

Pelatihan Pemasaran Digital Aplikasi Vave Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha

Ahmadun, Maya Sova, Dinni Agustin, Eros Rosmiati
Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Respati Indonesia
Email : ahmadun63@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan UKM Pelatihan Pemasaran Digital Aplikasi Vave Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha di Aula Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur dengan judul Pelatihan Pemasaran Digital Aplikasi Vave Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. Untuk mengetahui pemberdayaan yang telah dilakukan bertujuan untuk menjadikan UKM generasi milenial mampu menjadi UKM yang mandiri dan dapat membantu meningkatkan pendapatan keluarga bagi pelaku UKM. Penelitian ini menggunakan tahapan pemberdayaan. Kegiatan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informasi yang dipilih merupakan pelaku UKM, keluarga pelaku UKM, kepala bidang UKM, dan pihak yang menjalin kemitraan dengan pelaku UKM. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa- Pemberdayaan mempunyai tiga tahapan penyadaran, pengkapasitasan, dan pendayaan. Dalam tahap penyadaran para pelaku UKM diberikan motivasi dan dorongan agar mereka memiliki daya dan kemampuan dalam berwirausaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Dalam tahap pengkapasitasan diadakan bimbingan dan penyuluhan dalam pengembangan Pemasaran Digital Aplikasi Vave, peningkatan pemasaran melalui digital, pelatihan-pelatihan yang bertujuan untuk memberikan bantuan berupa pengetahuan dan keterampilan berwirausaha kepada pengusaha Pemasaran Digital Aplikasi Vave, mengelola dan mengembangkan pemasaran. Lalu dalam tahap pendayaan yaitu para pelaku UKM Pemasaran Digital Aplikasi Vave di Aula Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Dalam meningkatkan Generasi Melenial dan pemasaran maka para pelaku UKM memilih aplikasi vave, dan dengan pelatihan pemasaran digital aplikasi vave sebagai peralatan yang modern, guna mempermudah dan mengembangkan inovasi-inovasi baru untuk menarik pelanggan.

Kata kunci : Pelatihan pemasaran digital, UKM, Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha.

Abstract

Empowerment of SMEs. Vave Application Digital Marketing Training to Create an Entrepreneurial Spirited Millennial Generation in the Bambu Apus Village Hall, Cipayung District, East Jakarta with the title Vave Application Digital Marketing Training to Create an Entrepreneurial Spirited Millennial Generation. To find out about the empowerment that has been carried out which aims to make millennial generation SMEs capable of becoming independent SMEs and can help to increase family income for SMEs. This research uses the empowerment stages. This activity uses a qualitative method with a case study approach. The information selected is from UKM actors, families of UKM actors, heads of UKM sectors, and parties who form partnerships with UKM actors. Data collection uses in-depth interviews, observation and documentation. The research results show that: Empowerment has three stages of awareness, capacity building, and empowerment. In the awareness stage, SMEs are given motivation and encouragement so that they have the power and ability to become entrepreneurs to increase family income. In the capacity building stage, guidance and counseling is provided in developing Vave Application Digital Marketing, increasing digital marketing, training aimed at providing assistance in the form of knowledge and entrepreneurial skills to Vave Application Digital Marketing entrepreneurs, managing and developing marketing. Then in the empowerment stage, there are UKM Digital Marketing Vave Application players in the Bambu Apus

<http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS>

Article History :

Submitted 14 Desember 2023, Accepted 29 April 2024, Published 30 April 2024

Village Hall, Cipayung District, East Jakarta. In improving the Millennial Generation and marketing, SMEs choose the Vave application, and with digital marketing training the Vave application as a modern tool, in order to simplify and develop new innovations to attract customers.

Keywords: Digital marketing training, SMEs, Millennial Generation with an Entrepreneurial Spirit.

PENDAHULUAN

Tim Pengabdian kepada Masyarakat dipersyaratkan memiliki kompetensi teoritis dan praktis yang memadai dalam Pelatihan Pemasaran Digital Aplikasi Vave Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha dengan foto produk untuk bisnis online.

Persiapan pelaksanaan harus dilakukan secara menyeluruh, mulai dari perijinan sampai evaluasi dengan melibatkan pihak-pihak yang bertanggungjawab seperti Pihak Kelurahan, Kampus dan kepada pihak terkait lainnya.

Salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah pembangunan dan pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Di Indonesia, pembangunan UKM merupakan upaya dalam menanggulangi pengangguran, memerangi kemiskinan juga upaya untuk pemerataan pendapatan. Bila dilihat dari jumlah unit usahanya yang cukup banyak dan beragam di berbagai sektor ekonomi dan kontribusinya terhadap penciptaan kesempatan kerja, UKM menjadi salah satu motor penggerak bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal. UKM sangat diharapkan menjadi salah satu pemain penting dalam penciptaan pasar baru di dalam maupun luar negeri. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh departemen Koperasi, jumlah UKM dari tahun 2015-2019 terus mengalami peningkatan sedangkan jumlah usaha besar cenderung berfluktuatif.

Pada tahun 2015 usaha besar mengalami peningkatan sebesar 3.728 sementara jumlah UKM dari tahun 2015 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 92,5% sedangkan usaha besar dari tahun 2015 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 17,80%. Hal ini menandakan bahwa dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun semi modern.

Pertumbuhan jumlah UKM di Indonesia yang semakin hari kian melonjak pesat, mau tidak mau mendorong para pelakunya untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran. Seperti kita ketahui bersama, strategi pemasaran sering kali diibaratkan sebagai jantung kehidupan sebuah usaha. Karenanya saat ini para pelaku UKM harus bisa jeli dan teliti dalam menciptakan strategi pemasaran yang tahan banting di tengah krisis dan ketatnya persaingan pasar.

Pelaku UKM harus semakin kreatif, dan bisa menentukan komoditas apa saja yang memiliki nilai jual cukup tinggi di pasaran, sehingga para pelaku UKM memiliki aturan analisis dalam dunia

pemasaran modern yang kelak bisa digunakan untuk melacak dan mengukur seberapa potensial pasar yang dibidik.

Perkembangan pemasaran di era digital mengalami perubahan yang cukup signifikan, terutama terkait alat pemasaran yang digunakan, salah satunya dengan penggunaan media online. Pertumbuhan penjualan online dipacu oleh semakin berkembangnya teknologi handphone, tablet, dan media sosial (Internet Retailer 2015).

Menjalani usaha di saat himpitan pandemi Covid-19 tentu menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UKM. Persoalan pemasaran hingga kini menjadi masalah bagi pelaku UKM. Mereka kesulitan menjual produk yang dihasilkannya, sehingga, para pelaku UKM ini nyaris tak berkembang. Karena keuntungan yang mereka peroleh tak sebanding dengan modal yang dikeluarkan.

Kegiatan Usaha Kecil Menengah tidak bisa terlepas peran anak muda, pelajar dan mahasiswa yang merupakan generasi milenial, sebagai generasi penerus dapat memulai usaha dari sejak dini. Karena anak muda, pelajar dan mahasiswa merupakan *agent of change* atau agen perubahan yang perlu kita didik untuk menjadi pelaku usaha yang tangguh, sehingga nantinya mampu membuka lapangan pekerjaan.

Dengan semakin banyaknya peran anak muda, pelajar dan sebagai pelaku usaha (*entrepreneur*) akan memberikan kontribusi dalam membangun ekonomi masyarakat dan perbaikan ekonomi di Indonesia. Untuk itu, agar anak muda, pelajar dan mahasiswa selaku generasi milenial dapat terus berinovasi dan usahanya mampu bersaing di pasar online, serta untuk memberikan solusi permasalahan pemasaran bagi mahasiswa sebagai pelaku usaha, kami mengambil tema Pengabdian kepada Masyarakat “Pelatihan Pemasaran Digital Aplikasi Vave” Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha” di Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayang, Jakarta Timur”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih sedikit UKM yang memanfaatkan digital marketing (15,08%) sebagai strategi untuk menaikkan omset dan diperlukan pemahaman digital marketing bagi UKM untuk membantu di tengah pandemi karena terbukti UKM yang sudah menggunakan digital marketing mampu bertahan bahkan meningkatkan penjualan tanpa mengandalkan toko konvensional. UKM banyak menyatakan digital marketing itu susah, bingung apa aja sih yang harus dilakukan dan juga apa yang sebaiknya jangan dilakukan. Padahal sama seperti bisnis konvensional. Website dan sosial media ini cuma etalase saja untuk menata produk-produk kamu. Soal urusan penjualan dan suksesnya bisnis “bagaimana cara kamu memasarkan produk” mau tidak mau UKM harus menjalankan marketing atau pemasaran dilakukan berbarengan konvensional ditunjang dengan digital marketing. Tema ini diambil karena banyak UKM yang mengalami masalah dalam menerapkan digital marketing dan belum mengetahui mengurus legalitas usahanya, masalah yang dihadapi UKM dalam digitalisasi pemasaran adalah:

1. Tidak Memahami Target Audience.

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

2. Tidak Menggunakan Sosial Media Secara Efektif.
3. Tidak Mempunyai Website atau Tidak Mempromosikan Websitenya.
4. Tidak Merencanakan Tujuan Marketing.
5. Desain Website Tidak Menarik.
6. Mengabaikan Penggunaan SEO.
7. Menggunakan Terlalu Banyak Strategi.

Metode Pelaksanaan

Sasaran kegiatan ini adalah 100 orang kaum milenial, pelajar dan Mahasiswa pelaku usaha UKM di Kelurahan Bampu Apus, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Semua data yang ada berdasarkan data identifikasi pada saat awal pelaksanaan program pengabdian ini setelah disetujui untuk dilaksanakan. Diharapkan setelah program ini maka penggunaan Aplikasi Vave untuk bisnis online sudah bisa dilaksanakan dengan baik.

Untuk menyelesaikan permasalahan seperti tersebut di atas dan guna mendukung efisiensi dan efektifitas program pengabdian kepada masyarakat ini, maka diajukan kerangka pemecahan masalah yang meliputi:

1. Tim pengabdian dipersyaratkan memiliki kompetensi teoritis dan praktis yang memadai dalam pelatihan foto produk untuk bisnis online.
2. Persiapan pelaksanaan harus dilakukan secara menyeluruh, mulai dari perijinan sampai evaluasi dengan melibatkan pihak-pihak yang bertanggungjawab seperti Pihak Pemerintah dalam hal ini pihak Kampus, Kecamatan, Maupun Lembaga Keuangan Mikro dan Dinas terkait lainnya.
3. Materi pelatihan berupa: sistem untuk promosi dan penjualan produk UMKM mahasiswa melalui aplikasi Vave menggunakan Smart-phone secara sederhana, cepat dan mudah. secara lebih komprehensif, media pembelajaran yang komunikatif dan menarik bagi peserta; materi pelatihan secara lengkap harus sudah diberikan kepada peserta pelatihan sejak awal pelatihan dilaksanakan.
4. Evaluasi program dilaksanakan secara menyeluruh, meliputi: persiapan kegiatan, pelaksanaan materi, pelatih, peserta dan penyelenggaraan serta akhir kegiatan.
5. Metode yang digunakan pada kegiatan pelatihan ini antara lain ceramah, diskusi, tanya jawab, demonstrasi, tutorial, tugas dan observasi terhadap kemampuan peserta pelatihan.
6. Output pelatihan berupa promosi dan pemasaran produk secara digital yang dibuat oleh peserta pelatihan menggunakan aplikasi Vave.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis situasi yang telah digambarkan pada bahasan sebelumnya dapat digambarkan dalam permasalahan yang dihadapi:

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

- 1) Pemasaran yang dilakukan oleh mitra pelaku UKM sejauh ini hanya mengandalkan pada pameran serta pesanan dari penduduk lokal, belum memiliki rencana dan pemahaman pemasaran digital secara komprehensif dan efektif;
- 2) Kurangnya pengetahuan mitra dalam memasarkan produk secara digital/online serta manfaatnya. Pemanfaatan akun media sosial merupakan masalah prioritas yang dihadapi mitra.

Pemasaran secara digital akan sangat membantu untuk mempromosikan produk agar menjangkau daerah yang lebih luas dan pasar sasaran yang sesuai

- 1) Mengadakan pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran secara digital. Pelatihan diberikan dengan cara tutorial bagaimana melakukan pemasaran digital dengan benar;
- 2) Mengadakan penyuluhan mengenai pemasaran terutama komponen promosi. Penyuluhan yang diberikan meliputi media-media promosi secara online yang dapat digunakan, pemilihan media promosi yang tepat, contoh-contoh media promosi yang dapat digunakan oleh mitra;
- 3) Menggandeng Mitra penyedia jasa Aplikasi Vave yaitu PT. Vave Global Madani sebagai media dalam mempermudah promosi dan transaksi bagi milenial, pelajar dan mahasiswa pelaku UKM.

Mencermati permasalahan tersebut di atas, sangatlah penting dan mendesak untuk melakukan upaya untuk memberikan pelatihan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini kepada sasaran utama pelatihan kepada kaum milenial, mahasiswa pelaku usaha kecil.

Hasil Yang Dicapai

Dari kegiatan yang dilaksanakan pada bulan September - Desember tahun 2023 di Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur.

Materi pelatihan berupa: sistem untuk promosi dan penjualan produk UKM mahasiswa melalui aplikasi Vave menggunakan Smart-phone secara sederhana, cepat dan mudah. secara lebih komprehensif, media pembelajaran yang komunikatif dan menarik bagi peserta; materi pelatihan secara lengkap harus sudah diberikan kepada peserta pelatihan sejak awal pelatihan dilaksanakan SMART ENTREPRENEUR dari kegiatan dilaksanakan dengan baik dan lancar dengan **Tema dan materi** : Membangun Mindset Entrepreneur, Membangun Impian, Membongkar Metal Block. **Target capaian** Pribadi UKM tidak sekedar tukang Produk atau Tukang Jual sebagai kegiatan rutinitas, tetapi harus dibarengi dengan membangun IMPIAN, sebagai kekuatan berusaha. Menumbuhkan Keyakinan bahwa setiap pribadi adalah mempunyai kelebihan, dan berani untuk menjadikan luar biasa **Bentuk Kegiatan** : Paparan Materi & Pemutaran Video, Diskusi



Gambar 1. Pelatihan Pemasaran Digital Aplikasi Vave Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha





Gambar 2. Foto bersama peserta Pelatihan Digital Aplikasi Vave Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha

KESIMPULAN

Peserta mengenal, aplikasi Vave bisa digunakan, aplikasi Vave sebagai media transaksi, pemasaran dan mesin penghasil uang dan digabungkan kekuatan promosi aplikasi Vave dengan sosial media.

Peserta mampu meningkatkan promosi produk yang dimiliki dan penghasilan melalui aplikasi Vave

Hasil Kegiatan 1. Pelatihan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah diajukan 2.

Peserta yang mengikuti pelatihan berjumlah 241 peserta 3. Peserta sangat antusias mengajukan

beberapa pertanyaan terkait materi yang disampaikan dengan mengenai internet yang aman dan sehat.

PRE-INTERNET/ DIGITAL MARKETING Preview VISI sebuah INTERNET MARKETING. Mengetahui Aplikasi Vave Sebagai mesin Mencari Uang dari Dunia Internet. Melakukan RISET dan ANALISA; Produk, Pasar, dan Kompetitor. Peserta dapat Melakukan RISET dan menganalisa Pasar ONLINE yang terkait dengan Kekuatan PRODUK, Kekuatan PASAR dan Kekuatan KOMPETITOR. Peserta akan mengerti berbagai cara orang cari uang di dunia Internat dari dari aplikasi Vave.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Herning Suryo, Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Kemandirian Masyarakat, Jurnal Transformasi No. 29 Tahun 2016 Volume I Halaman 1 – 55.
- [2] Erni Febrina Harahap, Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Untuk Mewujudkan Ekonomi Nasional Yang Tangguh dan Mandiri, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3, Nomor 2, Mei 2012 ISSN : 2086 – 5031, h. 78-79.

- [3] Gestur Guðmundsson, Piotr Mikiewicz, The Concept of Social Capital and Its Usage in Educational Studies, *Studia Edukacyjne* NR, 22/2012, h.58.
- [4] Megginson, W.L., M.J. Byrd, and L.C. Megginson. 2000. *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*. Third Ed. Irwin McGraw-Hill. Boston.
- [5] Yanuar Surya Putra, Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi, *Among Makarti* Vol.9 No.18, Desember 2016,
- [6] BPS DKI Jakarta, <https://jaktimkota.bps.go.id/subject/12/kependudukan>
- [7] Rahman, Arief. 2008. Klasifikasi UKM. Online (<http://infoukm.wordpress.com>) diakses 15 Januari 2014
- [8] <https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/https://industri.kontan.co.id/news/>
- [9] Andriyana, Dian, 2003, *Pengenalan Pemrograman E-Commerce dengan PHP dan MySQL*, Jakarta, Gramedia.
- [10] Dwijayanto, Andy, 2019, Transaksi Rp 13 triliun per bulan, E-commerce kontributor baru ekonomi Indonesia, dilihat 15 April 2020, <<https://industri.kontan.co.id/news/>>
- [11] Projono dan AMW Pranarka, *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi* (Jakarta: CSIS, 1996), h. 269. S Projono dan AMW Pranarka, *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi* (Jakarta: CSIS, 1996), h. 269.
- [12] Jacki Ambadar, *Corporate Social Responsibility: CSR dalam Praktek di Indonesia* (Jakarta: Elex Media Computindo, 2008), hal. 41
- [13] Departemen Pendidikan Nasional, *Tesaurus Alfabatis Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: Mizan, 2009), h. 146.
- [14] L. J. Hanifan, The Rural School Community Center, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 67, *New Possibilities in Education* (Sep., 1916), pp. 130-138, h.130.
- [15] Pierre Bourdieu, *The Forms of Capital*, Richardson, J., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (1986), Westport, CT: Greenwood.
- [16]