



## PELATIHAN BISNIS DIGITAL UNTUK WARGA AISIYIAH, KABUPATEN BANYUMAS

Oleh

Erny Rachmawaty<sup>1</sup>, Sulfah Anjarwati<sup>2</sup>, Irawan Randikaparsa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: <sup>1</sup>[ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com), <sup>3</sup>[irawan.randikaparsa@gmail.com](mailto:irawan.randikaparsa@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 08-09-2022

Revised: 18-09-2022

Accepted: 22-10-2022

### Keywords:

Bisnis Digital, Transformasi

Bisnis, Covid 19

**Abstract:** Transformasi bisnis menjadi digital merupakan hal yang sangat penting dewasa ini untuk menunjang keberlangsungan siklus suatu bisnis. Setelah melalui era pandemic Covid 19 pola bisnis sudah banyak mengalami perubahan. Pelatihan pada pengabdian ini memberi banyak pengetahuan serta penerapan bisnis digital pada para peserta yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisiyiah Kab. Banyumas. Metode pelaksanaan menggunakan ceramah dan praktik di lab. Computer. Melalui kegiatan ini para peserta yang didominasi ibu rumah tangga memiliki pengetahuan tentang bisnis digital serta menerapkan dalam memulai bisnis.

---

## PENDAHULUAN

Transformasi bisnis berbasis digital sekarang ini menjadi trend yang cukup meningkat di kala pandemic. Dewasa ini hampir di setiap lini bisnis sudah melirik konsumen yang di dapatkan dari pemasaran digital. Pandemi Covid-19 secara signifikan telah merubah cara bertransaksi masyarakat (Rakhmawati *et al.*, 2021), dan banyak melibatkan platform e-commerce. Dengan total populasi 274,9 Juta pada tahun 2021, penyerapan penggunaan internet sudah menyentuh angka 202,6 juta, dibandingkan tahun sebelumnya pada tahun 2021 kenaikan jumlah pengguna internet mencapai 15,5% (Putri Riyanto, 2021). Berdasarkan Annur (2020) di Indonesia, usia pengguna internet didominasi oleh pengguna di kisaran usia 25-34 tahun kemudian diikuti oleh 18-24 tahun serta di posisi 3 oleh 35-44 tahun.

Dalam hal transformasi digital, setidaknya ada 4 faktor yang mendorong terjadinya transformasi digital. 4 faktor tersebut adalah (a) perubahan regulasi, (b) Perubahan lanskap persaingan (c) Pergeseran ke bentuk digital dari industry (d) perubahan perilaku dan harapan konsumen (Loonam, *et al.*, 2018). Selanjutnya, ketika perusahaan mulai bertransformasi menuju business digital setidaknya di ikuti dengan 5 perubahan dimensi organisasi yaitu transformasi pada strategi dan visi, struktur organisasi, produk dan pasar, bisnis proses, budaya perusahaan (Qingfeng & Lihua, 2008).

Transformasi menjadi digital tidak saja mengubah cara penjualan tradisional menjadi modern, namun banyak hal yang harus dipertimbangkan dan disesuaikan dalam setiap perubahan. Selain itu pemilihan strategi yang tepat juga sangat diperlukan agar bisnis tetap bisa bertahan dan berkembang. Adapun tantangan lain dalam bertransformasi seperti adaptasi terhadap teknologi yang terkadang masih sulit di pelajari oleh para pelaku bisnis dengan berbagai latar belakang yang tidak berkaitan dengan bisnis digital. Hal ini



juga menjadi tantangan bagi PCA Aisiyiah mengingat banyak kesibukan dalam keseharian tidak berkaitan dengan bisnis digital serta kurangnya pendampingan terhadap strategi bisnis digital menjadikan pelaku bisnis yang bertransformasi menjadi digital pada PCA Aisiyiah menjadikan tidak maksimalnya potensi keuntungan yang di dapatkan.

## METODE

Metode pengabdian dilakukan dengan cara ceramah dan pelatihan yang merupakan bagian dalam acara Sekolah Wirausaha Aisiyiah (SWA). Kegiatan ini merupakan kegiatan Kerjasama antara FEB Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan Aisiyiah yang tersebar pada Kabupaten Banyumas.

Keberhasilan pada kegiatan ini tidak lepas dari Metode pelaksanaan yang di terapkan dalam pengabdian yang kurikulumnya saling terintegrasi sehingga para peserta memiliki struktur pemikiran yang baik dalam teori maupun penerapan transformasi bisnis digital pada para peserta SWA tahun 2022.

Metode pelaksanaan kegiatan Sekolah Wirausaha Aisiyiah 2022 secara singkat dapat di gambarkan melalui



**Gambar 1. Metode Pelaksanaan SWA**

## HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat pada Sekolah Wraiusaha Aisiyiah dengan tema Pelatihan Bisnis Digital untuk Warga Aisiyiah Kabupaten Banyumas di isi oleh 2 dosen dari fakultas ekonomi dan bisnis. Pemateri 1 memberikan materi berkaitan dengan Pengenalan dan Perkembangan Bisnis Digital, kemudian Pemateri 2 berfokus pada praktik dalam penggunaan media promosi seperti canva.com, trend google.com serta pembuatan konten gambar dengan menggunakan PPT.

Peserta yang di dominasi oleh Ibu Rumah Tangga memiliki pengetahuan baru dan sudut pandang baru tentang bisnis digital. Dimana peserta yang sebelumnya memandang bisnis digitgal sebagai sesuatu yang kompleks setelah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa menerapkan sedikit demi sedikit dan menyederhanakan kompleksitas dalam melaksanakan bisnis digital. Adapun dalam strategi pembuatan konten yang saat itu mereka hanya tergantung pada kamera handphone saja, setelah pelatihan para peserta



dibekali pengetahuan tentang proses edit foto yang bisa dilakukan dimanapun mereka berada.



Gambar 2. Persiapan acara



Gambar 3. Pemateri 1



Gambar 4. Peserta Kegiatan



Gambar 5. Pemateri 2

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Pelatihan Bisnis Digital untuk Warga Aistiyah di Kabupaten Banyumas berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Para peserta mendapat pengetahuan yang dapat diterima dan mudah untuk diterapkan dalam memulai bisnis digital. Para peserta memiliki harapan pada sebuah project pendampingan dalam bisnis yang dikelola Bersama sehingga terpantau dengan baik dalam menerapkan apa yang sudah dipelajari.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih sebagai rasa syukur kami pada Alloh SWT yang telah melimpahkan kemudahan pada kegiatan ini sehingga berjalan dengan lancar. Kemudian kami juga berterima kasih kepada seluruh peserta pengabdian masyarakat yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyyah. Terimakasih juga kami sampaikan pada Dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto serta para pihak pihak yang telah membantu dalam berjalanya kegiatan ini.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Annur, C. M., 2020. Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia?. [Online]
- [2] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia> [Diakses 12 November 2021].
- [3] Loonam, J., Eaves, S., Kumar, V. & Parry, G., 2018. Towards digital transformation: Lessons learned from traditional organizations. *Strategy Change*, Volume 27, pp. 101-109.



- 
- [4] Putri Riyanto, G., 2021. Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. [Online]  
[5] Available at: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> [Diakses 28 Juni 2021].  
[6] Qingfeng, Z. W. C. & Lihua, H., 2008. E-Business Transformation: An Analysis Framework Based on Critical Organizational Dimensions. 13(3), pp. 408-413.