
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNTUK PELAKU USAHA:
MANFAATKAN TEKNOLOGI, MEMPERLUAS PELUANG PASAR DALAM
MOZAIK INDONESIA RRI TARAKAN**

**COMMUNITY SERVICE FOR BUSINESS ACTORS: UTILIZING TECHNOLOGY,
EXPANDING MARKET OPPORTUNITIES IN RRI TARAKAN MOZAIK INDONESIA**

Ferlina Wijaya¹, Syaddam^{2*}

^{1,2}Jurusan Sistem Informasi, Politeknik Bisnis Kaltara, Tarakan

E-mail correspondence: syaddam@poltekbiskal.ac.id²

Article History:

Received: 17.07.2025

Revised: 10.09.2025

Accepted: 14.09.2025

Abstrak: Transformasi digital telah menjadi elemen penting bagi bisnis modern, memengaruhi berbagai aspek operasional dan strategis. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dan solusi yang bermanfaat dengan terlibat menjadi Narasumber dalam kegiatan gelar wicara di RRI Tarakan. Melalui sesi gelar wicara interaktif, Dosen sebagai Narasumber berbagi wawasan dan perspektif tentang pemanfaatan teknologi untuk memperluas peluang pasar bagi para Pelaku usaha, terutama bagi UMKM. Pembahasan dalam kegiatan ini mencakup topik-topik seperti pemanfaatan e-commerce, analisis big data, dan platform komputasi awan untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas. Selain itu, Narasumber juga membahas tantangan dan risiko yang mungkin dihadapi Pelaku usaha saat beralih ke dunia digital, seperti keamanan data, transaksi fiktif, dan kebutuhan akan layanan pelanggan 24/7. Dengan berbagi pengetahuan, kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan para Pelaku usaha dengan pemahaman dan strategi untuk memanfaatkan teknologi secara efektif dan memperluas kehadiran para Pelaku usaha di pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Gelar Wicara, Memperluas Pasar, Pelaku Usaha, RRI Tarakan, Teknologi

Abstract: Digital transformation has become essential for modern businesses, affecting various operational and strategic aspects. This Community Service aims to provide real contributions and practical solutions by being involved as a Resource Person in a talk show activity at RRI Tarakan. Through an interactive talk show session, Lecturers as Resource Persons share insights and perspectives on using technology to expand market opportunities for Business actors, especially for MSMEs. The discussion in this activity covers topics such as the use of e-commerce, big data analysis, and cloud computing platforms to reach a broader consumer segment. In addition, the Resource Person also discusses the challenges and risks that Business actors may face when switching to the digital world, such as data security, fictitious transactions, and the need for 24/7 customer service. By sharing knowledge, this activity aims to empower Business actors with the understanding and strategies to utilize technology effectively and expand the presence of Business actors in the broader market.

Keywords: Business Actors, Market Expansion, RRI Tarakan, Talkshow, Technology

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi elemen penting bagi bisnis modern, transformasi ini mempengaruhi berbagai aspek operasional dan strategis. Tidak hanya terbatas pada perusahaan teknologi tinggi, tetapi juga mencakup bisnis dari semua ukuran dan industri. Transformasi digital adalah proses yang merangkul perusahaan, mengubah cara menjalankan bisnis dan mengembangkan hubungan dengan Pelanggan, Pemasok, dan ekosistem (Bresciani et al., 2021). Transformasi digital dalam konteks bisnis melibatkan integrasi teknologi digital secara komprehensif ke dalam seluruh aspek operasional perusahaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat. Transformasi ini mencakup pemanfaatan berbagai teknologi digital, seperti *e-commerce*, analisis *big data* (maha data), media sosial, komputasi awan (*cloud computing*), dan AI (*Artificial Intelligence/Kecerdasan Buatan*). Implementasi *e-commerce* memungkinkan optimalisasi dari sebuah proses perdagangan elektronik melalui penggunaan teknologi digital (Azaryan & Makhnonosov, 2023). Di sisi lain, analisis *big data* dan *data analytics* (analitik data) memainkan peran penting dalam mengubah data yang besar dan beragam menjadi informasi yang dapat digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis (Fernández-Rovira et al., 2021; On-Piu Chan, 2020).

Media sosial telah menjadi komponen yang sangat penting dalam hal strategi transformasi digital, karena hal tersebut, interaksi yang efektif dengan konsumen dimungkinkan untuk terjadi. Dengan adanya media sosial, dapat memudahkan konsumen dalam mencari produk yang ditawarkan (Kalangit et al., 2023). Selain media sosial, *cloud* juga menjadi komponen penting dalam transformasi digital, di mana *cloud computing* merupakan teknologi yang menyediakan berbagai layanan *platform* dan saling terintegrasi, yang mana hal ini mendukung transformasi digital secara menyeluruh di dalam organisasi (Bresciani et al., 2021; Sivarajah et al., 2020). Kehadiran AI telah muncul sebagai pendorong utama dalam transformasi digital, dengan kemampuannya untuk mempengaruhi dan meningkatkan berbagai aspek operasional bisnis, mulai dari otomasi proses hingga analitik prediktif dan dukungan pengambilan keputusan. Integrasi komprehensif dari berbagai teknologi digital ini menjadi elemen kunci bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, memaksimalkan efisiensi, serta beradaptasi dengan cepat terhadap lanskap pasar yang terus berubah (Akter et al., 2022; Siricharoen, 2024).

Teknologi digital, seperti *e-commerce* dan *platform online*, memainkan peran penting dalam mendorong inklusi ekonomi dan adaptasi pasar melalui analisis *big data*. *E-commerce*

telah mengalami pertumbuhan signifikan, dengan pendapatan global yang diperkirakan meningkat dari \$2,24 triliun pada 2017 menjadi \$5,42 triliun pada 2025, dan platform seperti Amazon menunjukkan pertumbuhan yang kuat serta berkontribusi pada inklusi sosial melalui inisiatif yang mendukung karyawan dengan disabilitas (Iakupova, 2024). Penggunaan perangkat *mobile*, AI, dan analisis data telah meningkatkan efektivitas *e-commerce*, memungkinkan personalisasi penawaran dan membuka peluang baru bagi Bisnis (Balyk & Stevchak, 2024). Di sisi lain, algoritme *big data* dan AI digunakan untuk melakukan analisis terhadap perilaku konsumen, seperti pembelian dan pengembalian, yang membantu platform *e-commerce* meningkatkan pengalaman pengguna dan menarik lebih banyak pelanggan (Deng, 2023). Penerapan teknologi *big data* dalam sistem pemasaran *e-commerce* perusahaan juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam kecepatan dan efisiensi pengolahan data (Li & Zhang, 2021). Selain itu, perusahaan *big data analytic* membantu perusahaan barang konsumsi menguji produk baru sebelum diluncurkan, memanfaatkan ulasan *online* untuk memprediksi permintaan dan potensi pasar (Mariani & Wamba, 2020). Teknologi digital, seperti *e-commerce* dan *cloud computing*, juga membantu usaha bertahan di masa krisis karena memungkinkan mereka untuk terus beroperasi dan melayani pelanggan secara *online* saat pembatasan fisik diberlakukan.

Teknologi digital, seperti *e-commerce* dan *cloud computing*, telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk bertahan dan bahkan berkembang selama masa krisis. *E-commerce* membantu meningkatkan kinerja keuangan dan memperluas jangkauan pasar, dengan adopsi *platform e-commerce* yang meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional, serta memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan pemasok, bahkan dalam situasi krisis. *E-commerce* juga memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan mempertahankan penjualan melalui metode penjualan *online* yang efektif (Mrvica Mađarac et al., 2021). Di sisi lain, teknologi *cloud computing* menyediakan akses ke data dan sumber daya dari mana saja, yang penting untuk memastikan kontinuitas bisnis selama krisis, serta memungkinkan perusahaan untuk dengan cepat menyesuaikan infrastruktur TI (Teknologi Informasi) mereka sesuai kebutuhan, mengurangi biaya, dan meningkatkan efisiensi sumber daya. Adopsi teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk lebih adaptif dan tangguh dalam menghadapi tantangan ekonomi (Pozhueva & Shchegolevatykh, 2024).

Memperkenalkan dan mengedukasi Pelaku usaha tentang pemanfaatan teknologi, seperti *e-commerce*, AI, dan *big data*, sangat penting. Fokus pada pengenalan teknologi dapat membantu Perusahaan, UMKM, Toko, dan Usaha dagang memanfaatkan teknologi untuk

memperluas peluang pasar dan menghadapi tantangan digital. Melalui edukasi, Pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kinerja, memperluas jangkauan pasar, dan beradaptasi dengan perubahan ekonomi yang cepat. *Talkshow* (gelar wicara) radio dapat menjadi alat yang efektif untuk mengedukasi dan memperkenalkan teknologi seperti *e-commerce*, AI, dan big data kepada Pelaku usaha. Format *talkshow* dapat memberikan dampak yang signifikan dalam membantu mereka menghadapi tantangan digital dan berkembang di era transformasi teknologi, dengan memanfaatkan jangkauan luas dan kemampuan untuk melibatkan pendengar dalam diskusi interaktif. Edukasi melalui *talkshow* radio terbukti dapat meningkatkan pemahaman Masyarakat, mengubah perilaku, meningkatkan efikasi diri dan komunikasi interpersonal, serta memperkuat partisipasi komunitas (Sood, 2002; Vaughan et al., 2000), sehingga *talkshow* di radio menjadi media alternatif yang efektif dalam meningkatkan pemahaman Masyarakat tentang berbagai isu teknologi.

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi nyata dan solusi yang bermanfaat dengan ikut terlibat menjadi Narasumber di RRI Tarakan di studio PRO 1 Tarakan pada program acara Mozaik Indonesia untuk memberikan pengetahuan yang dimiliki kepada Masyarakat. Melalui keterlibatan tersebut, diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kemampuan Masyarakat, khususnya Pelaku usaha, dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas peluang pasar dan beradaptasi dengan perubahan ekonomi yang cepat.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertugas untuk mencerdaskan kehidupan dan memajukan kesejahteraan Masyarakat melalui ilmu pengetahuan yang bersifat pendidikan (Yulianti et al., 2023). PKM mencakup penerapan, pengembangan, dan penyebarluasan ilmu pengetahuan, yang merupakan bentuk kerja sama pendidikan dan pengajaran antara Perguruan Tinggi dengan mitra Masyarakat (Zenabia et al., 2024). Sejalan dengan kegiatan yang dilakukan oleh (Banyuriatiga et al., 2023; Sanah, 2021), kegiatan PKM menjadi sarana bagi Perguruan Tinggi untuk dapat melakukan implementasi pengetahuan dan teknologi, serta mendukung pemerintah dalam menemukan solusi untuk masalah-masalah yang dihadapi oleh Masyarakat. Dengan demikian, setiap Dosen memiliki kewajiban untuk melakukan PKM, dengan tujuan membagikan ilmu pengetahuan guna menunjang kemajuan Masyarakat (Nasution & Azhar, 2020).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini penting bagi Dosen Politeknik Bisnis Kaltara sebagai sarana edukasi untuk menyebarkan pengetahuan dan membagikan pengalaman yang bermanfaat bagi Masyarakat melalui *talkshow* di radio. Hal ini sejalan dengan tujuan dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yaitu untuk menerapkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan guna memberikan kontribusi nyata dan solusi yang bermanfaat bagi Masyarakat (Hariyanto, 2022; Nurdin, 2023). Alur dari tahapan pelaksanaan kegiatan PKM ini digambarkan melalui Gambar 1.



Gambar 1 Alur Tahapan PKM

Tahapan awal dari kegiatan PKM dimulai dari pihak RRI Tarakan memilih topik pembahasan di Mozaik Indonesia, topik tersebut ditawarkan ke Politeknik Bisnis Kaltara, kemudian dipilih Dosen yang akan menjadi Narasumber dengan menyesuaikan dengan bidang Ilmunya. Setelah dilakukan Pemilihan, koordinasi dan persiapan materi kedua Pihak dilakukan. Hasil dari koordinasi tersebut disetujui bersama dan dibuatkan pamflet acara untuk keperluan publikasi acara yang kemudian akan disebar luaskan melalui berbagai media *mainstream* (yang telah ada dan banyak diketahui khalayak ramai). Tahapan terakhir Adalah melakukan kegiatan wawancara pada *talkshow* yang disiarkan secara langsung.

1. Metode Pengabdian

Metode wawancara digunakan sebagai metode dalam kegiatan PKM. Metode wawancara merupakan teknik dalam hal memperoleh data atau informasi melalui kegiatan tanya jawaban secara langsung atau tidak langsung kepada narasumber, di mana narasumber tersebut pakar di bidangnya (Hasana et al., 2022). Metode wawancara digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan kepada Masyarakat, terutama kepada Pelaku usaha. Wawancara dikemas dalam acara *talkshow* dengan Dosen sebagai Narasumber dan Pembawa Acara (*Host*) yang memandu jalanya acara.

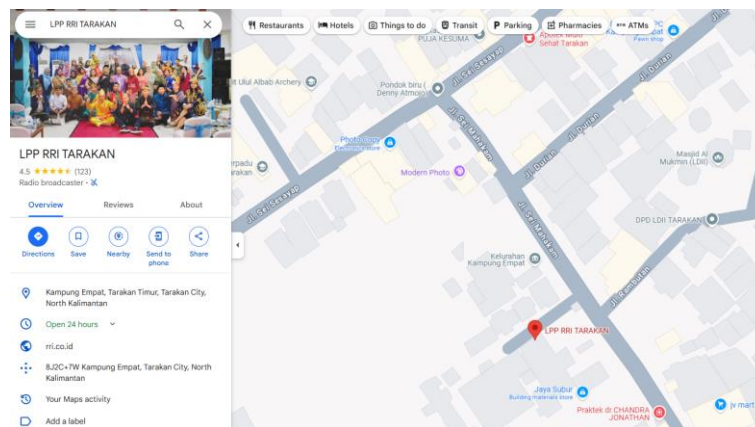
2. Mitra

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diselenggarakan dengan dukungan dan kolaborasi dari stasiun radio RRI (Radio Republik Indonesia) Tarakan. RRI Tarakan adalah

salah satu dari 53 stasiun penyiaran yang tergabung dalam LPP (Lembaga Penyiaran Publik) Radio Republik Indonesia, yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. RRI Tarakan menjadi mitra yang strategis dalam menyebarkan informasi dan edukasi kepada Masyarakat, khususnya bagi Pelaku usaha, mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas peluang pasar.

3. Tempat dan Waktu

Kegiatan melalui *talkshow*, diadakan di Studio 1 RRI Pro 1 Tarakan yang berada di Gedung RRI Tarakan. LPP RRI Tarakan berlokasi di Kota Tarakan, Kalimantan Utara. RRI Pro 1 Tarakan dapat didengarkan melalui saluran radio 97.9 FM dan disaksikan melalui kanal Youtube “RRI Tarakan Official”.



Gambar 2 Peta lokasi kegiatan

Gambar 2 merupakan peta lokasi acara yang bersumber dari Google maps di area Kelurahan Kampung Empat, Kecamatan Tarakan Timur, Kota Tarakan Provinsi Kalimantan Utara. Nama program kegiatan yang disiarkan adalah Mozaik Indonesia bertempat di Gedung LPP RRI Tarakan.



Gambar 3 Gedung LPP RRI Tarakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan berupa *talkshow* di stasiun radio RRI Tarakan dengan judul tertentu, sejalan dengan penelitian (Sidi et al., 2019) yang menunjukkan bahwa radio adalah salah satu media massa yang erat kaitannya dengan kebutuhan Masyarakat karena dapat menyediakan berbagai jenis informasi, hiburan, dan pendidikan.

Radio *talkshow* menjadi media yang efektif dalam meningkatkan pemahaman Masyarakat dan mengubah sikap serta persepsi terhadap topik yang dibahas. Selain itu, kegiatan ini juga secara efektif meningkatkan kesadaran Masyarakat akan pentingnya isu-isu yang disampaikan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik-topik yang dibahas. Bahkan, kegiatan ini mampu menyebarluaskan informasi serta solusi praktis yang dapat diterapkan oleh Masyarakat. Melalui *talkshow*, diharapkan Masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai topik-topik yang dibahas (Sabirova et al., 2020; Armia & Herlina, 2021).

1. Pemilihan Materi dan Narasumber

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dimulai dari pihak RRI Tarakan yang memilih topik pembahasan di Mozaik Indonesia, yang kemudian ditawarkan ke Politeknik Bisnis Kaltara. Dari topik pembahasan yang telah dipilih, ditunjuk dua Dosen yang akan menjadi Narasumber, yang mana Narasumber tersebut adalah orang yang dipilih berdasarkan bidang keilmuan dan pengalaman. Dosen yang menjadi Narasumber dipilih berdasarkan kompetensi di bidang teknologi informasi dan pemasaran. Narasumber yang terpilih merupakan akademisi yang memiliki pemahaman yang memadai mengenai pemanfaatan teknologi dalam pengembangan bisnis dan perluasan pasar.

2. Koordinasi Acara

Koordinasi antara pihak RRI Tarakan dan tim PKM dari Politeknik Bisnis Kaltara dilakukan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan acara *talkshow*. Dalam koordinasi tersebut disepakati judul berdasarkan topik pembahasan. Judul acara dari Mozaik Indonesia oleh RRI Tarakan adalah “Manfaatkan Teknologi, Memperluas Peluang Pasar”. Kemudian pihak RRI Tarakan menyediakan jadwal acara yang akan disiarkan pada Program acara Mozaik Indonesia pukul 16.00 WITA. Tim PKM menyetujui jadwal yang telah ditentukan dan memastikan kesiapan serta materi yang akan disampaikan dalam *talkshow* tersebut. Koordinasi yang efektif antara kedua pihak ini merupakan kunci untuk mewujudkan pelaksanaan *talkshow* yang berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana.

3. Publikasi Acara

Hasil dari koordinasi yang telah dilakukan, disetujui bersama dan dibuatkan pamflet acara yang kemudian disebarluaskan secara luas melalui berbagai media sosial. Pamflet tersebut disebarluaskan melalui kanal-kanal media sosial milik RRI Tarakan dan Tim PkM. Tujuannya adalah untuk mempromosikan dan menyebarkan informasi mengenai acara talkshow tersebut ke khalayak yang lebih luas. Pamflet promosi kegiatan diperlihatkan pada Gambar 4.



Gambar 4 Pamflet promosi kegiatan

4. Talkshow

Tahap akhir adalah melakukan sesi wawancara interaktif pada program *talkshow* yang disiarkan secara langsung dari studio RRI Tarakan, saluran Pro 1. Selain melalui frekuensi radio, program *talkshow* ini juga disiarkan secara *streaming* (transfer data multimedia ke pengguna melalui saluran Internet) melalui kanal Youtube resmi RRI Tarakan. *Talkshow* ini dimulai dengan Host memberikan sambutan dan memperkenalkan topik teknologi serta pemanfaatannya. Selanjutnya, *Host* memperkenalkan Narasumber. *Talkshow* yang berlangsung ditayangkan pada Youtube yang diperlihatkan pada Gambar 5.



Gambar 5 Tayangan *talkshow*

Sesi wawancara interaktif dimulai dengan *Host* memberikan berbagai pertanyaan yang terkait dengan topik yang telah ditentukan sebelumnya. Beberapa pertanyaan kunci yang dibahas dalam sesi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana teknologi itu sendiri dapat membantu memperluas pasar?

Dalam melakukan ekspansi pasar, penting untuk memilih lokasi yang tepat melalui analisis big data seperti menggunakan Google Trends. Dengan mengidentifikasi kata kunci yang sering dicari, kita dapat mengembangkan strategi yang lebih terarah. Sekarang setelah kita mengetahui target pasar kita, kita dapat menentukan di mana sebaiknya kita menempatkan penawaran kita agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

- 2) Selain e-commerce, teknologi apa saja yang terbaru dan paling efektif untuk memperluas jangkauan pasar?.

Salah satu teknologi terbaru yang dapat dimanfaatkan adalah big data dan Google Trends. Data dari Satu Data Indonesia, yang merupakan tata kelola data pemerintah, dapat digunakan untuk menghasilkan data yang akurat, mutakhir, dan terpadu. Dengan menggabungkan analisis data dari sumber-sumber tersebut, dapat memastikan bahwa target pasar yang dipilih adalah tepat dan sesuai dengan potensi konsumen

- 3) Apa tantangan yang dihadapi oleh Pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi untuk ekspansi pasar, terlebih lagi bagi mereka yang baru memulai usahanya seperti e-commerce atau digital dan bagai mana solusinya?

Tantangan utama yang dihadapi Pelaku usaha adalah menerapkan standar keamanan data yang memadai untuk melindungi data pelanggan dan transaksi. Selain itu, mereka juga perlu memanfaatkan fitur-fitur di *marketplace* secara konsisten, seperti *live selling* (siaran langsung saat berjualan), meskipun jumlah penonton masih sedikit. Untuk menarik lebih banyak penonton, Pelaku usaha dapat mempromosikan *live selling* melalui berbagai saluran media.

- 4) Apa saja tantang dan risiko terhadap UMKM ketika beralih ke dunia digital?

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM ketika beralih ke dunia digital adalah meningkatnya risiko penipuan dan pembelian fiktif, yang dapat merugikan para Pelaku usaha. Selain itu, risiko lain yang dapat terjadi adalah terkait pemalsuan produk serta ancaman keamanan data pribadi yang dapat menyebabkan kerugian finansial. Ketika sudah terhubung dengan dunia internet dalam berbisnis, UMKM harus siap untuk melayani pembelian selama 24 jam setiap hari.

- 5) Teknologi apakah yang paling berpotensi untuk membuka peluang pasar di masa mendatang?

Penggunaan AI yang semakin marak merupakan teknologi yang paling menjanjikan di masa depan, dengan kehadiran *chatbot* (program percakapan otomatis) yang dapat melayani pembeli. Analisis *big data* juga menjadi solusi yang potensial. Selain itu, pemanfaatan platform cloud *computing* menawarkan penyimpanan yang jauh lebih besar dan terhindar dari risiko kehilangan data. Selain untuk penyimpanan data, platform *cloud computing* juga memungkinkan untuk membuat aplikasi sendiri yang dapat berjalan di dalamnya.

Berdasarkan contoh pertanyaan, Narasumber memberikan perspektif tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk memperluas peluang pasar. Narasumber membahas berbagai teknologi seperti *e-commerce*, analisis *big data*, dan *cloud computing* yang dapat membantu bisnis, terutama UMKM, untuk memperluas jangkauan dan mengakses pasar baru. Narasumber juga menyoroti tantangan dan risiko yang mungkin dihadapi Pelaku usaha saat beralih ke dunia digital, seperti keamanan data, transaksi fiktif, dan kebutuhan untuk memberikan layanan Konsumen 24/7 (24 jam sehari, tujuh hari seminggu). Secara keseluruhan, Narasumber memberikan gambaran komprehensif tentang manfaat dan pertimbangan bagi Pelaku usaha saat memanfaatkan teknologi untuk memperluas peluang pasar mereka.



Gambar 6 Penutup kegiatan

Gambar 6 merupakan penutup dari kegiatan ini, dalam gambar ini juga diperlihatkan suasana studio RRI Pro 1 Tarakan. Kegiatan PkM menjadi sarana *transfer knowledge* (transfer pengetahuan) yang sangat baik bagi Masyarakat luas, dan pihak Politeknik Bisnis Kalimantan Utara akan selalu mendukung kegiatan yang memberikan dampak positif dan membantu meningkatkan pemahaman serta pengetahuan Masyarakat.

SIMPULAN

Pemanfaatan teknologi merupakan kunci dalam memperluas peluang pasar bagi Pelaku usaha, terutama UMKM. Kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk

talkshow menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman mengenai teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk ekspansi pasar. Melalui sesi *talkshow* interaktif, Dosen sebagai Narasumber dapat memberikan berbagai informasi dan perspektif mengenai teknologi-teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar. Beberapa teknologi yang dibahas mencakup *e-commerce*, analisis *big data*, dan *cloud computing*. Narasumber menjelaskan bagaimana pemanfaatan teknologi-teknologi tersebut dapat membantu Pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk mengakses pasar yang lebih luas dan menjangkau lebih banyak konsumen.

Selain pemaparan mengenai manfaat teknologi, Narasumber juga menyoroti tantangan dan risiko yang mungkin dihadapi oleh Pelaku usaha saat beralih ke dunia digital. Tantangan-tantangan tersebut mencakup peningkatan risiko penipuan dan pembelian fiktif, pemalsuan produk, serta ancaman keamanan data pribadi yang dapat menimbulkan kerugian secara finansial. Oleh karena itu, Narasumber menekankan perlunya persiapan yang matang dan pengelolaan risiko yang memadai bagi Pelaku usaha agar dapat memanfaatkan teknologi secara optimal untuk ekspansi pasar. Melalui kegiatan *talkshow* ini, diharapkan para Pelaku usaha, terutama UMKM, dapat memperoleh pengetahuan dan wawasan tentang pemanfaatan teknologi untuk memperluas peluang pasar mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan kolaborasi yang luar biasa dari RRI Tarakan dalam menyukkseskan kegiatan ini. Terima kasih kepada Politeknik Bisnis Kaltara yang telah mendukung sepenuhnya kegiatan ini hingga menjadi sebuah program Pengabdian kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akter, S., Michael, K., Uddin, M. R., McCarthy, G., & Rahman, M. (2022). Transforming Business using Digital Innovations: The Application of AI, Blockchain, Cloud and Data Analytics. *Annals of Operations Research*, 308(1–2), 7–39. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03620-w>
- Armia, A., & Herlina, R. (2021). Peran Radio Belitung Timur [RBT 89,7 fm] sebagai Radio Net dalam Penyebaran Informasi Virus Corona pada Program Talkshow Covid-19. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 141–162. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.2.7633>
- Azaryan, E. M., & Makhnonosov, D. V. (2023). Digital Transformation Strategy of E-Commerce. *Ekonomika I Upravlenie: Problemy, Resheniya*, 7/3(139), 183–190. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2023.07.03.020>
- Balyk, U., & Stevchak, Y. (2024). E-Commerce Market: New Technologies and Development Prospects. *Management and Entrepreneurship in Ukraine: The Stages of Formation and*

- Problems of Development*, 2024(1), 83–91. <https://doi.org/10.23939/smeu2024.01.083>
- Banyuriatiga, B., Wahyuni, E., Sulisty, A., Sari, N. K., Santoso, D., & Adiwena, M. (2023). Pemanfaatan Sampah Organik Menjadi Kompos Bernilai Jual Menggunakan Metode Takakura di Area TPS 3R Kota Tarakan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(3), 49–58. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i3.1065>
- Bresciani, S., Huarng, K.-H., Malhotra, A., & Ferraris, A. (2021). Digital Transformation as a Springboard for Product, Process and Business Model Innovation. *Journal of Business Research*, 128, 204–210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.003>
- Deng, Z. (2023). Research on E-commerce Demand Forecast Based on Big data Algorithm and AI. *BCP Business & Management*, 50, 87–91. <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v50i.5573>
- Fernández-Rovira, C., Álvarez Valdés, J., Molleví, G., & Nicolas-Sans, R. (2021). The digital transformation of business. Towards the datafication of the relationship with customers. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120339. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120339>
- Hariyanto, D. (2022). Pelatihan Pengolahan Angka dengan Microsoft Excel untuk Anggota Komunitas Bogor Mengabdikan. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 1(1) PEBRUARI SE-Artikel Terkini), 30–36. <http://www.jurnalilmiah.id/index.php/abdimas/article/view/14>
- Hasana, H. T. H., Febriyanto, B., & Marwahyudi. (2022). Desain Kursi Gampsek (Gampil Lan Sekeco) Konsep Portable Folding Untuk Acara Talk Show. *Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.47942/jpttg.V3i1.785>
- Iakupova, R. (2024). Development Prospects for E-Commerce Platforms. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, 3, 171–178. <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2024-3-17>
- Kalangit, D. O. C., Kusrihandayani, D., & Satryawati. (2023). Pelatihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada UMKM Binaan Kelurahan Sungai Keledang Kecamatan Samarinda Seberang. *Jurnal ETAM*, 3(1), 204–212. <https://doi.org/10.46964/etam.v3i1.381>
- Li, L., & Zhang, J. (2021). Research and Analysis of an Enterprise E-Commerce Marketing System Under the Big Data Environment. *Journal of Organizational and End User Computing*, 33(6), 1–19. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.20211101.0a15>
- Mariani, M. M., & Wamba, S. F. (2020). Exploring how Consumer Goods Companies Innovate in the Digital Age: The Role of Big Data Analytics Companies. *Journal of Business Research*, 121, 338–352. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.012>
- Mrvica Mađarac, S., Filipović, Z., & Eljuga, M. (2021). *E-Commerce in Trade Companies During the Conditions of a Pandemic Crisis: Case Studies*. 728–745. <https://doi.org/10.25234/eclic/18349>
- Nasution, N., & Azhar, I. N. (2020). Membangun Mental Entrepreneur Guna Persaingan Bisnis di Bidang Konveksi Pada Pelaku Usaha di Konveksi Angkola Jaya Tapanuli Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aupa (JPMA)*, 2(3 SE-Articles), 77–84. <https://jurnal.unar.ac.id/index.php/jamunar/article/view/433>
- Nurdin, N. (2023). Pengabdian kepada Masyarakat: Dalam Konsep dan Implementasi. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3 SE-Articles), 1–15. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i3.211>
- On-Piu Chan, J. (2020). Digital Transformation in the Era of Big Data and Cloud Computing. *International Journal of Intelligent Information Systems*, 9(3), 16.

<https://doi.org/10.11648/j.ijis.20200903.11>

- Pozhueva, T., & Shchegolevatykh, D. (2024). Digital Technologies in Crisis Management. *Economic Analysis*, 34(2), 407–420. <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.407>
- Roy, M. L., Chandra, N., Sanwal, R., Joshi, P., Mukherjee, A., Jethi, R., & Joshi, K. (2020). A Study on talks Broadcasted in Farm Radio Programme Krishi Samridhi and its Effectiveness as Perceived by Listener Farmers. *Indian Journal of Extension Education*, 56(4), 91–96. <https://doi.org/10.5958/2454-552X.2020.00054.7>
- Sabirova, D. R., Bodnar, S. S., & Yatsenko, G. S. (2020). Prosodic characteristics of the speech of hosts in the media communication (examples of British and American talk shows). *Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference*, 1–4. <https://doi.org/10.1145/3388984.3389064>
- Sanah, S. (2021). *Edukasi dan Produktivitas Masyarakat di Masa Pandemi* (A. A. Aulia (ed.)). LP2M UIN SGD Bandung. <http://https://lp2m.uinsgd.ac.id/>
- Sidi, T. I. S., Sudaryanto, E., & Wibowo, J. H. (2019). Strategi Komunikasi Program Siaran Acara “Ketiban Sampur” Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar (Studi Kasus: Rri Surabaya Pro 4 96,8 Surabaya). *Representamen*, 5(02). <https://doi.org/10.30996/representamen.v5i02.2936>
- Siricharoen, W. V. (2024). Leveraging Artificial Intelligence and Emerging Technologies in the Next Phase of Digital Business Transformation. *2024 IEEE 14th Symposium on Computer Applications & Industrial Electronics (ISCAIE)*, 10–14. <https://doi.org/10.1109/ISCAIE61308.2024.10576282>
- Sivarajah, U., Irani, Z., Gupta, S., & Mahroof, K. (2020). Role of Big Data and Social Media Analytics for Business to Business Sustainability: A Participatory Web Context. *Industrial Marketing Management*, 86, 163–179. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.04.005>
- Sood, S. (2002). Audience Involvement and Entertainment? Education. *Communication Theory*, 12(2), 153–172. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00264.x>
- Vaughan, P. W., Rogers, E. M., Singhal, A., & Swalehe, R. M. (2000). Entertainment-Education and HIV/AIDS Prevention: A Field Experiment in Tanzania. *Journal of Health Communication*, 5(sup1), 81–100. <https://doi.org/10.1080/10810730050019573>
- Yulianti, N. K. D., Mudiasih, N. W., Suratni, N. W., & Dinata, K. W. (2023). Pembinaan Pemandu Wisata Berbahasa Inggris dan Pelatihan Drama Tari Dewa Mesraman dalam Upaya Mengembangkan Wisata Budaya Desa Pakseballi. *Gayatri: Jurnal Pengabdian Seni Dan Budaya*, 1(2), 43–49. <https://doi.org/10.20111/gayatri.v1i2.29>
- Zenabia, T., Dewi, E. K., & Saga, B. (2024). Pelatihan Dasar-Dasar Akuntansi, Kewirausahaan dan Perpajakan pada Pondok Pesantren Nurul Ihsan. *Jurnal Abdi Citra*, 1(2), 113–123. <https://doi.org/10.62237/jac.v1i2.105>