

Pemberdayaan Usaha Mahasiswa dan Alumni FTI UAD Melalui *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Nilai Bisnis

Jefree Fahana¹, Farid Ma'ruf², Syifa Fitriani³ dan Amalya Nurul Khairi⁴

^{1,2,3,4} Universitas Ahmad Dahlan, Kampus 4 Jl. Ringroad Selatan Kragilan Tamanan Banguntapan Bantul

Email: Jefree.fahana@tif.uad.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.311.257

Abstrak

Memasarkan produk/jasa dalam dunia usaha merupakan suatu keharusan terkhusus pada jenis usaha berkategori Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM). Persaingan pasar menjadikan UMKM ini harus keluar pakem pemasaran seperti biasanya. Salah satu langkah yang mungkin dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam wujud digital marketing. Pemberdayaan usaha melalui digital marketing dilakukan untuk membantu meningkatkan nilai bisnis khususnya dalam pengembangan pasar. Peserta pemberdayaan melalui program pelatihan ini adalah mahasiswa dan alumni Fakultas Teknologi Industri (FTI) UAD yang memiliki usaha ataupun yang akan merintis usaha. Pelatihan ini mengajarkan peserta meleak dunia digital dengan memanfaatkan media sosial, melatih peserta dalam branding secara digital, copy writing, membuat flayer. Pelatihan ini diselenggarakan secara daring melalui aplikasi zoom dengan metode ceramah dan Focus Group Discussion (FGD). Hasil pelatihan didapatkan data bahwa peserta pelatihan dalam memahami materi, 23 % materi yang disajikan sangat mudah dipahami, 62% materi mudah dipahami, sedangkan 15% materi cukup mudah dipahami, dan 0% materi tidak mudah untuk dipahami, serta 0% materi sangat tidak mudah dipahami. Data tersebut menegaskan bahwa materi yang bertujuan untuk memahamkan teknik digital marketing dalam berbisnis, sangat mampu dipahami dengan baik oleh seluruh peserta. Selain itu, peserta merasa sangat terbantu dikarenakan adanya proses pendampingan.

Kata Kunci: digital marketing, mahasiswa dan alumni fti uad, wirausaha, nilai bisnis

Pendahuluan

Fakultas Teknologi Industri (FTI) UAD memiliki visi menjadi fakultas unggulan yang diakui secara internasional dalam bidang teknologi, berbasis nilai-nilai islam, dan menghasilkan lulusan yang berjiwa *entrepreneurship*. Visi ini menegaskan bahwa FTI sangat *concern* dalam menanamkan jiwa *enterpreneuship* terhadap mahasiswa maupun alumni (fti.uad.ac.id). Salah satu pilihan mahasiswa dan alumni FTI untuk terjun sebagai wirausaha muda adalah bergerak dalam jenis Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri.

Kehadiran UMKM ini akan menciptakan lahan pekerjaan baru yang dapat bermanfaat bagi banyak orang dan menurunkan angka kemiskinan (Indrawan, 2015). Selain itu peran UMKM sangat signifikan bagi perekonomian Indonesia terkhusus sumbangan dalam menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi pengangguran (LPPI-BI, 2015) dan menciptakan nilai tambah dalam Produk Domestik Bruto (PDP) (Badan Pusat Statistik, 2019). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi tersebut, dapat dilihat datanya seperti yang dilansir dari halaman kompas.com, yaitu UMKM mampu menyerap hingga 89,2 persen dari total tenaga kerja, menyumbang 58,18 persen dari total investasi, menyumbang 60,34 persen dari total PDB nasional, menyumbang 14,17 persen dari total ekspor, serta menyediakan hingga 99 persen dari total lapangan kerja.

Namun meskipun sangat besar peranannya, UMKM sering memiliki kendala dalam proses pengembangannya. Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) bekerjasama dengan Bank Indonesia menyampaikan bahwa UMKM memiliki keterbatasan dalam membaca kebutuhan pasar, pemasaran produk masih menggunakan cara sederhana *mouth to mouth marketing*, kurangnya akses pembiayaan, terbatasnya sarana prasarana khususnya dalam hal teknologi, belum memiliki sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik, belum

mampu menyediakan lebih banyak tenaga kerja dikarenakan keterbatasan dalam menggaji pegawai, dan lainnya (LPPI-BI, 2015).

Kehadiran teknologi informasi dan media sosial saat ini sebenarnya mampu untuk menjawab beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Menurut Rahmana, UMKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan pemanfaatan TI akan mendorong UKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. (Rahmana, 2019). Selain itu, seperti yang dilansir dari halaman web progresstech.co.id yang mengemukakan sepuluh manfaat media social untuk bisnis yaitu, memudahkan untuk mencari tahu mengenai pelanggan, membantu dalam pencarian konsumen secara lebih efektif, mempermudah dalam mendapatkan konsumen baru dan memperluas target pasar, memudahkan untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, membantu konsumen untuk menjangkau produsen, membantu meningkatkan jumlah pengunjung ke website, dan lainnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka kami melakukan pemberdayaan melalui program pelatihan dan pendampingan melalui Program Pengembangan Kewirausahaan. Salah satu pelatihan yang dilakukan adalah pemanfaatan teknologi untuk *digital marketing*. Peserta pelatihan ini adalah mahasiswa dan alumni Fakultas Teknologi Industri Universitas Ahmad berjumlah 20 kelompok dengan ragam jenis usaha yang ada. Masing masing kelompok terdiri dari 1-3 orang. Pelatihan ini membantu peserta dalam memahami kondisi pasar saat ini, dan memanfaatkan teknologi yang ada khususnya media social, web profile, sebagai alat untuk meningkatkan *market share* sehingga mampu menaikkan nilai bisnis (qwords.com).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilakukan secara daring dengan menggunakan aplikasi zoom dengan dengan penerapan metode ceramah dan *Focus Group Discussion* (FGD).

1. Metode Ceramah

Peserta diberikan materi mengenai motivasi dan pengetahuan kondisi pasar yang ada di internet dengan menyajikan data penggunaan media sosial dengan beragam *platform* yang ada. Kemudian disajikan materi mengenai peluang media sosial dan fitur layanan yang diberikan baik yang berbayar maupun gratis, selain itu diberikan juga materi membangun *branding image* melalui web profile usaha.

2. Metode *Focus Group Discussion* (FGD)

Peserta diberikan waktu mendiskusikan permasalahan usaha yang sedang mereka jalani ataupun hal-hal lain yang berkaitan dengan pemasaran (*marketing*). Diskusi ini juga berjalan di zoom maupun di group WhatsApp.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dalam program pengembangan kewirausahaan ini dilakukan oleh dosen Fakultas Teknologi Industri Universitas Ahmad Dahlan. Peserta pelatihan sebanyak 20 kelompok yang terdiri dari 1-3 orang peserta. Adapun 20 kelompok usaha dimaksud adalah

Tabel 1. Daftar Peserta

No.	Nama Usaha	No.	Nama Usaha
-----	------------	-----	------------

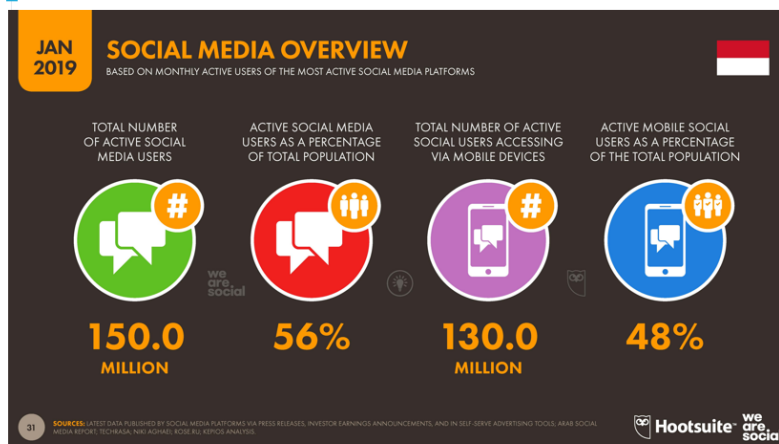
No.	Nama Usaha	No.	Nama Usaha
1.	Mutia Syar'i	11.	Ngumbang Tapak
2.	Si-Doel Ahmad Dahlan	12.	Konveksi dan Percetakan
3.	Zat_case	13.	Bengkel Las
4.	Jasa PCB	14.	Zpediaku
5.	Eltedirahijab	15.	Muvon Multimedia
6.	FDJ Engineering	16.	Martabak Manis
7.	Bening Qalbu	17.	Chicken Lemon
8.	Ashiapp Art	18.	Mesin Tetas Telor
9.	Okeanos Herbal Laut	19.	Printing Kaos
10.	Dermayu Catering Jogja	20.	Clythoria Yoghurt

Selama melaksanakan kegiatan pemberdayaan usaha melalui pelatihan *digital marketing* ini, metode yang digunakan adalah ceramah dan *forum group discussion*. Penyelenggaraan pelatihan yang awalnya akan dilakukan secara luring, namun karena pandemi, maka dilakukan secara daring dengan memanfaatkan teknologi internet dan aplikasi zoom. Gambar 1 merupakan dokumentasi aktivitas pelatihan menggunakan aplikasi zoom. Materi yang disampaikan dalam pemberdayaan usaha melalui program pelatihan ini adalah pengguna media sosial, data pengguna belanja *online*, dan strategi memanfaatkan media sosial, yang diambil dari websindo.com, serta motivasi usaha dan materi pemanfaatan *web profile* untuk membangun *branding image* perusahaan. Gambar 2 dan 3, merupakan contoh materi yang diberikan pada saat pelatihan.



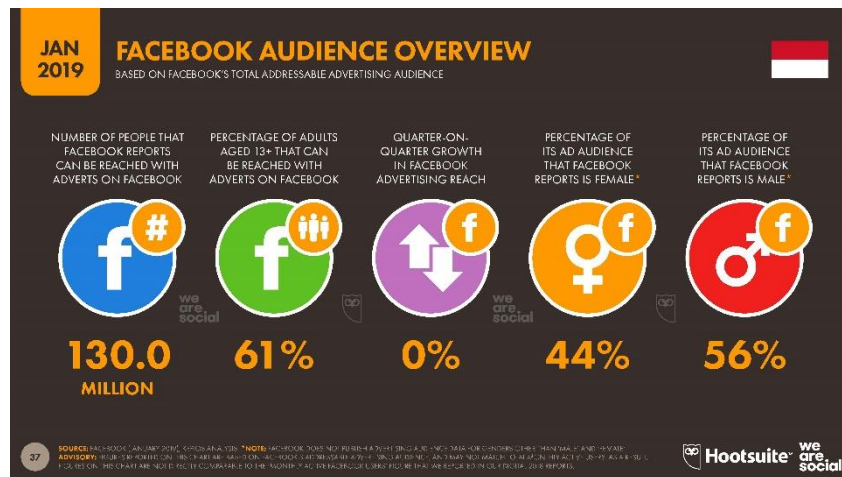
Gambar 1. Aktivitas Pelatihan dalam Zoom

Indonesia Digital 2019 : Media Sosial



<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

Gambar 2. Materi Pelatihan: Data Pengguna Media Sosial



Gambar 3. Materi Pelatihan: Data Pengguna Media Sosial Facebook

Setelah kegiatan pelatihan daring selesai, pemateri tetap membuka forum diskusi secara mandiri melalui aplikasi WhatsApp guna untuk pendampingan lanjutan apabila ada peserta yang masih memerlukan diskusi yang lebih mendalam lagi. Untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta mengenai materi, kami memberikan kuesioner evaluasi pelaksanaan pelatihan. Gambar 3 menunjukkan grafik pemahaman peserta. Grafik ini memberikan gambaran bahwa peserta pelatihan memahami materi mengenai *digital marketing* yaitu 23 % materi yang disajikan sangat mudah dipahami, 62% materi mudah dipahami, sedangkan 15% materi cukup mudah dipahami, dan 0% materi tidak mudah untuk dipahami, serta 0% materi sangat tidak mudah dipahami. Grafik ini menegaskan bahwa materi yang bertujuan untuk memahami peserta *digital marketing* dalam berusaha adalah mampu dipahami dengan baik oleh peserta.



Gambar 2. Tingkat Pemahaman Materi

Simpulan

Pemberdayaan usaha melalui program pelatihan *digital marketing* kepada mahasiswa dan alumni FTI UAD dapat diterima dengan sangat baik. Peserta pelatihan mendapatkan wawasan dan pengetahuan baru terkait meningkatkan pemasaran melalui *digital marketing* yang mereka jalani. Peserta mampu melakukan aktivitas pembuatan dan pengisian *web profile*, pengisian dan pemanfaatan instagram, facebook, dan media sosial lainnya untuk kepentingan mengiklankan produk baik berupa barang maupun jasa.

Ucapan Terima Kasih

Kami ucapkan terima kasih kepada RistekBRIN sebagai pemberi dana kegiatan pengabdian multi tahun dengan skema Program Pengembangan Kewirausahaan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan (LPPM UAD) yang telah membantu dan memberikan arahan bagi kami, terimakasih juga untuk Dekan dan Ketua Program Studi di Fakultas Teknologi Industri Universitas Ahmad Dahlan.

Daftar Pustaka

- _____. 2015. *Profil Bisnis Usaha Micro Kecil Menengah*. Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia & Bank Indonesia. Jakarta
- Indrawan AD. 2015. *Peranan UMKM Dalam Tingkat Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia* [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Tusianti, Erna, dkk. 2019. *Analisis Hasil SE2016 Lanjutan- Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil*. Badan Pusat Statistik. Jakarta
- Rahmana, Arief. 2009. *Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah*. Seminar Nasional, Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009) Yogyakarta.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Lembaran Negara RI tahun 2008. Sekretariat Negara. Jakarta.
- <https://fti.uad.ac.id/visi-misi-tujuan-dan-sasaran/> diakses pada 24 Oktober 2020
- <https://www.progresstech.co.id/blog/manfaat-sosial-media-bisnis/#:~:text=Sosial%20media%20untuk%20bisnis%20memberikan,bisa%20langsung%20mengetahui%20pendapat%20konsumen.> diakses pada 24 Oktober 2020
- <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all> diakses pada 25 Oktober 2020
- <https://qwords.com/blog/market-share-adalah/> diakses pada 25 Oktober 2020