



Website Pemasaran Digital Sebagai Media Konten dan Sarana Promosi Produk Unggulan Usaha Mahasiswa

¹Naswan Suharsono, ²Titis Shinta Dhewi, dan. ³Rayie Tariaranie Wiraguna

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No.5, Sumbersari, Malang, ¹

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No.5, Sumbersari, Malang, ²

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No.5, Sumbersari, Malang, ³

Email: naswan.suharsono.fe@um.ac.id

Abstract

Numerous challenges arise concomitant with the rapid advancement of technology through digital marketing models that have been deployed by several small enterprises to rival comparable products. The transition to the digital market owing to the Industrial Revolution and the COVID-19 pandemic poses both threats and opportunities for technology-driven multinational corporations and micro and small enterprises. Nevertheless, only a few entrepreneurs have been able to capitalise on these prospects. In 2022, the significance of non-traditional media in science and technology for developing new product marketing capabilities that are autonomous, adaptable, and environmentally attuned is becoming more evident. It is crucial to establish entrepreneurship programmes tailored to the needs and requirements of 25 UMK students as per their respective groups and technical disciplines. Programmes should be customised to suit the capabilities, requirements, and preparedness of each department to facilitate the development of an entrepreneurial culture. An attempt has been made to establish synergy bridges using a specific approach. This approach can be implemented progressively and steadily for a particular cohort of skilled businesses or simultaneously for a variety of target groups. An organised campaign is required to foster an entrepreneurial culture through education and training of the target groups. The Programme for the Application of Science and Technology in Business (P2M) will be executed by LPM to enhance the entrepreneurial aptitude of 25 UMK students. This project intends to develop the business skills of the participants while maintaining objectivity in its evaluations. The use of simple sentences and causal connections facilitates the comprehension and logical coherence of the text. Consistent formatting and a conventional structure have been employed, while a high register and precise vocabulary have been utilized to maintain a balanced, value-neutral tone. Grammatical correctness has been ensured through careful editing. The Programme for the Application of Science and Technology in Business (P2M) will be executed by LPM to enhance the entrepreneurial aptitude of 25 UMK students.

Keywords: Content Marketing, Website, Digital Branding

Abstrak

Berbagai permasalahan timbul seiring dengan melejitnya perkembangan teknologi melalui *digital marketing* model yang diterapkan oleh banyak usaha kecil agar mampu bersaing dengan produk produk serupa. Pergeseran pasar ke pasar digital karena revolusi industri dan pandemi COVID-19 menyebabkan ancaman dan peluang bagi usaha korporasi dan usaha mikro dan kecil berbasis teknologi. Namun, tidak banyak pengusaha yang berhasil memanfaatkan peluang ini. Pada tahun 2022, pentingnya media alternatif IPTEKS dalam

Received Oktober 24, 2023; Revised November 10, 2023; Desember 04, 2023

*Corresponding author, tarie.tariaranie.fe@um.ac.id

pembentukan kemampuan pemasaran produk wirausaha baru yang mandiri, tangguh, dan peka terhadap lingkungan sekitarnya semakin terlihat. Diperlukan program-program kewirausahaan untuk membantu 25 UMK Mahasiswa UM dengan pola yang sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan setiap kelompok mahasiswa dan unit teknis. Program-program ini harus disesuaikan dengan kemampuan, kebutuhan, dan kesiapan setiap jurusan untuk mengembangkan budaya wirausaha. Usaha membangun jembatan sinergi pernah dilakukan dengan pola tertentu. Pola tersebut dapat berkembang secara bertahap dan berkelanjutan terhadap kelompok usaha kerajinan rakyat tertentu, atau dilakukan secara serentak kepada berbagai kelompok sasaran. Diperlukan upaya sistematis untuk membangun budaya kewirausahaan melalui pendidikan dan pelatihan bagi kelompok subyek sasaran. Program P2M Penerapan IPTEKS untuk 25 pelaku UMK Mahasiswa UM akan dilakukan oleh LPM untuk pengembangan keterampilan wirausaha 25 UMK Mahasiswa UM di bidang usaha. Program ini memberikan pengalaman teoritis dan praktis kepada wirausaha 25 UMK Mahasiswa UM agar dapat menerapkan prinsip-prinsip dasar wirausaha melalui penguasaan teori dan aplikasi.

Kata kunci : Konten promosi, *Webiste*, *Digital Branding*.

PENDAHULUAN

Pemerintah telah mencetak wirausaha baru lewat pendidikan tinggi selama dua dasawarsa, dengan kerjasama DUDI yang terus berkembang. Namun, hasilnya belum optimal. Pergeseran pasar ke pasar digital karena revolusi industri dan pandemi COVID-19 menyebabkan ancaman dan peluang bagi usaha korporasi dan usaha mikro dan kecil berbasis teknologi. Namun, tidak banyak pengusaha yang berhasil memanfaatkan peluang ini. Pada tahun 2022, pentingnya media alternatif IPTEKS dalam pembentukan kemampuan pemasaran produk wirausaha baru yang mandiri, tangguh, dan peka terhadap lingkungan sekitarnya semakin terlihat. Kemandirian ditandai dengan kemampuan mengelola usaha sendiri, sedangkan kepekaan ditandai dengan menjadi bagian dari masyarakat madani yang mengutamakan nilai-nilai moral dan etika bisnis sesuai dengan ajaran agama dan kepercayaan peserta. Diharapkan wirausaha baru memiliki kepribadian utuh dan dapat memuliakan kehidupan. Tersedia lokasi usaha mitra pendukung program IPTEKS dan hasil akhir yang dicapai wirausaha peserta program. Produk utama kegiatan IPTEKS ini adalah (1) kesiapan wirausaha UMK mengembangkan promosi produk unggulan, (2) mengenali lingkungan bisnis industri kerajinan, (3) menerapkan prinsip dasar manajemen bisnis dan pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

Ada perbedaan persepsi mengenai kebutuhan dasar mahasiswa dan dimensi-dimensi kewirausahaan. Perbedaan ini disebabkan oleh perbedaan tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kebutuhan tentang kewirausahaan antara kelompok dosen dan mahasiswa. Diperlukan program-program kewirausahaan untuk membantu UMK dengan pola yang sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan setiap kelompok mahasiswa dan unit teknis. Program-program ini harus disesuaikan dengan kemampuan, kebutuhan, dan kesiapan setiap jurusan untuk mengembangkan budaya wirausaha. Usaha membangun jembatan sinergi pernah dilakukan dengan pola tertentu. Pola tersebut dapat berkembang secara bertahap dan berkelanjutan terhadap kelompok usaha kerajinan rakyat tertentu, atau dilakukan secara serentak kepada berbagai kelompok sasaran. Perbedaan antara ketiga pola tersebut adalah tingkat kedalaman

materi, kesempatan bimbingan lapangan, dan target sasaran akhir program. Para mitra UMK menghadapi tantangan utama: meningkatkan volume dan harga produk kerajinan rakyat dengan memanfaatkan jaringan pemasaran online untuk penjualan produk-produk unggulan mereka secara langsung ke pembeli domestik dan internasional. Terbatasnya akses pasar dalam dan luar negeri karena regulasi, distribusi, dan kemampuan SDM memperlemah produk unggulan. Solusinya adalah pemasaran produk berbasis website untuk pasar global. Diperlukan upaya sistematis untuk membangun budaya kewirausahaan melalui pendidikan dan pelatihan bagi kelompok subyek sasaran. Program P2M Penerapan IPTEKS untuk UMK akan dilakukan oleh LPM untuk pengembangan keterampilan wirausaha UMK di bidang usaha. Program ini memberikan pengalaman teoritis dan praktis kepada wirausaha UMK agar dapat menerapkan prinsip-prinsip dasar wirausaha melalui penguasaan teori dan aplikasi. Hasil kegiatan kerja P2M IPTEKS adalah kemampuan menerapkan nilai budaya wirausaha, prinsip-prinsip dasar, dan aplikasinya di lapangan. Hasil kerja lapangan dilaporkan dalam bentuk Laporan hasil pelatihan dan produk-produk unggulan UMK yang siap diupload ke Website pemasaran terintegrasi. Pelatihan kewirausahaan bekerjasama dengan Disperindakop Kabupaten/kota (Suharsono, dkk). Berdasarkan analisis kebutuhan pemasaran, UMK Malang Raya Utara harus melakukan 3 hal penting untuk meningkatkan volume dan jangkauan pemasaran produk mereka. Hal-hal tersebut meliputi re-desain produk, promosi online, dan sinergi dengan mitra. Mitra bestari yang dimaksud adalah konsumen lintas segment pasar, pemerintah, asosiasi, serta lembaga pendidikan dan pengembangan kewirausahaan. Kegiatan P2M ini akan mempercepat pemecahan salah satu kebutuhan mendesak, yaitu memasuki pasar digital bagi mahasiswa dan alumni. "Bahasa Indonesia adalah bahasa resmi dan bahasa nasional negara Indonesia. Bahasa ini digunakan oleh sebagian besar penduduk Indonesia di berbagai bidang kehidupan, termasuk pendidikan, hukum, politik, dan media. Bahasa Indonesia memiliki sejarah yang panjang dan kaya, terutama dalam bentuk sastra dan tradisi lisan. Penggunaan bahasa Indonesia juga penting untuk mempertahankan identitas negara Indonesia yang beragam secara budaya dan etnis."

Alternatif pemecahan yang akan ditangani adalah pemanfaatan peluang pemasaran alternatif melalui website dengan biaya murah untuk meningkatkan penjualan produk UMK. Peningkatan keterampilan dasar pengelola UMK dari mahasiswa FE UM untuk menyiapkan bahan promosi dalam saluran pemasaran web global dengan memanfaatkan teknologi informasi. Peningkatan kerjasama antara asosiasi pengelola UMK, pemerintah daerah, dan lembaga pendidikan tinggi untuk menghubungkan produsen dan konsumen produk UMK. Kajian lapangan menunjukkan perlunya media alternatif IPTEKS untuk pembentukan kemampuan pemasaran produk wirausaha yang mandiri, tangguh, dan peka terhadap lingkungan.

Dalam kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai. Kebermanfaatannya dari berbagai kegiatan yang dilakukan berfokus pada kesamaan pengetahuan dan kesetaraan yang didapat melalui pembuatan konten pada UMK yang mereka geluti. Tujuan dalam kegiatan ini adalah memberikan solusi konkrit yaitu berupa pelatihan pembuatan konten dan sarana promosi melalui website. Sedangkan manfaat yang nantinya akan dicapai adalah

untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang digital branding, meningkatkan penjualan produk UMK Mahasiswa, dan meningkatkan pendapatan mahasiswa yang berwirausaha. Luaran wajib dari kegiatan ini yaitu satu artikel yang dipublikasikan dalam jurnal pengabdian ber-ISSN, satu artikel media massa, foto kegiatan dan poster.

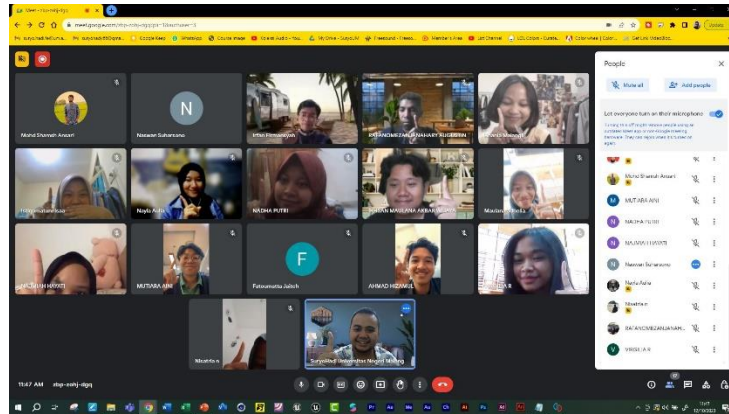
METODE

Rincian pelaksanaan pengabdian masyarakat

1. Persiapan
 - a) Penyusunan proposal.
 - b) Identifikasi kebutuhan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
 - c) Koordinasi dengan pihak fakultas dan kelompok UMK mahasiswa berwirausaha.
 - d) Menyiapkan SDM dan Teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
2. Pelaksanaan
 - a) Analisis SWOT.
 - b) Menyiapkan program pelatihan untuk mendapatkan hasil analisis yang akurat tentang profil pengusaha mitra.
 - c) Mengadakan pendampingan dengan pembuatan konten dan digital marketing melalui website UM.
 - d) Mendampingi mitra dan penanganan operasional perusahaan
3. Monitoring dan Evaluasi
 - a) Mencatat permasalahan-permasalahan yang muncul selama kegiatan berlangsung
 - b) Mencari alternatif pemecahan masalah dan melaksanakannya
 - c) Melihat perkembangan kecakapan peserta kegiatan dalam menghasilkan konten yang berkualitas.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan diawali dengan melakukan FGD (*Forum Group Discussion*) antara tim pelaksana dengan mahasiswa yang bermitra. Dalam kegiatan ini tim pelaksana melakukan persamaan persepsi dengan mahasiswa mitra terkait rencana kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan FGD dilakukan secara online dengan narasumber ahli, tim pengabdian, dan 25 peserta mitra mahasiswa. Tujuan dari kegiatan ini yaitu dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang pembuatan konten yang menarik dan diminati oleh customer sehingga mampu meningkatkan penjualan produk UMK mahasiswa wirausaha, dan meningkatkan pendapatan mahasiswa wirausaha. Teknis pelaksanaan kegiatan ini yaitu tim pelaksana akan melakukan sosialisasi tentang pemasaran digital yang dapat dilakukan melalui pembuatan konten promosi produk unggulan untuk mengembangkan usaha mahasiswa wirausaha di Universitas Negeri Malang. Pembuatan website dan olah hasil dari konten promosi akan menjadi perhatian utama dalam kegiatan pengabdian ini.



Gambar 1. FGD dilakukan melalui zoom

Setelah proses FGD, selanjutnya dirancang kegiatan sosialisasi yang dilakukan dengan melakukan pelatihan pembuatan konten promosi yang menarik. Dalam kegiatan ini, tim pelaksana melakukan diskusi dengan narasumber ahli untuk melakukan pelatihan dan edukasi kepada mahasiswa yang berwirausaha.



Gambar 2. Diskusi bersama 25 UMK Mahasiswa UM



Gambar 3. Sosialisasi dan Pelatihan



Gambar 4. Sosialisasi dan Pelatihan



Gambar 5. Foto bersama Peserta dan Tim

Setelah melakukan kegiatan sosialisasi dan pelatihan, tim pelaksana mulai melakukan rancangan tes dari penyampaian materi yang telah dilaksanakan di hari pertama. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan ini dilaksanakan sebanyak 2 kali. Mahasiswa yang menjadi peserta pelatihan diminta memuat konten menarik dan di presentasikan kepada narasumber ahli agar dapat diberikan saran yang mendukung kelangsungan bisnisnya. Kemudian, konten tersebut akan diposting melalui website UM dan dapat diperjual belikan secara online sehingga mampu bersaing dengan produk serupa.

SIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa dengan pemanfaatan digital branding model melalui konten promosi pada website UM mampu meningkatkan hasil penjualan produk UMK mahasiswa wirausaha. Tahapan selanjutnya yang akan dilakukan dari kegiatan pengabdian ini yaitu monitoring dan evaluasi terkait pemanfaatan website UM dalam penjualan dan memantau bagaimana mahasiswa mampu melakukan promosi produk semenarik mungkin. Diharapkan dengan adanya pelatihan pembuatan konten promosi ini mahasiswa mampu menyamakan kemampuan dan pengetahuan mereka agar penjualan dari masing masing produk yang mereka jual mengalami peningkatan dan tidak kalah saing dengan produk serupa lainnya. Selain itu penyelesaian artikel pengabdian akan menjadi rencana tahap selanjutnya dalam pengabdian Masyarakat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan apresiasi diucapkan kepada Universitas Negeri Malang melalui dana PNPB Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang Tahun 2023 sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Universitas Negeri Malang dapat

terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi UMK Mahasiswa yang berwirausaha. Selain itu, diucapkan terima kasih pula terhadap tim ahli narasumber dan banyak pihak yang membantu pengabdian ini berjalan dengan baik atas semua dukungan dan kontribusinya terhadap kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriyantoro M.T dan Debby Arisandi (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean, *Jurnal Manajemen Dewantara* .Vol 1 No 2, Desember 2018. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32> p. 62-76
- Harahap, Hamida Syari, Nita Komala Dewi, & Endah Prawesti Ningrum (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMK. *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences* p-ISSN 2655-9072 | e-ISSN 2686-1380, V.3/No2
- Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, (2018). Panduan Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Edisi Keempat. Jakarta: Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi
- Krazi Market Indonesia's Online Marketplace (2018). Jokowi: Pemerintah Mendukung Industri Kreatif. <http://www.endonesia.com/> Rabu, 22-April-2018, 12:58:51
- Suharsono, Naswan, Titis Shinta Dewi, dan Rayie Tarianti (2021). Pemanfaatan Website Pemasaran Digital Untuk Mengembangkan Usaha Mahasiswa Dan Alumni Pelaku UMK. Laporan P2M FE Universitas Negeri Malang
- Suharsono, Naswan, Titis Shinta Dewi, dan Rayie Tarianti (2022). Pelatihan pembuatan Website Pemasaran Digital Untuk Mengembangkan Usaha Mahasiswa Dan Alumni Pelaku UMK. Laporan P2M FE Universitas Negeri Malang
- Suharsono, Naswan dkk. (2008). Implementasi Model Pembelajaran Multimedia dengan CD Interaktif untuk Menumbuhkan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*. Volume 41 Januari 2008. Terakreditasi Hal.1422-1435
- Suharsono, Naswan (2020). Post-Pandemic Web-Based Product Marketing: Developing Micro and Small Enterprise Culture. *Proceedings of the 5th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management and Social Science*.
- Suharsono, Naswan. (2018). Pendidikan Kewirausahaan. Dari Teori ke Aplikasi. Ak Patriot Sejati. Depok: Penerbit PT RajaGrafindo Persada.
- Suharsono, Naswan (2018). Model Pendidikan Berbasis Karakter untuk Mengembangkan Budaya Wirausaha di Perguruan Tinggi. Laporan Penelitian DIPA Universitas Pendidikan Ganesha, Malang Raya, 2018
- Suharsono, Naswan, Gede Adi Yuniarta, Putu Gede Parma dan Agus Jana Susila (2019). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Produk Unggulan berbasis WEB Untuk

Mengembangkan Budaya Wirausaha Para Pengelola MKWM di Malang. Laporan P2M.
Malang Raya: LPPM Universitas Pendidikan Ganesha