



Transformasi Bisnis di Era Digital: Pengembangan Strategi dan Keterampilan Berbisnis Online

Muliati^{1✉}, Rifqi Nur wahyudi², Pramudita Budi Rahayu³, Andriansyah⁴, Dewi Purnamasari⁵

^{1,5} Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Islam Makassar, Makassar

^{2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Makassar,

⁴ Program Studi Administrasi Fiskal, Universitas Islam Makassar, Makassar

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara bisnis dilakukan di seluruh dunia, mengubah paradigma bisnis, model nilai, dan interaksi antara pelaku bisnis dengan pelanggan. Era digital membawa peluang baru seperti akses pasar global yang lebih luas dan efisiensi operasional yang meningkat, namun juga menimbulkan tantangan baru seperti persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan adaptasi yang cepat. Transformasi digital memerlukan pemahaman dan penguasaan strategi dan keterampilan berbisnis online yang krusial bagi kesuksesan bisnis, terutama di tingkat lokal dan regional. Namun, banyak pelaku bisnis lokal menghadapi tantangan seperti akses terbatas terhadap pengetahuan dan sumber daya untuk mengembangkan dan menerapkan strategi berbisnis online yang efektif. Strategi bisnis digital harus diarahkan untuk menghindari risiko seperti penilaian prospek bisnis yang buruk dan dukungan teknis yang tidak memadai. Oleh karena itu, diperlukan upaya mendesak untuk mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pemahaman dan pengembangan strategi serta keterampilan berbisnis online. Program ini melibatkan partisipasi aktif dari pelaku bisnis lokal, komunitas, akademisi, dan praktisi bisnis, dan diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan ekonomi lokal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan peningkatan daya saing bisnis di era digital yang terus berubah.

Kata Kunci: Bisnis Online, Era Digital, Transformasi Bisnis, Strategi dan Keterampilan

Abstract

The advancement of digital technology has fundamentally changed the way business is conducted globally, reshaping business paradigms, value models, and interactions between businesses and their customers. The digital era brings new opportunities such as broader global market access and increased operational efficiency, yet it also poses new challenges like intensifying competition and the need for rapid adaptation. Digital transformation necessitates a crucial understanding and mastery of online business strategies and skills for business success, particularly at the local and regional levels. However, many local businesses face challenges such as limited access to knowledge and resources needed to develop and implement effective online business strategies. Digital business strategies must be directed towards avoiding risks such as poor business prospect assessments and inadequate technical support. Hence, urgent efforts are required to develop community engagement programs focusing on understanding and developing online business

strategies and skills. These programs involve active participation from local businesses, communities, academics, and business practitioners, aiming to provide tangible benefits for local economic development, improved community welfare, and enhanced business competitiveness in the continually evolving digital era.

Keywords: *Online Business, Digital Era, Business Transformation, Strategy and Skills*

Copyright (c) 2024 **muliati**

✉ Corresponding author :

Email Address: muliati@uim-makassar.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara bisnis dilakukan di seluruh dunia. Perubahan ini tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga mengubah paradigma bisnis, model nilai, dan interaksi antara pelaku bisnis dengan pelanggan mereka. Era digital membawa berbagai peluang baru, mulai dari akses pasar global yang lebih luas hingga efisiensi operasional yang meningkat, namun juga membawa tantangan baru dalam hal persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan adaptasi yang cepat. Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai penggunaanteknologi digital dalam berbagai aspek masyarakat modern yang jauh melampaui literasi dan kompetensi digital, hal ini terkait dengan kemampuan perusahaan untuk berhasil menerapkan teknologi dan prosedur baru untuk meningkatkan operasi bisnis mereka (Simarmata et al., 2019).

Di tengah transformasi bisnis yang sedang berlangsung ini, pemahaman dan penguasaan akan strategi dan keterampilan berbisnis online menjadi krusial bagi kelangsungan dan kesuksesan pelaku bisnis, terutama di tingkat lokal dan regional. Pelaku bisnis, terutama mereka yang beroperasi dalam skala kecil dan menengah, perlu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan memanfaatkan potensi yang ditawarkan oleh teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka. Internet telah memberikan peluang baru bagi pemasar untuk memberikan nilai kepada pelanggan dan mengembangkan hubungan dengan mereka (Darmawan, P. A., 2019). Namun, tantangan yang dihadapi oleh banyak pelaku bisnis lokal adalah akses terbatas terhadap pengetahuan, sumber daya, dan dukungan yang diperlukan untuk mengembangkan dan menerapkan strategi berbisnis online yang efektif. Adanya promosi yang giat tentang sebuah produk di dalam aplikasi TikTok, baik berupa rekomendasi produk maupun ulasan, mampu menimbulkan rasa ketertarikan pengguna media sosial sehingga mereka tertarik untuk menggunakan produk serupa. Rasa ingin tahu untuk menggunakan produk yang sama bisa menjadi titik awal perilaku konsumtif (Malacopo & Andriansyah, 2023). Youtube juga dianggap sebagai media yang bersifat inspiratif karena mahasiswa dapat menyalurkan ide dan kreativitas sebagai konten kreator dan sebagai sumber belajar berbisnis untuk mendapatkan keuntungan finansial (Sabaruddin et al, 2023)

Selain itu, ada kesenjangan keterampilan yang signifikan di kalangan pelaku bisnis terkait dengan aspek teknis dan manajerial dari bisnis online, seperti penggunaan platform e-commerce, pemasaran digital, manajemen inventaris, dan pemahaman akan risiko dan keamanan cyber. Strategi bisnis digital harus didefinisikan dengan baik berdasarkan tujuan spesifik perusahaan; itu harus ditujukan untuk menghindari risiko berikut:

penilaian prospek bisnis yang buruk atau alokasi sumber daya yang tidak memadai untuk berbagai inisiatif bisnis digital; arah strategi bisnis digital yang tidak sesuai karena tujuan bisnis yang dirumuskan dengan buruk; dukungan teknis yang tidak memadai; pemborosan sumber daya, dan lain sebagainya (Correani et al., 2020).

Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pemahaman dan pengembangan strategi serta keterampilan berbisnis online. Program ini harus dirancang untuk mendukung pelaku bisnis lokal dalam menghadapi tantangan transformasi bisnis di era digital, sekaligus memberikan mereka alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk berhasil dalam ekosistem bisnis yang semakin terhubung secara digital. Agar organisasi dapat bertahan dan berkembang di era digital saat ini, metode dan prosedur yang sudah ketinggalan zaman harus dipikirkan kembali dan teknologi baru harus digunakan (Supriyanto & Hana, 2020). Pemerintah juga menilai saat ini adalah waktu yang tepat bagi para pemilik usaha untuk mulai memanfaatkan kecepatan teknologi untuk mendukung proses manajemen mereka. Untuk menjawab permasalahan global tersebut, persaingan global yang tinggi memberikan tuntutan tersendiri bagi para pelaku usaha untuk terus meningkatkan barang-barang kreatif dengan menggunakan teknologi yang ada (Setiawati et al., 2022).

METODOLOGI

Metode pengabdian kepada masyarakat untuk membahas Transformasi Bisnis di Era Digital: Pengembangan Strategi dan Keterampilan Berbisnis Online haruslah dikembangkan dengan fokus pada kebutuhan dan karakteristik spesifik dari komunitas yang dituju. Berikut adalah pendekatan yang dapat diambil:

Studi Pendahuluan dan Analisis Kebutuhan: Lakukan studi pendahuluan untuk memahami karakteristik dan kebutuhan bisnis lokal di era digital. Identifikasi kesenjangan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku bisnis dalam menghadapi transformasi digital.

Pengembangan Materi dan Kurikulum: Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, kembangkan materi dan kurikulum pelatihan yang sesuai dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan peserta. Materi dapat mencakup pengenalan konsep bisnis online, strategi pemasaran digital, manajemen platform e-commerce, analisis data, dan keamanan cyber.

Pendekatan Partisipatif: Melibatkan secara aktif pelaku bisnis lokal, komunitas, serta pakar industri dalam pengembangan materi dan pelaksanaan pelatihan. Dengan demikian, program akan lebih sesuai dengan konteks lokal dan relevan dengan kebutuhan aktual.

Pelaksanaan Pelatihan dan Lokakarya: Sediakan pelatihan praktis dan lokakarya interaktif untuk memberikan peserta kesempatan untuk belajar secara langsung tentang pengembangan strategi dan keterampilan berbisnis online. Gunakan pendekatan berbasis masalah dan studi kasus untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan praktis.

Pendampingan dan Bimbingan: Setelah pelatihan, berikan pendampingan dan bimbingan kepada peserta untuk membantu mereka menerapkan strategi dan keterampilan yang telah dipelajari dalam konteks bisnis mereka sendiri.

Dukungan: Dukungan ini dapat berupa konsultasi langsung, pembuatan rencana aksi, atau pemantauan dan evaluasi berkala.

Evaluasi dan Umpan Balik: Lakukan evaluasi menyeluruh terhadap program pengabdian kepada masyarakat, baik dari segi materi, metode pengajaran, maupun dampak yang diperoleh oleh peserta. Gunakan umpan balik

ini untuk meningkatkan dan memperbaiki program di masa depan. Penyebaran Pengetahuan: Selain melalui pelatihan langsung, aktif dalam menyebarkan pengetahuan dan informasi mengenai transformasi bisnis di era digital melalui berbagai saluran komunikasi, seperti seminar, webinar, atau platform online. Dengan mengikuti pendekatan ini, program pengabdian kepada masyarakat akan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengatasi tantangan transformasi bisnis di era digital dan meningkatkan kemampuan berbisnis online di tingkat lokal.

HASIL dan PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan perubahan fundamental dalam dunia bisnis, mempengaruhi tidak hanya aspek teknis tetapi juga paradigma bisnis, model nilai, dan interaksi antara pelaku bisnis dan pelanggan. Era digital membawa peluang baru yang meliputi akses pasar global yang lebih luas dan efisiensi operasional yang meningkat, tetapi juga menimbulkan tantangan baru seperti persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan adaptasi yang cepat.

Dalam konteks ini, pemahaman dan penguasaan akan strategi dan keterampilan berbisnis online menjadi sangat penting bagi kesuksesan bisnis, terutama di tingkat lokal dan regional. Pelaku bisnis, terutama yang beroperasi dalam skala kecil dan menengah, harus beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan memanfaatkan potensi yang ditawarkan oleh teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka.

Namun, banyak pelaku bisnis lokal menghadapi tantangan seperti akses terbatas terhadap pengetahuan, sumber daya, dan dukungan yang diperlukan untuk mengembangkan dan menerapkan strategi berbisnis online yang efektif. Selain itu, ada kesenjangan keterampilan yang signifikan terkait dengan aspek teknis dan manajerial dari bisnis online.

Strategi bisnis digital harus diarahkan untuk menghindari risiko seperti penilaian prospek bisnis yang buruk, arah strategi yang tidak sesuai, dukungan teknis yang tidak memadai, dan pemborosan sumber daya. Oleh karena itu, diperlukan upaya mendesak untuk mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pemahaman dan pengembangan strategi serta keterampilan berbisnis online.

Program ini harus melibatkan partisipasi aktif dari pelaku bisnis lokal, komunitas, akademisi, dan praktisi bisnis dalam pengembangan dan pelaksanaannya. Pendekatan partisipatif ini akan memastikan bahwa program sesuai dengan konteks lokal dan relevan dengan kebutuhan aktual.



Foto 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Foto 2. Sesi Foto Bersama

Melalui pelatihan praktis, lokakarya interaktif, dan pendampingan langsung, program ini akan membantu peserta untuk memahami dan menerapkan strategi dan keterampilan berbisnis online dalam konteks bisnis mereka sendiri. Evaluasi berkala akan memungkinkan peningkatan dan perbaikan program untuk memastikan dampak yang optimal.

Selain melalui pelatihan langsung, penyebaran pengetahuan dan informasi mengenai transformasi bisnis di era digital juga perlu dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi seperti seminar, webinar, atau platform online. Dengan demikian, program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan ekonomi lokal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan peningkatan daya saing bisnis di era digital yang terus berubah.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi digital telah merubah lanskap bisnis secara menyeluruh, mempengaruhi tidak hanya aspek teknis, tetapi juga paradigma bisnis, model nilai, dan interaksi antara pelaku bisnis dan pelanggan. Era digital membawa peluang baru seperti akses pasar global yang lebih luas dan efisiensi operasional yang meningkat, namun juga menimbulkan tantangan baru seperti persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan

adaptasi yang cepat. Namun, banyak pelaku bisnis lokal menghadapi tantangan seperti akses terbatas terhadap pengetahuan, sumber daya, dan dukungan yang diperlukan untuk mengembangkan dan menerapkan strategi berbisnis online yang efektif. Selain itu, terdapat kesenjangan keterampilan yang signifikan terkait dengan aspek teknis dan manajerial dari bisnis online. Oleh karena itu, diperlukan upaya mendesak untuk mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pemahaman dan pengembangan strategi serta keterampilan berbisnis online.

Program ini harus melibatkan partisipasi aktif dari pelaku bisnis lokal, komunitas, akademisi, dan praktisi bisnis dalam pengembangan dan pelaksanaannya. Pendekatan partisipatif akan memastikan bahwa program tersebut sesuai dengan konteks lokal dan relevan dengan kebutuhan aktual. Melalui pelatihan praktis, lokakarya interaktif, dan pendampingan langsung, program ini akan membantu peserta untuk memahami dan menerapkan strategi serta keterampilan berbisnis online dalam konteks bisnis mereka sendiri. Evaluasi berkala akan memungkinkan peningkatan dan perbaikan program untuk memastikan dampak yang optimal. Selain itu, penyebaran pengetahuan dan informasi mengenai transformasi bisnis di era digital juga harus dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi seperti seminar, webinar, atau platform online, sehingga diharapkan program pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan ekonomi lokal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan peningkatan daya saing bisnis di era digital yang terus berubah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada seluruh tim yang telah berperan serta dengan penuh dedikasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus. Tanpa kerja keras, semangat, dan kolaborasi dari setiap individu yang terlibat, pencapaian yang kita raih tidak akan terwujud. Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materiil, dalam mengorganisir dan melaksanakan kegiatan ini. Dukungan tersebut menjadi fondasi kuat yang mendorong kesuksesan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Referensi :

- Correani, A., De Massis, A., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., & Natalicchio, A. (2020). Implementing a Digital Strategy: Learning from the Experience of Three Digital Transformation Projects. *California Management Review*, 62(4), 37–56. <https://doi.org/10.1177/0008125620934864>
- Darmawan, P. A. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2076–2104.
- Malacopo, M. S., & Andriansyah, A. (2023). Pengaruh Konten Viral Avoskin Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Pengguna Tiktok Di Kota Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(1). <https://doi.org/10.55638/jcos.v5i1.379>
- Sabaruddin, Nahdiana, A. (2023). THE BENEFITS OF YOUTUBE IN AGRICULTURAL

EDUCATION: WHAT DO STUDENTS THINK? *KINESIK*, 10(3), 345–358.

Setiawati, L., Mulyandi, M. R., & Mayrene, G. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Binaan Yayasan Cinta Baca Indonesia. *Jurnal Terapan Abdimas*, 7(2), 208. <https://doi.org/10.25273/jta.v7i2.12710>

Simarmata, J., Cita Sari, D., Wahyudin Purba, D., Mufarizuddin, & Said Hasibum, M. (2019). Inovasi Pendidikan Lewat Transformasi Digital. *Books, September*, 1–110.

Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8640>