

PERENCANAAN STRATEGI DASAR *ONLINE MARKETING* GUNA MEMAKSIMALKAN FUNGSI *MOBILE PHONE* UNTUK MEMBANGUN *JIWA ENTERPRENEUR* DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN

Suhaila Husna Samosir^{1*}, Mutawaqil Bilah Tumanggor²,
Dita Deviana Fadhilah³

^{1,2}Manajemen, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia

³Agribisnis, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia

*suhailahusnasamosir@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Kewirausahaan berbasis *digital marketing* menjadi topik yang semakin menarik pada era digital. Berbagai sektor dan industri mulai mengaplikasikan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitasnya. Berdasarkan Pra Survey, Keadaan yang dialami oleh mitra kami yaitu mahasiswa/i di Universitas Harapan Medan yang beralamat di Jl. Imam Bonjol No. 35 Medan yaitu masih minimnya pemahaman tentang motivasi jiwa kewirausahaan di kalangan usia produktif, dalam hal ini mahasiswa. Banyak mahasiswa yang di era *digital* saat ini masih digunakan untuk mengakses hiburan semata. Padahal apabila mereka tahu ilmunya dan berani mencoba dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan penghasilan diusia muda (Generasi Z). Generasi Z merupakan generasi yang lahir, dibesarkan, dan tumbuh dalam lingkungan digital. Suatu generasi yang tidak lepas dari *gadget* dan berinteraksi sosial di dunia maya. Dimanapun dan kapanpun mereka akan tetap *online*. *Mobile phone* saat ini bagaikan dua sisi mata uang, di satu sisi dengan adanya pemanfaat *mobile phone* setiap orang dapat mengakses berbagai informasi dari berbagai belahan dunia, namun disisi lain dapat membuat orang ketagihan dengan berbagai hiburan yang ditawarkan, terutama dengan adanya sosial media. Entah berapa lama waktu yang bisa dihabiskan dalam bermain sosial media.

Kata Kunci: Online Marketing, Digital Marketing, Mobile Phone, Entrepreneur

ABSTRACT

Digital marketing-based entrepreneurship is becoming an increasingly interesting topic in the digital era. Various sectors and industries are starting to apply digital technology to increase their efficiency and productivity. Based on the Pre-Survey, the situation experienced by our partners, namely students at Harapan University, Medan, is located at Jl. Imam Bonjol No. 35 Medan, namely that there is still a lack of understanding about the motivation of the entrepreneurial spirit among productive age groups, in this case students. Many students in the current digital era still use it only to access entertainment. In fact, if they know the knowledge and dare to try, it can be used to generate income at a young age (Generation Z). Generation Z is a generation that was born, raised and grew up in a digital environment. A generation that cannot be separated from gadgets and social interaction in cyberspace. Wherever and whenever they will remain online. Mobile phones are currently like two sides of a coin, on the one hand, with the use of mobile phones, everyone can access various information from various parts of the world, but on the other hand, it can make people addicted to the various entertainment offered, especially with social media. Who knows how much time can be spent playing social media.

Keywords: Basic Online Marketing Strategy, digital marketing, mobile phone,

Submit: Oktober 2023

Diterima: November 2023

Publis: Mei 2024



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

PENDAHULUAN

Dunia Usaha Indonesia pada saat ini masih di dominasi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2016 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 98,68% atau lebih dari 26 juta pelaku usaha dengan serapan tenaga kerja diluar sektor pertanian sebesar 75,33% atau 59 juta tenaga kerja. UMKM juga tahan dari guncangan krisis ekonomi. Hal ini disebabkan karena UMKM bersinggung langsung dengan kebutuhan masyarakat, tidak mengandalkan bahan baku dari luar negeri, serta umumnya bermodal relatif kecil. Namun diluar dari keunggulan tersebut, UMKM juga memiliki kelemahan diantaranya Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih rendah, masih mempertahankan proses teknologi yang sederhana serta belum berorientasi kepasar ekspor.(BPS, 2018)

Bukan tanpa hambatan, eksistensi Industri UMKM di tanah air per bulan April 2020 dihadapkan dengan situasi yang demikian sulit dalam mengatasi pandemi covid-19. Terpuruknya UMKM semakin terasa sejak diadakannya PSBB dan *Lockdown* pada tahun 2020 silam. Akibatnya banyak UMKM yang kemudian gulung tikar selama masa sulit pandemi covid-19. Dari data yang

dihimpun oleh Thaha dalam penelitiannya yang dikutip oleh Jaelani dan Suhaemi terjadi penurunan UMKM sejak pandemi covid-19 melanda yakni dari semula 64,2 juta unit menjadi 64,1 juta unit yang berarti UMKM mengalami penurunan sebanyak 99,9%.(Jaelani, Suhami, 2021)

Dalam upaya mengakselerasi pemulihan ekonomi nasional yang didominasi UMKM pemerintah mengupayakan dengan cara mendorong digitalisasi UMKM. Sejalan dengan itu akselerasi pengembangan UMKM digital menjadi sebuah keharusan di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Salah satu perkembangan teknologi yang merambah pada bidang ekonomi yang dapat dimanfaatkan pula oleh UMKM ialah *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan pembaharuan dari metode pemasaran/*marketing*. *Digital marketing* menjadi salah satu cara yang terbaik untuk mempromosikan produk dan layanan secara efektif dan efisien. (Khasanah, 2022)

Kewirausahaan berbasis *digital marketing* menjadi topik yang semakin menarik pada era digital. Berbagai sektor dan industri mulai mengaplikasikan teknologi *digital* untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitasnya. Hal ini juga

berlaku untuk sektor pelatihan dan pengembangan tenaga kerja, dimana badan pelatihan tenaga kerja (BLK) sebagai salah satu institusi yang bertanggung jawab dalam pengembangan keterampilan tenaga kerja, harus mengikuti perkembangan teknologi *digital* agar dapat menjaga efektivitas program pelatihan mereka. Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan adalah suatu bentuk pengembangan SDM yang diarahkan bukan hanya sekedar memperoleh pengetahuan saja (kognitif), namun juga diharapkan adanya perubahan terhadap keterampilan yang dimiliki (psikomotor) yang patut dimiliki dan diberikan kepada setiap manusia agar mereka dapat berwirausaha, sehingga sejahtera baik dalam kehidupannya sendiri maupun keluarganya melalui pengalaman yang dimilikinya. (Mulyadi, H., Waspada, I., Ramdhany, M., & Lubis, 2022)

Berdasarkan Pra Survey, Keadaan yang dialami oleh mitra kami yaitu mahasiswa/i di Universitas Harapan Medan yang beralamat di Jl. Imam Bonjol No. 35 Medan yaitu masih minimnya pemahaman tentang motivasi jiwa kewirausahaan di kalangan usia produktif, dalam hal ini mahasiswa. Banyak mahasiswa yang di era *digital* saat ini masih digunakan untuk mengakses hiburan semata. Padahal apabila mereka tahu

ilmunya dan berani mencoba dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan penghasilan diusia muda (Generasi Z). Generasi Z merupakan generasi yang lahir, dibesarkan, dan tumbuh dalam lingkungan *digital*. Suatu generasi yang tidak lepas dari gadget dan berinteraksi sosial di dunia maya. Dimanapun dan kapanpun mereka akan tetap *online*. *Mobile phone* saat ini bagaikan dua sisi mata uang, di satu sisi dengan adanya pemanfaat *mobile phone* setiap orang dapat mengakses berbagai informasi dari berbagai belahan dunia, namun disisi lain dapat membuat orang ketagihan dengan berbagai hiburan yang ditawarkan, terutama dengan adanya sosial media. Entah berapa lama waktu yang bisa dihabiskan dalam bermain sosial media. (Siborol, 2023)

Tujuan dari sosialisai Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini ingin membantu para mahasiswa/i Universitas Harapan Medan khususnya pada Prodi Bahasa dan Komunikasi agar *mobile phone* dapat digunakan untuk mengakses berbagai informasi dari berbagai belahan dunia dalam pemanfaatan *digital marketing*, tidak menggunakan *mobile phone* hanya sebagai tontonan hiburan semata terutama dengan adanya sosial media sudah entah berapa lama waktu yang sudah dihabiskan dalam bermain sosial media tanpa ada ilmu yang

didapat guna menambah penghasilan.

Beberapa masalah yang dihadapi mahasiswa Universitas Harapan Medan dalam hal ini antara lain :

1. Zona nyaman
2. Takut akan ketidakpastian
3. Tidak ada modal dan dukungan
4. Bingung cara memulai
5. Ragu dalam kemampuan diri sendiri.

Jika dilihat dari permasalahan yang di alami oleh mitra Universitas Harapan Medan, mempunyai kesamaan dengan hasil pengabdian sebelumnya yang dilakukan oleh Detty Afustin dengan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama dua hari, tanggal 31 Maret-1 April 2023. Peserta pada kegiatan ini adalah peserta BLK komunitas LAZ DASI NTB dengan jumlah 12 orang. Lokasi pengabdian berada di Desa Sesaot, Kecamatan Narmada, Lombok Barat.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini direncanakan akan dilaksanakan selama 6 bulan yaitu terhitung Juni 2023 hingga Desember 2023. Peserta pada kegiatan ini adalah mahasiswa/i Universitas Harapan Medan khususnya di Fakultas Bahasa dan Komunikasi. Lokasi pengabdian berada di Jl. Imam Bonjol No. 35 Medan

Sumatera Utara. Metode pelaksanaan dalam program ini yaitu mengacu kepada permasalahan yang ada di lapangan yaitu masih minimnya pemahaman tentang motivasi jiwa kewirausahaan pada golongan usia produktif, dalam hal ini yaitu mahasiswa Universitas Harapan Medan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan menggunakan pendekatan “andragogi”, yaitu mengutamakan partisipasi dari peserta. Materi disajikan sebagai penguatan, sedangkan porsi yang lebih besar diberikan dalam bentuk pelatihan, diskusi, simulasi dan/atau praktik. Strategi penyampaian materi dilakukan dengan : Ceramah, Diskusi, Latihan, dan Praktik serta pendampingan monitoring.

Dalam menyelesaikan permasalahan mitra ada beberapa program yang dapat dilaksanakan untuk memenuhi penyuluhan tentang fungsi *mobile phone* dalam strategi dasar *online marketing*. Antara lain::

1. Mitra sebagai penyedia tempat untuk penyelenggaraan kegiatan penyuluhan yaitu bertempat di Universitas Harapan Medan Jl. Imam Bonjol No., 35 Medan Sumatera Utara. Mitra berperan sebagai peserta penyuluhan dan aktif berperan dalam kegiatan diskusi / tanya jawab
2. Mitra terlibat secara keseluruhan dalam program

PKM meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan.

3. Mitra akan diminta pendapat-pendapatnya serta akan diberitahu atau diluruskan pendapat yang keliru atau menyimpang. Selanjutnya akan dilakukan pendekatan partisipatif, dimana bersama mitra membahas tentang permasalahan, mencari alternatif pemecahan masalah, kemudian akan membuat keputusan secara bersama- sama.

Kemudian Program ini akan dievaluasi oleh para pihak yaitu tim pengusul, LPPM UMN Al Washliyah dan mitra. Pelaksanaan evaluasi mengacu pada proposal yang telah disusun dan membandingkan dengan capaian target luaran. Evaluasi akan dilakukan bersama antara tim pengusul dengan mitra dengan metode FGD, hasil evaluasi akan menjadi catatan dalam keberlanjutan program. Pihak LPPM UMN Al-Washliyah akan melakukan *monitoring* dan evaluasi mengacu pada Buku Panduan Penelitian dan Pengabdian edisi tahun 2021 edisi XIII revisi. Kegiatan pendampingan ini sangat berpotensi untuk mata kuliah yang akan dijalankan mahasiswa Manajemen, diantaranya

adalah terdapat pada matakuliah Manajemen Pemasaran dan Kewirausahaan dengan masing-masing 3 SKS, *Workshop* Kewirausahaan 2 SKS. Artinya kegiatan ini akan memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk belajar langsung mengadaptasi inovasi bidang ekonomi kreatif di dunia pendidikan, hingga mampu mengevaluasi penggunaan pendapatan, sehingga mahasiswa bukan hanya mengetahui teori ketika kuliah namun juga mampu merancang usaha untuk membuka Lembaga Non Formal dan kegiatan ini juga menjadi capaian IKU 2 kegiatan mahasiswa di luar kampus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegiatan pengabdian dapat diketahui bahwa sebahagian besar dari mahasiswa telah memanfaatkan *mobile phone* nya kearah yang lebih positif seperti berjualan, mempromosikan barang-barang yang akan dijual di media sosial. Sehingga mereka mampu mendapatkan penghasilan dari kegiatan tersebut. Akan tetapi ada juga beberapa dari mahasiswa tersebut yang belum memanfaatkannya dengan maksimal. Mereka masih menggunakan *mobile phone* hanya untuk sekedar berkomunikasi kepada orang tua, teman dan saudara bahkan banyak juga yang menggunakan *mobile phone* sebagai aktifitas bermain game dikehidupan mereka sehari-

hari.

Secara garis besar hasil kegiatan yang telah dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Materi. Artinya, materi yang diberikan oleh pengabdian kepada mahasiswa dapat diterima dan dipahami serta mendapat respon dari peserta yang ditandai dengan pertanyaan-pertanyaan yang muncul.
2. Berdasarkan sikap dan pertanyaan yang diajukan dapat diketahui bahwa materi pengabdian yang disampaikan sangat membantu dalam meningkatkan fungsi *mobile phone* dikalangan mahasiswa Universitas Harapan Medan.
3. Dari hasil pengabdian diharapkan nantinya ada tindak lanjut misalnya dengan melakukan kegiatan pelatihan dan sebagainya dibidang pemasaran menggunakan *mobile phone*.
4. Berdasarkan evaluasi dapat diketahui bahwa pada umumnya peserta pengabdian telah memahami konsep awal pemasaran dengan pemanfaatan fungsi *mobile phone* sehingga hal tersebut dapat meningkatkan lagi pengetahuan mahasiswa dalam hal manajemen

pemasaran.

Beberapa bukti dokumentasi dari hasil pengabdian yang telah dilakukan di Universitas Harapan Medan.



Gambar 1



Gambar 2

Dari gambar diatas menerangkan pengabdian melakukan sosialisasi kepada mahasiswa Universitas Harapan Medan dengan tema PKM Menggali Potensi Diri Dalam Perencanaan Strategi Dasar *Online Marketing* Guna Memaksimalkan Fungsi *Mobile Phone* Untuk Membangun Jiwa *Entrepreneur* Dikalangan Mahasiswa Universitas Harapan Medan. Dari pemaparan yang dapat dilihat pada gambar diatas dapat bahwa para mahasiswa sangat antusias mengikuti

dengan seksama materi yang diterangkan. Sehingga beberapa dari mereka mengajukan pertanyaan yang secara tidak langsung dari pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa mereka sangat antusias terhadap pemasaran produk melalui *mobile phone*.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian Dari kegiatan pengabdian dapat dikatakan bahwa sebahagian besar dari mahasiswa telah memanfaatkan *mobile phone* nya kearah yang lebih positif seperti berjualan, mempromosikan barang-barang yang akan dijual di media sosial. Sehingga mereka mampu mendapatkan penghasilan dari kegiatan tersebut. Akan tetapi ada juga beberapa dari mahasiswa tersebut yang belum memanfaatkannya dengan maksimal. Mereka masih menggunakan *mobile phone* hanya untuk sekedar berkomunikasi kepada orang tua, teman dan saudara bahkan banyak juga yang menggunakan *mobile phone* sebagai aktifitas bermain *game* di kehidupan mereka sehari-hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama pelaksanaan pengabdian ini, penulis telah banyak dibantu oleh berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Firmansyah,

M.Si selaku Rektor Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.

2. Bapak Dr. Alkausar Saragih, M.Pdi selaku ketua LPPI Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
3. Ibu Anggia Sari Lubis, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
4. Staf LP2M yang turut serta membantu dalam penyelesaian penelitian ini.
5. Mitra dalam hal ini adalah Universitas Harapan Medan khususnya Fakultas Bahasa dan Komunikasi.

REFERENSI

- BPS. (2018). *Potensi Usaha Mikro Kecil*.
- Jaelani, Suhami, B. (2021). Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Desa Rancabango Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(23), 99–121.
- Khasanah, N. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Omzet Usaha Mikro Dan Kecil Di Wringinanom Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat*, 1(2), 83–92.
- Mulyadi, H., Waspada, I., Ramdhany, M., & Lubis, A. (2022). Mengembangkan Digital Preneur Dikalangan Pengurus dan Anggota Karang Taruna Indonesia Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital dan Literasi Keuangan. *JURNAL PASCA DHARMA PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3, 84–88.
- Siborol. (2023). *Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran Marning sebagai Produk Lokal Unggulan*. 5(1), 96–104.