

KIAT SUKSES DALAM MEMBUKA ONLINE UNTUK MEMBANGUN DAN PENGEMBANGAN USAHA KECIL BAGI MASYARAKAT SEKITAR KAMPUS DI UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA

Formaida Tambunan¹, Roberto Roy Purba^{2*}

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia, Indonesia

Email : formaidatambunans@yahoo.com

Abstrak

Perkembangan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas telah membuka peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk memanfaatkan platform online sebagai sarana membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online dan dampaknya pada masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online meliputi pemahaman tentang potensi pasar, penentuan target konsumen yang tepat, penguasaan teknologi dan platform online, strategi pemasaran yang kreatif dan efektif, serta layanan pelanggan yang memuaskan. Para pelaku usaha juga menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat dan perubahan tren pasar, namun mereka mampu mengatasi tantangan tersebut dengan fleksibilitas dan inovasi. Dampak dari penerapan kiat sukses ini terlihat dalam peningkatan omset dan profitabilitas usaha kecil, peningkatan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar kampus, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Selain itu, usaha kecil yang membuka bisnis secara online juga berhasil meningkatkan visibilitas dan reputasi mereka di pasar lokal dan nasional. Kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online merupakan faktor penting dalam membangun dan mengembangkan usaha kecil. Penggunaan teknologi dan platform online dapat memberikan peluang baru bagi para pelaku usaha kecil untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Kata kunci: **penetrasi internet, pengembangan usaha kecil, masyarakat**

Abstract

The development of technology and widespread internet penetration has opened opportunities for small business owners to utilize online platforms as a means to build and expand their businesses. This research aims to identify the key success factors in establishing small businesses online and its impact on the community around the campus of Universitas Sari Mutiara Indonesia. The key success factors in launching small businesses online include understanding the market potential, identifying the right target consumers, mastering technology and online platforms, implementing creative and effective marketing strategies, and providing satisfactory customer service. Small business owners also face challenges such as fierce competition and market trends changes, yet they manage to overcome these challenges through flexibility and innovation. The application of these key success factors is reflected in the increased revenue and profitability of small businesses, the creation of job opportunities for the community around the campus, and the improvement of the economic well-being of the society. Furthermore, small businesses that operate online have successfully enhanced their visibility and reputation in the local and national markets. The success in establishing small businesses online is an essential factor in the development and growth of these enterprises. The utilization of technology and online platforms offers new opportunities for small business owners to reach a broader market and improve the economic welfare of the community around the campus of Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Keywords: *internet penetration, small business development, community*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas telah membuka peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk memanfaatkan platform online sebagai sarana membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Penggunaan teknologi digital dan internet telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, termasuk dalam skala usaha kecil. Kehadiran platform online memberikan akses yang lebih mudah dan luas untuk mencapai pasar yang lebih besar, termasuk masyarakat di sekitar kampus.

Universitas Sari Mutiara Indonesia sebagai institusi pendidikan yang berlokasi di tengah-tengah masyarakat memiliki peran yang penting dalam mendukung pengembangan usaha kecil di sekitarnya. Melalui penelitian ini, kami bertujuan untuk mengidentifikasi kiat sukses bagi para pelaku usaha kecil dalam membuka bisnis secara online dan melihat dampaknya terhadap masyarakat di sekitar kampus.

Kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online meliputi pemahaman tentang potensi pasar yang ada, penentuan target konsumen yang tepat, penguasaan teknologi dan platform online, strategi pemasaran yang kreatif dan efektif, serta pelayanan pelanggan yang memuaskan. Para pelaku usaha kecil juga harus siap menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat dan perubahan tren pasar. Namun, dengan fleksibilitas dan inovasi, mereka dapat mengatasi tantangan tersebut dan tetap relevan di pasar yang semakin dinamis.

ANALISIS SITUASIONAL

Pada era perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin maju, banyak pelaku usaha kecil di sekitar kampus Universitas Sari Mutiara Indonesia mulai melihat peluang untuk membuka bisnis secara online. Situasi ini didorong oleh banyak faktor, termasuk penetrasi internet yang semakin luas di wilayah tersebut dan perkembangan teknologi digital yang memudahkan akses dan transaksi online.

Beberapa faktor yang menjadi latar belakang analisis situasional kiat sukses membuka usaha kecil secara online di wilayah sekitar kampus adalah sebagai berikut: (1) Potensi Pasar dan Kebutuhan Konsumen; (2) Teknologi dan Akses Internet; (3) Persaingan Pasar; (4) Tingkat Pemahaman Teknologi; (5) Kemampuan Pemasaran dan Layanan Pelanggan; (6) Fleksibilitas dan Inovasi.

Dengan mempertimbangkan analisis situasional di atas, para pelaku usaha kecil di sekitar kampus Universitas Sari Mutiara Indonesia dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada dalam membuka bisnis secara online. Melalui penerapan kiat sukses yang

tepat, mereka diharapkan dapat memanfaatkan potensi pasar secara optimal, meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar, dan mencapai kesuksesan dalam mengembangkan bisnis kecil mereka di era digital saat ini.

METODE PELAKSANAAN

Untuk mengimplementasikan kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online bagi masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia, berikut adalah beberapa metode pelaksanaan yang dapat digunakan:

1. Penyusunan Materi Pelatihan: Menyusun materi pelatihan yang komprehensif tentang kiat sukses membuka usaha kecil secara online.
2. Pelatihan dan Workshop: Mengadakan pelatihan dan workshop untuk para pelaku usaha kecil di wilayah sekitar kampus.
3. Pendampingan dan Konsultasi: Memberikan pendampingan dan konsultasi kepada para pelaku usaha kecil yang membutuhkan bantuan dalam membuka usaha online.
4. Pembuatan Platform Online: Membantu para pelaku usaha kecil dalam pembuatan platform online, seperti website atau media sosial, untuk memperluas jangkauan dan visibilitas bisnis mereka.
5. Penggunaan Media Sosial dan Digital Marketing: Memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial dan strategi digital marketing untuk memasarkan produk atau jasa secara efektif kepada target konsumen.
6. Pelatihan Pelayanan Pelanggan: Memberikan pelatihan tentang pelayanan pelanggan yang baik dan responsif agar dapat memberikan pengalaman positif kepada pelanggan.
7. Monitoring dan Evaluasi: Melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan bisnis online para pelaku usaha kecil.
8. Kerjasama dan Kolaborasi: Mendorong terbentuknya kerjasama dan kolaborasi antara pelaku usaha kecil di sekitar kampus, sehingga mereka dapat saling mendukung dan bertukar pengalaman.
9. Pengenalan Produk Lokal: Mendorong para pelaku usaha kecil untuk memanfaatkan platform online untuk mempromosikan produk lokal mereka, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar.

Dengan mengimplementasikan metode-metode pelaksanaan di atas, diharapkan para pelaku usaha kecil di sekitar kampus Universitas Sari Mutiara Indonesia dapat berhasil membuka bisnis secara online dan mencapai kesuksesan dalam mengembangkan usaha

mereka. Metode ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar kampus dan memberikan kontribusi positif dalam pertumbuhan ekonomi wilayah tersebut.

HASIL KEGIATAN

Hasil dari implementasi kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online bagi masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia sangat positif dan memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku usaha dan masyarakat setempat. Berikut adalah beberapa hasil yang dicapai dari kegiatan ini: (1) Peningkatan Jangkauan Pasar; (2) Diversifikasi Produk dan Jasa; (3) Penyederhanaan Proses Transaksi; (4) Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran; (5) Peningkatan Pendapatan dan Profitabilitas; (6) Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat; (7) Penciptaan Lapangan Kerja; (8) Peningkatan Visibilitas dan Reputasi Bisnis; (9) Kolaborasi dan Kemitraan.

Hasil positif dari kegiatan ini menunjukkan bahwa kiat sukses membuka usaha kecil secara online memberikan manfaat yang signifikan bagi para pelaku usaha dan masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Penggunaan teknologi dan platform online telah membuka peluang baru bagi para pelaku usaha kecil untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

PEMBAHASAN

Kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online bagi masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia telah membawa banyak manfaat dan memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha dan masyarakat setempat. Berikut adalah pembahasan lebih rinci tentang kiat sukses yang telah berhasil meningkatkan bisnis kecil dan ekonomi di wilayah tersebut:

1. Memahami Potensi Pasar dan Penentuan Target Konsumen: Kunci pertama dalam membuka usaha kecil secara online adalah memahami potensi pasar dan menentukan target konsumen yang tepat.
2. Penguasaan Teknologi dan Platform Online: Penguasaan teknologi dan platform online menjadi hal penting dalam membuka usaha kecil secara online. Pelaku usaha harus memahami cara menggunakan platform digital dan media sosial sebagai sarana memasarkan produk atau jasa mereka.

3. Strategi Pemasaran Kreatif dan Efektif: Kreativitas dalam strategi pemasaran merupakan hal yang esensial dalam membuka usaha kecil secara online.
4. Layanan Pelanggan yang Memuaskan: Layanan pelanggan yang memuaskan merupakan aspek penting dalam membuka usaha kecil secara online.
5. Fleksibilitas dan Inovasi: Pelaku usaha kecil harus bersikap fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar dan tren yang dinamis.
6. Kolaborasi dan Kemitraan: Kiat sukses juga mencakup kolaborasi dan kemitraan antara pelaku usaha kecil di sekitar kampus.

Melalui penerapan kiat sukses ini, para pelaku usaha kecil di sekitar kampus Universitas Sari Mutiara Indonesia telah berhasil membuka bisnis secara online dengan sukses. Hasilnya adalah peningkatan omset dan profitabilitas usaha, peningkatan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar kampus, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Selain itu, adanya peluang baru melalui platform online telah meningkatkan visibilitas dan reputasi bisnis mereka di pasar lokal maupun nasional. Kiat sukses ini menjadi pilar penting dalam membangun dan mengembangkan usaha kecil di era digital, dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi wilayah sekitar kampus Universitas Sari Mutiara Indonesia.

SIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online bagi masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia memberikan manfaat yang signifikan. Beberapa kesimpulan utama dari kegiatan ini adalah:

1. Penggunaan Teknologi dan Platform Online: Pemanfaatan teknologi digital dan platform online membuka peluang baru bagi para pelaku usaha kecil untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar kampus.
2. Pemahaman Potensi Pasar dan Target Konsumen: Memahami potensi pasar dan menentukan target konsumen yang tepat adalah kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan menciptakan produk atau jasa yang relevan dengan kebutuhan pasar.
3. Kreativitas dan Inovasi: Kreativitas dalam strategi pemasaran dan inovasi produk atau layanan membantu menciptakan keunggulan kompetitif dan menarik minat pelanggan potensial.

4. Pelayanan Pelanggan yang Memuaskan: Pelayanan pelanggan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan, membantu mempertahankan pelanggan, dan memberikan ulasan positif yang dapat mempengaruhi reputasi bisnis.
5. Kolaborasi dan Kemitraan: Kolaborasi dan kemitraan antara pelaku usaha kecil di wilayah sekitar kampus dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan memperluas jaringan usaha.

Diharapkan kiat sukses dalam membuka usaha kecil secara online akan semakin berhasil dan memberikan dampak yang positif bagi para pelaku usaha dan masyarakat sekitar kampus di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Dalam era digital yang terus berkembang, peran universitas sebagai fasilitator dan pendukung bagi pengembangan usaha kecil sangatlah penting untuk menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada masyarakat pelaku usaha serta pimpinan dan jajaran Universitas Sari Mutiara Indonesia yang telah mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tridarma di Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. P., & Kusuma, A. P. (2020). E-commerce and Small Medium Enterprises (SMEs) Performance in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(9), 607-618.
- Hidayat, A., & Kurniawan, A. (2019). Success Factors in Developing Online Small Business: Case Study in Indonesia. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(3), 710-716.
- Istadi, I. A., & Sutapa, I. K. (2021). The Influence of Market Orientation and Innovation on the Success of SMEs: Case Study on SMEs in Bali, Indonesia. *International Journal of Business and Management Invention*, 10(3), 44-52.
- Nurhayati, N., & Rahayu, W. P. (2019). The Impact of Social Media Marketing on SMEs Business Performance in Indonesia. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 3(5), 31-38.
- Putra, R. N., & Rianto, A. F. (2020). Developing Online Business for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia: Opportunities and Challenges. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 23(1), 63-72.
- Saputra, H., & Suryadi, K. (2021). The Role of Online Marketplaces in Enhancing the Performance of SMEs in Indonesia. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 9(1), 47-55.
- Universitas Sari Mutiara Indonesia. (2022). Laporan Kegiatan: Kiat Sukses dalam Membuka Online untuk Membangun dan Pengembangan Usaha Kecil bagi Masyarakat Sekitar Kampus. Tidak Diterbitkan.