketplace* menyediakan ruang untuk pelaku usaha menawarkan produk sekaligus memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mencari dan membandingkan berbagai pilihan barang atau jasa. Media lain yang dapat digunakan pelaku bisnis *online* adalah website dimana pelaku usaha dapat menampilkan produk mereka secara langsung kepada konsumen melalui situs web pribadi. Selain itu, media media sosial juga menjadi saluran yang efektif untuk melakukan bisnis *online*

seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok yang memungkinkan penjual untuk mempromosikan produk secara langsung kepada audiens yang lebih luas.

Bisnis *online* memberikan kesempatan bagi masyarakat yang memiliki modal terbatas untuk memulai usaha. Dengan modal yang relatif kecil, masyarakat dapat memulai bisnisnya dengan bermodalkan smartphone dan internet (Sahvitri, 2022). Keberadaan bisnis *online* memiliki dampak positif yang luas terhadap perekonomian secara keseluruhan. Dengan meningkatnya aktivitas ekonomi, masyarakat dapat memiliki peningkatan kualitas hidup yang lebih baik. Dengan demikian, bisnis jual beli *online* tidak hanya menjadi alternatif bagi individu untuk berwirausaha, tetapi juga berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan inklusif di masyarakat.

Desa Tirtawangunan terletak di Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan memiliki jumlah penduduk yang mencapai 1.897 jiwa. Dengan jumlah penduduk tersebut, tingkat pemahaman masyarakat desa Tirtawangunan terhadap bisnis *online* masih tergolong rendah. Mayoritas penduduk desa hanya mengandalkan mata pencaharian sebagai pedagang bubur kacang hijau dan indomie yang biasanya dikenal sebagai Burjo atau Warmindo ke luar daerah seperti Yogyakarta, Semarang, dan Jakarta. Namun, kondisi tersebut menyebabkan banyak ibu rumah tangga yang tidak produktif karena tidak memiliki keterampilan atau pengetahuan yang memadai untuk memanfaatkan teknologi. Dengan jumlah penduduk Desa Tirtawangunan yang mencapai 1.897 jiwa, terdiri dari 907 perempuan dan 990 laki-laki, memiliki potensi yang tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pelatihan bisnis *online*.

Letak geografis Desa ini yang diapit oleh Desa Kertawangunan dan Desa Babakanreuma kurang mendukung perkembangan ekonomi, karena tidak adanya akses jalan yang menghubungkan Desa Tirtawangunan dengan desa lain. Akibatnya, usaha yang dijalankan oleh masyarakat setempat cenderung stagnan, karena konsumen mereka terbatas hanya warga desa itu saja. Hal ini mengakibatkan potensi pasar yang tidak maksimal, sehingga masyarakat kesulitan untuk mengembangkan usaha mereka. Mayoritas mata pencaharian masyarakat Desa Tirtawangunan, sekitar 80%, adalah pedagang Burjo atau warmindo yang merantau ke luar kota.

Di desa ini, hanya terdapat sedikit industri rumah tangga; misalnya, satu keluarga yang menjalankan usaha gemblong, satu keluarga yang memiliki apotek, satu keluarga yang memproduksi roti, dan satu keluarga lagi yang mengelola kandang ayam petelur. Selain itu, usaha yang dijalankan oleh masyarakat yang tidak merantau umumnya terbatas pada warung sayur dan sembako, warung makan, warung kelontong, serta warung seblak dan mie ayam bakso. Dengan demikian, keberagaman usaha di Desa Tirtawangunan masih sangat terbatas,

dan hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam upaya meningkatkan perekonomian lokal. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang tepat, seperti pelatihan dan pendampingan, untuk membantu masyarakat mengembangkan usaha mereka dan memanfaatkan potensi yang ada, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup di desa ini.

Dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Tirtawangunan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan difokuskan pada pemberian pemahaman dan pelatihan mengenai bisnis *online*. Melalui program ini, masyarakat diharapkan dapat memahami berbagai jenis *marketplace* yang tersedia dan bagaimana cara memanfaatkannya untuk memperkenalkan produk atau usaha mereka secara efektif sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Masyarakat Desa Tirtawangunan secara keseluruhan.

Metode

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi sosialisasi dan pelatihan. Pelatihan merupakan proses pendidikan dengan menggunakan teknik dan metode sistematis dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan individu atau kelompok (Siagian dalam Lubis, 2008). Dalam metode pelatihan ini, teknik yang digunakan presentasi informasi melalui ceramah dan diskusi. Lalu pendampingan dilakukan selama pelatihan dilaksanakan. Pendampingan ini mengajarkan keterampilan dalam penggunaan aplikasi *marketplace*. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah 1) pelatihan dan praktik penggunaan aplikasi bisnis *online*. 2) Evaluasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 12-14 September 2024. Lokasi pelaksanaannya di Desa Tirtawangunan, Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan. Jumlah peserta yang menghadiri kegiatan ini sebanyak 20 orang terdiri dari pelaku usaha dan ibu-ibu PKK Desa Tirtawangunan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari pengabdian ini menggambarkan bahwa dari 20 peserta yang terdiri dari pelaku usaha dan ibu-ibu PKK belum memanfaatkan media jual beli *online* secara maksimal, sebagian besar hanya memasarkan produknya melalui status whatsapp maupun facebook. Belum ada yang memasarkan produknya melalui *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Gojek, Grab ataupun Tiktok. Sehingga pemasaran dan penjualan produk masih terbatas di lingkungan Desa Tirtawangunan dan sekitarnya, belum dapat menjangkau daerah yang lebih banyak lagi. Kurangnya rasa percaya diri dan juga pengetahuan mengenai keuntungan menggunakan *marketplace* di era digital saat ini menjadi alasan tidak menjalankan bisnis secara *online*.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan pengabdian oleh Kepala Desa



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan di Desa Tirtawangunan

Kegiatan ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM dan ibu-ibu PKK di Desa Tirtawangunan, melalui kegiatan ini peserta diberi pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang bisnis *online*, masyarakat Desa Tirtawangunan diharapkan dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Sehingga program ini tidak hanya akan membantu masyarakat dalam aspek

ekonomi, tetapi juga memberdayakan mereka untuk menjadi pelaku usaha yang lebih mandiri dan inovatif di era digital.

Marketplace merupakan platform yang memungkinkan penjual untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, sehingga potensi pasar bagi produk lokal dapat meningkat secara signifikan. Dengan mengenalkan konsep jual beli *online*, diharapkan masyarakat dapat menemukan peluang baru yang sebelumnya tidak terpikirkan, sehingga mereka dapat berinovasi dalam produk yang ditawarkan. Misalnya, mereka dapat mempertimbangkan untuk menjual produk olahan lokal, kerajinan tangan, atau bahkan layanan yang dapat diakses secara *online*. Dengan demikian, keberagaman usaha yang dijalankan oleh masyarakat akan meningkat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka.

Melalui implementasi ini, diharapkan penghasilan peserta kegiatan dapat meningkat hingga 70%. Peningkatan ini tidak hanya akan memberikan dampak positif bagi individu, tetapi juga akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi semakin canggih dari tahun ke tahun. Sehingga dapat dimanfaatkan sebagai wirausaha modern, penyedia jual beli *online* dan sebagai alat bisnis yang didukung oleh *marketplace*. Faktanya perusahaan sudah lama menggunakan media sosial dan *marketplace* untuk meningkatkan penjualan bisnis mereka. Bukan hanya perusahaan saja yang menggunakan internet sebagai sarana berbisnis saat ini, tetapi pelajar, ibu rumah tangga dan pelaku usaha pun bisa mengakses semuanya. *Marketplace* sebagai sarana jual beli online dapat meningkatkan pendapatan pribadi, keberhasilan bisnis dan keberlanjutan usaha.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Kuningan, pelaku usaha dan kelompok PKK, serta Pemerintah Desa Tirtawangunan atas segala dukungan yang telah diberikan sehingga terselenggaranya kegiatan pengabdian ini.

Referensi

- Donal Andri Putera, "jumlah Pembeli "Online" Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi", <https://ekonomi.kompas.com/>, diakses 17 Januari 2025.
- Lubis, Irfan Arfan. 2010. Akuntansi Keprilakuan, edisi dua. Salemba Empat: Jakarta
- Rahayu, F. (2013). *Penggunaan Media Online Untuk Bisnis Oleh Perempuan (Studi*

Deskriptif Pengelolaan Informasi untuk Bisnis dengan Media Online oleh Perempuan pada Komunitas WOSCA). 1–15.

Sahvitri, I. L. (2022). *Peran Bisnis Jual Beli Online Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga*. *Greenomika*, 3(2), 67–80. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2021.03.2.3>

Suwarso. (2018). *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi Dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akuntansi Pgri Jember)*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 98. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1755>

Suherman. (2009). *Aspek HUKUM Ekonomi Islam*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Urnomo. (2000). *Konsumen dan Transaksi E-commerce*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.