

PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS APLIKASI DIGITAL UNTUK MAHASISWA KKN UNIVERSITAS SERANG RAYA

Dwi Nurina Pitasari¹, Rokilah²

¹)Ilmu Komunikasi, Universitas Serang
Raya

²)Ilmu Hukum, Universitas Serang
Raya

Article history

Received : 25 Januari 2023

Revised : 19 Februari 2023

Accepted : 19 Februari 2023

Dwi Nurina Pitasari*

Email : dwi.nurina@gmail.com

Abstraksi

Mahasiswa KKN perlu dibekali ilmu dan keterampilan agar saat KKN mengenai perkembangan teknologi dan informasi yang membawa perubahan baru pada kegiatan pemasaran menggunakan aplikasi digital. Tujuan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah untuk membekali mahasiswa KKN Universitas Serang Raya tahun 2022 mengenai pemasaran berbasis aplikasi digital yang tepat dan dapat digunakan dalam mengembangkan UMKN di tempat KKN. Sasaran Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah mahasiswa KKN Universitas Serang Raya Tahun 2022 yang berjumlah 32 mahasiswa. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) melalui tiga tahapan yaitu tahap awal, inti dan akhir. Hasil dari kegiatan ini adalah mahasiswa lebih pahan mengenai pemasaran berbasis aplikasi digital dan dapat mengaplikasikannya saat KKN untuk dapat mengembangkan pengusaha UMKN di wilayah KKN mereka.

Kata Kunci: pemasaran digital; mahasiswa KKN; Universitas Serang Raya

Abstract

KKN students need to be equipped with knowledge and skills so that when KKN is about technological and information developments that bring new changes to marketing activities that use digital applications. The purpose of this community service (PKM) is to equip Serang Raya University KKN students in 2022 regarding digital application-based marketing that is appropriate and can be used in developing UMKN at the KKN site. The target of community service activities is Serang Raya University KKN students in 2022, totaling 32 students. The method used in the implementation of community service (PKM) goes through three stages, namely the initial, core and final stages. The result of this activity is that students understand more about digital application-based marketing and can apply it during KKN to be able to develop MSE entrepreneurs in their KKN area.

Keywords: digital marketing; KKN students; Serang Raya University

© 2023 Some rights reserved

PENDAHULUAN

KKN singkatan dari Kuliah Kerja Nyata yang merupakan salah satu program kegiatan yang ada di Perguruan Tinggi tak terkecuali Universitas Serang Raya. Program KKN ini merupakan bukti nyata dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Adapun Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Ketiga point tersebut menjadi sangat penting dalam mewujudkan visi perguruan tinggi.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu perwujudan dari tri dharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, pelatihan, dan pengabdian masyarakat. Perguruan tinggi mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan KKN pada

daerah atau desa yang telah ditentukan sebagai obyek pengabdian masyarakat. KKN merupakan suatu kegiatan intrakurikuler yang bertujuan untuk memadukan pelaksanaan perwujudan tri dharma perguruan tinggi yang melibatkan mahasiswa sebagai tenaga untuk melaksanakan pembangunan masyarakat di pedesaan. KKN merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa dengan pendekatan lintas keilmuan dan sektoral pada waktu dan daerah tertentu. (Nurjanati 2017).

Universitas Serang Raya yang terdiri dari berbagai fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Hukum, Fakultas

Teknik Informasi, Fakultas Teknik dan Fakultas Pendidikan selalu mewajibkan mahasiswanya untuk Mengikuti program KKN di wilayah atau desa yang telah ditentukan. Program KKN ini sebagai salah satu bentuk dan bukti nyata Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan adanya program KKN ini mahasiswa sebagai cendekiawan muda diharapkan dapat berkontribusi dalam pembangunan wilayah tertentu melalui identifikasi potensi dan menangani masalah yang ada di wilayah tertentu dan mengembangkannya, serta turut mencerdaskan bangsa. Saat KKN inilah terjadinya *transfer knowledge* dari mahasiswa pada masyarakat melalui berbagai bentuk kegiatan seperti pelatihan, sosialisasi, workshop, seminar dan lain sebagainya.

Perkembangan teknologi dan informasi membawa perubahan baru pada kegiatan pemasaran. Pemasaran yang dahulu masih tradisional dengan mengedepankan ruang beralih menjadi pemasaran digital dengan menggunakan aplikasi. Hal ini disebabkan oleh berbagai macam faktor salah satunya adalah kecanggihan teknologi dan pergeseran gaya hidup masyarakat. Kemudahan pemasaran dengan menggunakan aplikasi digital membuat semuanya menjadi mudah tak terbatas ruang dan waktu. Salah satu permasalahan yang terjadi adalah kesiapan masyarakat dalam menerima perubahan ini. Banyak masyarakat yang masih belum siap dan belum dapat memanfaatkan pemasaran digital.

Pemasaran digital atau digital marketing adalah promosi produk atau merek melalui satu atau lebih bentuk media elektronik. Digital marketing sering disebut juga online marketing, internet marketing atau web marketing (Rusmanto, 2017). Menurut Yunus (2019), digital marketing (pemasaran digital) adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk berkomunikasi dengan pelanggan atau calon pelanggan. Media digital dapat beragam, disesuaikan dengan kepentingan pemasar. Contohnya: situs web, dan media sosial (facebook, instagram, twitter, line dll)

Dalam melakukan KKN nantinya di desa atau wilayah tertentu mahasiswa harus sudah siap dengan segala macam permasalahan dan cara mengatasinya. Sejalan dengan salah satu sasaran LPPM Universitas Serang Raya tahun 2022 yaitu peningkatan kapasitas usaha kecil maka sebelum melaksanakan KKN, mahasiswa harus di bekali dengan ilmu mengenai pemasaran terutama pemasaran digital (digital marketing) karena saat ini semua sudah menggunakan internet. Tidak semua mahasiswa paham mengenai bagaimana strategi, karakteristik, komponen dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pemasaran digital dalam

meningkatkan usaha mikro. Sehingga, Tujuan pengabdian kepada masyarakat (PKM) mengadakan sosialisasi dan pelatihan agar mahasiswa KKN Universitas Serang Raya tahun 2022 memiliki ilmu dan mengetahui mengenai pemasaran berbasis aplikasi digital yang tepat dan dapat digunakan dalam mengembangkan UMKKN di tempat KKN.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah berupa kegiatan pelatihan atau workshop melalui media ceramah, diskusi dan praktik langsung mengenai pemasaran digital kepada mahasiswa KKN.

Objek kegiatan pengabdian ini yaitu 2 kelompok mahasiswa KKN Universitas Serang Raya Tahun 2022 yang berjumlah 32 orang mahasiswa. Kelompok mahasiswa ini terdiri dari beberapa fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Hukum, Fakultas Teknik Informasi, Fakultas Teknik dan Fakultas Pendidikan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu tahap perisapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Semua tahapan telah dilakukan dan mahasiswa diharapkan mampu memahami dan mengaplikasikan pemasaran digital pada saat KKN nantinya kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKKN yang ingin meningkatkan pemasaran.

PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dan workshop ini dilaksanakan di kampus Universitas Serang Raya pada tahun 2022. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini adalah mahasiswa Universitas Serang Raya semester 6 (enam) dari berbagai fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Hukum, Fakultas Teknik Informasi, Fakultas Teknik dan Fakultas Pendidikan sebanyak 32 orang. Jumlah ini sudah mencapai target sasaran karena memang jumlah peserta di batasi hanya 2 kelompok KKN.



Gambar 1. Mahasiswa KKM Peserta Workshop

Seperti yang telah diutarakan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian ini melalui tiga tahap yaitu tahap awal, tahap inti dan tahap akhir. Berikut ini adalah pemaparan pada setiap tahap:

A. Tahap awal

Tahap ini merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini tim PKM melakukan observasi kepada mahasiswa sebagai analisis awal untuk mengetahui informasi sejauh mana pengetahuan mahasiswa mengenai pemasaran digital dan mencari solusi yang dibutuhkan agar tepat sasaran. Kemudian tim merancang kegiatan yang akan dilaksanakan sesuai kebutuhan.

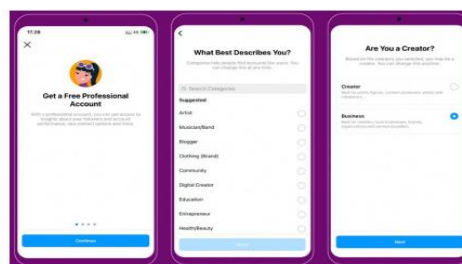
B. Tahap Inti

Tahap inti merupakan tahap pelaksanaan. Kegiatan ini dilaksanakan dengan memaparkan materi, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan workshop praktek langsung. Tim PKM memberikan sosialisasi dan materi mengenai pentingnya penggunaan aplikasi digital dalam pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Adapun materi yang diberikan yaitu mengenai konsep inti pemasaran, bauran pemasaran, strategi pemasaran, media digital. Setelah pemberian materi, tim PKM melakukan diskusi dan tanya jawab dengan peserta.



Gambar 2. Proses Sosialisasi

Selanjutnya peserta melaksanakan praktik langsung membuat media pemasaran digital, salah satunya instagram dan tokopedia yang saat ini memiliki potensi yang baik dalam pemasaran, Belajar pemasaran berarti belajar mengenai komunikasi karena didalamnya belajar membuat konten marketing untuk menarik pelanggan. Konten ini dibuat semenarik mungkin untuk mendapatkan banyak audiens atau pelanggan. Konten juga dibuat menyesuaikan aplikasi yang digunakan dalam pemasaran digital. Pada tahap ini juga mahasiswa dikenalkan dan diajarkan membuat aplikasi pemasaran digital seperti Instagram, Tiktok, Shopee, Tokopedia. Tim PKM melakukan pendampingan dalam pembuatan akun media sosial instagram dan tokopedia. Berikut ini adalah salah satu gambar dalam pembuatan toko di instagram:



Gambar 3. Pendaftaran akun Instagram

Selain itu ada juga praktek pembuatan toko di tokopedia.



Gambar 4. Pembuatan akun Tokopedia

C. Tahap akhir

Tahap akhir adalah tahap evaluasi. Setelah semua kegiatan selesai di laksanakan maka tim akan melakukan evaluasi dengan peserta kegiatan untuk mengetahui sejauh mana materi dapat di serap dan dapat dipraktikkan untuk KKN kepada masyarakat. Harapannya mahasiswa dapat untuk mentrasfer ilmu yang telah di berikan kepada masyarakat pelaku UMKM saat KKN di wilayahnya.

Analisis Hasil Kegiatan

Kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar dan sesuai jadwal. Peserta dibekali ilmu mengenai pemasaran digital dan mempraktekkan langsung membuat media sosial dan aplikasi digital lain untuk menunjang pemasaran UMKM yang didampingi oleh tim PKM.

Kendala yang dihadapi oleh tim yaitu mahasiswa kegiatan ini berasal dari latar belakang yang berbeda sehingga ada yang belum memahami mengenai pemasaran dengan menggunakan media sosial atau aplikasi digital dan bagaimana cara mengelolanya.

Dampak positif yang diberikan dari hasil kegiatan PKM ini adalah mahasiswa memperoleh ilmu mengenai pemasaran digital dan kemampuan membuat, menggunakan dan mengelola aplikasi pemasaran digital dengan memakai smartphone.

Kemampuan menggunakan aplikasi pemasaran digital ini diharapkan dapat di kembangkan dan diteruskan kepada masyarakat penggiat UMKM tempat mereka melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN)

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) kepada mahasiswa KKN Univeritas Serang Raya Tahun 2022 berjalan dengan baik. Mahasiswa KKN mengerti tentang pemasaran berbasis aplikasi digital dan mampu membuat dan mengaplikasikannya dalam membantu pemasaran UMKM nanti. Saran untuk kegiatan pengabdian

selanjutnya yaitu agar peserta KKN dapat di tambah tidak hanya 2 kelompok tapi melainkan semua kelompok dengan materi KKN yang berbeda dan beragam agar mahasiswa KKN siap untuk terjun dalam membantu UMKM saat KKN. Materi juga di tambah agar lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurjanati, D. (2017). Pemasukan Materi Literasi Keuangan Dalam Kurikulum Program Kuliah Kerja Nyata (Kkn) Sebagai Media Edukasi Literasi Keuangan Pelaku Umkm. Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi dan Bisnis
- Rusmanto. (2017). Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT. (online)
- Rustini, T, dkk. (2022) Pelatihan Digital Marketing Dengan Pemanfaatan Aplikasi Bagi Pelaku UMKM Kabupaten Pangdaran Di Masa Pandemi Covid-19. *Communnity Development Journal*. Vol. 3, No. 2 Juni. (<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/4670/3661> diakses 01 Januari 2023)
- syifa, Y.I, dkk. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masaa Pandemi-Covid-19. Vol. 2. No.1 (<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/articcle.php?article=2392213&val=22860&tittle=PELATIHAN%20UMKM%20MELALUI%20DIGITAL%20MARKETING%20UNTUK%20MEMBANTU%20PEMASARAN%20PRODUK%20PADA%20MASA%20COVID-19> diakses pada 01 januari 2023)
- Wijaya, A.A.M, dkk. (2021). Pelatihan Digital Marketing Untuk Produk Wirausaha Mahasiswa Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (online). Vol. 2 No. 2,75-82. (<https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JSTPM/article/view/727/707> diakses 01 januari 2023)
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktek*. Bandung: sombiosia Rekatama Media.