

PELATIHAN *E-COMMERCE* DAN *SOCIAL COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI *TECNOPRENEURSHIP* PADA SISWA SMK

Ana Zahrotun Nihayah¹, Tatim Musolichah², Lathif Hanafir Rifqi³

^{1,2}Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

³Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum,

Universitas Islam Negeri Walisongo

Jalan Prof. Dr. Hamka, Semarang

¹e-mail: ana.zahrotun.nihayah@walisongo.ac.id

Abstrak

Pelatihan *technopreneurship* pada siswa SMK Dwi Sakti Tuban dilatarbelakangi oleh data nasional yang menunjukkan tingkat pengangguran lulusan SMK di antara kategori lain tergolong tertinggi (sebanyak 13,55%). Pada observasi awal diperoleh data bahwa sebagian siswa SMK Dwi Sakti memiliki akun media sosial dan dapat mengoperasikan *smartphone* dengan baik. Namun, sedikit sekali yang memiliki wawasan mengenai *e-commerce* dan *social commerce*. Secara garis besar, metode pengabdian ini meliputi tiga hal yaitu identifikasi masalah lapangan, pelatihan, dan evaluasi. Pelatihan diikuti oleh 34 siswa berlokasi di gedung sekolah SMK Dwi Sakti pada 7 Agustus 2021. Evaluasi hasil pelatihan menggunakan uji *Chi Kuadrat* yang membandingkan tingkat harapan dan realita dari uji *pre-test* dan *posttest*. Hasil analisis *Chi Kuadrat* menunjukkan tidak ada perbedaan antara harapan dengan realita dari peningkatan kompetensi siswa. Persentase peningkatan kompetensi siswa setelah pelatihan secara realita telah sesuai dengan persentase peningkatan kompetensi siswa yang diharapkan sebelum dilakukan pelatihan.

Kata Kunci: *technopreneurship, e-commerce, social commerce*

Abstract

Technopreneurship training for students of SMK Dwi Sakti Tuban is motivated by national data that shows the unemployment rate of SMK graduates is the highest (as much as 13.55%) among other categories. In the initial observation, data was obtained that some students of SMK Dwi Sakti have social media accounts and can operate smartphones properly. However, very few have insights into e-commerce and social commerce. Broadly speaking, the work method of this study includes three things, namely identification of field problems, training, and evaluation. The training was attended by 34 students located in the school building of SMK Dwi Sakti on August 7, 2021. Evaluation of training results using a chi squared test that compares the level of expectation and reality of the pre-test and post-test. The results of the chi squared analysis showed that there was no difference between expectations and the reality of improving student competence. The percentage of increase in student competence after training in reality is in accordance with the percentage of increase in student competence expected before training.

Keywords: *technopreneurship, e-commerce, social commerce*

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik mencatat pengangguran di Indonesia pada Februari 2021 sebanyak 8,75 juta orang. Jumlah tersebut mengalami kenaikan jika dibandingkan pada Februari 2020 yakni sebesar 6,93 juta (Annur, 2021). Data total penduduk yang tidak memiliki pekerjaan, ternyata didominasi lulusan SMK yakni sebesar 11,13% (Oahlevi, 2021). Kondisi ini cenderung memiliki kesamaan pada tahun-tahun sebelumnya (Sembiring, 2021). Melihat fakta lulusan SMK yang semakin banyak tidak terserap oleh lapangan pekerjaan tersedia, maka pihak sekolah perlu meningkatkan *skill* siswa SMK agar lebih mampu bersaing secara kompetitif di dunia kerja.

Pada kondisi lain di era industri 4.0, kompetensi tentang teknologi merupakan hal pokok yang harus dimiliki pencari kerja termasuk lulusan SMK. Banyak perusahaan saat ini yang menggunakan teknologi sebagai basis bisnisnya (Abdullah, 2014). Namun, memiliki kompetensi mumpuni sekalipun tidak menjamin lulusan SMK dapat terserap dalam dunia kerja formal. Fakta ini memunculkan argumen alternatif yaitu menjadikan lulusan SMK sebagai seorang *technopreneurship*. Maka dari itu, pelatihan mengenai *technopreneurship* sangat relevan dilakukan untuk masyarakat usia produktif saat ini termasuk siswa SMK.

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan tema *technopreneurship* telah dilakukan oleh berbagai pihak. PKM yang dilakukan oleh (Muhazir et al., 2021) adalah pemberian motivasi bagaimana memulai wirausaha, menganalisis peluang yang konkret, serta mengaplikasikan bisnis melalui *e-commerce*. Selanjutnya, (Santoso et al., 2020) melakukan presentasi dan praktik langsung bagaimana berbelanja secara *online*. Materi lainnya dari Santoso yaitu strategi dalam menghadapi persaingan *e-commerce* serta potensi *e-commerce* dimasa yang akan datang. Pelatihan serupa dilakukan oleh (Asnal et al., 2020) berupa pembuatan web *e-commerce* untuk mempromosikan produk unggulan yang dihasilkan SMK tempat PKM. Masih ada PKM lain dari (Novaliendry, 2019) dan (Prasetya et al., 2019) tentang desain grafis ataupun blog web *e-commerce*.

Pembeda PKM ini dengan sebelumnya adalah penekanan pada *social commerce* sebagai bagian dari *e-commerce*. Selain itu, ada penekanan pada materi *technopreneurship* agar siswa memiliki kompetensi kewirausahaan yang baik untuk dikombinasikan dengan kompetensi teknologi. Secara khusus, kegiatan

PKM dengan tema *technopreneurship* ini diadakan karena melihat data jumlah lulusan SMK Dwi Sakti yang umumnya hanya bekerja di sektor non formal, di samping sebagian kecil yang bekerja di sektor formal atau melanjutkan ke perguruan tinggi (Tabel 1).

Tabel 1 Data lulusan SMK Dwisakti Periode 2016-2020

Tahun	Jumlah Lulusan	Bekerja Sektor Formal	Bekerja Sektor Nonformal	Melanjutkan ke Perguruan Tinggi
2016	70	14	49	7
2017	83	16	58	9
2018	78	16	55	7
2019	85	17	60	8
2020	90	18	63	9

Informasi lain pada observasi awal adalah adanya data bahwa sebagian siswa telah memanfaatkan *social media* dengan aktif. Informasi ini memiliki makna implisit bahwa potensi *techopreneursip* melalui pemanfaatan sosial media sangat mungkin dikembangkan. Maka dari itu, pelatihan *techopreneursip* dengan fokus sosial *commerce* perlu dilakukan pada siswa SMK Dwi Sakti. Melihat keterkaitan antara *social commerce* dengan *e-commerce* yang sangat erat, maka pengetahuan terhadap *e-commerce* juga perlu dikembangkan dalam kegiatan pengabdian. Secara garis besar rangkaian pengabdian di SMK dwisakti terbagi dalam tiga tahap yaitu identifikasi masalah, kegiatan pelatihan, dan evaluasi. Tiga tahapan ini dijadikan fokus kajian pengabdian. Harapannya adalah terjadi peningkatan kompetensi siswa dalam *e-commerce* dan *social commerce* dalam bingkai *technopreneurship*.

METODE

Kegiatan pengabdian ini merupakan bagian dari program pengabdian masyarakat yang didukung oleh LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) UIN Walisongo Semarang. Kegiatan terbagi dalam tiga tahapan yaitu identifikasi masalah, kegiatan pelatihan, dan evaluasi. Identifikasi masalah dilakukan dengan cara observasi. Observasi dilakukan melalui wawancara dan analisis dokumen sekolah. Wawancara dilakukan kepada kepala

sekolah dan tiga siswa SMK Dwi Sakti Tuban. Fokus wawancara adalah menggali informasi mengenai *technopreneurship* yang dijadikan sebagai tema kegiatan. Sementara, dokumentasi berupa analisis data profil kegiatan lulusan. Identifikasi masalah dilakukan pada pekan pertama bulan Juni 2021.

Tahapan selanjutnya adalah kegiatan pelatihan *technopreneurship*. Mekanisme pelatihan dengan model interaktif praktis mengenai pengaplikasian *social media* dalam dunia bisnis. Sebelumnya, pada awal pelatihan adalah penyampaian materi mengenai kewirausahaan. Pelatihan juga memaparkan potensi persaingan dunia bisnis *e-commerce*. Pelatihan dilaksanakan selama 4 jam pada 07 Agustus 2021 di gedung kelas SMK Dwi Sakti. Jumlah peserta pelatihan adalah 34 siswa jurusan akuntansi kelas XII. Narasumber merupakan dua orang akademisi sekaligus *entrepreneur* dari kampus perguruan tinggi keagamaan Islam negeri. Narasumber pertama adalah Lathif Hanafir Rifqi, sementara narasumber kedua bernama Ana Zahrotun Nihayah.

Tahapan terakhir yaitu evaluasi. Evaluasi yang dilakukan menggunakan metode *Chi Kuadrat*. Metode *Chi Kuadrat* digunakan untuk mengukur derajat peningkatan kompetensi siswa antara harapan dengan realitasnya. Harapan yang ditargetkan adalah 40% siswa mendapatkan peningkatan kompetensi di atas 50%. Sebanyak 40% siswa mendapat peningkatan kompetensi antara 30%-50%, Sementara, sebanyak 20% siswa diharapkan peningkatan kompetensinya di bawah 30%. Peningkatan kompetensi diukur dari perbandingan nilai *pre-test* dan *posttest*. Nilai *pre-test* dan *posttest* diukur presentase tingkat kenaikan atau penurunannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Masalah Di Lapangan

Kepala sekolah memaparkan bahwa sebagian besar siswa SMK merupakan siswa yang berasal dari keluarga ekonomi sederhana. Lebih dari 70% siswa berasal dari Kecamatan Bangilan yang merupakan lokasi dari SMK Dwi Sakti. Hal demikian merupakan dampak dari kebijakan pemerintah tentang pemerataan kualitas pendidikan yang mengatur radius tempat tinggal siswa. Kondisi ini

berbeda sebelum adanya kebijakan tersebut. Siswa SMK didominasi dari luar kecamatan ataupun kabupaten lain. Sebagian besar siswa SMK Dwi Sakti merupakan masyarakat pedesaan. Sekitar 80% merupakan anak dari keluarga petani sederhana atau pekerja nonformal. Meskipun begitu antusias belajar dinilai tetap tinggi karena sebagian besar biaya pendidikan disubsidi oleh pemerintah pusat maupun daerah. Berlatarbelakang dari ekonomi sederhana, banyak siswa yang diharapkan oleh keluarganya agar dapat memperoleh pekerjaan yang layak setelah menyelesaikan sekolahnya. Pilihan sekolah di SMK dinilai paling tepat karena fokus pada keterampilan yang dibutuhkan oleh dunia industri (Maulina & Yoenanto, 2022). Masalah mental masih sering terlihat di antara para siswa dalam menghadapi tantangan di dunia industri yang semakin berat (Sari et al., 2021). Muncul dari tengah keluarga yang memiliki tingkat pendidikan rendah, sering kali para siswa tidak terlalu memiliki kepercayaan diri dalam belajar. Terdapat berbagai laporan dari instansi relasi magang bahwa mental anak didik tidak terlalu baik. Adanya pelatihan yang dilakukan oleh pihak luar atau menghadirkan beberapa alumni sukses menjadi salah satu cara dalam meningkatkan mental tersebut. Gairah belajar dan motivasi untuk mencapai kesuksesan diharapkan muncul dan terpelihara dari program-program tersebut.



Gambar 1 Interview Identifikasi Masalah dengan Pihak Sekolah

Data lima tahun terakhir menunjukkan bahwa 92,4% lulusan SMK Dwi Sakti memilih bekerja daripada melanjutkan pendidikan tinggi. Faktor biaya pendidikan perguruan tinggi yang belum terjangkau oleh keluarga lulusan menjadi alasan pilihan bekerja merupakan keputusan yang paling tepat (Arofah, 2018).

Meskipun sebagian besar lulusan memilih bekerja, data menunjukkan bahwa kategori pekerjaan yang diperoleh masih didominasi pada pekerjaan sektor nonformal. Pekerjaan sektor nonformal sering kali tidak memberikan penghasilan dan jaminan yang lebih baik dibanding pada sektor formal (Harahap, 2016). Pekerjaan pada sektor nonformal banyak didominasi oleh pelaku usaha menengah kecil yang belum dapat memberikan upah layak bagi para pegawainya.

Letak wilayah tempat tinggal siswa yang jauh dari perkotaan, menjadi salah satu faktor keterserapan kerja pada sektor formal cukup rendah. Industri atau perusahaan besar masih banyak beroperasi pada wilayah kota besar atau kecamatan pada pusat administrasi kabupaten. Sementara, perusahaan besar yang beroperasi di sekitar Kecamatan Bangilan sangat sedikit atau bahkan tidak tersedia.

Kondisi ini telah disikapi oleh pihak sekolah dengan mengarahkan siswa pada kegiatan kewirausahaan yang berbasis pada keterampilan mandiri. Mata pelajaran kewirausahaan masih dijadikan respons atas solusi tersebut. Meskipun dalam praktiknya mata pelajaran ini belum memberikan dampak signifikan kepada siswa bagaimana pentingnya membangun kesadaran berwirausaha (Tahirs & Rambulangi, 2020). Pihak sekolah juga kesulitan menghadirkan guru yang memiliki antusiasme tinggi terhadap kewirausahaan. Sebagian besar guru merupakan tenaga terampil dalam bidang yang ditekuni, namun belum memiliki pengalaman mengenai kewirausahaan.

Wawancara lain dilakukan kepada tiga siswa yang memiliki kesimpulan hampir serupa dari para informan. Informasi yang didapatkan berupa latar belakang ekonomi siswa yang berasal dari keluarga belum sejahtera. Sebagian besar dari siswa memiliki keinginan memiliki penghasilan yang layak setelah menyelesaikan pendidikan SMK. Meskipun sebagian informan memiliki preferensi untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Dukungan motivasi yang tidak begitu baik dari lingkungan keluarga menjadikan antusiasme beberapa siswa tidak begitu baik untuk *out off the box* dalam meraih kesuksesan (Kurniawan et al., 2016). Siswa juga tidak memiliki gambaran jika kesulitan mendapatkan pekerjaan ketika lulus sekolah.

Terkait dengan tema pelatihan yang dilakukan, tidak ada siswa yang memiliki wawasan mengenai *technopreneurship* (Gimin et al., 2018). Namun, sebagian kecil siswa memiliki pengetahuan mengenai *e-commerce* dan *social commerce* meskipun terbatas pada uraian sederhana. Lebih detail terkait *e-commerce* dan *social commerce* tidak banyak diketahui oleh siswa. Pengamatan lain ditemukan bahwa sebagian siswa memiliki gawai *smartphone* yang dapat dioperasikan untuk *e-commerce* dan *social commerce*. Sebagian siswa juga memiliki akun di beberapa media sosial yang berbeda.

Situasi demikian yang diuraikan dapat dianalisis diperoleh ruang kosong yang dapat dijadikan peluang dalam mengatasi berbagai persoalan yang disebutkan. Pemanfaatan *smartphone* dalam operasi bisnis yang memanfaatkan *e-commerce* atau *social commerce* sangat potensial dilakukan oleh lulusan SMK (Mikkael et al., 2020). Peluang ini juga dapat dilakukan untuk mengantisipasi terjadinya *jobless* ketika masa kelulusan di waktu yang akan datang (Mufti et al., 2017). Alternatif ini dapat dijadikan pilihan terbaik bagi lulusan siswa SMK mengingat begitu potensialnya pemanfaatan teknologi di sektor perdagangan. *E-commerce* dan *social commerce* dapat membantu pelaku usaha untuk mendapatkan banyak pembeli pada jangkauan wilayah yang cukup luas (Apriadi & Saputra, 2017).

Pelatihan *Tecnopreneurship*

Pelatihan dibagi dalam dua tahap. Tahap pertama adalah pemaparan mengenai *entrepreneurship*, kemudian dilanjutkan tahap kedua tentang *technopreneurship*. Pemaparan *technopreneurship* yang disampaikan oleh narasumber pertama Lathif Hanafir Rifqi diawali dengan pemberian motivasi kepada para siswa mengenai contoh wirausaha sukses. Beberapa contoh wirausaha sukses dari perspektif lintas generasi, latar belakang ekonomi, gender, latar pendidikan formal, dan religiositas. Pemaparan ini untuk memantik ketertarikan siswa dalam mengikuti pelatihan. Teknik ini sering kali dilakukan agar antusiasme peserta terbangun untuk menciptakan suasana pelatihan yang interaktif (Sumantri, 2021). Wirausahawan dalam lintas generasi dicontohkan wirausahawan milenial seperti Belva Devara CEO Ruang Guru dan Nadiem Makariem yang merupakan pemilik PT. Gojek Indonesia. Pemilihan contoh

wirausahawan dari kalangan milenial ini diharapkan dapat menginspirasi siswa untuk dapat merintis usaha sejak usia muda. Rintisan usaha yang dimulai lebih dini diharapkan mampu memperoleh titik kesuksesan lebih cepat atau di usia muda (Hilmy, 2021).



Gambar 2 Pemaparan Mengenai *Technopreneurship*

Contoh wirausahawan yang berasal dari keluarga ekonomi kurang mampu adalah Dahlan Iskan. Sebagian besar siswa SMK merupakan individu yang berasal dari keluarga belum sejahtera. Pemberian contoh kesuksesan yang dicapai Dahlan Iskan setidaknya dapat mengarahkan *mindset* bagi siswa bahwa kesuksesan dapat diraih dari latar belakang ekonomi keluarga manapun (Yuliana, 2019).

Susi Pujiastuti dipilih sebagai contoh wirausahawan sukses dari sisi gender dan latar belakang pendidikan formal rendah. Wanita di era modern memang diberikan ruang untuk mengekspresikan diri agar tidak selalu berada di bawah hegemoni kaum laki-laki. Meskipun secara hakiki, tidak akan dapat disamakan tingkatan kodrat wanita dengan laki-laki (Cahyaningsih, 2020). Kesuksesan Susi Puji Astuti diharapkan dapat menjadi teladan bagi siswa wanita untuk bekerja keras dalam mencapai apa yang dicita-citakan. Sebagian besar siswa perempuan berasal dari keluarga masyarakat desa yang masih memiliki pola pikir tradisional. Sangat rentan calon lulusan siswa SMK untuk dibatasi kariernya karena pola pikir tradisional yang menghendaki seorang perempuan untuk terbatas hanya melakukan aktivitas rumah tangga. Pemberian contoh ini diharapkan dapat memberikan pencerahan bagi siswa perempuan khususnya, sehingga dapat menjelaskan dengan

baik kepada keluarga mengenai jalan lain dari kesuksesan seorang perempuan (Sajjad et al., 2020).

Susi Puji Astuti juga merupakan salah satu contoh wirausahawan yang tidak memiliki pendidikan formal baik. Memiliki ijazah terakhir setingkat sekolah menengah pertama, Susi dapat menginspirasi berbagai kalangan dari latar belakang pendidikan rendah untuk tekun dalam mencapai kesuksesan. Pesan yang disampaikan dalam hal ini tentunya tidak untuk mendiskreditkan pendidikan formal. Sebaliknya, harus dijadikan motivasi bagi seseorang yang memiliki pendidikan formal lebih tinggi agar giat mencapai kesuksesan sehingga tidak kalah dengan seseorang yang memiliki tingkat pendidikan formal dibawahnya (Yanti, 2019). Beberapa keluarga siswa ditemukan bahwa tidak memiliki latar belakang pendidikan formal yang baik. Karena fakta ini, diharapkan siswa dapat memotivasi dirinya sendiri ataupun keluarganya agar tetap percaya diri dan bersungguh-sungguh dalam berwirausaha meskipun memiliki latar belakang pendidikan yang kurang baik.

Analisis perspektif *religiusitas*, dicontohkan Yusuf Mansur yang seringkali mengaitkan kegiatan *religiusitas* dengan keberhasilan dalam berwirausaha. Pemberian contoh wirausaha sukses dari perspektif *religiusitas* ini penting agar siswa dapat menerapkan prinsip-prinsip religius dalam menjalankan usahanya. Kegiatan usaha tidak hanya menghasilkan keuntungan semata bagi diri sendiri atau kelompok pribadi, namun juga dapat berdampak pada kemaslahatan masyarakat luas. Penerapan nilai *religiusitas* akan mencegah wirausahawan dari tindakan tidak terpuji seperti menipu, kikir, dan dengki dalam kegiatan wirausaha yang dijalani (Wibowo, 2021).

Semangat menjalani wirausaha dapat dijadikan pilihan utama atau alternatif bagi siswa kelak setelah lulus. Tiga pilihan dapat dijalani mahasiswa setelah lulus dari pendidikan SMK. Melanjutkan perguruan tinggi, bekerja pada sektor formal, atau menjadi wirausaha merupakan pilihan realistis bagi lulusan SMK. Tidak ada yang keliru ketika memutuskan salah satu dari pilihan tersebut. Namun, beberapa faktor harus diperhatikan agar mendapatkan keputusan pada pilihan yang paling tepat.

Pemaparan materi kedua disampaikan oleh narasumber Ana Zahrotun Nihayah yang membahas tentang *e-commerce* dan *social commerce*. Siswa SMK dapat memanfaatkan potensi yang ada di desa untuk dijadikan objek dalam berwirausaha. Berlatar belakang sebagai seorang siswa dari keluarga petani, siswa dapat mengoptimalkan hasil pertanian keluarga untuk dipasarkan dalam toko-toko penjualan secara langsung. Kemampuan memasarkan ini yang selanjutnya dapat dioptimalkan dengan teknologi melalui *e-commerce* dan *social commerce*.

Kegiatan jual beli yang menggunakan *e-commerce* akan mendapatkan banyak manfaat. Penjual dapat memberikan informasi secara lengkap dalam narasi yang dituliskan di platform *e-commerce* yang pilih. Informasi ini dapat diakses oleh semua orang yang berkunjung pada platform *e-commerce* tersebut. Pengunjung yang merupakan calon pembeli tentunya berjumlah lebih besar dari pada calon pembeli yang tersedia pada model pemasaran tradisional. Semakin akrabnya teknologi bagi generasi produktif (usia 17 sampai 60 tahun), maka jumlah calon pembeli dalam *e-commerce* semakin lama akan bertumbuh pesat. Kecenderungan perilaku masyarakat produktif yang simpel dan efisien, semakin meningkatkan pemanfaatan *e-commerce* dalam kegiatan jual beli (Hariono et al., 2021).



Gambar 3 Pemaparan Mengenai *E-Commerce* dan *Social Commerce*

Untuk memberikan pemahaman yang konkret, siswa diajarkan membuat akun atau toko *online* pada salah satu perusahaan *e-commerce*. *Outputnya* adalah toko *online* dari beberapa siswa yang dapat dioperasikan. Siswa juga diperkenalkan mengenai fitur-fitur toko *online* yang dimiliki agar mengetahui fungsi dan manfaatnya. Kendala dari pelatihan ini adalah tidak dimilikinya

rekening bank oleh beberapa siswa. Kepemilikan rekening merupakan hal vital, karena segala transaksi pembayaran dalam toko *online* dilakukan secara digital. Ada beberapa perusahaan *e-commerce* yang menyediakan transaksi pembayaran secara tunai. Namun, sekali lagi hal itu hanya dapat dilakukan bagi yang bertransaksi dalam wilayah yang relatif dekat. Sesuai fungsinya yang memberikan kemudahan, maka sebaiknya transaksi pembayaran dilakukan secara digital (Tarantang et al., 2019). Namun, perusahaan *e-commerce* yang masih menyediakan fasilitas pembayaran secara tunai adalah untuk memenuhi sebagian masyarakat yang belum *unbankble* terhadap transaksi keuangan digital.

Bagi siswa yang belum berhasil memiliki toko *online* karena beberapa kendala, diarahkan pada pelatihan pemanfaatan sosial media dalam fungsi alternatifnya sebagai media pemasaran. Sosial media yang pemanfaatannya untuk kegiatan pemasaran lazim disebut dengan *sosial commerce*. Sosial media yang ada dapat dimanfaatkan untuk kegiatan jual beli seperti halnya pada platform *e-commerce* (Lina & Permatasari, 2020). Tidak seperti *e-commerce* yang dapat dengan luluasa melakukan aktivitas jual beli, kegiatan jual beli dalam sosial media harus memerhatikan beberapa hal yang perlu dihindari.

Tidak semua pengguna sosial media *appreciate* terhadap kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pengguna sosial media lain. Beberapa dari pelaku *social media* merasa terganggu dengan aktivitas jual beli tersebut yang mana menurutnya telah memiliki platform tersendiri yaitu *e-commerce*. Akibat dari itu, kegiatan jual beli dalam *social media* harus memperhatikan trik-trik tertentu. Sebagai contoh pelaku *social commerce* tidak memasarkan produk pada grup *social media* yang latar belakangnya bukan untuk transaksi jual beli (Pradiani, 2018). Pelaku *social commerce* dapat melakukan aktivitas jual beli melalui menu beranda atau *update status* yang disediakan *social media* tertentu. Melalui *social media* Facebook, pelaku *sosial commerce* dapat memasarkan produknya melalui beranda yang dimiliki. Cara lain adalah dengan *update status* pada pelaku *social commerce* *WhatsApp*. *Social media* lain yang dapat dimanfaatkan antara lain *Instagram*, *Twitter*, dan *Telegram*.

Evaluasi Pelatihan

Pelatihan yang baik adalah ketika menghasilkan peningkatan nyata kompetensi antara sebelum dan sesudah pelatihan. Banyak alat ukur yang menunjukkan perbedaan kompetensi setelah melakukan pelatihan tertentu. Pengukuran kompetensi pelatihan *technopreneursip* dilakukan melalui dua pendekatan yaitu kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menggunakan alat uji *paper test* berisi pertanyaan-pertanyaan terkait materi pelatihan. Pengerjaan soal dilakukan dalam dua waktu yaitu sebelum dan sesudah pelatihan.

Paper test didesain dengan model soal pilihan ganda. Jumlah soal sebanyak 15 pertanyaan yang memiliki nilai bobot untuk setiap soalnya. Ukuran hasil adalah dengan penilaian terhadap pengerjaan soal yang memiliki skala 0 sampai dengan 100. Setiap soal memiliki bobot sebanyak 6,67. Nilai siswa adalah jumlah jawaban benar dikalikan dengan bobot. Tes dilakukan dua kali yaitu *pre-test* dan *posttest*. *Pre-test* merupakan tes yang dilakukan sebelum pelatihan dilaksanakan. Tes ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh peserta memiliki wawasan terkait materi yang akan diberikan. Melalui analisa tingkat pengetahuan peserta terhadap materi, maka penyampaian materi dapat ditekankan pada bagian tertentu yang sekiranya sebagian besar atau seluruh peserta belum memiliki pemahaman terhadap submateri-submateri yang diajarkan. Kemampuan peserta sebelum diadakan pelatihan cukup bervariasi ditunjukkan dengan adanya margin nilai terendah dengan nilai tertinggi sebesar 53 poin (73-20). Sementara nilai rata-rata adalah 45. Selisih nilai rata-rata dengan nilai terendah adalah 25 poin, sedangkan dengan nilai tertinggi adalah 28 poin. Ini berarti kompetensi siswa banyak yang di bawah rata-rata kelas.

Tes yang kedua disebut dengan *posttest*. *Posttest* dilakukan setelah pelatihan dilaksanakan. Tujuan *post test* adalah untuk mengukur kompetensi akhir setelah peserta melakukan latihan. Nilai hasil *post test* dibandingkan dengan nilai *pre-test* untuk dianalisis apakah terjadi perbedaan atau tidak. Perbedaan berarti terjadi peningkatan kompetensi atau sebaliknya. Hasil *posttest* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 81 atau secara keseluruhan meningkat sangat baik dibanding nilai

rata-rata *pre-test* sebesar 45. Nilai tertinggi *posttest* adalah 100 artinya terdapat peserta yang betul-betul menguasai materi setelah pelatihan dilakukan. Meskipun, disisi lain masih ada peserta yang memiliki nilai rendah yaitu 53.

Perbandingan persentase peningkatan kompetensi yang diukur dengan metode *Chi Kuadrat*, mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Harapan diadakan pelatihan adalah terjadinya peningkatan nilai lebih dari 50% untuk setidaknya diraih 40% dari total siswa. Menggunakan standar lain, diharapkan 80% siswa mengalami peningkatan nilai di atas 30%. Berdasarkan analisis diperoleh 13 siswa yang memiliki tingkat kenaikan di atas 50%. Sementara, ada 17 siswa yang memiliki tingkat kenaikan antara 30% sampai dengan 50%. Menggunakan kata lain ada sekitar 30 siswa yang memperoleh kenaikan di atas 30%. Sisanya, ada sekitar 4 peserta yang kenaikan nilainya kurang dari 30%.

Melalui pengamatan sederhana, hasil riil terlihat frekuensi kenaikan nilai di atas 50% sebanyak 13 atau 38% dari seluruh peserta. Hal ini serupa dengan harapan bahwa pelatihan setidaknya meningkatkan nilai kompetensi lebih dari 50% yang diraih minimal 40% peserta. Sementara, nilai harapan yang lain adalah sebanyak 80% dari peserta mengalami kenaikan nilai di atas 30%. Dengan kata lain 40% siswa diharapkan mengalami kenaikan nilai dalam rentang antara 30% sampai dengan 50%. Dengan begitu, diharapkan hanya 20% peserta yang mengalami kenaikan nilai kompetensi di bawah 30%. Fakta yang didapatkan bahwa sebanyak 50% peserta mendapatkan kenaikan nilai kompetensi dalam rentang antara 30%-50%. Sehingga, peserta yang mengalami kenaikan nilai kompetensi di bawah 30% sebanyak 12 % atau 4 peserta.

Tabel 3 Perbandingan Harapan dan Realita Peningkatan Kompetensi

Kategori	Persentase Harapan	Jumlah Peserta	Persentase Realita	Jumlah Peserta
Peningkatan kompetensi di atas 50%	40%	14	38%	13
Peningkatan kompetensi 30%-50%	40%	14	50%	17
Peningkatan kompetensi di bawah 30%	20%	6	12%	4

Hasil uji *Chi Kuadrat* menunjukkan bahwa tidak diperoleh perbedaan secara relatif persentase peningkatan nilai kompetensi dari harapan dengan realitas yang didapatkan. Kategori peningkatan nilai kompetensi diatas 50% relatif sama antara harapan dengan realita. Harapan adalah sekitar 40% atau 14 peserta, sementara realitas adalah 38% atau 13 peserta. Terlihat pada kategori peningkatan antara 30%-50%, diharapkan diperoleh sebanyak 14 peserta atau 40% dari total siswa. Sementara realitanya justru mendapatkan hasil yang sedikit lebih banyak yaitu didapatkan oleh 17 peserta atau sekitar 50% dari total siswa. Sementara, untuk kategori peningkatan nilai di bawah 30% didapatkan oleh empat siswa atau 12% dari total siswa. Hal ini, lebih baik karena harapan yang ditargetkan adalah ada sekitar 20% siswa yang memperoleh peningkatan kompetensi di bawah 30%. Melihat perbandingan demikian, disimpulkan bahwa secara relatif harapan dari pelatihan adalah tercapai. Ketercapaian ini dilihat dari perbandingan antara harapan dan realita yang mendapatkan hasil relatif sama.

Faktanya, ada 4 siswa yang mendapatkan peningkatan nilai kurang dari 30%. Berbagai faktor dianalisis akibat hasil tersebut. Variasi kemampuan kognitif yang beragam di antara siswa yang berpartisipasi menjadi salah satu dugaan. Kepemilikan kognitif yang baik dapat membantu siswa secara cepat dan tepat dalam menerima materi yang diajarkan (J.Barber et al., 2020). Antusiasme atau motivasi di antara semua siswa juga dinilai beragam. Keberagaman ini yang memicu keseriusan dalam mengikuti pelatihan atau dalam mengerjakan soal *pre-test* dan *posttest*.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan *technopreneurship* terbagi dalam tiga tahap yaitu identifikasi masalah, kegiatan pelatihan, dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa Identifikasi masalah ditemukan bahwa diperlukan pelatihan kewirausahaan dengan bingkai *technopreneurship*. Indikatornya adalah 92% lulusan SMK Dwi Sakti Tuban bekerja pada sektor informal sehingga kemampuan kewirausahaan perlu diasah. Data lain menunjukkan bahwa sebagian siswa secara aktif menggunakan media sosial

namun tidak dimanfaatkan untuk bisnis. Kondisi ini dianalisis terdapat ruang pengembangan potensi untuk dilaksanakan pelatihan dalam bingkai *technopreneurship* yang berisi *e-commerce* dan *social commerce* perlu dilakukan.

Kegiatan pelatihan *technopreneurship* terbagai dalam dua tahap yaitu pemaparan mengenai semangat kewirausahaan dan teknis memanfaatkan social media dalam bisnis *social commerce* maupun *e-commerce*. Semangat kewirausahaan diisi dengan memberikan contoh tokoh sukses dari beragam latar belakang yaitu generasi muda (Belva Devara), keluarga miskin (Dahlan Iskan), wanita dan pendidikan formal rendah (Susi Pudji Astuti), serta religi (Yusuf Mansur). Pelatihan selanjutnya adalah pelatihan pembuatan toko *online* pada startup *e-commerce*. Output dari pelatihan ini adalah akun toko online pada perusahaan *e-commerce*. Selain *e-commerce*, peserta juga dilatih bagaimana memanfaatkan social media seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, dan *Instagram* sebagai media untuk memasarkan produk di sekitar desa.

Tahapan terakhir adalah evaluasi peningkatan kompetensi siswa. Evaluasi ini adalah dengan membandingkan nilai *pre test* dan *post test* dari peserta pelatihan. Metode yang digunakan adalah metode chi kuadrat. Metode ini membandingkan persentase peningkatan kompetensi yang diharapkan dengan persentase peningkatan kompetensi realita hasil pelatihan. Hasilnya adalah Realita hasil persentase peningkatan kompetensi siswa adalah sesuai dengan persentase peningkatan kompetensi yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). *Manajemen bisnis syariah*. Aswaja Persindo.
- Annur, C. M. (2021). *Jumlah pengangguran capai 8,75 juta orang per februari 2021*. Databoks. (Online), (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/jumlah-pengangguran-capai-875-juta-orang-per-februari-2021>)
- Apriadi, D., & Arie Yandi Saputra. (2017). E-Commerce Berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136.
- Arofah, I. (2018). Analisis persepsi biaya kuliah perguruan tinggi dengan menggunakan metode regresi logistik ordinal. *Jurnal Statistika Dan Aplikasinya*, 2(1), 21–29.
- Asnal, H., Jamaris, M., Mardainis, Susanti, & Zoromi, F. (2020). Pelatihan web e-

- commerce untuk mempromosikan produk unggulan pada smkn 4 pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat J-PEMAS*, 1(1).
- Cahayaningsih, I. P. (2020). Peran kepemimpinan wanita di era modern. *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum, dan Pendidikan*, 5, 168–181.
- Gimin, S., Gani Haryana, & Saryono. (2018). Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis technopreneurship. *Jurnal ekonomi pendidikan dan kewirausahaan J*, 6(2), 171–186.
- Harahap, E. F. (2016). Model karakteristik dan peranan pekerja informal di kota padang. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4(3), 169–176.
- Hariono, T., Hilyah Ashoumi, Habib Qoirul Tabiin, & Mochammad Khoirul Faizin. (2021). PKM pembuatan e-commerce desa banjarsari. *Jumat Informatika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 51–55.
- Hilmy, E. P. M. E. A. H. M. R. (2021). Pelatihan kiat sukses jadi entrepreneur muda di masa pandemi covid-19 dan new normal. *The 2nd Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri Pengabdian Masyarakat Di Era New Normal*, 104–110.
- J.Barber, S., NoelleLopez, KritiCadambi, & Alfereza, S. (2020). The limited roles of cognitive capabilities and future time perspective in contributing to positivity effects. *Cognition*, 200(July).
- Kurniawan, A., Muhammad Khafid, & Amin Pujiati. (2016). Pengaruh lingkungan keluarga, motivasi, dan kepribadian terhadap minat wirausaha melalui self efficacy. *Journal of Economic Education*, 5(1), 100–109.
- Lina, L. F., & Berlintina Permatasari. (2020). Social media capabilities dalam adopsi media sosial guna meningkatkan kinerja umkm. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238.
- Maulina, M., & Nono Hery Yoenanto. (2022). Optimalisasi link and match sebagai upaya relevansi SMK dengan dunia usaha dan dunia industri (DUDI). *Jurnal Akuntabilitas : Manajemen Pendidikan*, 10(1), 28–37.
- Mikhael, Touana, & Takrim. (2020). PkM pelatihan peningkatan usaha mikro dalam mewujudkan smart business melalui smartphone di masa pandemi Covid-19. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35–40.
- Mufti, A., Novianti, D., & Anjani, D. (2017). Analisis perancangan sistem e-commerce untuk jual beli hasil pertanian berupa beras. *Semnasteknomudia Online*, 5(1).
- Muhazir, A., Sya, A. Z., Siagian, Y., & Hutahaean, J. (2021). Motivasi penerapan e-commerce dalam membangun minat berwirausaha siswa smk negeri 6 tanjung balai. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 1(3).
- Novaliendry, D. (2019). Pengembangan keterampilan siswa dibidang desain grafis dan ecommerce dibidang jasa digital printing. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 12(02).
- Oahlevi, R. (2021). *Tingkat Pengangguran Terbuka Lulusan SMK Paling Tinggi*. Databoks. (Online)
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/06/tingkat-pengangguran-terbuka-lulusan-smk-paling-tinggi>)
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap

- peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Urnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Prasetya, M. N., Domloboy, E. N., & Nabiyyin, H. (2019). Pelatihan kewirausahaan pembuatan blog e-commerce bagi remaja sebagai persiapan menghadapi revolusi industri 4.0. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019*, 338–340.
- Sajjad, M., Kaleem, N., Chani, M. I., & Ahmed, M. (2020). Worldwide role of women entrepreneurs in economic development. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(2), 151–160.
- Santoso, Kifti, W. M., & Rahayu, E. (2020). E-Commerce business to consumers sarana belanja aman, nyaman dan efisien. *Community Development Journal*, 1(2).
- Sari, A. I. C., Elin Karlina, & Fadli Rasam. (2021). Peran Pendidikan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha dalam menumbuhkan sikap mental kewirausahaan peserta didik. *Research And Development Journal Of Education*, 7(2), 403–412.
- Sembiring, L. J. (2021). *Waduh! Pengangguran di RI Paling Banyak Lulusan SMK*.
- Sumantri. (2021). Memantik prestasi siswa inklusif melalui saksi. *Jurnal Ilmiah Pro Guru*, 7(2), 157–158.
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Tahirs, J. P., & Abedneigo Carter Rambulangi. (2020). Menumbuhkan minat berwirausaha melalui pelatihan kewirausahaan bagi siswa smk. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 125–129.
- Tarantang, J., Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, & Meidinah Munawaroh. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.
- Wibowo, F. W. (2021). Pengaruh religiusitas terhadap wirausaha muslim muda (studi kasus pondok pesantren di yogyakarta). *Al Infaq : Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 138–157.
- Yanti, A. (2019). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, self efficacy, locus of control dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha. *Maneggio : Jurnal Ilmu Magister Manajemen*, 2, 268–283.
- Yuliana, E. (2019). Kewirausahaan dalam perspektif islam. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial*, 15(2), 29–44.
- Zimmerer, T. W., & Norman. (2005). *Kewirausahaan dan manajemen bisnis kecil*. Erlangga.