



Indonesian Journal of
Society ^{@TM}
Engagement



Terbit tiga kali setahun pada April, Agustus, dan Desember.
Berisi tulisan yang diangkat dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)
dalam berbagai bidang ilmu.

Editor in Chief

Syamruddin (ID Scopus: 57245744900) - (ID Scholar: _nrNbvKAAAAJ) - (ID Orcid: 0000-0002-8711-5788)
(ID Publon: 4727903), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Editors

Retno Purwani Setyaningrum (ID Scopus: 57195427700) - (ID Scholar: qeG41DUAAAAJ),
Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

Wahid Akbar Basudani (ID Scholar: y-kmEyKAAAAJ), Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Iman Lubis (ID Scholar: s0SsY-MAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Gatot Kusjono (ID Scopus: 57219986237) - (ID Scholar: hQWXdEkAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Hamdi Mahmud (ID Scholar: dConDzcAAAAJ), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPN, Karawang, Jawa Barat, Indonesia

Ahmad Nazir (ID Scholar: idnCqcwAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Kusworo (ID Scholar: yJmihNAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Oki Iqbal Khair (ID Scholar: uikOE2MAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Angga Juanda (ID Scholar: MICJRw8AAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Arif Surahman (ID Scholar: M0iAYYUAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Reviewers

Jumadil Saputra (ID Scopus: 57195569546) - (ID Scholar: dMU2OfOAAAAJ), Universiti Malaysia Terengganu, Malaysia

Asep Kamaluddin Nashir (ID Scopus: 57205607634) - (ID Scholar: NQvAJ4sAAAAJ), Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta, Indonesia

Abror (ID Scopus: 57201779260) - (ID Scholar: S7XEwfsAAAAJ), Universitas Negeri Padang, Indonesia

Prita Prasetya (ID Scopus: 57219125255) - (ID Scholar: HnHL9JcAAAAJ), Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

Melwin Syafrizal (ID Scholar: br0HlroAAAAJ), Universitas AMIKOM Yogyakarta, Indonesia

Ali Zaenal Abidin (ID Scopus: 57203998345) - (ID Scholar: _D0_5E4AAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Juhaeri (ID Scopus: 57223021697) - (ID Scholar: abr-6FQAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Ahmad Fitriansyah (ID Scholar: _u9HgYMAAAAAJ), Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma, Jakarta, Indonesia

Nefo Indra Nizar (ID Scholar: EHaTqjoAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Achmad Nur Sholeh (ID Scholar: yOBROfwAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Ivan Putranto (ID Scopus: 57245630200) - (ID Scholar: JNChT_QAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Irwanyah (ID SINTA: 6658440), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Ahmad Yani Nasution (ID Scholar: JgOOzEUAAAAJ), Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)

dengan alamat Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

Jalan Kiwi IV No. 7, Griya Pamulang Estate, Pamulang Timur, Tangerang Selatan 15417

Website : www.jurnal.lkd-pm.com

E-mail : journalsociety@lkd-pm.com

Telp./Faks. : 021-74771224

Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)

diterbitkan oleh Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

sejak Agustus 2020. Terbit berkala tiga kali setahun.

Penanggung jawab Direktur LKD-PM.

Penerbit menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan oleh media atau jurnal lain. Tulisan dibuat sesuai template penulisan jurnal dan dikirim melalui submission. Tulisan yang masuk akan di-review substansinya dan disunting untuk keseragaman format, istilah, dan tata cara lainnya.

Pengantar Redaksi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkah, rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)*, akhirnya dapat terbit untuk yang keduabelas kalinya. Edisi keduabelas, Vol. 5, No. 1, April 2024 ini, merupakan pencapaian tersendiri bagi kami selaku pengasuh/pengelola. Adapun Jurnal yang lebih mengkhususkan pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini terbit setiap tiga bulan yaitu pada April, Agustus, dan Desember.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor: 79/E/KPT/2023 tentang Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode I Tahun 2023 per tanggal 11 Mei 2023, Alhamdulillah *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)* Terakreditasi Peringkat SINTA 4.

Adapun cakupan dalam *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)* ini berfokus pada penelitian, pengabdian kepada masyarakat, implementasi, dan kebijakan tentang keterlibatan masyarakat. Kami berharap jurnal ini dapat menyebarkan isu-isu yang menyangkut pelibatan masyarakat di seluruh Indonesia.

Tentu, pada penerbitan edisi yang keduabelas ini masih banyak terdapat kekurangan di sana-sini. Untuk itu kami menerima masukan berupa kritikan dan saran guna perbaikan pada edisi-edisi berikutnya. Kritik dan saran dapat dikirimkan ke alamat redaksi atau melalui email *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)*.

Sebagai penutup, kami mengundang Bapak/Ibu/Sdr., segenap pembaca untuk dapat mengisi *Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)*.

Terima kasih dan selamat membaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Redaksi

DAFTAR ISI

Membangun Generasi Digitalpreneur
Melalui Pelatihan Keterampilan
Digital Marketing bagi Badan S
antunan Yatim, Margonda, Depok
oleh *Wahid Akbar Basudani, Harry Mulyadi,*
Valentine Theresia Simamora,
Obi Eko Purwanto 1

Menumbuhkembangkan Minat dan
Budaya Menulis Karya Ilmiah
di Kalangan Siswa-Siswi SMK
Link and Match, Kota Tangerang
Selatan, Banten
oleh *Syamruddin, Kamsidik* 38

.....
Pemanfaatan Teknologi Informasi
untuk Meningkatkan Penjualan Produk
UMKM Melalui Digital Marketing
di Kelurahan Keranggan, Setu,
Tangerang Selatan
oleh *Irmal, Muh. Sutoro, Oki Iqbal Khair* 11

.....
Penyuluhan Legalitas dan Perlindungan
Hukum dalam Bisnis Digital
oleh *Mahendra Jaya, Agus Eko Tejo Sasongko,*
Ismail Umar, Edy Sutrisno, Novi Desanti,
Hasymi Rinaldi, Anggita 58

.....
Pelatihan Penyusunan Modul
Pembelajaran Berbasis Proyek
(Project Based Learning) bagi Guru
SMK PGRI 39, Jakarta
oleh *Citra Eliyani, Ambar Widya Lestari,*
Krida Puji Rahayu 29

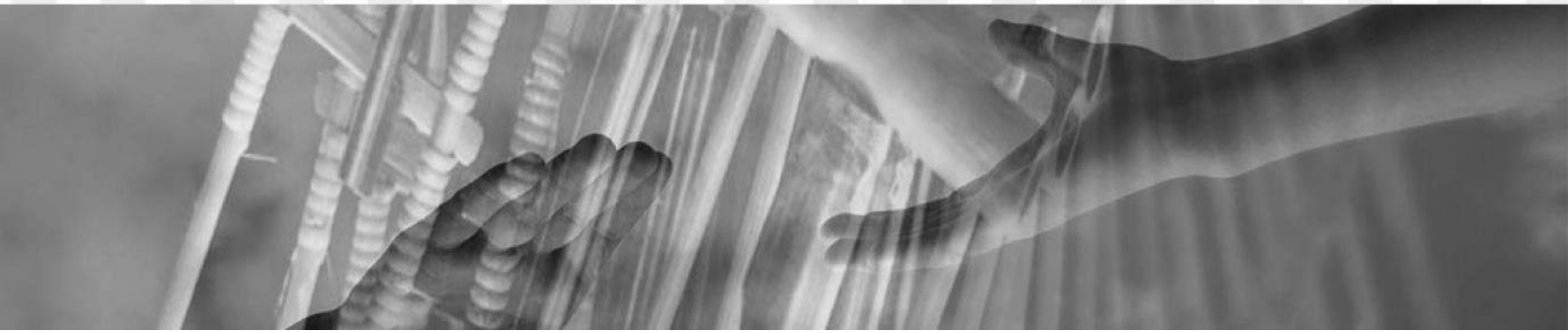
.....



Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Membangun Generasi Digitalpreneur Melalui Pelatihan Keterampilan Digital Marketing bagi Badan Santunan Yatim, Margonda, Depok

Wahid Akbar Basudani*, Harry Mulyadi, Valentine Theresia Simamora, Obi Eko Purwanto
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri, Jalan Raya Jatiwaringin No. 2 RT 08 RW 13,
Cipinang Melayu, Kecamatan Makasar, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13620, Indonesia

*wahidakbarbasudani@gmail.com

Kata Kunci:
pelatihan;
pemasaran
digital;
wirausaha digital

Abstrak Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memberikan pelatihan bagi para anak-anak remaja yang berada dibawah bimbingan Badan Santunan Yatim Margonda, Depok dimana anak-anak yang bernaung dalam lembaga ini memerlukan pengetahuan keterampilan digital dalam pengembangan usaha. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan ceramah atau pemaparan materi secara langsung, terdiri dari penjelasan tentang apa itu digitalpreneur sampai dengan pemanfaatan e-commerce dalam membangun toko online. Dengan mengetahui konsep digipreneur ini para anak-anak remaja tersebut dapat mengetahui potensi dari berwirausaha yang didukung dengan kemampuan memanfaatkan teknologi.

Keywords:
training;
digital
marketing;
digitalpreneur

Abstract This Community Service activity aims to provide socialization and training for teenagers who are under the guidance of the Margonda Orphan Compensation Agency, Depok where children who take shelter in this institution need knowledge of digital skills in development efforts. The method used is by giving lectures or presenting material directly, consisting of an explanation of what digitalpreneur is to the use of e-commerce in building an online shop. By knowing the concept of digipreneur, teenagers can understand the potential of entrepreneurship which is supported by the ability to utilize technology.

PENDAHULUAN

Badan Santunan Yatim RW 05, 06, dan 07 yang beralamat di Jalan Margonda Raya, Gang Rambutan Rt. 01/07 nomor 55 Pondok Cina Beji, Depok merupakan salah satu lembaga yang menaungi anak-anak yatim di wilayah Margonda, Depok. Selain sebagai tempat bernaung bagi para anak-anak yatim, lembaga ini memiliki tujuan yang mulia, di mana mereka berharap anak-anak yatim tersebut dapat tumbuh menjadi anak-anak yang memiliki masa depan yang cerah dan dapat menghidupi diri mereka baik dengan mendapatkan pekerjaan yang layak maupun dengan berwirausaha.

Berwirausaha merupakan salah satu jalan yang menjadi fokus dari Badan Santunan Yatim dalam membina anak-anak yang bernaung pada lembaga tersebut. Berwirausaha pada era kemajuan teknologi saat ini yang terjadi secara besar-besaran tentunya menjadi tantangan sendiri bagi anak-anak bimbingan Badan Santunan Yatim.

Perkembangan teknologi yang terus-menerus berjalan dengan cepat memaksa setiap individu agar dapat beradaptasi dan siap dalam beradaptasi terhadap perubahan-perubahan yang setiap saat terjadi. Suka tidak suka pemanfaatan teknologi yang terus-menerus terbarukan menjadi sebuah keharusan jika seseorang tidak ingin tertinggal. Kemahiran terkomputerisasi saat ini menjadi semakin penting mengingat pesatnya perkembangan inovasi dan besarnya pemanfaatan media canggih dalam lingkaran sosial seperti komunikasi, pengajaran, perdagangan data, dan perdagangan (Wahyudin et al., 2023).

Kemampuan untuk melek digital menjadi kemampuan yang sangat penting dimana melek digital merupakan sebuah arah kepada kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan beradaptasi dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari (Rahmah, 2023). Apabila dalam kehidupan perkembangan teknologi yang terjadi memberikan dampak, tentunya dunia wirausaha dewasa ini juga sangat dipengaruhi oleh perihal kemajuan teknologi.

Ketika berbicara mengenai berwirausaha, tentu tidak akan terlepas dari proses *marketing*. Dengan pemanfaatan perkembangan teknologi dewasa ini *marketing* akan membawa sebuah usaha kepada perkembangan yang sangat cepat. Jika dulu para pemasar hanya menggunakan media yang terbatas pada surat kabar, majalah, radio, dan televisi, kini pemasaran dilakukan dengan menggunakan teknologi *website*, atau yang dikenal dengan istilah *digital marketing* (Sifa & Ramadhani, 2021).

Dapat dikatakan bahwa tren pemasaran secara global berpindah dari pemasaran konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*) (Altin & Wahyudin, 2023). Kemajuan bisnis yang dijalankan dengan baik tidak lepas dari isu promosi yang dimanfaatkan untuk menciptakan atau memperluas wilayah iklan, di mana isu *display* lebih menekankan pada cara menampilkan data yang menguntungkan dalam meraih pangsa pasar yang lebih luas dan pengenalan data di mana hal ini terkait dengan seberapa besar dampaknya terhadap pasar. Dengan demikian dapat memperluas minat beriklan dan memperoleh kendali atas barang yang diiklankan (Taufiq et al., 2023).

Pemanfaatan *digital marketing* saat ini banyak membantu para wirausaha dalam memasarkan produk mereka. Sosial media juga difungsikan sebagai alat untuk promosi penjualan produk di mana penjual juga dapat menghemat biaya dan tempat, karena tidak perlu menyewa ruko untuk mendirikan tempat usaha, serta berbagai macam aspek lainnya (Wijaya et al., 2022). Usaha yang memanfaatkan media digital merupakan salah satu bidang dalam ekonomi yang diminati pada saat ini di mana banyak perusahaan yang sedang melakukan transisi atau bahkan sudah beralih dari bisnis konvensional menjadi bisnis digital, hal ini dimaksudkan untuk memperluas *market share* perusahaan (Abed et al., 2022).

Dalam pemasaran digital, media yang paling sering digunakan oleh para wirausaha pemula maupun perusahaan yang sudah berjalan saat ini adalah media *market place* berbasis *e-commerce*. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah sebuah model perdagangan yang memungkinkan perusahaan atau masyarakat untuk membeli atau menawarkan produk melalui internet (*online*) di mana hampir semua barang, termasuk layanan, dapat diakses secara *online* mulai dari makanan, musik, buku, barang keluarga, tiket pesawat, dan investasi bisa didapat melalui *e-commerce* (Ardhana & Mulyodiputro, 2023).

E-Commerce memberikan sebuah alternatif di mana perdagangan dapat dilakukan dengan modal yang cukup kecil (Lovita & Susanty, 2021). *E-commerce* yang sedang banyak digemari di saat ini adalah *market place* di mana para pengusaha melakukan transaksi penjualan di *market place* diuntungkan karena para pengusaha yang berbisnis tidak perlu membangun sebuah integrasi sistem dalam menjalankan usahanya (Sumarsan Goh & Sagala, 2021).

Selain memberikan manfaat, penggunaan *market place* juga dapat mendatangkan hal yang negatif baik bagi pengusaha maupun konsumen. *E-commerce* sendiri selain memberikan dampak positif yang sangat besar, juga dapat memberikan dampak negatif pada kerangka etalase *online* yang menghitung potensi produk berbahaya, pesanan yang tidak tepat, masalah pengangkutan barang, keluhan yang tidak ditanggapi, masalah jaminan informasi individu, dan tentu saja yang paling membahayakan konsumen adalah penipuan (Aryani & Susanti, 2022).

Mengetahui potensi yang besar terhadap penggunaan *market place* dalam membangun wirausaha baru yang bernaung pada Badan Santunan Yatim tanpa mengesampingkan risiko yang timbul dari penggunaan *market place*, Tim Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri bermaksud untuk memberikan pembekalan dan pelatihan terhadap anak-anak yatim RW 05, 06, dan 07 Margonda, Depok.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Universitas Nusa Mandiri kampus Margonda pada 18 Mei 2024. Metode yang dijalankan dalam kegiatan ini berbentuk ceramah. Sedangkan waktu pelaksanaan kegiatan \pm 4 jam.

Adapun tahapan-tahapan kegiatan PkM sebagai berikut:

1. Pembuatan materi atau modul kegiatan PkM.

Panitia mempersiapkan hasil cetak materi berupa modul dalam upaya memberikan kemudahan kepada para peserta untuk membaca teori-teori yang sedang disampaikan;

2. Penyusunan proposal PkM yang *disubmit* ke LPPM Universitas Nusa Mandiri.

3. Pelaksanaan PkM dengan perencanaan aktivitas meliputi:

a. 30 menit awal menjadi persiapan luring bagi peserta.

b. 150 menit untuk pemaparan materi dalam bentuk ceramah mengenai materi kegiatan PkM.

c. 40 menit berikutnya digunakan sebagai waktu diskusi dan pemberian pertanyaan dari peserta kepada Tim Tutor.

d. 30 menit *review* materi yang dilaksanakan dengan memberikan tes formatif kepada peserta yang dijawab secara individu.

4. Membuat laporan hasil dan luaran kegiatan PkM sebagai verifikasi bahwa kegiatan tersebut telah dilaksanakan dengan baik dan mudah. Strategi ini bertujuan agar peserta mendapat pemahaman akan pengetahuan yang disampaikan oleh tutor. Dengan demikian para peserta dapat mengeksekusi informasi yang diambil dengan baik dan akurat.

HASIL dan PEMBAHASAN

Sebagai sebuah lembaga sosial yang memiliki anggota, Badan Santunan Yatim, Margonda perlu memastikan bahwa para anggota yang berada dalam naungannya mendapatkan bekal ilmu dan pengetahuan serta kemampuan dalam berwirausaha usaha dengan pemanfaatan media digital untuk memasarkan produk dan jasa.

Digitalpreneur adalah seorang visioner bisnis yang menjalankan perdagangannya melalui *website* sebagai sarana untuk membeli/menjual barang (barang/jasa) secara *online*. Model usaha yang ada saat ini dalam hal promosi (*e-marketing*), alat penukaran atau transaksi dengan uang/virtual dan pengiriman tanpa harus bertemu langsung dengan pembeli bisa menjadi bentuk produksi atau reproduksi dengan penguasaan media.

Kehadiran teknologi digital di era industri 4.0 mampu mempengaruhi aspek dan elemen penting dalam masyarakat, di mana salah satunya pada aspek ekonomi. Tidak sedikit para wirausaha memanfaatkan peran media sebagai sarana pemasaran dari produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan sebagai upaya mendapatkan keuntungan yang optimal dan menjadikan produk tersebut bisa dikenal oleh masyarakat secara luas.



Gambar 1. Pemaparan materi PkM

Penjualan yang dilakukan dengan metode *digitalpreneur* meningkatkan ekosistem bisnis dengan pemanfaatan *e-commerce* dan juga mempengaruhi peningkatan penggunaan uang elektronik. Seorang *digitalpreneur* harus mampu menggunakan *platform* yang disediakan oleh berbagai *e-commerce* guna menjalankan fungsi-fungsi *marketing* di dunia digital. Sebagaimana diketahui bahwa terdapat beberapa *e-commerce*

yang dapat digunakan oleh para *digitalpreneur* di Indonesia seperti Blibli, Tokopedia, dan Shopee.

Pelatihan yang diselenggarakan untuk para anak-anak binaan Badan Santunan Yatim, Margonda berfokus pada langkah awal untuk menjadi seorang *digitalpreneur* yakni dengan membuka toko *online* pada *platform* Shopee. Tim tutor menuntun para peserta dari proses pembuatan akun, bagaimana cara mengunggah foto dari produk yang mereka miliki, pengelolaan profil pada toko *online*, pembuatan deskripsi dan spesifikasi produk yang akan dipasarkan, membuat beberapa varian produk dalam toko *online*, penetapan harga serta pemilihan jasa pengiriman dan membuat promosi atas produk mereka.



Gambar 1. Foto bersama dan penutupan kegiatan PkM

SIMPULAN

Anak-anak yang bernaung pada Badan Santunan Yatim, Margonda dapat memahami sosialisasi materi dengan judul kegiatan PkM Membangun Generasi Digitalpreneur: Pelatihan Keterampilan Digital untuk Badan Santunan Yatim RW 05, 06, dan 07,

Margonda, Depok dengan baik di mana acara sosialisasi tersebut berjalan dengan baik dan tidak ada kendala.

Kegiatan PkM yang diselenggarakan oleh Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri pada Badan Santunan Yatim, Margonda diharapkan dapat secara rutin dilaksanakan kepada anak-anak yang bernaung pada lembaga tersebut. Sehingga mereka dapat menambah wawasan dan pengembangan diri dan kemampuan berwirausaha melalui kegiatan PkM.

PENGHARGAAN

Tim Dosen yang melaksanakan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri menyampaikan terima kasih kepada Badan Santunan Yatim RW 05, 06, dan 07 Margonda, Depok baik kepada pengurus maupun anak-anak remaja binaan. Selain itu ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa-mahasiswi Program Studi Manajemen yang berperan aktif selama proses pelaksanaan kegiatan PkM. Kegiatan PkM ini dibiayai secara mandiri oleh para dosen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, M. Y., Maulidah, F., Madina, N. I., Fitriyah, R. H., & ... (2022). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Pada Umkm Di Kecamatan Lakarsantri: Praktik Kuliah Kerja Nyata. *PATIKALA: Jurnal* 1(4), 325–331.
- Altin, D., & Wahyudin, N. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Financial Technology dan Digital Marketing. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 262–276.

- Ardhana, V. Y. P., & Mulyodiputro, M. D. (2023). Pelatihan E-Commerce dan Marketplace Bagi Masyarakat Muda Desa Dasan Baru Kediri. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(1), 1–6.
- Aryani, A. P., & Susanti, L. E. (2022). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(1), 20–29.
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54.
- Rahmah, S. (2023). *Pentingnya Melek Digital pada Era Modern*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/sabrinarahmah7508/647c775508a8b538863e3e03/pentingnya-melek-digital-pada-era-modern>.
- Sifa, M., & Ramadhani, D. (2021). Pelatihan E-commerce anak muda melek digital marketing di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 2774–6755.
- Sumarsan Goh, T., & Sagala, E. (2021). Analisis E-Commerce Berbasis Marketplace Yang Berperan Membantu Wirausaha Pemula Dalam Menjalankan Bisnis. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 2(1), 1–6.
- Taufiq, M., Lubis, M., & Refiadi, G. (2023). Optimalisasi Bisnis Digital Dengan Pendampingan Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran UMKM Ranting Muhammadiyah Tasikmalaya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1737–1744.
- Wahyuidin, H., Wildhan, M. F. A., Mauludin, M. K., Hijari, M. L., Febriani, N. F., Lesmana, R. A., Alfitri, S., Mardhatillah, S. R., Tahupelasury, S. T., Zahirah, T. S.,

& Pertiwi, W. (2023). *Digitalisasi Desa Melalui Pendekatan Simbolis Dan Substantif Di Desa Margaasih, Kecamatan Margaasih*. 3(3), 115–128.

Wijaya, A. L., Kusuma Ayu Rosalianita Sari, A., & Hasanah, K. (2022). Pendampingan Ekonomi Kreatif Pada Panti Asuhan Muhammadiyah Kota Madiun Melalui Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan dan Pelatihan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 400–410.

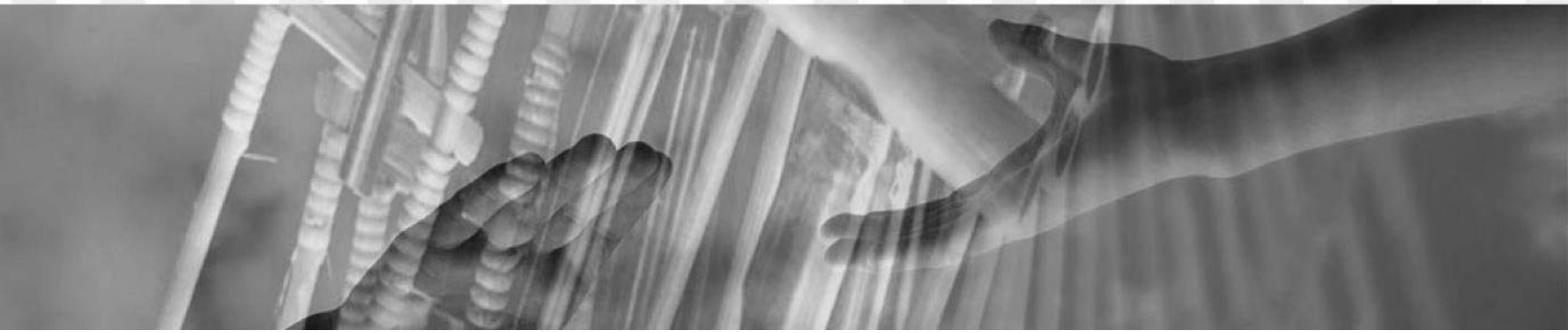




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Keranggan, Setu, Tangerang Selatan

Irmal*, Muh. Sutoro, Oki Iqbal Khair
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Jalan Surya Kencana, No. 1, Kecamatan. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia
**dosen01047@unpam.ac.id*

Kata Kunci:
teknologi informasi;
pemasaran digital;
penjualan produk;
UMKM

Abstrak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disebut dengan singkatan (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia khususnya di wilayah Kelurahan Keranggan Tangerang Selatan. Di era digital ini, pemanfaatan teknologi informasi, khususnya digital marketing, menjadi kunci untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan penjualan produk UMKM dengan digital marketing di suatu daerah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus di suatu daerah. Data dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan pelaku UMKM, analisis dokumen, dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi untuk digital marketing memberikan dampak positif terhadap penjualan produk para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Keranggan. Digital marketing membantu masyarakat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan mereka. Pemanfaatan teknologi informasi dengan digital marketing merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Perlu adanya pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan bagi pelaku UMKM agar mereka dapat memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dan efisien.

Keywords:
technology information;
digital marketing;
products sales;
MSMEs

Abstract Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) or commonly known as SMEs, are an important sector in the Indonesian economy, especially in the Kel. Keranggan area of South Tangerang. In this digital era, the use of information technology, especially digital marketing, is the key to increasing MSME product sales. This paper aims to analyze the use of information technology to increase MSME product sales with digital marketing in a particular area. This research uses a qualitative descriptive method with a case study in a particular area. Data were collected through direct interviews with UMKM actors, document analysis, and field observations. The results of the study show that the use of information technology for digital marketing has a positive impact on the sales of UMKM products in the Kelurahan Keranggan area. Digital marketing helps businesses reach a wider market, increase brand awareness, and build better relationships with their customers. The use of information technology with digital marketing is an effective strategy to increase UMKM product sales. There is a need for ongoing training and mentoring for UMKM actors so that they can utilize information technology effectively and efficiently.

PENDAHULUAN

Keranggan merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten. Penduduk asli Keranggan merupakan orang Sunda yang bertutur menggunakan bahasa Sunda dialek Tangerang. Di kelurahan ini juga terdapat Kampung Ekowisata dan Budaya Sunda Keranggan yang menjadi pusat pelestarian budaya dan bahasa Sunda di Kota Tangerang Selatan.

Warga Keranggan memiliki beberapa UMKM yang sangat dikenal seperti Kacang Kulit dan Keripik Singkong. Dalam rangka pelaksanaan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, terkait dengan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), dosen dan mahasiswa dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang menyelenggarakan kegiatan dengan judul “Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan” yang dilaksanakan pada Jumat, 24 Mei 2024.

Berdasarkan fakta yang ada pelaku UMKM di Kelurahan Keranggan masih banyak yang belum memahami tentang pemasaran digital, antara lain disebabkan:

1. Banyak pelaku UMKM yang masih awam dengan teknologi digital dan tidak memiliki pengetahuan dasar tentang pemasaran *online*.
2. Belum familiar dengan platform media sosial dan *tools digital marketing* lainnya.
3. Kurangnya pemahaman tentang bagaimana membuat tampilan produk agar menarik dan efektif untuk menarik pelanggan *online*.

Menurut Nir Eyal (2014) dalam bukunya "*Hooked: How to Build Habit-Forming Products*", produk yang sukses adalah produk yang mampu menciptakan kebiasaan pada penggunaannya. Prinsip ini dapat diterapkan dalam *digital marketing* untuk UMKM dengan membangun strategi yang mendorong keterlibatan pelanggan dan mendorong pembelian

berulang. Kemudian dalam buku "*The Art of Clear Thinking Why Flawed Logic Puts Us All at Risk and How Critical Thinking Can Save the World*" oleh Rolf Dobelli (2023) menekankan pentingnya berpikir kritis dalam pengambilan keputusan.

Dari faktor-faktor tersebut yang melatarbelakangi keinginan dosen melaksanakan kegiatan PkM dengan tujuan dapat memberikan bimbingan dan pelatihan kepada masyarakat. Selain itu diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan mereka di Kelurahan Keranggan dan memberikan edukasi tentang pentingnya teknologi informasi. Para pelaku usaha berharap sektor UMKM di Kelurahan Keranggan dapat menembus pasar nasional dan masuk daftar UMKM Kota Tangerang Selatan dengan menggunakan digital *marketing*. Untuk saat ini produk UMKM dijadikan sebagai salah satu oleh-oleh khas daerah Keranggan yang dijual di Eko Wisata Keranggan, Tangerang Selatan.

Banyak upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satunya dengan membuat program yang dapat memberikan akses bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya seperti membuat gerai produk UMKM di tempat-tempat wisata yang ada di Kelurahan Keranggan.

Pada era digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Hal ini juga berlaku bagi dunia usaha, termasuk sektor UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Di Kelurahan Keranggan, terdapat banyak UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, tak jarang mereka masih terkendala dalam menjangkau pasar yang lebih luas untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

Digital *marketing* hadir sebagai solusi tepat untuk membantu UMKM di Kelurahan Keranggan dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis mereka. Dengan memanfaatkan berbagai *platform* digital seperti media sosial, *website*, dan *e-commerce*,

UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial di sekitar Tangerang Selatan, bahkan hingga wilayah yang lebih luas.

Manfaat yang dapat diambil dari pelatihan digital *marketing* bagi UMKM di Kelurahan Keranggan, antara lain:

- 1) Jangkauan pasar yang luas; digital *marketing* memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan di luar batas wilayah geografis mereka. Hal ini membuka peluang baru untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar.
- 2) Meningkatkan *brand awareness*; melalui strategi digital *marketing* yang tepat, UMKM dapat membangun *brand awareness* dan meningkatkan citra merek mereka di mata konsumen.
- 3) Mengurangi biaya pemasaran; dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, digital *marketing* umumnya lebih hemat biaya. Hal ini memungkinkan UMKM untuk mengalokasikan dana mereka dengan lebih efektif untuk kebutuhan bisnis lainnya.
- 4) Meningkatkan interaksi dengan pelanggan; digital *marketing* memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka secara *online*. Hal ini dapat membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.
- 5) Mendapatkan data dan analitik: *platform* digital *marketing* menyediakan berbagai data dan analitik yang dapat membantu UMKM dalam memahami perilaku pelanggan dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

Meskipun menawarkan banyak manfaat, implementasi digital *marketing* juga memiliki beberapa tantangan bagi UMKM di Kelurahan Keranggan. Tantangan utama yang sering dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan *platform* digital. Selain itu, keterbatasan akses internet dan sumber daya finansial juga menjadi hambatan bagi beberapa UMKM.

METODE

Pelatihan tatap muka (*classroom training*), di mana metode ini dilakukan dengan memberikan pemahaman yang mendalam tentang digital *marketing* kepada peserta yang berjumlah 24 orang. Kemudian peserta dapat berinteraksi langsung dengan instruktur dan mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka secara langsung. Kegiatan ini dilaksanakan pada Jumat, 24 Mei 2024 di Aula Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Tangerang Selatan. Waktu kegiatan pukul 08.00 - 13.00 WIB.

Adapun materi pelatihan sebagai berikut:

1. Pengenalan digital *marketing*
 - a. Konsep dasar digital *marketing*
 - b. Manfaat digital marketing untuk UMKM
 - c. Mengenal berbagai *platform* digital *marketing*
2. Praktik membuat strategi digital *marketing*
 - a. Menentukan target pasar.
 - b. Menetapkan tujuan digital *marketing*.
 - c. Mengembangkan strategi konten.
 - d. Membangun strategi media sosial.
 - e. Melakukan foto produk
 - f. Melakukan iklan dan penjualan *online*.
3. Tanya jawab
 - a. Diskusi; peserta didorong untuk berpartisipasi dalam diskusi kelompok dan forum tanya jawab.
 - b. Simulasi; peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan apa yang telah mereka pelajari melalui simulasi dan studi kasus.

- c. Demonstrasi; instruktur mendemonstrasikan cara menggunakan berbagai alat dan platform digital *marketing*, seperti foto produk dan penjualan menggunakan media sosial, Salah satunya *market place Shoope*.
- d. Penugasan; peserta akan diberikan tugas untuk diselesaikan dan dinilai.

4. Evaluasi

Evaluasi oleh tim pelatihan. Tim pelatihan mengevaluasi efektivitas pelatihan berdasarkan hasil tes, penilaian tugas, dan partisipasi peserta.

HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan PkM ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan UMKM tentang digital *marketing*, meningkatkan kemampuan UMKM dalam menggunakan teknologi informasi digital *marketing*, meningkatkan daya saing UMKM di pasar *online*, dan meningkatkan penjualan produk UMKM dengan digital *marketing*. Pelaksanaan PkM dihadiri 24 pelaku usaha, yang terdiri dari 6 orang usaha warung kelontong, 11 orang usaha kacang kulit dan keripik, 3 orang usaha kantin, 1 orang usaha *fashion*, 2 orang usaha kue kering, dan 1 orang usaha penyalur kue basah.

Kelurahan Keranggan dikenal dengan produk kacang kulit yang dijual ke berbagai daerah di Tangerang Selatan, Jakarta, Bogor, Depok, dan sekitarnya. Dari 24 pelaku UMKM, baru 6 orang yang sudah menggunakan penjualan produknya melalui *e-commerce* atau sosial media. Namun dalam pengambilan foto produk baru 2 orang yang pernah mengikuti pelatihan ditempat lain. Mereka menganggap penggunaan digital *marketing* cukup sulit, karena ribet dan tidak banyak yang beli jika dibandingkan dengan berjualan secara langsung. Meskipun penjualan secara digital agak sulit tapi dalam hal pengiriman pesanan melalui telepon dan WA, proses pengiriman sudah banyak yang menggunakan sistem *online* seperti *Gofood* dan *Grabfoot*.

Pelatihan foto produk dan pengenalan penjualan secara digital berjalan sesuai yang diharapkan. Kemudian pemaparan materi dilanjutkan dengan pembahasan sebagai berikut:

1. Pengenalan digital *marketing*

a. Konsep dasar digital *marketing*

Apa itu digital *marketing*?

Dalam hal ini pengenalan digital *marketing* merupakan hal mendasar dimulai dengan pengenalan bagaimana menggunakan kamera *handphone* mengambil gambar produk agar lebih menarik. Selain itu pengenalan bagaimana memasarkan dengan menggunakan teknologi digital untuk menjangkau pelanggan. Hal ini berbeda dengan pemasaran tradisional yang menggunakan media *offline* seperti iklan cetak, radio, dan televisi.

b. Mengapa digital *marketing* penting?

Pelatihan digital *marketing* yang dilakukan untuk menginformasikan beberapa keuntungan bagi pelaku UMKM, antara lain:

- Dengan jangkauan yang luas; internet memungkinkan untuk menjangkau pelanggan secara luas.
- Target sasaran yang tepat; dengan *handphone* dapat mengirim pesan Anda kepada siapa saja yang menjadi pengikut atau teman.
- Mengedukasi bahwa melalui digital dapat berinteraksi lebih cepat dan lebih baik dengan pelanggan secara langsung melalui media sosial.
- Melalui perangkat digital lebih memudahkan untuk melacak pelanggan ada di mana.

c. Memperkenalkan jenis-jenis digital *marketing*

Ada banyak jenis digital *marketing*, namun beberapa yang paling umum seperti: *Search Engine Optimization (SEO)*, *Media Marketing (SMM)*, *Content Marketing*, *Email Marketing*, dan *Pay-Per-Click (PPC) Advertising*.

Tapi dalam pelatihan ini hanya memperkenalkan secara umum, dan yang menjadi fokus pelatihan adalah memanfaatkan teknologi dengan foto produk dan mengupload hasilnya di media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* untuk mempromosikan, menawarkan produk, dan membangun *brand awareness*, sehingga dapat berjualan secara langsung.

d. Memulai dengan digital *marketing*

Untuk memulai dengan digital marketing :

- Dimulai dengan menentukan tujuan; agar produk bisa dikenal dimulai dengan foto produk kemudian meningkatkan *brand awareness*, sehingga menghasilkan leads atau calon pelanggan yang berminat pada foto produk yang di-*upload*.
- Memahami target siapa yang ingin dijangkau dengan digital *marketing* sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan minat mereka.
- Memilih *platform* yang tepat; dengan menyesuaikan siapa yang paling cocok untuk target pasar produk yang ditawarkan.
- Membuat konten yang menarik; konten yang informatif, menarik, dan relevan dengan target pasar.
- Melacak hasil; pantau hasil digital *marketing* dan buat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja.

e. Tips sukses dalam digital *marketing*

Berikut adalah beberapa tips untuk sukses dalam digital *marketing*:

- Tetap konsisten: konsistensi adalah kunci dalam digital *marketing*. Pelaku usaha perlu secara konsisten membuat konten dan mempromosikan bisnis secara *online*.
- Terus belajar; dunia digital *marketing* selalu berubah, jadi penting untuk terus belajar tentang tren terbaru dan strategi terbaik.

Digital *marketing* adalah alat yang ampuh yang dapat membantu usaha untuk menjangkau pelanggan baru, meningkatkan *brand awareness*, dan mendorong penjualan. Dengan memahami konsep dasar dan mengikuti tips yang tercantum di atas, pelaku UMKM dapat memulai perjalanan menuju penjualan secara *online* dengan digital *marketing*.

2. Praktik membuat strategi digital *marketing*

Materi selanjutnya adalah Pelatihan "Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing", yang bertujuan untuk membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi dan digital *marketing* untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi digital *marketing* yang tepat dan terarah.

Berikut langkah-langkah untuk membuat strategi digital *marketing* dalam pelatihan UMKM:

1) Analisis situasi

Langkah pertama adalah menganalisis situasi UMKM yang akan mengikuti pelatihan, dilakukan dengan cara:

- Profil UMKM; jenis usaha, produk yang dijual, target pasar, dan saluran penjualan yang digunakan saat ini.

- Kemampuan digital UMKM; tingkat pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam menggunakan teknologi informasi dan digital *marketing*.
- Persaingan; siapa saja pesaing UMKM, dan bagaimana strategi digital *marketing* mereka.
- Peluang dan tantangan; apa saja peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam menerapkan digital *marketing*.

2) Menetapkan tujuan

Tujuan strategi digital marketing harus SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound). Contoh tujuan SMART untuk UMKM adalah:

- Cara meningkatkan *brand awareness* sebesar 20%.
- Cara meningkatkan *traffic website* sebesar 30%.
- Cara meningkatkan konversi penjualan *online* sebesar 10%.

3) Menentukan target audiens

Target audiens adalah kelompok orang yang ingin dijangkau dengan strategi digital marketing. Untuk menentukan target audiens, perlu dipertimbangkan:

- Demografi; usia, jenis kelamin, lokasi, pendidikan, dan pekerjaan.
- Minat; apa yang disukai dan diminati oleh target audiens.
- Kebutuhan; apa yang dibutuhkan oleh target audiens.
- Perilaku *online*; bagaimana target audiens menggunakan internet dan media sosial.

4) Memilih *platform* digital marketing

Ada banyak *platform* digital marketing yang tersedia, seperti *website*, media sosial, email *marketing*, dan *search engine optimization* (SEO). *Platform* yang dipilih harus sesuai dengan target audiens dan tujuan digital *marketing*.

5) Mengembangkan konten

Konten adalah elemen penting dalam digital *marketing*. Konten yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian target audiens dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan. Jenis konten yang dapat dibuat antara lain:

- Artikel blog; artikel yang informatif dan bermanfaat tentang produk atau layanan UMKM.
- Video; video yang menarik dan menghibur tentang produk atau layanan UMKM.
- Infografis; infografis yang informatif dan mudah dipahami tentang produk atau layanan UMKM.
- *E-book*; *E-book* yang berisi informasi yang berharga tentang produk atau layanan UMKM.

6) Mempromosikan konten

Setelah konten dibuat, perlu dipromosikan agar dapat menjangkau target audiens. Cara untuk mempromosikan konten antara lain:

- Media sosial; bagikan konten di media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*.
- Email *marketing*; kirimkan email kepada pelanggan untuk mempromosikan konten baru.
- *Search engine optimization* (SEO); optimalkan *website* UMKM agar mudah ditemukan di mesin pencari seperti *Google*.
- Iklan *online*; gunakan iklan *online* seperti *Google Ads* dan *Facebook Ads* untuk menargetkan audiens yang tepat.

7) Mengukur hasil

Penting untuk mengukur hasil digital *marketing* secara berkala. Hal ini untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan sudah efektif atau perlu dilakukan penyesuaian. Metrik yang dapat diukur antara lain:

- *Traffic website*; jumlah pengunjung website UMKM.
- *Engagement* media sosial; jumlah *like*, *comment*, dan *share* di media sosial UMKM.
- Konversi penjualan *online*; jumlah penjualan yang dihasilkan dari digital *marketing*.

8) Melakukan penyesuaian

Berdasarkan hasil pengukuran, perlu dilakukan penyesuaian strategi digital *marketing* jika diperlukan. Hal ini untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan selalu efektif dan mencapai tujuan yang ditetapkan.

Membuat strategi digital *marketing* untuk pelatihan UMKM membutuhkan perencanaan dan analisis yang matang. Dengan strategi yang tepat, digital *marketing* dapat membantu UMKM meningkatkan *brand awareness*, *traffic website*, konversi penjualan *online*, *ultimately*, dan meningkatkan keuntungan mereka.

Kegiatan pelatihan digital *marketing* di Kelurahan Keranggan baru saja usai, dan hasilnya sungguh luar biasa. Acara ini berjalan dengan lancar tanpa kendala berarti dan antusiasme para peserta sangatlah tinggi. Materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan dipahami dengan jelas oleh semua peserta.

Para peserta mengikuti setiap sesi dengan penuh semangat. Saat sesi tanya jawab, mereka menunjukkan minat yang besar untuk mendalami bagaimana teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM dengan digital

marketing. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha di Kelurahan Keranggan mulai menyadari pentingnya teknologi dalam mengembangkan bisnis mereka.

Selama ini, banyak pelaku usaha di wilayah Kelurahan Keranggan masih terpaku pada metode penjualan tradisional. Namun, melalui kegiatan ini, mereka mulai membuka mata akan potensi besar yang ditawarkan oleh teknologi digital. Mereka melihat bahwa teknologi dapat menjadi alat yang ampuh untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan *brand awareness*, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha siap untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman dan siap memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis mereka. Semangat dan antusiasme mereka merupakan modal penting untuk meraih kesuksesan di era digital ini.

Semoga kegiatan ini dapat menjadi inspirasi bagi para pelaku usaha lainnya untuk terus belajar dan mengembangkan diri di era digital. Mari bersama-sama kita manfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kemajuan UMKM di wilayah Kelurahan Keranggan.

Meskipun kegiatan pelatihan digital *marketing* ini berjalan dengan lancar dan membangkitkan semangat para peserta, beberapa kendala yang masih perlu dibahas. Peserta mengungkapkan bahwa mereka masih memiliki banyak pertanyaan dan kebingungan terkait pemanfaatan digital *marketing* untuk meningkatkan penjualan produk UMKM, di antaranya:

1. Kendala pertama terkait pembuatan foto produk yang menarik untuk media sosial.

Banyak peserta yang masih belum memahami bagaimana mengambil foto produk mereka agar lebih menarik dan *eye-catching* di *platform* media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Hal ini tentunya penting untuk menarik perhatian calon pembeli dan meningkatkan *engagement*.

2. Kendala kedua terkait penjualan produk di media sosial. Peserta masih membutuhkan edukasi tentang strategi dan teknik yang tepat untuk menjual produk mereka di *platform* media sosial. Hal ini mencakup pembuatan konten yang menarik, penggunaan *hashtag* yang tepat, dan interaksi dengan calon pembeli.
3. Kendala ketiga terkait penggunaan *marketplace* untuk menjual produk. Peserta masih belum familiar dengan *platform marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Mereka membutuhkan panduan tentang cara mendaftarkan toko *online*, mengelola produk, dan melakukan transaksi jual beli di *marketplace*.

Kendala-kendala di atas menjadi poin penting yang perlu diperhatikan oleh penyelenggara kegiatan dan pemangku kepentingan terkait. Perlu diadakan edukasi dan pelatihan yang lebih intensif dan berkelanjutan untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengatasi kendala-kendala tersebut dan memanfaatkan digital *marketing* secara maksimal.

Dengan mengatasi kendala-kendala ini, para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Keranggan akan lebih siap untuk bersaing di era digital dan meningkatkan penjualan produk mereka. Dukungan dan edukasi yang berkelanjutan dari berbagai pihak sangatlah penting untuk membantu para pelaku UMKM untuk meraih kesuksesan dalam era digital ini.

Evaluasi kegiatan PkM di Kelurahan Keranggan menunjukkan hasil yang menggembirakan. Kegiatan ini dinilai efektif dalam menarik minat para pelaku UMKM untuk belajar lebih giat lagi tentang digital *marketing*. Para peserta antusias dan termotivasi untuk mempelajari cara mempermudah pengenalan produk mereka melalui *platform* digital.

Keberhasilan ini tentunya patut diapresiasi. Keinginan para pelaku UMKM untuk belajar digital *marketing* menunjukkan bahwa mereka menyadari potensi besar yang

ditawarkan oleh teknologi digital untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis mereka.

Berdasarkan evaluasi, perlu dipertimbangkan beberapa hal untuk program selanjutnya:

1. Materi digital *marketing*

Mengingat antusiasme peserta yang tinggi, program selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk memperdalam materi digital *marketing*. Hal ini dapat dilakukan dengan menghadirkan pemateri yang lebih ahli, memberikan materi yang lebih detail dan praktis, serta menyediakan sesi tanya jawab yang lebih interaktif.

2. Menyediakan pelatihan praktis

Selain materi teori, program selanjutnya perlu menyediakan pelatihan praktis yang peserta untuk langsung menerapkan ilmu yang mereka pelajari. Pelatihan ini dapat berupa simulasi penjualan produk di media sosial, pembuatan *website* toko *online*, atau penggunaan *marketplace*.

3. Membangun komunitas

Membangun komunitas digital *marketing* di wilayah Kelurahan Keranggan dapat menjadi wadah bagi para pelaku UMKM untuk saling berbagi informasi, pengalaman, dan tips dalam memanfaatkan digital *marketing*. Komunitas ini dapat difasilitasi melalui *platform online* seperti *Facebook grup* atau *WhatsApp grup*.

4. Melakukan monitoring dan evaluasi

Penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap program digital *marketing* ini. Hal ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas program, mengidentifikasi kekurangan, dan melakukan perbaikan untuk program selanjutnya.

Dengan mempertimbangkan poin-poin evaluasi dan pengembangan program di atas, diharapkan program digital *marketing* seperti ini dapat terus berkembang dan

memberikan manfaat yang lebih besar bagi para pelaku UMKM di wilayah tersebut. Kesuksesan program ini akan membuka jalan bagi kemajuan para pelaku UMKM dan meningkatkan daya saing mereka di era digital yang penuh tantangan dan peluang.

SIMPULAN

Antusiasme dan partisipasi para pelaku UMKM dalam pelatihan digital *marketing* merupakan kunci utama bagi UMKM di Kelurahan Keranggan untuk meningkatkan penjualan, menjangkau pasar yang lebih luas, dan membangun *brand awareness*. Selain itu membuat foto produk, mengupload di media sosial, *e-commerce*, mesin pencari, dan email *marketing* dapat menjadi alat yang ampuh untuk mencapai tujuan tersebut.

Dukungan dan edukasi yang berkelanjutan dari berbagai pihak sangat penting untuk membantu para pelaku UMKM di wilayah ini meraih kesuksesan dalam era digital. Pelatihan digital *marketing* idealnya rutin dilaksanakan dengan fokus pada kebutuhan UMKM lokal, menghadirkan praktisi handal, dan tingkatkan intensitasnya. Selain itu perlu membangun komunitas dan ekosistem digital, serta perlu mengajukan akses internet gratis di tempat pelatihan agar dapat menjangkau lebih banyak pelaku usaha.

PENGHARGAAN

PkM ini dibiayai oleh Universitas Pamulang. Terima kasih disampaikan kepada Lurah Keranggan Bapak Agus Muhdi, S.Ag beserta jajarannya sebagai mitra pengabdian. Begitu pula kepada seluruh masyarakat pelaku UMKM yang sudah meluangkan waktunya dalam pelatihan melalui PkM yang diinisiasi oleh dosen beserta sivitas akademika Universitas Pamulang dan mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Dobelli, R. (2013). *The Art of Thinking Clearly: The Secrets of Perfect Decision-Making*. Hachette UK.
- Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Penguin.
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi Pkm*, 2(2), 206-211.
- Jasmani, J., Maduningtias, L., & Irmal, I. (2019). Pelatihan Dan Penguasaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Remaja Di Lingkungan Benda Timur IV. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 2(1), 65-68.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Sinek, S. (2019). *Start with Why. Cara Pemimpin Besar Menginspirasi Orang Untuk Bertindak*.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.
- Supriatna, A., Rahayu, S., & Anggraini, N. (2023). Strategi Pengembangan Usaha UMKM melalui Digital Marketing di MASA Pandemi Covid-19 Desa Ciseeng, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor. *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1-3.
- Thiel, P., & Masters, B. (2014). *Zero to one: Notes on startups, or how to build the future*. Crown Currency.
- Vidyanata, D., Irmal, I., Hanika, I. M., Kusuma, R. C. S. D., & Seseli, E. M. (2024). Analysis of Generation Z's Social Media Marketing Activities Relations on Brand

Equity: Context on Fashion Products. Sultanist: Jurnal Manajemen dan Keuangan,
12(1), 67-79.

Wardhana, A. (2023). Perilaku Konsumen Di Era Digital. Purbalingga: Eureka.

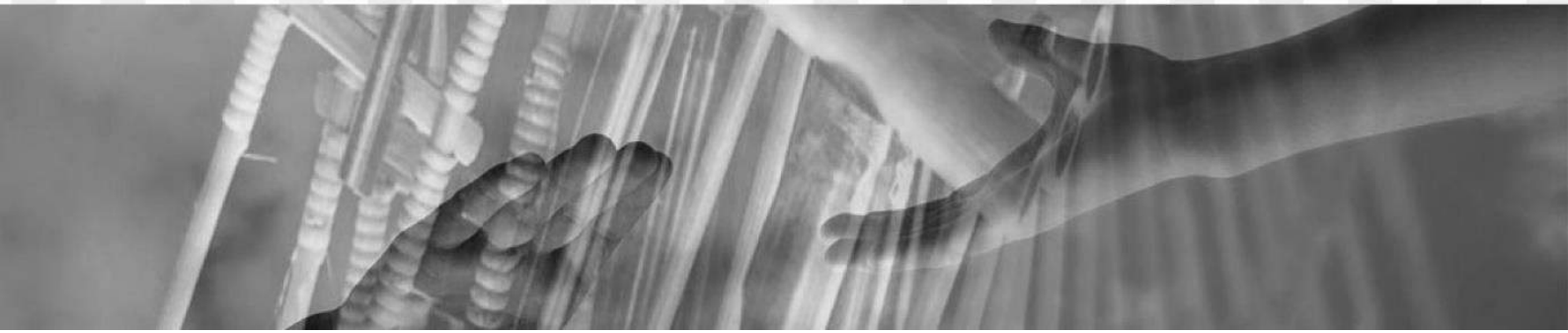




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Pelatihan Penyusunan Modul Pembelajaran Berbasis Proyek (*Project Based Learning*) bagi Guru SMK PGRI 39, Jakarta

Citra Eliyani*, Ambar Widya Lestari, Krida Puji Rahayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana, No. 1, Kecamatan. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

*dosen01776@unpam.ac.id

Kata Kunci:
pelatihan;
modul ajar;
pembelajaran
berbasis proyek

Abstrak Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan materi mengenai pentingnya penyusunan modul belajar berbasis *Project Based Learning*, memberikan pelatihan keterampilan kepada guru-guru di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam membuat atau menyusun modul berbasis *Project Based Learning*, dan memberikan pendampingan serta pelatihan dalam. guru-guru di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam membuat atau menyusun modul berbasis *Project Based Learning*. Pengabdian ini dilaksanakan di SMK PGRI 39 Jakarta. Metode pengabdian yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab dan simulasi. Peserta kegiatan pengabdian ini adalah guru SMK PGRI 39 Jakarta. Hasil dari pengabdian ini mampu memberikan dampak yang positif, antara lain: para guru dapat meningkatkan kemampuan menyusun modul ajar dengan memahami setiap komponen penyusunan modul ajar, para guru lebih semangat menyusun modul ajar secara teratur, dan para guru termotivasi untuk harus terus meningkatkan kemampuan pedagogiknya. Harapan dengan pengabdian ini dapat menambah ilmu yang bermanfaat dalam hal penyusunan modul ajar secara teratur khususnya modul ajar berbasis proyek yang relevan dengan tujuan pembelajaran di SMK.

Keywords:
training;
teaching
modules;
project based
learning

Abstract The purpose of this community service is to provide understanding and material on the importance of preparing *Project-Based Learning*-based learning modules, providing skills training to teachers in Vocational High Schools (SMK) in making or compiling *Project-Based Learning*-based modules, and providing assistance and training in teachers in Vocational High Schools (SMK) in creating or compiling modules based on *Project Based Learning*. This service was held at SMK PGRI 39 Jakarta. The service methods used are lectures, questions and answers, and simulations. The participants of this service activity are teachers of SMK PGRI 39 Jakarta. The results of this service can have a positive impact, including: teachers can improve their ability to prepare teaching modules by understanding each component of the preparation of teaching modules, teachers are more enthusiastic about preparing teaching modules regularly, and teachers are motivated to continue to improve their pedagogical skills. It is hoped that this service can add useful knowledge in terms of the preparation of teaching modules regularly, especially project-based teaching modules that are relevant to learning objectives at SMK.

PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mempunyai peranan penting dalam menyiapkan dan mengembangkan sumber daya manusia (SDM) untuk dapat memenuhi kebutuhan dunia usaha maupun industri. Proses pembelajaran merupakan faktor penting untuk mewujudkan siswa yang siap kerja setelah lulus. SMK merupakan lanjutan pendidikan menengah pertama yang mempunyai tujuan utama me-nyiapkan tenaga kerja yang terampil, profe-sional, dan berdisiplin tinggi sesuai dengan tuntutan dunia kerja (Wulandari & Surjono, 2013).

Kemampuan SDM berperan penting dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab dalam menjalankan tugas pengelola dan pelaksana yang dalam hal ini unsur dari organisasinya (Roswirman & Elazhari, 2021). Proses pembelajaran yang efektif akan mendorong hasil belajar yang optimal. Proses tersebut membutuhkan sumber belajar yang relevan dengan kebutuhan guru dan siswa.

Bahan ajar tercetak berbentuk modul dapat dijadikan sebagai solusi alternatif dalam hal belum tersedianya bahan ajar karena modul merupakan suatu bentuk bahan ajar berbasis cetakan yang dirancang untuk belajar secara mandiri yang dilengkapi dengan petunjuk untuk belajar sendiri dan dapat memotivasi siswa dalam belajar. Selain bermanfaat untuk siswa, modul juga mempermudah guru dalam melaksanakan proses pembelajaran sesuai dengan tujuan pembelajaran. Tujuan menuntun kepada apa yang hendak dicapai, atau sebagai gambaran tentang hasil akhir dari sesuatu kegiatan (Rahayu, 2018).

Aktivitas tersebut pun dilakukan para guru di SMK PGRI 39, Jakarta. Para guru diharapkan dapat menyusun bahan ajar yang sesuai dengan kebutuhan siswa. Peran guru secara langsung dalam mendorong proses pembelajaran yang efektif adalah melalui

penyusunan bahan ajar yang relevan dengan tujuan belajar siswa. Hal ini diharapkan dapat berdampak langsung pada peningkatan hasil belajar siswa yang kreatif.

Menurut (Dw et al., 2015) menyatakan bahwa, “Model pembelajaran *project based learning* yang melibatkan peran aktif siswa pada hakekatnya bertujuan untuk: (1) Meningkatkan motivasi, (2) kemampuan berfikir tingkat tinggi, (3) memahami materi secara menyeluruh, (4) meningkatkan ketrampilan proses siswa.” Bagi para guru menerapkan model pembelajaran *project based learning* pada penyusunan modul adalah langkah penting untuk menciptakan kondisi belajar aktif dan positif di dalam kelas.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa perlunya untuk melaksanakan pelatihan penyusunan modul pembelajaran berbasis proyek (*project based learning*) bagi para guru di SMK PGRI 39, Jakarta karena belum tersedianya sumber belajar mandiri berupa modul pembelajaran berbasis proyek yang digunakan oleh siswa untuk memahami mata pelajaran. Selain itu juga dalam proses pembelajaran guru dan siswa memerlukan suatu media pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik materi mata pelajaran.

Pelatihan penyusunan modul pembelajaran berbasis proyek bagi para guru SMK PGRI 39 Jakarta dirasakan sangat penting karena banyak lulusan Sekolah Menengah Kejuruan yang sulit mencari pekerjaan atau banyak yang menganggur, diperlukannya bahan ajar yang mendukung siswa untuk aktif, inovatif dan kolaboratif dalam kegiatan pembelajaran, masih ada beberapa guru yang kesulitan dalam menyusun modul atau bahan ajar karena kurangnya informasi seperti pelatihan dan bimbingan yang masih terbatas. Implementasi *project based learning* merupakan pendekatan yang memposisikan siswa di pusat proses pembelajaran dan mempersiapkan mereka ke kehidupan nyata dengan mengekspos mereka ke masalah kehidupan nyata (Nurhadiyati et al., 2020).

Penggunaan modul dalam pembelajaran bertujuan agar siswa dapat belajar mandiri tanpa atau dengan minimal dari guru. Di dalam pembelajaran, guru hanya sebagai fasilitator. Semakin relevan suatu modul dengan kebutuhan siswa maka akan berdampak positif pada capaian pembelajaran. Modul ajar yang berbasis proyek akan memberikan pengalaman berkesan bagi siswa karena materinya bersifat kontekstual, siswa akan diarahkan untuk membuat suatu karya yang akan memberikan pengalaman belajar langsung secara nyata. Pengalaman tersebut akan menjadi bekal penting bagi siswa dan harapannya siswa smk akan siap kerja setelah lulus dari sekolah menengah.

Memberikan pendidikan dan pelatihan yang komprehensif mengenai penyusunan modul ajar yang berbasis proyek bagi para guru merupakan salah satu solusi efektif. Menurut (Eliyani et al., 2020) pendidikan adalah usaha untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan pengajaran, dan latihan bagi perannya dimasa yang akan datang Modul ajar berbasis proyek bukan hanya mempermudah guru dalam proses pembelajaran di kelas tetapi juga memberikan kesempatan siswa belajar mandiri dan membangun pengalamannya. Mendorong guru untuk termotivasi dalam penyusunan modul ajar bagi siswa. guru memiliki kesibukan yang luar biasa selain kewajiban mengajar di kelas, dorongan bagi guru agar semangat menyusun modul ajar berbasis proyek akan meringankan beban guru dalam pencapaian tujuan belajar sehingga tujuan belajar dapat tercapai ditengah padatnya aktivitas para guru.

METODE

Metode kegiatan yang dilakukan dalam Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa pemberian tips dan trik kepada para peserta.

Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Tahap persiapan

- a. Survei awal,
- b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran. Setelah survei maka ditentukan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan.

2. Tahap pelaksanaan

Tahap ini akan diberikan penjelasan mengenai apa itu pentingnya pelatihan penyusunan modul ajar bagi para guru SMK PGRI 39, Jakarta. Sesi ini menitikberatkan pada pemberian penjelasan mengenai bagaimana cara agar konsisten dalam penyusunan modul ajar. Penekanan pada kesadaran para guru akan pentingnya penyusunan modul ajar khususnya modul ajar yang berbasis proyek pada Guru SMK PGRI 39, Jakarta.

3. Tahap Pelatihan

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan yaitu:

- a. Metode ceramah.
- b. Metode tanya jawab.
- c. Metode simulasi.

HASIL dan PEMBAHASAN

Tahap persiapan

Sebelum melaksanakan PkM, tim dosen Universitas Pamulang melakukan pra survei ke SMK PGRI 39, Jakarta. Berdasarkan data dan informasi yang didapatkan guru masih kesulitan dalam penyusunan modul ajar secara teratur. Untuk itu sebagai pelaksana PkM bergerak untuk berbagi informasi dan pengalaman para guru di SMK PGRI 39, Jakarta.

Setelah itu, tim PkM yang terdiri dari tiga dosen Universitas Pamulang melakukan *forum group discussion* (FGD) untuk mempersiapkan pelaksanaan kegiatan sesuai waktu yang disepakati dengan Endah, perwakilan SMK PGRI 39, Jakarta

Tahap pelaksanaan

Pelaksanaan PkM terlaksana atas kerja sama Universitas Pamulang dengan guru SMK PGRI 39, Jakarta. Tema PkM yaitu: “Penyusunan Modul Ajar Berbasis Proyek (*Project Based Learning*) bagi Para Guru SMK PGRI 39, Jakarta”. Kegiatan ini diketuai Citra Eliyani, S.Pd., M.Pd. dengan narasumber Ambar Widya Lestari S.Pd., M.Pd. dan Krida Puji Rahayu S.Pd., M.Pd. Kegiatan dihadiri oleh 7 guru SMK PGRI 39, Jakarta.



Gambar 1. Suasana pelatihan penyusunan modul ajar



Gambar 2. Tim pengabdian kepada masyarakat

Tahap pelatihan

Untuk melaksanakan kegiatan PkM, tim dosen menggunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

a. Metode ceramah

Metode yang digunakan dalam penyusunan modul ajar berbasis proyek dimulai dengan memberikan ceramah atau presentasi. Bertindak sebagai narasumber yaitu Ambar widya Lestari. Sedangkan moderator yaitu Krida Puji Rahayu.

b. Metode tanya jawab

Setelah sesi ceramah selesai, dilanjutkan sesi tanya jawab. Peserta sangat antusias untuk menanyakan bagaimana cara agar tetap semangat dan teratur dalam penyusunan modul ajar berbasis proyek. Peserta yang bertanya diberikan cinderamata dari Universitas Pamulang dan sumbangsih dari para dosen.

c. Metode simulasi

Dalam pelatihan ini juga diberikan metode simulasi, sehingga peserta langsung dapat mempraktikkan apa-apa yang sudah disampaikan. Apabila ada kendala maka langsung dibantu pada saat itu juga. Simulasi penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengetahuan dan ilmu yang diserap pada saat pelatihan.

SIMPULAN

Pelaksanaan PkM yang dilakukan oleh dosen-dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang berjalan dengan lancar. Kegiatan ini juga mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu para guru di SMK PGRI 39, Jakarta.

Adapun hasil dari PkM ini yaitu mampu memberikan dampak yang positif antara lain para guru dapat meningkatkan kemampuan menyusun modul ajar dengan memahami

setiap komponen penyusunan modul ajar. Kemudian para guru lebih semangat menyusun modul ajar secara teratur. Selain itu para guru termotivasi untuk harus terus meningkatkan kemampuan pedagogiknya.

Melalui kegiatan PkM ini diharapkan dapat menambah ilmu yang bermanfaat dalam hal penyusunan modul ajar secara teratur. Khususnya modul ajar berbasis proyek yang relevan dengan tujuan pembelajaran di SMK.

PENGHARGAAN

Kegiatan PkM ini dibiayai secara mandiri. Pada kesempatan ini tim PkM mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pamulang, guru SMK PGRI 39, Jakarta, dan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga kegiatan PkM ini bermanfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dw, I., Handayani, A. T., Karyasa, W., & Suardana, N. (2015). Komparasi Peningkatan Pemahaman Konsep Dan Sikap Ilmiah Siswa Sma Yang Dibelajarkan Dengan Model Pembelajaran Problem Based Learning Dan Project Based Learning. In *Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Pendidikan IPA* (Vol. 5).
- Darmiyati, D., Sunarno, S., & Prihandoko, Y. (2023). Pelatihan Pembuatan Perangkat Pembelajaran Berbasis Proyek Pada Pembelajaran Matematika Sekolah Dasar Kecamatan Kusan Hulu Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8891-8895
- Eliyani, C., Tiyani, S., Rahayu, K. P., Aesah, S., & Wijayanti, K. D. (2020). Pelatihan dan Bantuan Dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-

- 19 di RT 003/RW 006, Desa Kabasiran, Kecamatan Parung Panjang, Kabupaten Bogor. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 1(1), 151–164. <https://doi.org/10.33753/ijse.v1i1.11>.
- Fatimah, A. T., Adnan, B. A., & Rinaldi, F. B. (2024). Pelatihan Pengembangan Modul Ajar dengan Pembelajaran Berbasis Proyek dan STEAM-H di Sekolah Adiwiyata MIS Handapherang. *Abdimas Galuh*, 6(1), 107-116.
- Nurhadiyati, A., Rusdinal, R., & Fitria, Y. (2020). Pengaruh Model Project Based Learning (PJBL) terhadap Hasil Belajar Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 327–333. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.684>.
- Nurlaelah, I., Handayani, H., Lismaya, L., Ramdhah, N. W., Nurdayanti, R. R., Asyifa, A., & Andhini, A. (2024). Pendampingan Pembuatan Perangkat Pembelajaran Berbasis Proyek Pada MGMP Madrasah Aliyah Biologi Kecamatan Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3), 395-399.
- Rahayu, K. P. (2018). Pengaruh Web Based Learning Terhadap Hasil Belajar Ditinjau Dari Self-Directed Learning. *Jurnal SAP*, 2(3).
- Roswirman, & Elazhari. (2021). Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia. *AFoSJ-LAS*, 1(4), 316–333. <http://jlas.lemkomindo.org/index.php/AFOSJ-LAS>.
- Sopwandin, I., & Rostiana, I. N. (2024). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penerapan Manajemen Pembelajaran Berbasis Proyek di Perguruan Tinggi Islam. *Al-fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 175-200.
- Wulandari, B., & Surjono, H. D. (2013). Pengaruh Problem-Based Learning Terhadap Hasil Belajar Ditinjau Dari Motivasi Belajar PLC di SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3(2), 178–191.

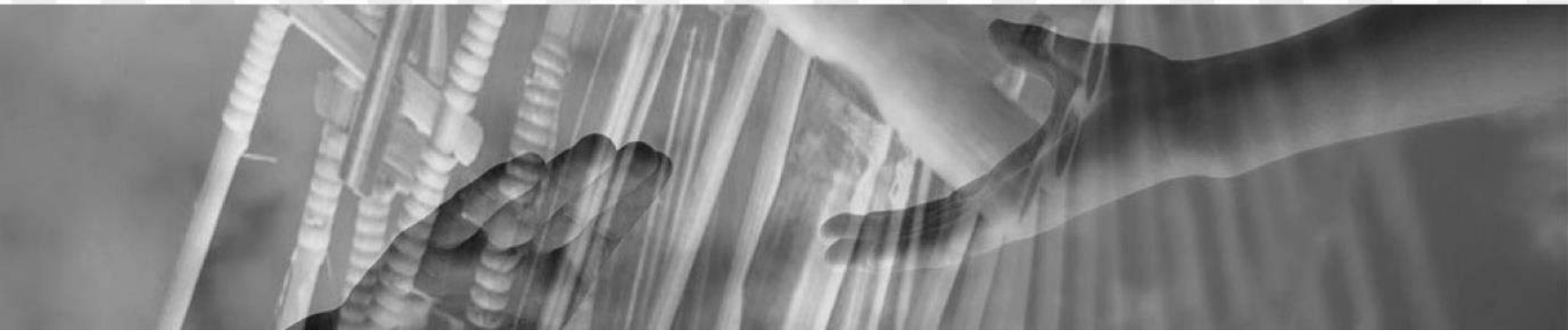




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Menumbuhkembangkan Minat dan Budaya Menulis Karya Ilmiah di Kalangan Siswa-Siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten

Syamruddin*, Kamsidik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana, No. 1, Kecamatan. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

**dosen01343@unpam.ac.id*

Kata Kunci:
pelatihan;
penulisan;
karya tulis;
ilmiah

Abstrak Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dalam bentuk Pelatihan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Bagi Siswa-Siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten ini bertujuan untuk membantu siswa-siswi dalam membuat karya tulis ilmiah yang baik dan berkualitas. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode pedampingan, diskusi, workshop, dan bimbingan teknis (bimtek) penulisan karya tulis ilmiah sesuai dengan standar yang ada. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa kemampuan siswa-siswi yang menjadi peserta pelatihan sudah baik. Berdasarkan penilaian singkat yang dilakukan oleh narasumber dapat disimpulkan bahwa kemampuan membuat karya tulis ilmiah para peserta sudah baik. Walaupun ada catatan terhadap beberapa peserta yang masih kurang, namun dari aspek standar pembuatan karya tulis ilmiah dapat dikatakan sudah memenuhi. Hal ini tentu sangat menggembirakan karena materi yang disampaikan selama pelatihan dapat dicerna dan dipahami peserta dengan baik, sehingga dapat mempraktikkannya saat pembuatan karya tulis ilmiah. Secara kuantitas, jumlah karya tulis ilmiah yang telah dihasilkan oleh peserta selama pelatihan berlangsung bervariasi. Ada peserta yang bisa membuat dua karya tulis, namun ada pula yang tidak tuntas membuat satu karya tulis. *Output* ini nantinya akan dijadikan bahan dan masukan dalam menyempurnakan metode dan teknik pelatihan pada kegiatan-kegiatan berikutnya.

Keywords:
training;
writing;
papers;
scientific

Abstract Community Service Activities (PkM) in the form of Scientific Writing Writing Training for Link and Match Vocational School Students, South Tangerang City, Banten aims to help students write good and quality scientific papers. Training is carried out using mentoring methods, discussions, workshops and technical guidance (bimtek) in writing scientific papers in accordance with existing standards. The results of the training showed that the abilities of the students who participated in the training were good. Based on a brief assessment carried out by the resource person, it can be concluded that the participants' ability to write scientific papers is good. Even though there are notes for some participants that are still lacking, from the aspect of the standards for writing scientific papers it can be said to have met them. This is certainly very encouraging because the material presented during the training can be digested and understood by participants well, so they can put it into practice when writing scientific papers. In terms of quantity, the number of scientific papers produced by participants during the training varies. There were participants who were able to write two papers, but there were also those who did not complete one paper. This output will later be used as material and input in perfecting training methods and techniques in subsequent activities.

PENDAHULUAN

Penulisan karya ilmiah merupakan suatu aktivitas yang sangat penting untuk mengungkapkan pemahaman tentang suatu permasalahan dengan cara yang terstruktur, rasional, dan logis. Dalam penulisan karya ilmiah diperlukan metodologi yang tepat agar hasilnya menjadi sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan.

Oleh karena itu, pemahaman mengenai langkah-langkah dan proses dalam penyusunan karya ilmiah yang dapat dipublikasikan menjadi sangat penting. Sehingga hal ini menjadi sangat penting, terutama bagi para siswa-siswi peserta didik untuk mempelajari konsep tersebut sejak dini agar dapat menghasilkan karya ilmiah yang baik.

Adanya kendala-kendala yang dihadapi para siswa-siswi peserta didik dalam menulis karya ilmiah membuat perlu adanya solusi penyelesaian. Sehingga dengan penyelesaian permasalahan tersebut para siswa-siswi peserta didik akan semakin semangat dalam meningkatkan kualitas hasil karya tulis ilmiah mereka.

Hal senada juga terjadi pada SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Setelah melakukan wawancara dengan para guru di SMK Link and Match Kota Tangerang Selatan, Banten, tim Pengabdian kepada Masyarakat dosen-dosen Program Studi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, menyimpulkan bahwa keterampilan menulis karya tulis ilmiah para siswa-siswi peserta didik masih perlu ditingkatkan. Untuk mengatasi hal itu, maka diperlukan kegiatan yang dapat meningkatkan motivasi siswa-siswi peserta didik untuk terbiasa menulis karya ilmiah.

Untuk menjawab permasalahan di atas, maka tim Pengabdian kepada Masyarakat yang terdiri dari dosen-dosen Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang menawarkan solusi berupa pendampingan khusus kepada siswa-siswi peserta didik yang ada di SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten.

Hal ini bertujuan untuk membantu siswa-siswi memahami bagaimana cara yang mudah untuk menulis karya tulis ilmiah dan kelak dapat mempublikasikannya pada jurnal nasional atau media publikasi yang lainnya.

Melalui pendampingan ini diharapkan dapat memberikan dorongan dan motivasi kepada siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten untuk turut berperan secara aktif dan terlibat dalam kegiatan menulis karya ilmiah. Selama pendampingan, mereka akan diberikan pemahaman yang mendalam mengenai struktur dan metode penulisan karya ilmiah, serta akan diberikan bimbingan dalam menemukan sumber referensi yang relevan. Selain itu, siswa-siswi juga akan mendapatkan kesempatan untuk berlatih menulis karya ilmiah secara praktis.

Dengan adanya pendampingan ini, maka diharapkan siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten akan lebih percaya diri dan terampil dalam menulis karya ilmiah. Siswa-siswi akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menghasilkan karya tulis ilmiah berkualitas dan mampu dipublikasikan di jurnal nasional atau media publikasi yang lainnya.

Seiring berjalannya waktu, diharapkan kegiatan ini akan memberikan dampak positif dalam jangka panjang, di mana siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten akan memiliki kemampuan menulis yang baik dan menjadi kontributor yang berharga dalam dunia akademik serta pembangunan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Zulmiyetri, dkk. (2019) menjelaskan bahwa karya ilmiah merupakan laporan tertulis dan diterbitkan yang memaparkan hasil penelitian atau pengkajian yang telah dilakukan oleh seseorang atau sebuah tim dengan memenuhi kaidah dan etika keilmuan yang dikukuhkan dan ditaati oleh masyarakat keilmuan. Karya ilmiah merupakan salah satu hasil pemikiran dan imajinasi seseorang yang dikonfirmasi pada orang lain dan

telah diuji kebenarannya serta dapat diterima dan ditulis secara ilmiah. Lebih lanjut Zulmiyetri, dkk. (2019) menjelaskan bahwa karya ilmiah adalah karangan ilmu pengetahuan yang menyajikan fakta umum dan ditulis menurut metodologi yang baik dan benar.

Ayumi (2021) memaparkan bahwa karya tulis ilmiah pada dasarnya merupakan laporan hasil riset, pengkajian, survey, dan evaluasi yang disusun dengan menggunakan aturan dan kaidah penulisan karya ilmiah secara tertulis.

Pengertian karya ilmiah menurut para ahli dalam Ana Rosmiati (2017), antara lain:

- Munawar Syamsudin menjelaskan bahwa penulisan ilmiah merupakan sebuah naskah yang membahas suatu masalah tertentu, atas dasar konsepsi ilmiah tertentu, dengan memilih metode tertentu dari presentasi secara keseluruhan, pada teratur dan konsisten.
- Awidyamartaya mengemukakan karya ilmiah adalah suatu karya yang memuat dan mengkaji suatu masalah tertentu dengan menggunakan kaidah-kaidah keilmuan.

Karya ilmiah menurut menurut para ahli dalam Finoza (2010):

- Menurut Dwiloka dan Riana, karya ilmiah atau artikel ilmiah merupakan karya seorang ilmuwan (pembangunan) yang hendak membangun ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang didapat melalui literatur, pengalaman, serta penelitian.
- Menurut Suriasumantri, karya tulis ilmiah adalah tulisan yang memuat argumentasi penalaran keilmuan serta dikomunikasikan lewat bahasa tulisan yang baku dengan sistematis metodis dan sintesis analitis.

Karya tulis ilmiah menurut beberapa ahli dalam Adhan Efendi, dkk. (2021) yaitu sebagai berikut:

- Serangkaian kegiatan penulisan yang berdasarkan hasil pengkajian sistematis mengacu kepada metode ilmiah yang digunakan terhadap permasalahan yang muncul sebelumnya. (Suyanto & Jihad)
- Karya tulis yang memiliki sifat ilmiah dan memenuhi syarat keilmuan yang mencakup isi kajian sesuai dengan ilmu pengetahuan ilmiah, menggunakan metode berpikir ilmiah yang logis dan sistematis dan bersifat objektif. (Nurlaili F.A).
- Karya tulis yang disusun berdasarkan tulisan, pernyataan atau gagasan orang lain, baik yang telah, belum atau bahkan tidak dipublikasikan sama sekali yang ditulis dengan gaya bahasa sendiri. (A.G. Haryanto).
- Suatu tulisan yang bersifat ilmiah dan disusun secara sistematis. (Sarmadan).

Karya ilmiah tidak bisa dipisahkan dalam dunia pendidikan. Karya ilmiah memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan dunia pendidikan. Dalam ranah perguruan tinggi ada tiga aspek pengembangan tri dharma perguruan tinggi. Aspek tersebut antara lain bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Ketiga aspek bidang ini, tentunya memiliki kaitan yang erat dengan karya ilmiah. Mayoritas karya ilmiah dihasilkan dari proses pendidikan, pengembangan penelitian maupun pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh para akademisi pada suatu perguruan tinggi.

Bahkan, seharusnya sejak dini mulai di bangku SD, SMP, hingga SMA/SMK, para peserta didik sudah harus dikenalkan dengan karya tulis ilmiah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman dan pencerahan bagi mereka bahwa melalui karya tulis ilmiah akan terbentuk cara berpikir kritis dan rasional yang mengandalkan pada daya nalar. Sehingga dengan pendekatan ilmiah, para peserta didik mampu membaca, mengamati, dan menerjemahkan hingga mengaktualisasikannya dalam bentuk karya ilmiah.

Adapun rumusan masalah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini sebagai berikut:

1. Bagaimana budaya siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah.
2. Bagaimana pemahaman siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah.
3. Bagaimana minat dan motivasi siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah.

Sedangkan tujuan dilaksanakannya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini sebagai berikut:

1. Sebagai bentuk karya nyata tri dharma perguruan tinggi dosen-dosen Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang.
2. Terbentuknya budaya menulis ilmiah siswa-siswi untuk menuliskan karya ilmiah yang berkualitas.
3. Kepala sekolah dan guru memberikan dukungan dalam meningkatkan minat menulis karya ilmiah bagi siswa-siswi.

Sementara itu manfaat yang diperoleh dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini antara lain:

1. Siswa-siswi peserta pelatihan penulisan karya tulis ilmiah memperoleh pengetahuan berkaitan dengan standar dalam penulisan karya tulis ilmiah.
2. Dapat meningkatkan pengetahuan siswa-siswi peserta didik tentang konsep, tata cara, dan kaidah penulisan karya ilmiah.
3. Diharapkan bisa meningkatkan keterampilan siswa-siswi peserta didik dalam menulis karya tulis ilmiah.

Berdasarkan hal-hal di atas, maka dosen-dosen pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema: “Pelatihan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Bagi Siswa-Siswi SMK Link and Match Kota Tangerang Selatan, Banten”.

METODE

Alur kerja yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah meliputi pelatihan penulisan, pendampingan penulisan, dan evaluasi penulisan. Realisasi pemecahan masalah terdiri dari tahap pra pelatihan, tahap pelatihan, dan tahap paska pelatihan.

Khalayak sasaran dalam kegiatan PkM ini terdiri dari siswa-siswi dan guru-guru yang ada di SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Adapun tempat kegiatan yaitu SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Sedangkan waktu kegiatan yaitu pada Kamis, 13 Juni 2024. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan cara pertemuan tatap muka atau secara luring. Adapun jumlah peserta sebanyak 18 siswa-siswi atau peserta didik.

Pada pelatihan ini selain diisi narasumber, kegiatan dibantu juga oleh pembina dan pelatih ekstrakurikuler dengan tujuan untuk membantu peserta atau siswa-siswi yang melaksanakan kegiatan dapat bertanya langsung di sekolah selain waktu tatap muka dengan narasumber. Metode yang digunakan pada pelatihan ini yaitu melakukan tiga langkah yang terdiri dari pra pelatihan, pelaksanaan pelatihan serta evaluasi pelatihan (Dewi, Anggita, Setiyani, 2020).

Diharapkan bahwa skema PkM yang dilakukan ini dapat meningkatkan motivasi siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam menghasilkan

karya tulis ilmiah yang berkualitas dan memotivasi mereka untuk mempublikasikannya. Dengan pemahaman yang diberikan melalui kegiatan pendampingan ini, diharapkan siswa-siswi akan lebih bersemangat dan termotivasi untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam bidang penulisan ilmiah.

Berikut bagan metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur pelatihan penulisan karya tulis ilmiah

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten merupakan satuan pendidikan tingkat kejuruan yang berada di bawah naungan Yayasan Pembangunan Pendidikan Kejuruan (YPPK) EL – EM. Jl. terminal Pd. Cabe(Kh. Salem) No.95, Pd. Cabe Udik, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15418.

SK Pendirian Sekolah: 421.5/637/Dispen/2008. SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten memiliki Akreditasi B. Adapun jurusan atau peminatan terdiri

dari multimedia, akomodasi perhotelan, akuntansi, administrasi perkantoran, dan teknik sepeda motor.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh generasi muda saat ini adalah lemahnya kemampuan mereka dalam menuangkan ide ke dalam bentuk karya tulis ilmiah. Generasi muda saat ini sangat dimanjakan oleh gadget sehingga enggan dan malas untuk membuat tulisan. Apalagi kuatnya pengaruh teknologi informasi dan dunia maya membuat anak-anak muda sekarang ini tidak mau lagi direpotkan dengan hal-hal yang berbau tulis-menulis.

Kondisi di atas dialami pula oleh siswa-siswi yang ada di SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Berdasarkan observasi yang dilakukan ke sekolah, anak-anak lebih senang dan asyik berkegiatan dengan *handpone*-nya daripada diajak untuk berdiskusi. Apalagi tema diskusi yang diangkat menyangkut hal-hal yang berbau ilmiah. Kemudian lebih spesifik lagi tentang bagaimana membuat karya tulis ilmiah.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka dosen-dosen Prodi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang, tergerak untuk melakukan kegiatan PkM. Kegiatan PkM dikemas dalam bentuk pelatihan penulisan karya tulis ilmiah.

Adapun hasil yang diperoleh selama berlangsungnya kegiatan PkM sebagai berikut:

1. Minat membuat karya tulis ilmiah

Secara umum minat dalam membuat karya tulis ilmiah masih sangat rendah. Hal itu tercermin ketika ditanyakan kepada siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Siswa-siswi beranggapan bahwa memiliki kemampuan dalam membuat karya tulis ilmiah bukan sesuatu hal yang penting. Hal ini dikarenakan pembuatan karya tulis ilmiah bukan menjadi kewajiban bagi siswa-siswi.

Kurangnya minat siswa-siswi dalam membuat karya tulis ilmiah salah satunya disebabkan tidak adanya sosialisasi atau program-program sekolah yang dibuat secara berkala guna menumbuhkan minat dalam kegiatan tulis-menulis. Selain itu padatnya proses jadwal belajar-mengajar juga menjadi salah satu kendala bagi siswa-siswi untuk meluangkan waktu dalam menuangkan pemikirannya melalui pembuatan karya tulis ilmiah. Siswa-siswi menghabiskan waktunya dalam proses belajar-mengajar di sekolah dan berinteraksi dengan teman-temannya.

Masih rendahnya minat dalam membuat karya tulis ilmiah perlu ditumbuhkan secara berkesinambungan agar siswa-siswi lebih termotivasi. Dengan adanya motivasi, maka diharapkan akan tumbuh minat yang besar di benak siswa-siswi. Apabila minat sudah tumbuh, maka dengan sendirinya siswa-siswi juga akan lebih senang untuk merealisasikan keinginannya tersebut dalam berbagai bentuk kegiatan. Dengan demikian semakin mudah membentuk budaya tulis-menulis melalui program pembuatan karya tulis ilmiah.

2. Budaya membuat karya tulis ilmiah

Rendahnya minat dalam membuat karya tulis ilmiah dengan sendirinya akan sulit menumbuhkan budaya dalam membuat karya tulis ilmiah itu sendiri. Hal itu sudah dialami oleh siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Budaya dalam membuat karya tulis ilmiah di kalangan siswa-siswi belum ada sama sekali.

Belum adanya budaya membuat karya tulis ilmiah tersebut, membuat tim dosen PkM tertantang untuk menumbuhkan minat siswa-siswi di SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Apabila minat sudah tumbuh dengan sendirinya budaya dalam membuat karya tulis ilmiah di kalangan siswa-siswi juga akan tumbuh. Untuk

itu pekerjaan besar yang harus diselesaikan adalah membudayakan siswa-siswi untuk senang dan gemar membuat karya tulis ilmiah.

3. Pelatihan membuat karya tulis ilmiah

Pelatihan membuat karya tulis ilmiah diikuti oleh 18 siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Selama pelatihan berlangsung, peserta sangat antusias dalam mengikuti setiap sesi yang disampaikan oleh narasumber. Walaupun secara umum minat dan budaya dalam membuat karya tulis ilmiah di SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten, namun keingintahuan para siswa-siswi sangat besar. Hal itu tercermin selama proses pelatihan dan interaksi yang terjadi antara peserta dengan peserta dan peserta dengan narasumber.

Adapun tahapan-tahapan kegiatan yang dilakukan selama pelatihan berlangsung meliputi:

- Pembukaan

Dalam sesi pembukaan ini, setelah MC menyampaikan susunan acara pelatihan dilanjutkan dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya dan mengheningkan cipta. Selanjutnya penyampaian sambutan-sambutan dari pihak sekolah dan tim PkM. Setelah itu pembacaan doa, sebagai tanda selesainya acara sesi pembukaan yang dilanjutkan dengan sesi penyampaian materi di mana MC menyerahkan acara sepenuhnya kepada moderator.

- Penyampaian materi

Dalam sesi penyampaian materi yang dipandu oleh moderator, narasumber yang terdiri Drs. Syamruddin, M.M. dan Kamsidik, S.Kom., M.M., menyampaikan materi sesuai dengan kompetensi dan kapasitas masing-masing. Penyampaian materi dilakukan dalam bentuk ceramah dan presentasi yang memaparkan tentang teknik pembuatan karya tulis ilmiah dan penulisan karya tulis ilmiah yang baik dan

berkualitas. Peserta mendengarkan secara seksama materi yang disampaikan.

Setelah selesai pemaparan materi dilanjutkan dengan sesi diskusi

- Diskusi/tanya jawab

Sesi berikutnya yakni diskusi/tanya jawab. Pada sesi ini dilakukan diskusi dan tanya jawab, baik diskusi dan tanya jawab antara peserta dengan narasumber maupun diskusi dan tanya jawab di antara peserta. Sesi ini sangat menarik di mana setelah mendengarkan ceramah dan presentasi dari para narasumber, animo peserta semakin meningkat untuk membuat dan menulis karya tulis ilmiah.

Bahkan tingginya minat peserta dalam bertanya terpaksa tidak bisa ditampung semua karena keterbatasan waktu. Sehingga terpaksa dibatasi jumlah peserta yang menyampaikan pertanyaan. Sebab masih ada sesi-sesi berikutnya yang juga tidak kalah pentingnya dalam proses pelatihan ini.

- Praktik membuat karya tulis ilmiah

Setelah sesi diskusi dan tanya jawab selesai, dilanjutkan dengan sesi berikutnya yaitu praktik membuat karya tulis ilmiah. Dalam sesi ini peserta mempraktikkan materi yang telah disampaikan oleh narasumber. Peserta langsung praktik bagaimana cara membuat karya tulis ilmiah. Sebelum praktik menulis dilaksanakan, terlebih dahulu kepada peserta diberikan beberapa tema. Mereka diberikan kebebasan untuk memilih tema yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka dalam memahami tema tersebut.

Dalam praktik membuat karya tulis ilmiah ini, para peserta tampak sangat antusias. Hal itu terlihat dari keseriusan mereka di mana suasana yang sangat hening karena mereka sedang menuangkan apa yang ada di dalam pikiran peserta ke dalam tulisan. Setelah selesai sesi praktik membuat karya tulis ilmiah, selanjutnya masuk ke tahap penilaian.

- Penilaian singkat

Dalam sesi penilaian singkat ini, karya tulis yang telah dibuat oleh peserta pada saat praktik membuat karya tulis ilmiah selanjutnya dinilai oleh narasumber. Penilaian singkat atas hasil karya tulis yang telah dibuat oleh para peserta semata hanya untuk melihat sampai sejauh mana pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Kemudian sejauh mana kemampuan mereka dalam menuangkan pikiran-pikirannya ke dalam bentuk tulisan sesuai dengan tema yang telah mereka pilih.

Maksud dan tujuan penilaian singkat atas hasil karya yang telah dibuat oleh peserta tidak lain untuk memberikan penghargaan kepada mereka sehingga lebih termotivasi untuk membuat karya tulis ilmiah yang lebih baik. Bagi yang sudah baik hasil karya tulisnya, akan terus terdorong untuk membuat karya tulis yang semakin baik. Bagi yang belum, diharapkan dapat termotivasi untuk membuat hasil karya tulisnya menjadi lebih baik. Setelah sesi penilaian singkat selesai dilanjutkan dengan sesi penutupan.

- Penutupan

Sesi terakhir dalam pelatihan membuat karya tulis ilmiah ini adalah penutupan. Dalam sesi penutupan ini, narasumber memberikan catatan-catatan terhadap pelaksanaan pelatihan. Dengan adanya catatan ini diharapkan dapat menjadi perbaikan dan koreksi apabila pelatihan serupa dilaksanakan kembali.

Setelah selesai menyampaikan catatannya, narasumber menyerahkan kembali acara pelatihan kepada MC untuk ditutup. Selanjutnya MC menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung acara pelatihan sehingga dapat berjalan dengan lancar dan aman, sesuai dengan yang telah direncanakan.

Terakhir, sebagai tanda resminya acara pelatihan ditutup, MC mengucapkan Alhamdulillahirobbilalamin sebagai tanda selesainya seluruh rangkaian acara Pelatihan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Bagi Siswa-Siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten.

4. Kemampuan membuat karya tulis ilmiah

Kemampuan siswa-siswi dalam membuat karya tulis ilmiah merupakan menifestasi dari kegiatan pelatihan. Hal ini menunjukkan sejauh mana peserta pelatihan mampu membuat karya tulis ilmiah. Dengan melihat kemampuan peserta ini, maka akan mudah memetakan masalah apabila pada waktu selanjutnya diadakan kembali pelatihan serupa.

Berdasarkan penilaian singkat yang dilakukan oleh narasumber dapat disimpulkan bahwa kemampuan membuat karya tulis ilmiah para peserta sudah baik. Walaupun ada catatan terhadap beberapa peserta yang masih kurang, namun dari aspek standar pembuatan karya tulis ilmiah dapat dikatakan sudah memenuhi. Hal ini tentu sangat menggembirakan karena materi yang disampaikan selama pelatihan dapat dicerna dan dipahami peserta dengan baik, sehingga dapat mempraktikkannya saat pembuatan karya tulis ilmiah.

5. *Output* karya tulis ilmiah

Selanjutnya, selain kualitas membuat karya tulis ilmiah, kemampuan peserta dalam menghasilkan jumlah karya tulis juga dapat dikatakan sudah cukup memadai. Secara kuantitas, jumlah karya tulis ilmiah yang telah dihasilkan oleh peserta selama pelatihan berlangsung bervariasi. Ada peserta yang bisa membuat dua karya tulis, namun ada pula yang tidak tuntas membuat satu karya tulis. *Output* ini nantinya akan dijadikan bahan dan masukan dalam menyempurnakan metode dan teknik pelatihan pada kegiatan-kegiatan berikutnya.



Gambar 2. Foto bersama usai pelatihan penulisan karya tulis ilmiah

Pembahasan

Pelatihan pembuatan karya tulis ilmiah bagi siswa-siswi sekolah menengah tingkat lanjutan sangat penting. Hal ini sangat penting bagi siswa-siswi agar kelak ketika melanjutkan studi pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi maka akan lebih mudah bagi mereka. Sebab pada jenjang pendidikan tinggi, seorang mahasiswa-mahasiswa wajib memiliki kemampuan dalam membuat karya tulis ilmiah.

Karena begitu pentingnya kemampuan dalam membuat karya tulis ilmiah ini, maka diadakanlah pelatihan penulisan karya tulis ilmiah bagi siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten. Pelatihan ini dilaksanakan sebagai bentuk kegiatan PkM dosen-dosen Program Studi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan mampu membentuk jiwa siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten yang gemar menulis dan membuat karya tulis ilmiah.

Pelatihan yang dilaksanakan di SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten ini diikuti oleh 18 peserta. Siswa-siswi yang dikutsertakan merupakan pilihan dari

seluruh jumlah peserta didik yang ada di sekolah tersebut. Dengan demikian, peserta yang ikut serta dalam pelatihan sudah siap dan menyiapkan diri untuk dididik dalam waktu yang singkat bagaimana caranya membuat karya tulis ilmiah.

Secara umum pelatihan terlaksana dengan baik dan berjalan secara kondusif, di mana peserta begitu antusias mengikuti setiap sesinya. Minat dan keinginan yang tinggi dari peserta untuk mampu membuat karya tulis ilmiah yang baik merupakan modal yang sangat penting selama berjalannya proses pelatihan. Sehingga terjalin komunikasi yang baik antara narasumber dengan peserta.

Kemampuan siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah sudah cukup baik. Tidak hanya secara kuantitas, namun juga secara kualitas. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap materi yang diberikan sudah bagus. Selain itu antusiasme dan keinginan yang tinggi agar mampu menulis karya tulis ilmiah sangat mendukung. Dengan demikian pelatihan dapat dikatakan berlangsung sukses dan memenuhi target sesuai dengan maksud dan tujuan pelatihan.

SIMPULAN

Budaya siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah dapat dikatakan sudah tumbuh. Pemahaman siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah cukup baik. Minat dan motivasi siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah sangat tinggi.

Budaya siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah yang sudah tumbuh perlu dijaga dan dipupuk dengan baik agar semakin terus berkembang. Pemahaman dalam membuat karya tulis ilmiah yang

sudah cukup baik serta minat dan motivasi siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dalam membuat karya tulis ilmiah sangat tinggi hendaknya terus didorong oleh pihak sekolah agar terus tumbuh.

Perlu diadakan kembali pelatihan serupa yang dilaksanakan secara berkesinambungan dengan waktu/durasi pelatihan yang lebih lama dan jumlah peserta yang lebih banyak. Hal ini dimaksudkan agar siswa-siswi SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten semakin banyak yang mampu membuat karya tulis ilmiah. Sehingga penulisan karya tulis ilmiah kelak akan menjadi sesuatu yang wajib bagi para siswa-siswi.

PENGHARGAAN

Kegiatan PkM ini dibiayai secara mandiri. Pada kesempatan ini tim PkM mengucapkan terima kasih kepada kepala sekolah dan guru-guru SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten serta para siswa-siswi yang telah ikut aktif selama pelatihan. Begitu pula kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan PkM ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga kegiatan PkM ini bermanfaat, khususnya bagi segenap keluarga besar SMK Link and Match, Kota Tangerang Selatan, Banten dan masyarakat pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhan Efendi, M. P., Rosiah, S. K., Susilawati, M. P., Nuraeni, A., & Noviansyah, W. (2021). *Dasar-Dasar Menulis Karya Tulis Ilmiah*. Deepublish.
- Ana, R. (2017). *Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Surakarta: ISI Press.
- Ayumi, V. (2021). *Konsep dan Struktur Penulisan Karya Ilmiah*. CV Jejak (Jejak Publisher).

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2022). KBBI. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.
- Dwijayanti, R., Marlana, N., & Patrikha, F. D. (2017). Pelatihan penulisan karya tulis (KTI) bagi guru-guru SMK di Kabupaten Jombang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 249-266.
- Finoza, Lamuddin. (2010). *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Media.
- Islamiyah, M., Hakim, L., Fitria, V. A., & Habibi, A. R. (2023). Pendampingan Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di SMKN 2 Turen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 280-289.
- Kusjono, G., Lubis, I., & Nasution, A. Y. (2020). Pelatihan Pembuatan Jurnal Penelitian Pendidikan SMP Negeri 17 Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 1(1), 117-138.
- Kusjono, G., Suprianto, S., Maddinsyah, A., & Syamruddin, S. (2021). Pendampingan Pengelolaan Jurnal Penelitian Pendidikan SMP Negeri 17 Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi (JIMAWAbdi)*, 1(2), 97-108.
- Kusjono, G., Suprianto, S., Maddinsyah, A., Syamruddin, S., & Widodo, S. (2021). Pelatihan Penulisan Naskah Ilmiah Jurnal Investigasi Bagi Guru-Guru Se-Kota Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 2(3), 229-255.
- Kusjono, G., Suprianto, S., & Syamruddin, S. (2022). Pelatihan Penulisan Naskah Ilmiah Jurnal Investigasi Volume 3 Nomor 1 Maret–Juni 2022 bagi Guru-guru se Kota Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 3(2), 106-118.
- Kusjono, G., Suprianto, S., & Syamruddin, S. (2023). Pelatihan Penulisan Naskah Ilmiah Jurnal Investigasi Volume 3 Nomor 2 September-Februari 2023 Bagi Guru-Guru

- se Kota Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 3(3), 164-177.
- Kusjono, G., Suprianto, S., & Syamruddin, S. (2023). Pelatihan Publikasi Ilmiah Guru-guru Kota Tangerang Selatan pada Jurnal Investigasi SMP Negeri 17 Vol. 4, No. 1, Maret 2023. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 4(1), 24-37.
- Mahmud, R, dkk. (2022). *Penulisan Karya Ilmiah*. Penerbit Tahta Media Group.
- Mubarok, Y., Nurhuda, Z., & Iskandari, Y. (2022). Pelatihan Penulisan Ilmiah di Sekolah Menengah Kejuruan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 3148-3157.
- Purnamasari, I., Hayati, M. N., & Yuniarti, D. (2020). Pelatihan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Untuk Mendorong Peningkatan Kualitas Siswa Tingkat SMA. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 248-252.
- Rahayu, E. (2016). Peningkatan Kemampuan Menulis Kreatif Siswa Melalui Strategi Rekayasa Teks. *Jurnal Bahas Unimed*, 27(4), 345–355.
- Syamruddin, S., Irwansyah, I., Khair, O. I., Fitriansyah, A., Rita, R., & Regina, T. (2021). Pelatihan Penulisan Artikel dan Manajemen Jurnal SMP Negeri 10 Kota Depok, Jawa Barat. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 2(1), 14-38.
- Syamruddin, S., Kusjono, G., Lubis, I., Khair, O. I., & Sopandi, A. (2021). Pelatihan Akreditasi Jurnal Nasional Bagi Pengelola Jurnal Se-Indonesia di Universitas Pelita Bangsa, Cikarang, Bekasi. *Indonesian Journal of Society Engagement*, 2(2), 106-120.
- Utama, A. E., Satriyantara, R., Anggraeni, D. P., & Dewi, I. R. (2023). Pelatihan penulisan karya tulis ilmiah untuk memotivasi literasi menulis siswa MTsN 1 Mataram. *Rengganis Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 218-225.
- Widhiantara, I. G., & Dewi, N. P. E. P. (2023). Pendampingan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Siswa SMK Negeri 2 Tabanan. *Paradharma (Jurnal Aplikasi IPTEK)*, 7(1).

Widodo, A., Jailani, A. K., Novitasari, S., Sutisna, D., Erfan, M., & Fkip, P. (2020).

Analisis kemampuan menulis makalah mahasiswa baru PGSD Universitas Mataram. *Jurnal DIDIKA: Wahana Ilmiah Pendidikan Dasar*, VI (1), 77–91.

Zulmiyetri, M. P., Safaruddin, M. P., & Nurhastuti, M. P. (2020). *Penulisan Karya Ilmiah*.

Prenada Media.

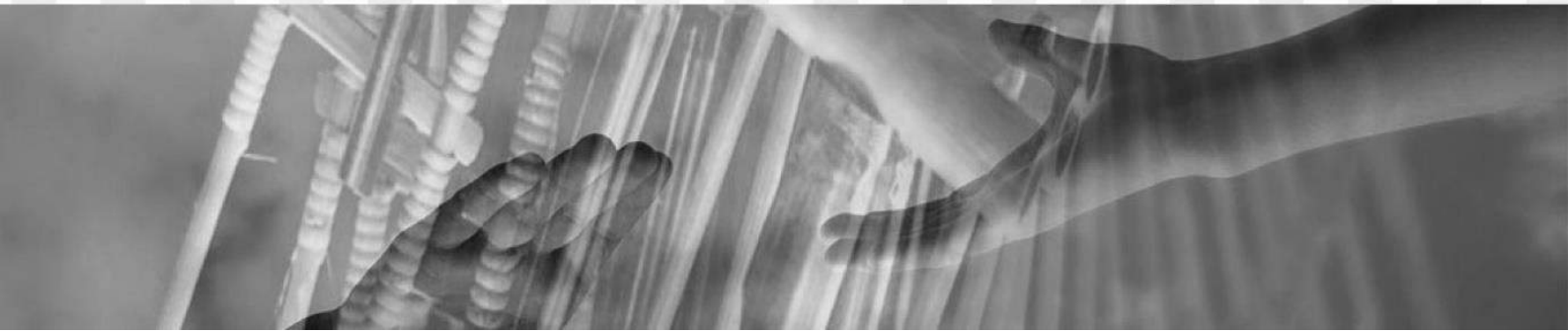




Indonesian Journal of

SocietyTM Engagement

www.jurnal.lkd-pm.com



Penyuluhan Legalitas dan Perlindungan Hukum dalam Bisnis Digital

Mahendra Jaya*, Agus Eko Tejo Sasongko, Ismail Umar, Edy Sutrisno, Novi Desanti,
Hasymi Rinaldi, Anggita

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak
Jalan Jenderal Akhmad Yani Pontianak, Kota Pontianak, Pontianak 78124, Indonesia

*mahendrajaya01@yahoo.com

Kata Kunci:
ekonomi digital;
bisnis digital;
perlindungan
hukum

Abstrak Ekonomi digital melibatkan transaksi bisnis online, perdagangan elektronik, layanan digital, dan industri kreatif digital, menawarkan peluang pertumbuhan, inovasi, dan efisiensi, namun juga menantang privasi, keamanan data, dan kesenjangan digital. Alumni memiliki potensi besar dalam bisnis digital, dengan akses ke pendidikan, pengalaman, dan jaringan yang luas. Beberapa temuan menunjukkan bahwa uang elektronik berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi, namun tantangan perlindungan hukum tetap ada, seperti kebocoran data konsumen dan kebutuhan regulasi. Tim PKM memberikan penyuluhan kepada alumni dan mahasiswa aktif mengenai perkembangan hukum dalam bisnis digital. Metode ceramah dan pelatihan digunakan untuk memberikan pemahaman legalitas dan perlindungan hukum dalam bisnis digital. Penyuluhan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang aspek hukum, seperti NIB, izin usaha, kewajiban perpajakan, pendaftaran merek, hak cipta, regulasi produk, dan perlindungan kekayaan intelektual untuk menghindari risiko hukum, dan meningkatkan reputasi bisnis mereka.

Keywords:
digital economy;
digital business;
legal protection

Abstract The digital economy encompasses online business transactions, electronic commerce, digital services, and the digital creative industry, offering opportunities for growth, innovation, and efficiency while also challenging privacy, data security, and the digital divide. Alumni have significant potential in the digital business world, with access to education, experience, and extensive networks. Some findings suggest that electronic money positively impacts economic growth, but legal protection challenges remain, such as consumer data breaches and the need for regulation. The PKM team provides outreach to alumni and active students on legal developments in digital business. Lectures and training methods are used to impart understanding of legality and legal protection in digital business. This outreach successfully enhances participants' understanding of legal aspects, such as business identification numbers (NIB), business permits, tax obligations, trademark registration, copyright, product regulations, and intellectual property protection to avoid legal risks and enhance their business reputation.

PENDAHULUAN

Ekonomi digital telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi global. Revolusi teknologi informasi telah mengubah cara berbisnis yang dilakukan. Selain itu juga mampu menghadirkan peluang baru dan menantang paradigma lama dalam bisnis. Fenomena ini dapat dilihat dalam berbagai aspek mulai dari *e-commerce*, layanan keuangan digital, hingga berbagai macam *platform* bisnis.

Kondisi di atas didukung pula dengan semakin meluasnya akses internet dan berbagai perangkat *mobile*, sehingga membuat ekonomi digital semakin menjadi bentuk ekonomi yang paling dinamis dan inovatif. Sepanjang tahun 2022 saja nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai angka Rp 467,3 triliun dengan peningkatan per tahun 18,77%. Jumlah pengguna internet sebanyak 215.626.156 jiwa dari total jumlah penduduk sebanyak 275.773.901 jiwa (Rosmiyati, 2023).

Ekonomi digital merujuk pada aktivitas ekonomi yang didukung oleh teknologi digital, internet, dan komunikasi digital. Ini termasuk transaksi bisnis *online*, perdagangan elektronik, layanan digital, dan industri kreatif digital seperti permainan, konten digital, dan layanan berbasis internet lainnya.

Berdasarkan data tahun 2022 hingga 2023 terjadi penambahan jumlah sebesar 12,8% penduduk Indonesia yang berbelanja secara *online* dari jumlah 178,9 juta penduduk Indonesia yang berbelanja *online* dengan berbagai macam *platform* seperti *Whatsapp*, *Tiktok Shop*, *Instagram*, dan *Facebook* (Andriansyah & Maizaroh, 2023). Ekonomi digital sering kali menawarkan peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan efisiensi, tetapi juga menghadirkan tantangan terkait dengan privasi, keamanan data, dan kesenjangan digital.

Alumni dan mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku utama dalam ekonomi digital dan wirausaha di era ini. Dengan memiliki akses ke pendidikan, pengalaman, dan jaringan yang luas, mereka memiliki modal yang berharga untuk memulai bisnis digital yang sukses. Di sisi lain, seorang alumni dengan latar belakang dalam bidang pemasaran dan komunikasi dapat memanfaatkan pengetahuannya untuk mengelola kampanye pemasaran digital yang efektif dan membangun merek secara *online*.

Selain itu, khusus alumni juga memiliki keunggulan dalam hal akses ke sumber daya dan jaringan yang dibangun selama masa studi mereka. Dengan memanfaatkan jaringan alumni yang luas, mereka dapat menemukan peluang kolaborasi, mendapatkan akses ke *mentorship*, dan mendapatkan dukungan finansial dari sesama alumni yang telah sukses dalam bisnis mereka sendiri. Dengan demikian, alumni memiliki kesempatan unik untuk memanfaatkan potensi mereka dalam mengembangkan bisnis digital yang inovatif dan berkelanjutan, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat di era digital ini.

Beberapa temuan hasil penelitian mendapati bahwa peran ekonomi digital dalam hal ini uang elektronik mampu memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi (Nabila, Chaidir, & Suprapti, 2022). Hasil penelitian lain menemukan bahwa industri saat ini harus mampu beradaptasi dalam hal ini adalah kemajuan ekonomi digital agar mampu mengatasi usaha sekarang dan dimasa yang akan datang (Munawarah, Janah, Oktarini, & Khatimah, 2022).

Namun demikian sejalan yang telah dikemukakan sebelum bahwa ekonomi digital juga memiliki permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan hukum, misalnya kebocoran data konsumen, *endorser* yang membuat pihak terkait dalam hal ini

pemerintah perlu membuat payung hukum bagi penyedia jasa, dan hukum ini harus dipahami oleh penyedia jasa (Ismantara & Prianto, 2022).

Masih terkait perlindungan hukum hasil penelitian juga menemukan bahwa disamping memberikan banyak kelebihan modernisasi ekonomi gital membutuhkan perlindungan hukum yang maksimal sehingga para pelaku usaha termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menjalankan bisnisnya dengan aman (Kusuma, 2023).

METODE

Metode yang digunakan tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) adalah memberikan penyuluhan kepada alumni dan mahasiswa aktif dalam bentuk informasi, wawasan atau keterampilan yang relevan dengan tema yang ditawarkan. Tim PkM memberikan informasi tentang perkembangan terkini dalam bidang hukum dalam bisnis digital, isu-isu penting yang berkembang, serta solusi yang dapat diambil apabila menghadapi masalah. Selain itu tim PkM memberikan keterampilan atau teknik terbaru yang relevan dengan bidang hukum dalam bisnis digital.

Pengumpulan data PkM dilakukan melalui wawancara dan kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Kuesioner diisi pada saat sebelum, saat penyuluhan, dan setelah selesai penyuluhan. Tujuan dari wawancara dan kuesioner ini untuk melihat pemahaman peserta penyuluhan dan mendapatkan umpan balik guna melihat keberhasilan kegiatan ini.

Realisasi pemecahan masalah

Tim PkM memberikan penyuluhan kepada alumni dalam bentuk informasi, wawasan atau keterampilan yang relevan dengan tema yang ditawarkan. Berikut diuraikan beberapa solusi yang ditawarkan dalam penyuluhan kepada alumni:

1. Tim PkM memberikan informasi tentang perkembangan terkini dalam bidang hukum dalam bisnis digital, isu-isu penting yang berkembang, serta solusi yang dapat diambil apabila menghadapi masalah.
2. Tim PkM memberikan keterampilan atau teknik terbaru yang relevan dengan bidang hukum dalam bisnis digital.

Dengan menyediakan solusi seperti di atas, maka tim PkM dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung pengembangan karier mereka. Dengan bimbingan dari profesional yang berpengalaman, alumni dan mahasiswa mendapatkan arahan dan saran yang bermanfaat dalam menghadapi situasi yang kompleks di era ekonomi digital.

Khalayak sasaran

Alumni dan mahasiswa aktif merupakan khalayak sasaran yang penting dalam kegiatan PkM karena mereka telah melewati proses pendidikan yang sama dengan mahasiswa saat ini dan telah memasuki dunia kerja. Melibatkan alumni dan mahasiswa aktif dalam kegiatan PkM dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Alumni memiliki pengalaman praktis di lapangan kerja sehingga mampu memberikan informasi terkait dengan transaksi digital dan penggunaan *platform* digital.
2. Pengalaman alumni mampu membuat mereka memahami dengan lebih baik peluang dan tantangan dalam memulai dan menjalankan bisnis digital yang sekarang berkembang dengan pesat.
3. Mahasiswa aktif dapat mempersiapkan diri dalam memulai untuk berbisnis secara digital agar terhindar dari konsekuensi hukum.

Tabel 1. Target sasaran

No.	Sasaran Peserta	Target Jumlah
1.	Alumni Jurusan Administrasi Bisnis	15 orang
2.	Mahasiswa Aktif Semester VI	25 orang
Jumlah Total		40 Orang

Tempat dan waktu

Pelaksanaan kegiatan PkM ini bertempat di aula Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Provinsi Kalimantan Barat, pada 5 Juli 2024, mulai pukul 13.30 sampai dengan pukul 16.30 WIB.

Metode kegiatan

Persiapan yang matang merupakan kunci utama untuk memastikan keberhasilan dalam kegiatan PkM yang akan dilaksanakan. Dengan demikian tim PkM memilih menggunakan metode ceramah dan pelatihan yang dianggap tepat untuk memberikan pemahaman tentang legalitas dan perlindungan hukum dalam bisnis digital. Lebih jelasnya metode kegiatan PkM ini dirangkum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Metode kegiatan

No.	Metode Kegiatan	Keterangan
1.	Metode Ceramah	digunakan dengan cara penyampaian materi yang bersifat kognitif agar seperti menjadi paham dan sadar terhadap legalitas dan perlindungan hukum dalam bisnis digital. Metode ceramah ini akan menggunakan 40% waktu untuk ceramah atau pemaparan materi sedangkan 60% waktu sisanya akan digunakan untuk tanya jawab dan diskusi

2. Metode Pelatihan Bertujuan mengembangkan pengetahuan peserta dan membuat peserta menjadi lebih interaktif dengan cara memberikan contoh kasus dalam bisnis digital dan bagaimana cara mereka menanggapi dan menyelesaikannya.
-

HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan legalitas dan perlindungan hukum bisnis digital dalam rangka kegiatan PkM Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak kali ini diikuti peserta sebanyak 40 orang yang terdiri dari alumni dan mahasiswa aktif. Penyuluhan hukum memberikan alumni dan mahasiswa pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai aspek hukum yang krusial dalam bisnis digital, seperti hak kekayaan intelektual, perlindungan data, dan regulasi *e-commerce*. Pemahaman ini sangat penting karena mereka seringkali memiliki sumber daya yang terbatas untuk menangani masalah hukum. Tim PkM memberikan kuisisioner kepada peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka terhadap hasil penyuluhan.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas peserta memiliki pemahaman yang baik mengenai proses mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) setelah mengikuti penyuluhan. Sebanyak 56% dari peserta menyatakan bahwa mereka "Paham" tentang proses ini, sementara 20% lainnya mengaku "Sangat Paham". Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan tersebut efektif dalam memberikan informasi yang jelas dan bermanfaat kepada peserta, memungkinkan mereka untuk memahami langkah-langkah dan persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh NIB mengingat hal ini membantu mempermudah operasi bisnis karena telah memperoleh legalitas usaha (Fadilah, Fitriyani, & Fudail, 2021).

Namun, masih ada 24% peserta yang hanya "Cukup Paham" tentang proses mendapatkan NIB. Meskipun ini bukan jumlah yang signifikan, ini menunjukkan bahwa ada ruang untuk perbaikan dalam penyuluhan tersebut. Mungkin perlu diadakan sesi tambahan atau materi yang lebih mendalam untuk memastikan semua peserta memiliki tingkat pemahaman yang optimal. Tidak adanya peserta yang merasa "Tidak Paham" atau "Sangat Tidak Paham" menunjukkan bahwa penyuluhan tersebut setidaknya memberikan pengetahuan dasar yang memadai kepada semua peserta.

Mengenai pemahaman peserta tentang perbedaan izin usaha untuk bisnis perorangan dan badan usaha menunjukkan bahwa mayoritas peserta sudah memiliki pemahaman yang baik setelah mengikuti penyuluhan. Sebanyak 52% peserta menyatakan "Paham", dan 24% lainnya mengaku "Sangat Paham". Ini menandakan bahwa penyuluhan berhasil menjelaskan aspek-aspek penting terkait legalitas dokumen usaha, termasuk perbedaan dalam persyaratan, proses pengajuan, dan kewajiban hukum yang berlaku untuk masing-masing jenis usaha.

Namun, masih ada 24% peserta yang hanya "Cukup Paham", menunjukkan bahwa sebagian peserta mungkin memerlukan penjelasan lebih rinci atau contoh praktis untuk benar-benar memahami perbedaan izin usaha antara bisnis perorangan dan badan usaha. Penting untuk memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai legalitas dokumen usaha, mengingat pentingnya kepatuhan terhadap regulasi untuk kelangsungan dan legalitas bisnis mereka. Tidak adanya peserta yang merasa "Tidak Paham" atau "Sangat Tidak Paham" menunjukkan bahwa penyuluhan setidaknya telah memberikan pengetahuan dasar yang memadai, namun ada ruang untuk penyempurnaan dalam pendekatan penyampaian materi.

Terkait dengan kewajiban perpajakan dasar untuk bisnis *e-commerce*, setelah mengikuti penyuluhan, dengan 52% peserta menyatakan "Paham" dan 16% lainnya "Sangat Paham". Ini menandakan bahwa penyuluhan berhasil memberikan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memahami kewajiban perpajakan, yang merupakan aspek penting dalam perlindungan hukum bisnis digital (Putri & Wijaya, 2022). Pemahaman yang baik tentang kewajiban perpajakan membantu memastikan bahwa bisnis *e-commerce* mematuhi regulasi yang berlaku, menghindari kemungkinan sanksi hukum, dan menjaga kredibilitas serta legalitas operasional bisnis mereka.

Pemahaman peserta PkM tentang pentingnya pendaftaran merek dagang untuk produk *e-commerce* menunjukkan sebanyak 48% peserta menyatakan "Paham" dan 36% lainnya "Sangat Paham" mengenai pentingnya pendaftaran merek dagang. Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan berhasil menyampaikan informasi tentang manfaat legalitas dan perlindungan hukum yang diberikan oleh pendaftaran merek dagang, seperti hak eksklusif atas penggunaan merek dan perlindungan dari pelanggaran merek oleh pihak lain.

Namun, 16% peserta hanya "Cukup Paham", menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan untuk penjelasan lebih rinci atau contoh praktis mengenai pendaftaran merek dagang dan implikasi hukumnya. Pendaftaran merek dagang adalah langkah krusial dalam perlindungan hukum dan legalitas bisnis digital, karena memberikan dasar hukum yang kuat untuk melindungi identitas brand dan aset intelektual perusahaan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya pendaftaran merek dagang, bisnis *e-commerce* dapat lebih siap menghadapi potensi sengketa hukum, dan memastikan bahwa mereka beroperasi sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa pemahaman peserta tentang konsep hak cipta dalam konteks konten digital meningkat secara signifikan setelah mengikuti penyuluhan. Hak cipta dalam konten digital ini telah diatur dalam beberapa pasal dalam undang-undang hak cipta dan ITE (Khairunnisa, Permata, & Sudaryat, 2023). Sebanyak 52% peserta menyatakan "Paham" dan 28% lainnya "Sangat Paham" tentang topik ini, yang menunjukkan bahwa penyuluhan tersebut berhasil menyampaikan informasi penting mengenai hak cipta. Pengetahuan yang baik tentang hak cipta sangat penting dalam bisnis digital, karena melindungi karya kreatif dan konten digital dari penggunaan yang tidak sah, memberikan perlindungan hukum kepada pemilik konten, dan memastikan bahwa mereka dapat menuntut hak mereka di hadapan hukum.

Namun, 20% peserta hanya "Cukup Paham" mengenai konsep hak cipta dalam konteks konten digital. Ini menandakan bahwa meskipun sebagian besar peserta sudah memahami konsep dasar hak cipta, ada kebutuhan untuk penjelasan lebih mendalam atau studi kasus konkret untuk meningkatkan pemahaman mereka. Memahami hak cipta adalah esensial bagi pelaku bisnis digital untuk menghindari pelanggaran hukum yang dapat merugikan, baik dari segi finansial maupun reputasi. Perlindungan hak cipta yang kuat memastikan bahwa konten digital yang dihasilkan dilindungi secara hukum, mengurangi risiko tuntutan hukum, dan memberikan keamanan bagi kreator dan bisnis digital dalam menjalankan operasional mereka. Dengan pemahaman yang baik tentang hak cipta, bisnis digital dapat lebih efektif dalam mengelola dan melindungi aset intelektual mereka, serta memanfaatkan hak-hak tersebut untuk keuntungan bisnis yang berkelanjutan.

Pemahaman peserta tentang regulasi penjualan produk tertentu secara *online*, yang dapat berupa makanan atau obat-obatan juga menunjukkan meningkat setelah sesi

penyuluhan. Sebanyak 44% peserta menyatakan “Paham” dan 32% lainnya menyatakan “Sangat Paham”. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penyuluhan berhasil dalam menyebarkan informasi yang relevan terkait persyaratan hukum dan regulasi bagi para penyedia yang menjual produk ini *online*. Hal ini penting agar peserta menyadari persyaratan yuridis yang berlaku, merujuk mereka kepada badan berwenang agar bisa tetap menghasilkan produk yang aman dan menguntungkan yang tidak kalah kompetitif, serta menjauhkan mereka dari risiko hukum.

Sementara itu, 20% peserta hanya “Cukup Paham”, sehingga mungkin perlu penjelasan lebih lanjut atau sesi kedua yang ramah terhadap peserta untuk meningkatkan pemahaman. Peraturan penjualan makanan dan obat-obatan memiliki persyaratan ketat, misalnya yang berkaitan dengan akses bebas ke pasar, label yang memberi informasi serta yang berguna, dan bersaing dengan standar yang ketat terkait keamanan.

Berdasarkan hasil kuesioner juga menunjukkan, pemahaman peserta tentang cara melindungi kekayaan intelektual dalam kerjasama bisnis digital telah menunjukkan peningkatan setelah sesi penyuluhan ini. Perlindungan hukum kerjasama bisnis ini diharapkan dapat menjamin hak dan kewajiban apabila terjadi pelanggaran (Attamimi & Umar, 2022). Sebanyak 48% peserta menyatakan "Paham" dan 28% mengaku "Sangat Paham" mengenai topik ini. Hal ini mencerminkan keberhasilan penyuluhan dalam menyampaikan pentingnya perlindungan hukum terhadap aset intelektual, seperti hak cipta, merek dagang, dan paten dalam konteks kerjasama bisnis digital.

Namun demikian, 20% peserta mengindikasikan bahwa mereka hanya "Cukup Paham". Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan untuk penjelasan lebih mendalam mengenai strategi konkret dalam melindungi kekayaan intelektual dalam

berbagai jenis kerja sama bisnis digital, termasuk penggunaan perjanjian yang tepat dan pendekatan proaktif terhadap hak-hak intelektual.

Memahami cara melindungi kekayaan intelektual sangat penting untuk mencegah pelanggaran hak dan mengoptimalkan nilai dari aset kreatif dan inovatif. Dengan pemahaman yang kuat, pelaku bisnis digital dapat mengelola risiko hukum dan komersial yang terkait dengan kekayaan intelektual mereka, serta memanfaatkannya untuk membangun keunggulan kompetitif jangka panjang dalam pasar yang semakin digital dan kompetitif.

Pemahaman peserta tentang pentingnya kebijakan privasi dan syarat layanan dalam e-commerce menunjukkan variasi setelah sesi penyuluhan. Sebanyak 40% peserta menyatakan "Paham" dan 28% mengaku "Sangat Paham", menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang solid tentang pentingnya kebijakan privasi dan syarat layanan dalam konteks bisnis digital. Namun, terdapat 32% peserta yang mengindikasikan bahwa mereka hanya "Cukup Paham" atau bahkan "Tidak Paham". Hal ini menggambarkan bahwa ada ruang untuk perbaikan dalam menyampaikan informasi lebih mendalam tentang bagaimana kebijakan privasi dan syarat layanan dapat melindungi bisnis *e-commerce* dari risiko hukum dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kebijakan privasi yang baik tidak hanya mematuhi regulasi perlindungan data yang semakin ketat, tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dengan transparansi dalam pengelolaan data pribadi mereka. Sementara itu, syarat layanan yang jelas dan berlaku secara hukum membantu mengatur hubungan antara bisnis dan konsumen, mengurangi potensi sengketa, dan melindungi kepentingan bisnis secara keseluruhan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang kedua aspek ini, bisnis *e-*

commerce dapat lebih siap menghadapi tantangan regulasi dan membangun reputasi yang kuat di pasar digital yang kompetitif.

Mayoritas peserta telah meningkatkan pemahaman mereka tentang implikasi hukum dari kebocoran data pelanggan setelah sesi penyuluhan. Sebanyak 56% peserta menyatakan "Paham" dan 20% mengaku "Sangat Paham" mengenai topik ini. Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan berhasil menyampaikan informasi penting mengenai konsekuensi hukum yang serius yang dapat dihadapi oleh bisnis dalam kasus kebocoran data pelanggan.

Namun, masih ada 16% peserta yang mengindikasikan bahwa mereka hanya "Cukup Paham" mengenai implikasi hukum dari kebocoran data pelanggan, dan 8% lainnya bahkan mengaku "Tidak Paham" atau "Sangat Tidak Paham". Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk penjelasan lebih rinci atau studi kasus konkret untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang bagaimana kebocoran data dapat berdampak pada kewajiban hukum dan reputasi bisnis.

Memahami implikasi hukum dari kebocoran data pelanggan penting untuk mengelola risiko, melindungi informasi sensitif, dan mematuhi regulasi perlindungan data yang semakin ketat. Dengan pemahaman yang kuat, bisnis dapat mengambil langkah-langkah proaktif untuk mencegah kebocoran data dan mengelola respon hukum secara efektif jika terjadi insiden.

Pemahaman tentang tanggung jawab hukum penjual dalam transaksi *e-commerce* dapat dikategorikan sebagai cukup paham hingga sangat paham oleh mayoritas peserta. Sebanyak 48% peserta menyatakan bahwa mereka cukup paham, sementara 28% menyatakan paham, dan 24% menyatakan sangat paham. Hal ini menunjukkan bahwa

sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang baik mengenai tanggung jawab hukum penjual dalam transaksi *e-commerce*.

Tanggung jawab hukum penjual dalam transaksi *e-commerce* mencakup beberapa aspek penting. Pertama, penjual bertanggung jawab atas kesesuaian barang yang dijual dengan deskripsi yang diberikan, termasuk dalam hal adanya cacat tersembunyi pada produk. Kedua, penjual juga bertanggung jawab untuk mengirimkan barang yang telah dipesan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat dalam kontrak elektronik. Selain itu, dalam penggunaan sistem pembayaran seperti rekening bersama, penjual dapat dilindungi secara hukum jika terjadi pelanggaran kontrak oleh pihak lain. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang tanggung jawab hukum ini sangat penting bagi penjual untuk menghindari sengketa hukum dan memastikan transaksi yang aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat.

Tingkat pemahaman mengenai relevansi UU ITE terhadap bisnis *e-commerce* cukup bervariasi. Mayoritas peserta 40% merasa "Cukup Paham", diikuti oleh 28% yang "Tidak Paham", 24% yang "Paham", dan 8% yang "Sangat Tidak Paham". Tidak ada persentase yang disebutkan untuk kategori "Sangat Paham". Hasil ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang UU ITE dalam konteks *e-commerce*. Hasil ini mengindikasikan perlunya upaya lebih lanjut untuk mengedukasi pelaku bisnis *e-commerce* tentang UU ITE.

Meskipun sebagian besar alumni dan mahasiswa merasa cukup paham, masih ada peserta PKM yang merasa tidak paham atau sangat tidak paham. Peningkatan pemahaman ini penting mengingat UU ITE memiliki dampak langsung terhadap operasional bisnis *e-commerce*, termasuk aspek keamanan data, transaksi elektronik, dan perlindungan konsumen. Edukasi yang lebih luas dan mendalam dapat membantu pelaku bisnis

menjalankan usahanya sesuai regulasi dan melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*.

Dari aspek legalitas, UU ITE menjadi pondasi hukum bagi kegiatan *e-commerce* di Indonesia. UU ini mengatur berbagai aspek penting, seperti transaksi elektronik, perlindungan data pribadi, dan konten ilegal. Di sisi lain, perlindungan hukum bagi bisnis digital juga menjadi aspek krusial. UU ITE memberikan payung hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* untuk melindungi hak-hak mereka, seperti hak cipta, merek dagang, dan informasi rahasia.

Memahami cakupan perlindungan hukum ini dapat membantu bisnis *e-commerce* membangun kepercayaan dan daya saing di pasar digital. Meningkatkan pemahaman tentang UU ITE dalam bisnis *e-commerce* bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga seluruh pemangku kepentingan. Upaya edukasi yang berkelanjutan, melibatkan *platform e-commerce*, asosiasi bisnis, dan masyarakat umum, sangat diperlukan untuk membangun ekosistem *e-commerce* yang kondusif dan terlindungi. Dengan demikian, bisnis *e-commerce* dapat berkembang dengan pesat dan bertanggung jawab, serta memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Penyuluhan hukum memberikan alumni dan mahasiswa pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai aspek hukum yang krusial dalam bisnis digital. Peserta penyuluhan diajarkan bagaimana mematuhi regulasi ini agar transaksi bisnis mereka berjalan lancar dan sesuai dengan hukum yang berlaku. Dengan pemahaman yang lebih mendalam ini, alumni dan mahasiswa dapat menjalankan bisnis digital mereka dengan lebih baik, menghindari potensi pelanggaran hukum yang dapat mengakibatkan sanksi atau kerugian finansial yang signifikan.

Selain itu alumni dan mahasiswa dapat meningkatkan tingkat kepatuhan mereka terhadap peraturan tersebut. Kepatuhan terhadap regulasi dapat mengurangi risiko sanksi hukum. Misalnya, perusahaan yang mematuhi standar perlindungan data akan lebih dipercaya oleh konsumen karena mereka merasa data pribadi mereka aman. Hal ini juga berlaku untuk regulasi *e-commerce* yang memastikan bahwa proses transaksi dilakukan secara adil dan transparan.

Penyuluhan ini juga akan membantu peserta memahami pentingnya melindungi kekayaan intelektual dan data pelanggan mereka. Kekayaan intelektual, seperti merek dagang, paten, dan hak cipta adalah aset berharga yang perlu dijaga agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain.

Partisipasi alumni dan mahasiswa dalam penyuluhan hukum juga dapat membuka peluang mereka untuk dapat berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait, seperti pakar hukum, dan usaha lain yang bergerak di bidang yang sama. Kolaborasi ini dapat memberikan manfaat besar bagi alumni dan mahasiswa dalam bentuk dukungan hukum, pertukaran pengetahuan, dan peluang bisnis baru. Misalnya, bekerjasama dengan pakar hukum dapat membantu bisnis dalam menyusun kontrak yang kuat dan menghindari permasalahan hukum.

Melalui jaringan yang diperluas ini, alumni dan mahasiswa juga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis mereka dengan memanfaatkan sumber daya dan kesempatan yang ada. Kolaborasi dengan pihak lain, misalnya, dapat membuka peluang untuk proyek bersama yang saling menguntungkan. Dalam jangka panjang, kemitraan strategis ini dapat membantu bisnis untuk tumbuh secara berkelanjutan, memperkuat posisi mereka di pasar, dan mengatasi tantangan yang muncul. Dengan demikian, penyuluhan hukum tidak

hanya membantu dalam pemahaman regulasi, tetapi juga memberikan dasar untuk pertumbuhan bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan.

Untuk mendukung penulisan dan hasil kegiatan, terlampir dokumentasi kegiatan PkM, sebagai mana terdapat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Foto bersama Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Provinsi Kalimantan Barat



Gambar 2. Peserta kegiatan PkM

SIMPULAN

Penyuluhan dan perlindungan hukum dalam bisnis digital yang diselenggarakan oleh PkM Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak, berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai aspek-aspek hukum dalam bisnis digital. Topik legalitas usaha, perlindungan data, hak kekayaan intelektual, dan regulasi *e-commerce* telah dibahas dengan baik. Hasil kuesioner menunjukkan mayoritas peserta memahami materi, meskipun beberapa area memerlukan penjelasan lebih lanjut.

Pemahaman yang lebih baik tentang regulasi bisnis digital membantu alumni dan mahasiswa menjalankan bisnis dengan lebih baik dan menghindari pelanggaran hukum. Penyuluhan ini juga menekankan pentingnya perlindungan kekayaan intelektual dan data pelanggan. Dengan pemahaman ini, peserta dapat meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan, mengurangi risiko sanksi hukum, dan meningkatkan reputasi bisnis di mata pelanggan dan mitra bisnis.

Selain itu, penyuluhan membuka peluang kolaborasi dengan pakar hukum dan usaha lain. Kolaborasi ini dapat memberikan dukungan hukum, pertukaran pengetahuan, dan peluang bisnis baru. Jaringan yang diperluas membantu alumni dan mahasiswa mempercepat pertumbuhan bisnis mereka dengan memanfaatkan sumber daya dan kesempatan yang ada. Penyuluhan hukum ini tidak hanya membantu dalam pemahaman regulasi, tetapi juga menyediakan dasar untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

PENGHARGAAN

Penghargaan dan ucapan terima kasih yang setinggi-tinggi disampaikan oleh tim PkM Jurusan Administrasi Bisnis kepada semua pihak yang telah membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan ini. Kepada Politeknik Negeri Pontianak yang telah menyediakan

pendanaan maupun Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Politeknik Negeri Pontianak yang telah mengakomodasi kegiatan PkM 2024 ini, sehingga telah berjalan sesuai dengan lini masa yang telah ditetapkan. Tim PkM juga menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Provinsi Kalimantan Barat yang telah berkenan menjadi narasumber dan menyediakan tempat untuk pelaksanaan PkM kali ini. Tidak lupa juga disampaikan terima kasih kepada seluruh peserta PkM yakni alumni dan mahasiswa yang telah hadir dan membantu memsukkseskan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, & Maizaroh, M. (2023). Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen: Kesiapan Indonesia Menyambut Kehadiran Social Commerce. *Jurnal Rechts Vinding Vol 12 No 2*, 319-340.
- Attamimi, Z. F., & Umar, F. (2022). Tinjauan Yuridis Terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Kemitraan Virtual Hotel Operator (VTO) . *Journal Equitable*, 175-191.
- Fadilah, T. N., Fitriyani, Y., & Fudail, M. (2021). Sosialisasi Pembuatan NIB Kepada Pelaku UMKM Di Dusun Kalangan, Candisari, Secang. *Khidmatan*, 175-182.
- Ismantara, S., & Prianto, Y. (2022). Relevansi Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Di Era Ekonomi Digital. *Prosiding Sirena*, 321-330.
- Khairunnisa, S. A., Permata, R. R., & Sudaryat. (2023). Copyright Protection of Podcast-Based Audiobooks Adapted by Third Party Without Permission on Digital Platform Based on Indonesian Positive Law. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 328-334.

- Kusuma, A. P. (2023). Prinsip Kepastian Hukum dalam Upaya Perlindungan Hukum Pelaku UMKM di Era Modernisasi Ekonomi. *Journal of Economic Business & Law Review Vol 3 No 2*, 132-144.
- Munawarah, A., Janah, A. M., Oktarini, E. A., & Khatimah, H. (2022). Peran Ekonomi Digital Bagi Perkembangan Pasar Modern Di Indonesia. *Jurnal Al-Aflah Vol 1 No 2*, 124-133.
- Nabila, H. N., Chaidir, T., & Suprpti, I. A. (2022). Analisis Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia 2017 -2021. *Jurnal Konstanta Ekonomi Pembangunan Vol 1 No 2*, 50-63.
- Putri, A. F., & Wijaya, S. (2022). Kajian Pemungutan Lainnya Dalam Mekanisme PMSE Atas Transaksi Digital Domestik: Proposal Untuk Indonesia. *Jurnal Pajak Indonesia*, 561-577.
- Rosmiyati, S. (2023). Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce. *Jurnal Koalisi, Vol 3 No 1*, 9-23.



Call for Papers

INDONESIAN JOURNAL OF SOCIETY ENGAGEMENT (IJSE) diterbitkan oleh Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM). Terbit sebanyak tiga kali dalam setahun (April, Agustus, dan Desember). IJSE merupakan jurnal tahunan yang membahas praktik dan proses keterlibatan masyarakat. Untuk itu kami menyediakan forum bagi para akademisi, praktisi, dan perwakilan masyarakat untuk mengeksplorasi isu-isu dan merefleksikan praktik-praktik yang berkaitan dengan rangkaian penuh aktivitas masyarakat yang diikutsertakan. Jurnal ini merupakan online peer-review yang didedikasikan untuk publikasi penelitian berkualitas yang berfokus pada penelitian, implementasi, kebijakan tentang keterlibatan masyarakat. Kami berharap jurnal ini dapat menyebarkan isu-isu pelibatan masyarakat di seluruh Indonesia. Jurnal ini memberikan kesempatan untuk berbagi wawasan terperinci dari berbagai pemahaman dan praktik yang terkait dengan layanan masyarakat. Keterlibatan masyarakat berarti pengembangan masyarakat, layanan masyarakat, pemberdayaan masyarakat, penjangkauan masyarakat, dan penelitian tindakan. Adapun edisi yang keduabelas telah diterbitkan pada April 2024. Edisi yang berikutnya yaitu Vol. 5, No. 2, akan terbit pada Agustus 2024.

ADAPUN SYARAT dan KETENTUAN PENULISAN:

1. Artikel merupakan karya ilmiah orisinal yang belum pernah dipublikasikan.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia/ Bahasa Inggris.
3. Artikel meliputi: Judul, Nama lengkap penulis, Afiliasi penulis, Alamat afiliasi penulis, E-mail, Abstrak (Indonesia/Inggris), Kata-kata kunci, PENDAHULUAN, METODE, HASIL dan PEMBAHASAN, SIMPULAN, PENGHARGAAN serta DAFTAR PUSTAKA (menggunakan *APA Style*).
4. Artikel dikirim dalam bentuk *Microsoft Word* melalui *Make A Submission* pada link : <http://www.jurnal.lkd-pm.com/index.php/IJSE/about/submissions>.
5. Template Penulisan dalam bentuk *Microsoft Word* dapat di *download* pada *website IJSE* : www.jurnal.lkd-pm.com.
6. Konfirmasi pengiriman naskah tulisan bisa melalui e-mail: journalsociety@lkd-pm.com atau melalui WhatsApp: +62 859-6040-1451.

ALAMAT REDAKSI :

Indonesian Journal of Society Engagement (IJSE)

Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)
Jalan Kiwi IV No. 7,
Griya Pamulang Estate,
Pamulang Timur,
Tangerang Selatan 15417
Telp./Faks.: 021-74771224
Website: www.jurnal.lkd-pm.com
E-mail: journalsociety@lkd-pm.com
Kontak Person:
Admin J.SOCIETY
(WhatsApp: +62 859-6040-1451)

KEPUTUSAN DEWAN REDAKSI :

Penyunting berhak menyeleksi dan mengedit naskah yang masuk. Untuk informasi kepastian proses selanjutnya akan diberitahukan kepada penulis. Substansi tulisan atau artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan.

