

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK BISNIS ONLINE PRODUK DIGITAL

**Riska¹, Devi Sartika¹, Lena Elfianty¹, Ahmad Arib Alfarisy¹,
Muhammad Bintang Firdaus¹**

¹Ilmu Komputer, Universitas Dehasen Bengkulu
*email: *riska.iskandar@unived.ac.id*

Abstract: This community service activity aims to improve the knowledge and skills of students at SMA Negeri 03 Bengkulu Utara in utilizing information technology for online business. Before the training, a pretest was conducted to measure the participants' initial knowledge, which showed that most participants had a low basic understanding before the training, with only 30% of participants successfully answering with a score of more than 60% of the total questions correctly. However, after the implementation of the training program, the posttest results showed a significant increase, where the average score of participants increased to 57% successfully answering with a score above 70% and 43% of participants successfully answering with a score of more than 80%. Feedback from participants showed that they felt more confident in applying this new knowledge in their business practices. Thus, this program provides direct benefits to students and contributes to the development of skills that are relevant to market needs in the digital era. It is hoped that similar activities can be continued in the future with more in-depth and diverse materials, as well as post-training mentoring support. Through a systematic and participatory approach, this program is expected to continue to support the development of student competencies in the fields of information technology and entrepreneurship, as well as provide a positive impact on society as a whole.

Keyword: Information Technology, Online Business, Digital Products.

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa di SMA Negeri 03 Bengkulu Utara dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk bisnis online. Sebelum pelatihan, dilakukan pretest untuk mengukur pengetahuan awal peserta, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman dasar yang rendah sebelum pelatihan, dengan Hanya 30% peserta yang berhasil menjawab dengan skor lebih dari 60% dari total pertanyaan dengan benar. Namun, setelah pelaksanaan program pelatihan, hasil posttest menunjukkan peningkatan yang signifikan, di mana rata-rata skor peserta meningkat menjadi 57% berhasil menjawab dengan skor diatas 70% dan 43% peserta berhasil menjawab dengan skor lebih dari 80%. Umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri untuk menerapkan pengetahuan baru ini dalam praktik bisnis mereka. Dengan demikian, program ini memberikan manfaat langsung bagi siswa dan berkontribusi pada pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar di era digital. Diharapkan kegiatan serupa dapat dilanjutkan di masa depan dengan materi yang lebih mendalam dan beragam, serta dukungan pendampingan pasca pelatihan. Melalui pendekatan yang sistematis dan partisipatif, program ini diharapkan dapat terus mendukung pengembangan kompetensi siswa di bidang teknologi informasi dan kewirausahaan, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

Kata kunci: Teknologi Informasi, Bisnis Online, Produk Digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah cara bisnis dijalankan, terutama dalam konteks pemasaran produk digital. Di era digital ini, pemanfaatan teknologi informasi untuk bisnis *online* menjadi sangat penting, terutama bagi siswa SMA Negeri 03 Bengkulu Utara. Dengan meningkatnya akses internet dan penggunaan perangkat *mobile*, siswa dapat memanfaatkan *platform* digital untuk memasarkan produk mereka secara efektif (Suryawardani et al., 2021). Hal ini sejalan dengan tren global di mana banyak pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), beralih ke pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan menjangkau konsumen yang lebih luas (Hamzah, 2022; Kusmiyati & Priyono, 2021).

Salah satu aspek penting dalam pemanfaatan teknologi informasi adalah pemahaman tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Siswa perlu dilatih untuk menggunakan media sosial, *e-commerce*, dan website sebagai alat promosi yang dapat meningkatkan visibilitas produk mereka (Hartanti et al., 2022). Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar (Faridah & Wulandari, 2020). Oleh karena itu, pelatihan yang berfokus pada pemasaran digital sangat penting untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan bagi siswa dalam mengelola bisnis *online* mereka (Novita et al., 2023).

Selain itu, pentingnya pemahaman tentang keamanan siber juga tidak dapat diabaikan. Dalam dunia bisnis *online*, perlindungan data pelanggan dan aset digital menjadi prioritas utama (Genaro & Rifiyanti, 2023). Dengan menerapkan strategi keamanan yang kuat, diharapkan siswa dapat membuat lingkungan yang aman bagi pelanggan dan membangun reputasi yang baik. Hal ini akan memberikan kepercayaan kepada konsumen dan memungkinkan siswa

untuk fokus pada tujuan pemasaran mereka tanpa mengorbankan keamanan *online*.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, program pelatihan yang dirancang untuk siswa SMA Negeri 03 Bengkulu Utara harus mencakup berbagai aspek, mulai dari pemahaman dasar tentang bisnis *online* hingga penerapan strategi pemasaran digital yang lebih kompleks. Penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan literasi digital memiliki dampak positif terhadap keberhasilan bisnis *online* (Novita et al., 2023; Sopanah et al., 2023). Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan elemen-elemen ini dalam pelatihan agar siswa dapat mengembangkan keterampilan yang relevan dan aplikatif.

Lebih jauh lagi, siswa juga perlu memahami pentingnya inovasi dalam bisnis. Di tengah persaingan yang ketat, kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang (Low et al., 2020). Dengan memanfaatkan teknologi digital, siswa dapat menciptakan produk yang unik dan menarik, serta mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik perhatian konsumen (Kusmiyati & Priyono, 2021). Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing mereka, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

Akhirnya, penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan bisnis *online* di kalangan siswa. Kolaborasi antara sekolah, pemerintah, dan sektor swasta dapat menciptakan peluang bagi siswa untuk belajar dan berlatih dalam lingkungan yang nyata (Julianingsih et al., 2021). Dengan dukungan yang tepat, siswa SMA Negeri 03 Bengkulu Utara dapat menjadi pelaku bisnis yang sukses dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah mereka di era digital ini (Ardianto et al., 2023).

Dengan demikian, pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan teknologi informasi untuk bisnis *online* produk digital di SMA Negeri 03 Bengkulu Utara sangat relevan dan penting. Melalui pelatihan yang komprehensif, siswa tidak

hanya akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis online, tetapi juga akan siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital (Judijanto & Imanirubiarko, 2023; Kadek Novayanti Kusuma Dewi & Luh Putu Mahyuni, 2022; Novita et al., 2023).

METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan melalui serangkaian kegiatan yang terstruktur dan terencana. Pertama, program akan dimulai dengan tahap persiapan, di mana tim pengabdian akan melakukan identifikasi kebutuhan peserta melalui survei dan diskusi dengan pihak sekolah. Setelah itu, workshop dan pelatihan akan dilaksanakan, mencakup pengenalan teknologi informasi, pembuatan produk digital, dan strategi pemasaran online. Kegiatan ini akan melibatkan praktisi dan ahli di bidang teknologi informasi untuk memberikan materi yang relevan dan aplikatif. Selain itu, sesi mentoring akan disediakan untuk memberikan bimbingan langsung kepada siswa dalam mengembangkan ide bisnis mereka.

Selanjutnya, program akan mencakup pengembangan proyek kolaboratif di mana siswa akan bekerja dalam kelompok untuk menciptakan produk digital yang dapat dipasarkan. Kegiatan ini akan diakhiri dengan evaluasi dan umpan balik dari peserta untuk mengukur efektivitas program. Hasil dari kegiatan ini akan didokumentasikan dan dipublikasikan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang potensi bisnis online. Dengan pendekatan yang sistematis dan partisipatif, diharapkan program ini dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi siswa dan masyarakat di sekitar SMA Negeri 03 Bengkulu Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA Negeri 03 Bengkulu Utara berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam kegiatan ini, mahasiswa dan dosen dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dehasen Bengkulu memberikan pelatihan dan workshop mengenai pemanfaatan teknologi informasi untuk bisnis online produk digital. Peserta, yang terdiri dari siswa-siswi, menunjukkan antusiasme yang tinggi selama sesi pelatihan, dengan banyak dari mereka aktif berpartisipasi dalam diskusi dan praktik langsung seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 1 Tim Memberikan Materi dalam Pelatihan

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan siswa di era digital. Dengan adanya pelatihan yang terstruktur, siswa tidak hanya belajar teori, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan yang tidak hanya berfokus pada aspek akademis, tetapi juga pada pengembangan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, interaksi antara pemateri, mahasiswa dan siswa menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan kolaboratif. Pemateri sebagai pengajar dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan mereka, mahasiswa dapat membantu pengajar dan menghidupkan suasana dalam kelas, sementara siswa dapat mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban langsung. Kegiatan ini juga memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengeksplorasi

ide-ide bisnis mereka sendiri, yang dapat mendorong kreativitas dan inovasi di kalangan generasi muda. Seperti yang terlihat dalam potret kebersamaan berikut ini.



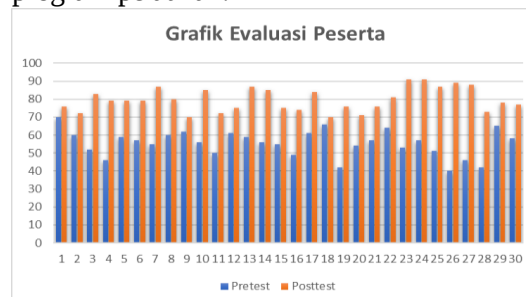
Gambar 2 Kebersamaan TIM dan Siswa

Sebelum pelaksanaan program pelatihan, dilakukan pretest untuk mengukur pengetahuan awal peserta mengenai pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis online. Dari hasil pretest, rata-rata skor peserta menunjukkan bahwa sebagian besar memiliki pemahaman dasar yang rendah tentang konsep-konsep penting seperti produk digital, pemasaran online, dan penggunaan media sosial untuk bisnis. Hanya 30% peserta yang berhasil menjawab dengan skor lebih dari 60% dari total pertanyaan dengan benar.

Setelah pelaksanaan program pelatihan, posttest dilakukan untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan peserta. Hasil posttest menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan skor peserta meningkat menjadi 57% berhasil menjawab dengan skor diatas 70% dan 43% peserta berhasil menjawab dengan skor lebih dari 80%, hal ini menunjukkan bahwa mereka telah memahami materi yang diajarkan. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas program pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai teknologi informasi dan bisnis online.

Dari hasil evaluasi, sebagian besar peserta merasa bahwa mereka mendapatkan pengetahuan baru yang bermanfaat, terutama dalam hal pembuatan produk digital dan strategi pemasaran online. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil membangun hubungan yang baik antara mahasiswa,

dosen, dan siswa, serta meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya teknologi informasi dalam dunia bisnis. Berikut ini grafik hasil pretest dan posttest yang sudah dilakukan saat pelaksanaan program pelatihan.



Gambar 3. Grafik Evaluasi Peserta

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA Negeri 03 Bengkulu Utara berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk bisnis online. Hasil pretest menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman dasar yang rendah sebelum pelatihan, dengan Hanya 30% peserta yang berhasil menjawab dengan skor lebih dari 60% dari total pertanyaan dengan benar. Namun, setelah pelaksanaan program pelatihan, hasil posttest menunjukkan peningkatan yang signifikan, di mana rata-rata skor peserta meningkat menjadi 57% berhasil menjawab dengan skor diatas 70% dan 43% peserta berhasil menjawab dengan skor lebih dari 80%. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas program pelatihan dalam memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep penting dalam bisnis online, seperti produk digital, pemasaran online, dan penggunaan media sosial. Umpan balik positif dari peserta juga menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam praktik bisnis mereka. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada siswa,

tetapi juga berkontribusi pada pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar di era digital. Diharapkan kegiatan serupa dapat dilanjutkan di masa depan untuk terus mendukung pengembangan kompetensi siswa di bidang teknologi informasi dan kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. K., Sanjaya, R., & Harnadi, B. (2023). Ecommerce Website Development for Melisa Baby and Kids Shop. *Journal of Business and Technology*, 3(1), 27–35. <https://doi.org/10.24167/jbt.v3i1.6438>
- Faridah, F., & Wulandari, Z. W. (2020). Pendampingan Pemasaran Industri Lokal Melalui Penggunaan Marketplace untuk Meningkatkan Hasil Produksi di Masa Pandemi Covid-19 Desa Sidomukti Lamongan. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 509–523. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.316>
- Genaro, S., & Rifiyanti, H. (2023). Analyzing the Applications and Implications of Current Emerging Technologies on Digital Trends. *International Journal Education and Computer Studies (IJECS)*, 3(3), 67–71. <https://doi.org/10.35870/ijecs.v3i3.1452>
- Hamzah, A. (2022). How to Sell Handicraft Products Online With the Right Marketing Concept? *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 2(2), 82–90. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v2i2.486>
- Hartanti, J., Adawiyah, W. R., & Mufidah, E. F. (2022). Analysis of Students' Business Independence and Entrepreneurial Resilience Through the Use of Digital Technology in a Business Student Community. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 32(2), 213–225. <https://doi.org/10.23917/jpis.v32i2.20233>
- Judijanto, L., & Imanirubiarko, S. (2023). The Influence of Digital Education Factors and Online Business Innovation on the Economic Independence of People in Yogyakarta Region. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(04), 160–168. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i04.393>
- Julianingsih, D., Prawiyogi, A. G., Dolan, E., & Apriani, D. (2021). Utilization of Gadget Technology as a Learning Media. *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, 3(1), 43–45. <https://doi.org/10.34306/itsdi.v3i1.522>
- Kadek Novayanti Kusuma Dewi, & Luh Putu Mahyuni. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Kusmiyati, L., & Priyono, A. (2021). The strategy for combining online and offline business model for MSMEs. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 10(4), 406–419. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i4.1231>
- Low, S., Ullah, F., Shirowzhan, S., Sepasgozar, S. M. E., & Lee, C. L. (2020). Smart digital marketing capabilities for sustainable property development: A case of Malaysia. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/su12135402>
- Novita, R. I., Wardana, L. W., & Sumanto, A. (2023). The Effectiveness of Entrepreneurship Education and Digital Literacy on Online Business Success with Entrepreneurial Mindset as A Moderating Variable (Study at Madrasah Aliyah in Mojokerto District). *Journal of Educational Analytics*, 2(4), 427–438. <https://doi.org/10.55927/jeda.v2i4.6875>
- Sopannah, A., Rusyad, Z., & Zulkarnain, Z. (2023). Optimizing Small Business

Management through Collaborative Training and Education in Business Applications. *TGO Journal of Community Development*, 1(2), 45–50. <https://doi.org/10.56070/jcd.2023.008>
Suryawardani, B., Wulandari, A., Marcelino, D., Satrya, G. B., Wijaya, R., Lukito, W., & Prabawa, B. (2021). Creative Digital Marketing and Advanced

Internetworking Assistance Programs for Micro, Small and Medium Enterprises in Buah Batu District Bandung. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 361–376. <https://doi.org/10.29062/engagement.v5i2.217>