

**MENCAPAI KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT DENGAN
SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN DI ERA *NEW NORMAL* PASCA
PANDEMI**

Bentuk Kegiatan : Pendidikan dan Pelayanan pada Masyarakat

LAPORAN AKHIR

Oleh :

Dr. Nurhayati, MM

NIP. 19610607 198702 2001

Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si

NIP. 19730908 200003 2001

N. Ari Subagio SE, MSi

NIP. 19731109 200003 1002

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER**

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Dilaksanakan berdasarkan Surat Tugas Ketua LP2M Universitas Jember

Nomor : 3252/UN25.3.2/PM/2022

Sumber Dana : Mandiri

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

-
1. Judul : Mencapai Kemandirian Ekonomi Masyarakat Dengan Semangat Kewirausahaan Di Era New Normal Pasca Pandemi
2. Ketua Pelaksana
- a. Nama : Dr. Nurhayati, MM
 - b. NIP : 19610607 198702 2001
 - c. Pangkat/Golongan : Pembina Gol. IVa
 - d. Jabatan : Lektor Kepala
 - e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - f. Jurusan : Manajemen
3. Personalia
- a. Jumlah Anggota : 3 (tiga) orang
 - b. Pembantu Pelaksana : -
4. Lokasi Kegiatan :
5. Waktu Kegiatan : Juni 2022
6. Bentuk Kegiatan : Pendidikan dan Pelayanan pada Masyarakat
7. Biaya yang diperlukan : Rp. 2.500.000,- (dua juta limaratus ribu rupiah)
8. Sumber dana : Mandiri
-

Jember, 20 Juni 2022

Mengetahui


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Ketua Pelaksana


Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si., CRA.
NIP. 19661020 199002 2 001


Dr. Nurhayati, MM
NIP. 19610607 198702 2001

Mengesahkan,
Ketua LPM Universitas Jember


Prof. Dr. Sidiq Witoño, S.TP,MP.
NIP. 19691212 199802 1001

RINGKASAN

Bangsa Indonesia dilanda wabah Covid-19, sejak ditetapkannya Covid-19 sebagai bencana nasional pada 15 Maret 2020. Saat ini wabah Covid-19 sudah mereda, hal ini berdampak pada aktifitas perekonomian di Indonesia. Situasi pandemi yang berkepanjangan saat itu membuat masyarakat menjadi pesimis dan tidak yakin kapan pandemi akan berakhir. Saat pandemi tersebut banyak masyarakat yang terkena dampaknya. Salah satu dampak yang dirasakan adalah dalam bidang ekonomi. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilanjutkan dengan beberapa kali Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mengakibatkan aktifitas ekonomi masyarakat juga terhambat. Saat ini, sejak seluruh kabupaten dan kota di Jawa Timur berstatus PPKM Level 1 yang tertuang dalam Inmendagri Nomor 29 Tahun 2022 yang berlaku pada tanggal 7 Juni- 4 Juli 2022, masyarakat merasa tidak terlalu khawatir dengan kondisi pandemi. Hal ini memberikan peluang bagi seluruh masyarakat Jawa Timur untuk bangkit kembali, terutama dalam bidang ekonomi. Salah satu upaya untuk bangkit dalam bidang ekonomi adalah melalui aktifitas berwirausaha. Jika masyarakat memiliki semangat kewirausahaan ini, maka masyarakat akan semakin percaya diri untuk beraktifitas mengembangkan usahanya atau memulai usaha baru di era pasca masa pandemi. Wirausaha sudah terbukti handal dalam menghadapi beberapa kali krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Tetapi disisi lain masyarakat masih enggan untuk mengenal lebih dalam dan menekuni dunia wirausaha ini. Sehingga diperlukan suatu upaya agar pengetahuan tersebut dapat menjadi sebuah semangat untuk meraih kesuksesan dalam kemandirian ekonomi.

Para peserta kegiatan ini, warga Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember mengikuti dan mendengarkan materi dengan baik dan tertib. Secara umum kegiatan penyuluhan dan sosialisasi ini berjalan lancar dan mendapat dukungan dari pihak pengelola sehingga kegiatan ini berhasil dilaksanakan tanpa kendala yang berarti.

TIM PELAKSANA

1. Ketua

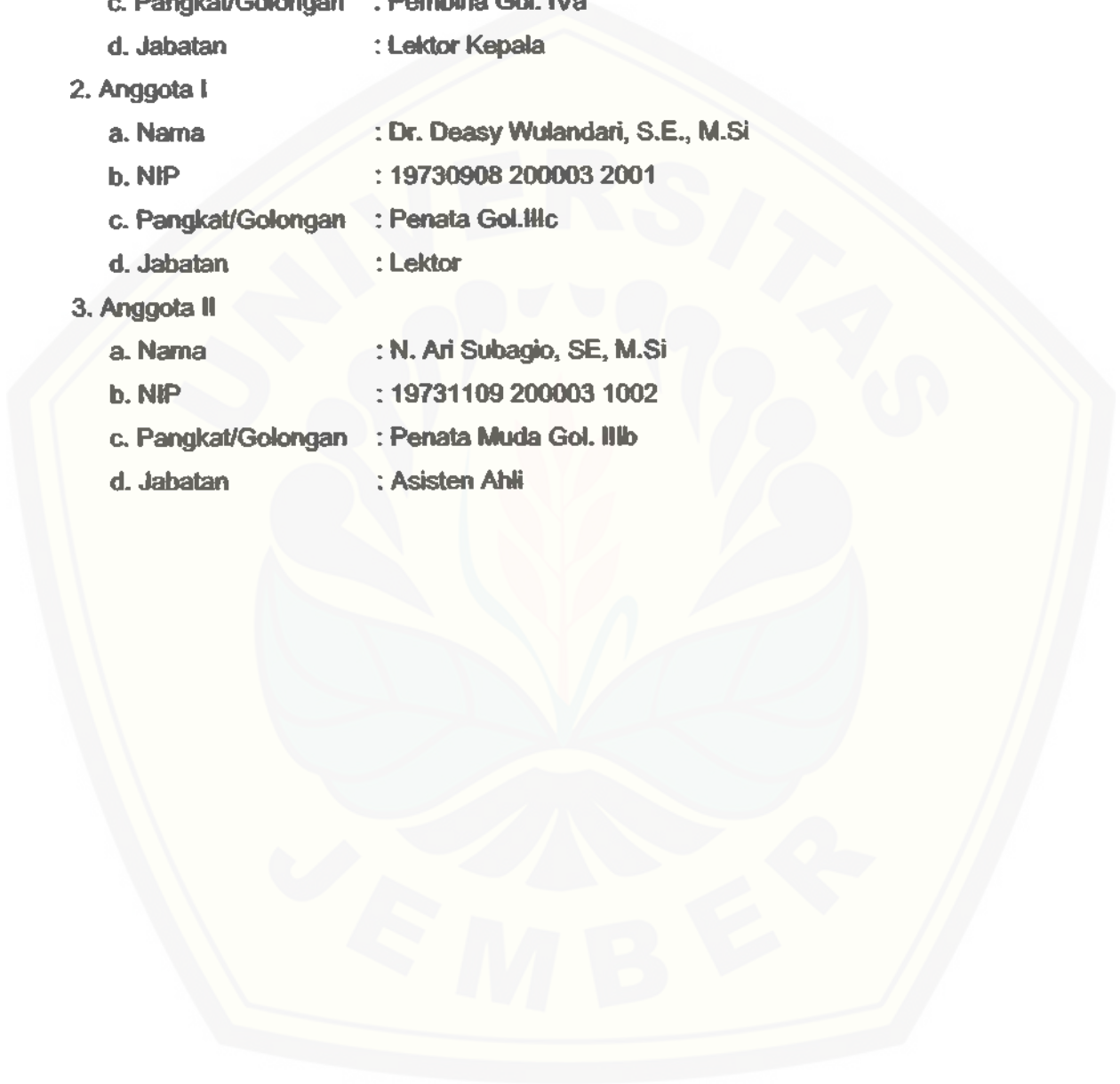
- a. Nama : Dr. Nurhayati, MM
- b. NIP : 19610607 198702 2001
- c. Pangkat/Golongan : Pembina Gol. IVa
- d. Jabatan : Lektor Kepala

2. Anggota I

- a. Nama : Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si
- b. NIP : 19730908 200003 2001
- c. Pangkat/Golongan : Penata Gol. IIIc
- d. Jabatan : Lektor

3. Anggota II

- a. Nama : N. Ari Subagio, SE, M.Si
- b. NIP : 19731109 200003 1002
- c. Pangkat/Golongan : Penata Muda Gol. IIIb
- d. Jabatan : Asisten Ahli



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kami haturkan kehadiran Allah *Subhanahu wa ta'ala* karena akhirnya kami dapat menyelesaikan laporan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Mencapai Kemandirian Ekonomi Masyarakat dengan Semangat Kewirausahaan di Era *New Normal* Pasca Pandemi sebagai salah satu bentuk kegiatan di dalam melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi.

Latar belakang pemilihan judul pengabdian kepada masyarakat tersebut adalah karena saat pandemi lalu banyak masyarakat yang terkena dampaknya. Salah satu dampak yang dirasakan adalah dalam bidang ekonomi. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilanjutkan dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mengakibatkan aktifitas ekonomi masyarakat juga terhambat. Saat ini sebagian besar daerah di Indonesia khususnya Jawa Timur sudah berada pada level 1 PPKM. Hal ini memberikan peluang bagi seluruh masyarakat untuk bangkit kembali, terutama dalam bidang ekonomi. Salah satu upaya untuk bangkit dalam bidang ekonomi adalah melalui aktifitas berwirausaha. Jika masyarakat memiliki semangat kewirausahaan ini, maka masyarakat akan semakin percaya diri untuk mengembangkan usahanya (bagi yang telah merintis usaha) atau memulai usaha baru di era pasca masa pandemi.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Jember,
2. Ketua Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jember,
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember,
4. Ketua Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Jember,
5. Semua pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan ini.

Semoga kegiatan ini dapat berguna bagi semua pihak yang terkait, khususnya pada warga Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Jember. Aamiin.

Jember, Juni 2022

Tim Pelaksana

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Tim Pelaksana	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
Bab II Tujuan dan Manfaat	
2.1 Tujuan Kegiatan	3
2.2 Manfaat Kegiatan	4
Bab III Kerangka Pemecahan Masalah.....	5
Bab IV Pelaksanaa Kegiatan	
4.1 Pelaksanaan Kegiatan	6
4.2 Khalayak Sasaran	6
4.3 Metode yang digunakan	7
Bab V. Hasil Kegiatan.....	8
Bab VI Kesimpulan dan Saran.....	10
Daftar Pustaka	
Lampiran	
Materi Topik 1 : Pengertian Pemasaran Online	
Materi Topik 2 : Pemasaran Online Untuk BUMDES	
Materi Topik 3 : Pengelolaan Dan Administrasi Pemasaran Online Untuk BUMDES	
Foto Kegiatan	
Surat Tugas LPM	
Presensi Peserta	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang signifikan pada berbagai sektor, terutama perekonomian. Menurut Kepala Bapenas, Suharso Monoarfa muncul kekhawatiran terhadap jumlah pengangguran di Indonesia akan meningkat akibat pandemi COVID-19. Tingkat pengangguran terbuka dikawatirkan akan mencapai 10,7 juta hingga 12,7 juta di tahun 2021. Padahal, menurut Kementerian Koperasi UKM rasio jumlah wirausaha Indonesia saat ini baru mencapai 3,5 persen dari jumlah penduduk. Rasio ini masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen. Pemerintah terus berupaya meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia sebagai salah satu langkah percepatan pembangunan ekonomi. (Humas Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Pertumbuhan jumlah wirausaha ini adalah salah satu faktor kunci yang menentukan kesuksesan pembangunan sebuah bangsa. Jumlah pengusaha Indonesia tercatat hanya sekitar 3,9 juta dari total 268 juta penduduk, sehingga tertinggal dalam berbagai bidang dibandingkan negara tetangga. Semua negara maju saat ini tercatat memiliki rasio entrepreneur terhadap jumlah penduduk di atas 5%. Negara maju seperti Singapura, rasio entrepreneur-nya sudah mencapai 7,2%. Sedangkan Jepang memiliki rasio entrepreneur-nya sekitar 11% meski populasi penduduknya hanya 127 juta jiwa (Syahid Latif, 2013).

Indonesia sebagai negara peringkat 4 besar untuk jumlah penduduk dunia saat ini memiliki 64 juta jiwa atau 26,8% remaja atau kelompok berusia 15 - 24 tahun (Putro Agus Harowo, 2012). Bangsa Indonesia saat ini juga sedang mengalami bonus demografi. Dimana jumlah penduduk usia produktif mendominasi jumlah populasi penduduk, dengan perkiraan penambahan jumlah penduduk usia produktif hingga tahun 2030 mencapai 70%. Jumlah yang besar ini memberikan peluang bagi bangsa Indonesia untuk membentuk lebih banyak lagi wirausaha-wirausaha di usia yang produktif. Jiwa wirausaha dapat ditumbuhkan sejak dini dengan cara mengajarkan sifat-sifat tanggung jawab, kreativitas, dan mampu mengambil keputusan. Hal tersebut juga merupakan modal bagi kesuksesan hidup calon wirausaha saat dewasa.

Saat ini seluruh kabupaten dan kota di Jawa Timur (Jatim) berstatus PPKM Level 1. Status baru tersebut tertuang dalam Inmendagri Nomor 29 Tahun 2022 yang

berlaku pada tanggal 7 Juni- 4 Juli 2022. Hal ini memberikan peluang bagi seluruh masyarakat Jawa Timur untuk bangkit kembali, terutama dalam bidang ekonomi. Salah satu upaya untuk bangkit dalam bidang ekonomi adalah melalui aktifitas berwirausaha. Jika masyarakat memiliki semangat kewirausahaan ini, maka masyarakat akan semakin percaya diri untuk mengembangkan usahanya (bagi yang telah merintis usaha) atau memulai usaha baru di era pasca masa pandemi. Wirausaha sudah terbukti handal dalam menghadapi beberapa kali krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Tetapi disini lain masih terdapat masyarakat yang enggan untuk mengenal lebih dalam dan menekuni dunia wirausaha ini. Sehingga diperlukan suatu upaya agar pengetahuan tersebut dapat menjadi sebuah semangat untuk meraih kesuksesan dalam kemandirian ekonomi.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka kami melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema : "Mencapai Kemandirian Ekonomi Masyarakat dengan Semangat Kewirausahaan di Era *New Normal* Pasca Pandemi".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah yang diajukan adalah :

1. Bagaimana cara menanamkan sifat-sifat tanggung jawab, kreativitas, dan mampu mengambil keputusan guna menumbuhkan jiwa kewirausahaan di tengah masyarakat ?
2. Bagaimana cara untuk memupuk jiwa kewirausahaan yang kuat di tengah masyarakat ?

BAB II

TUJUAN DAN MANFAAT

2.1 Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember ini adalah :

1. Untuk menanamkan sifat-sifat tanggung jawab, kreativitas, dan mampu mengambil keputusan guna menumbuhkan jiwa kewirausahaan di tengah masyarakat.
2. Untuk memupuk jiwa kewirausahaan yang kuat di tengah masyarakat.

2.2 Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember ini adalah :

1. Membuka wawasan masyarakat mengenai pentingnya memiliki sifat-sifat tanggung jawab, kreativitas, dan mampu mengambil keputusan pada kehidupan sosial bermasyarakat.
2. Mendorong kerjasama antara pihak yang terkait seperti pihak akademisi, masyarakat, dan keluarga untuk memupuk semangat berwirausaha dan mendapatkan pendidikan yang terbaik.

BAB III

KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang, kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah penyuluhan kepada anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember. Hal ini terkait dengan pentingnya memupuk jiwa kewirausahaan di tengah masyarakat untuk meraih kemandirian ekonomi di era pasca pandemi. Tahapan yang dilakukan adalah :

1. Melakukan observasi awal terhadap pihak pengambil kebijakan atau keputusan di lingkungan Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember mengenai kebutuhan penyuluhan dan tema penyuluhan.
2. Melakukan penyuluhan pada masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember sesuai dengan hasil dari kegiatan observasi awal.

BAB IV PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan pada Bulan Juni 2022 di lingkungan Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan dan contoh-contoh nyata mengenai penerapan Ilmu Kewirausahaan dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki yang diarahkan pada kemandirian ekonomi. Hal ini bertujuan untuk membuka dan memberikan wawasan, pemahaman serta motivasi kepada para masyarakat di lingkungan Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember tentang bagaimana menerapkan Ilmu Kewirausahaan untuk menciptakan kemandirian ekonomi yang handal di era pasca pandemi. Adapun jadwal kegiatan ditampilkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Jadwal Kegiatan PKM

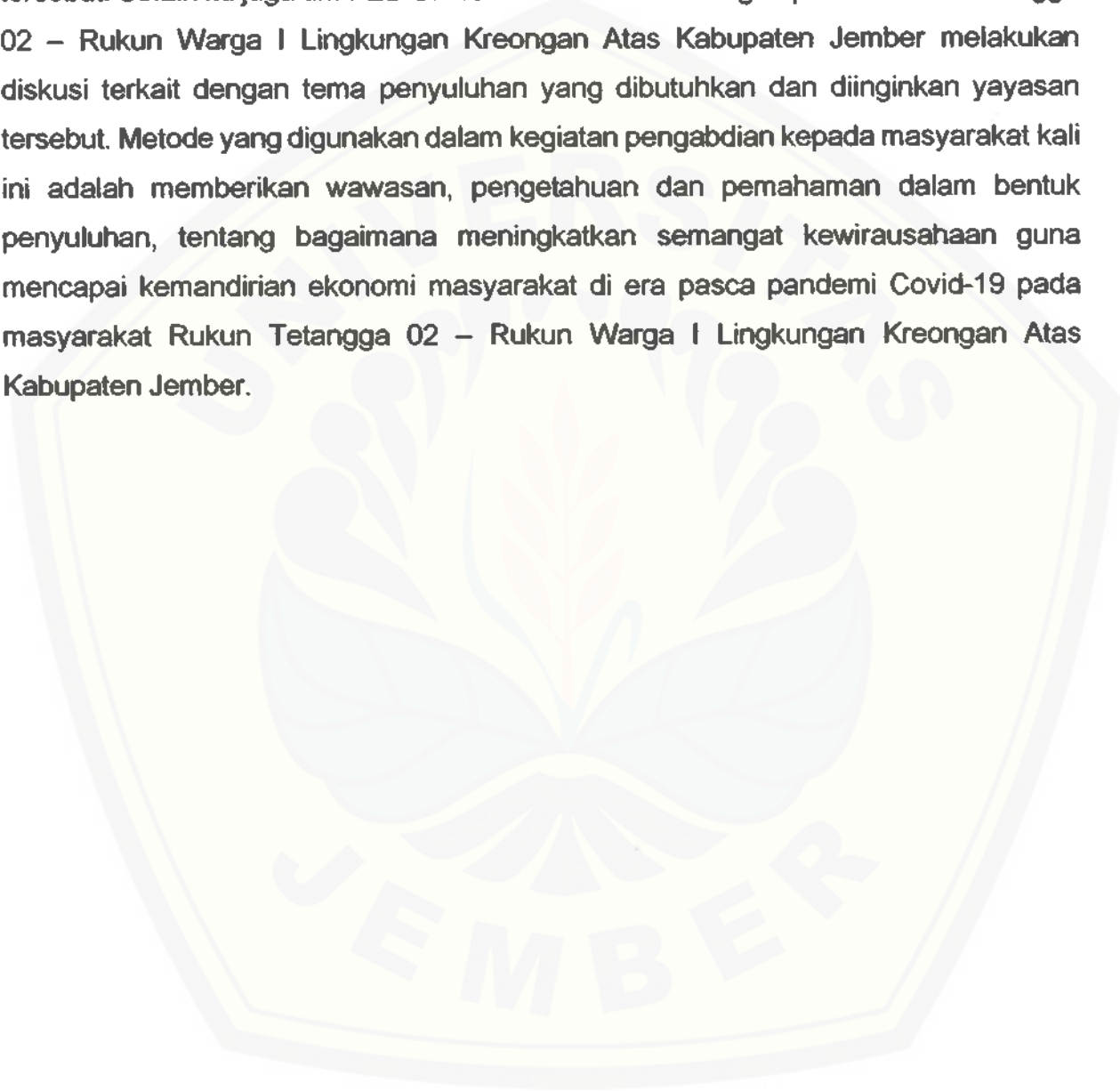
No.	Waktu Pelaksanaan	Jenis kegiatan	Tempat
1.	10 Januari 2022	Koordinasi Tim Pelaksana	FEB UNEJ
2.	18 April 2022	Penyuluhan & Sosialisasi	Lingkungan RT 02 – RW I Kreongan Atas Kabupaten Jember
3.	13 Juni 2022	Pembuatan Laporan	FEB UNEJ

4.2 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang mengikuti penyuluhan adalah masyarakat di Lingkungan Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember.

4.3 Metode yang Digunakan

Pada awalnya tim FEB UNEJ meminta informasi kepada pihak Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember mengenai kebutuhan yang dianggap penting untuk diberikan kepada komunitas tersebut. Selain itu juga tim FEB UNEJ bersama-sama dengan pihak Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember melakukan diskusi terkait dengan tema penyuluhan yang dibutuhkan dan diinginkan yayasan tersebut. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah memberikan wawasan, pengetahuan dan pemahaman dalam bentuk penyuluhan, tentang bagaimana meningkatkan semangat kewirausahaan guna mencapai kemandirian ekonomi masyarakat di era pasca pandemi Covid-19 pada masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember.



BAB V HASIL KEGIATAN

Kegiatan ini secara umum dapat dilaksanakan dengan baik, dimana masing-masing kegiatan dalam pengabdian ini berhasil diselesaikan dengan baik. Berikut ini adalah hasil dan evaluasi rangkaian kegiatan pengabdian secara keseluruhan.

a. Analisis Evaluasi Hasil Kegiatan Koordinasi Tim Pelaksana

Kegiatan ini dilakukan sejak penyusunan proposal, perijinan ke LPM dan permintaan lembaga yang akan dijadikan objek pengabdian, dalam hal ini adalah pengurus Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember. Sampai kemudian beberapa hari sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian tepatnya pada tanggal 11 April 2022, seluruh anggota pengabdian/tim pelaksana berkumpul untuk kembali menguatkan konsep pengabdian yang akan dilaksanakan sesuai proposal yang diajukan jauh hari sebelumnya.

Seluruh anggota pengabdian beserta ketua masing-masing menyiapkan materi yang akan disosialisasikan kepada anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember tentang upaya mencapai kemandirian ekonomi dengan semangat kewirausahaan di era pasca pandemi.

b. Analisis Evaluasi hasil Kegiatan Penyuluhan dan Sosialisasi

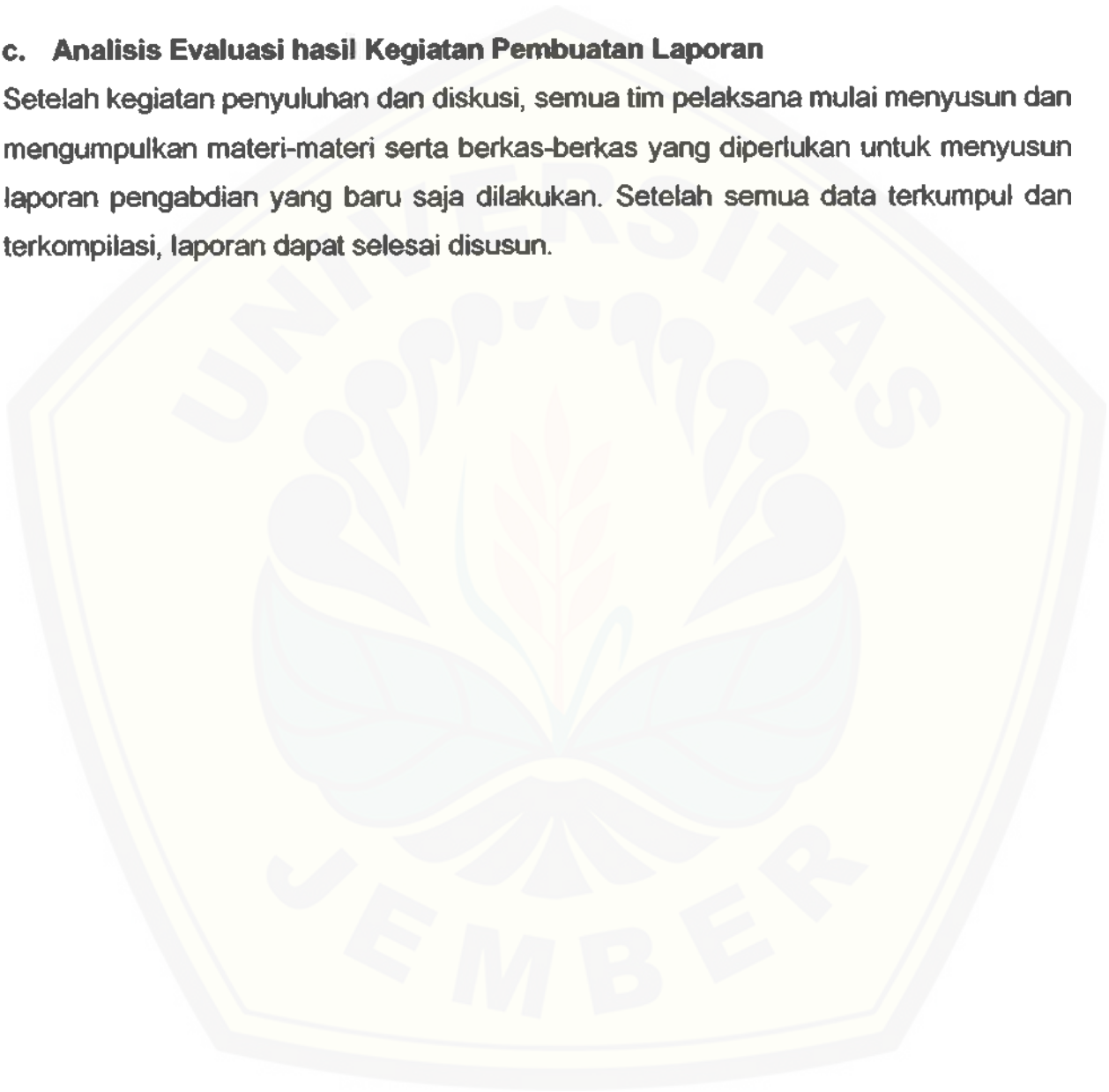
Pada tanggal 18 April 2022, semua tim pelaksana yang sekaligus menjadi fasilitator dalam kegiatan penyuluhan dan diskusi, mempresentasikan materi-materi yang dibuat masing-masing di depan anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember. Semua tim pelaksana menyampaikan materi masing-masing yang disiapkan kepada anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember selama kurang lebih 90 menit secara bergiliran.

Secara umum, gambaran lingkungan masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember, adalah sebuah lingkungan yang majemuk serta dinamis dengan beragam jenis profesi yang ditekuni oleh masyarakatnya. Tim pelaksana menjelaskan beberapa materi dengan verbal dan lisan.

Secara umum kegiatan penyuluhan dan diskusi ini berjalan lancar, dimana peserta penyuluhan mendengarkan masing-masing tim pelaksana dengan antusias. Terdapat pula dukungan dari pihak pengelola sehingga kegiatan ini berhasil dilaksanakan tanpa kendala yang berarti.

c. Analisis Evaluasi hasil Kegiatan Pembuatan Laporan

Setelah kegiatan penyuluhan dan diskusi, semua tim pelaksana mulai menyusun dan mengumpulkan materi-materi serta berkas-berkas yang diperlukan untuk menyusun laporan pengabdian yang baru saja dilakukan. Setelah semua data terkumpul dan terkompilasi, laporan dapat selesai disusun.



BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan ini adalah :

1. Seluruh anggota tim pelaksana pengabdian kepada anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember dapat bekerja sama dengan baik, dimana semua melaksanakan tugas dan kewajibannya masing-masing sehingga rangkaian kegiatan pengabdian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Sosialisasi materi Mencapai Kemandirian Ekonomi dengan Semangat Kewirausahaan di Masa Pasca Pandemi yang disampaikan dan disosialisasikan oleh tim pelaksana pengabdian kepada anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember mendapat dukungan dan tanggapan yang baik dari masyarakat.
3. Materi-materi yang disampaikan oleh tim pelaksana dalam pengabdian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan semangat dan kemampuan kewirausahaan diantara anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember di masa pasca pandemi guna mencapai kemandirian ekonomi.

Saran-Saran

Usaha pembinaan khalayak anggota masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember, hendaknya perlu dilakukan oleh pihak-pihak yang terkait dengan memberikan motivasi melalui :

1. Mengingat keberhasilan kegiatan pengabdian dan pentingnya pengetahuan tentang kewirausahaan ini, diharapkan kegiatan pengabdian mengenai Kemandirian Ekonomi dengan Semangat Kewirausahaan di Masa Pasca Pandemi dapat diterapkan pada organisasi masyarakat lainnya selain masyarakat Rukun Tetangga 02 – Rukun Warga I Lingkungan Kreongan Atas Kabupaten Jember di tahun-tahun berikutnya.
2. Merujuk pada rencana tindak lanjut yang akan dilakukan, maka diharapkan untuk kegiatan sejenis selanjutnya pelaksana dapat lebih mengembangkan teknik

Digital Repository Universitas Jember

penyampaian materi, pengembangan materi itu sendiri, serta penyediaan sarana dan prasarana yang lebih memadai baik yang disediakan sendiri oleh pemateri (tim pelaksana) maupun oleh pihak lokasi/objek pengabdian yang dituju sehingga kegiatan ini akan berhasil dan berjalan lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rizal, 2020, Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0, Penerbit Deepublish Yogyakarta
- Humas Kementerian Koperasi dan UKM, 2020, Kemenkop Dan UKM Berharap Lulusan Perguruan Tinggi Dituntut Berkarya Kreatif Dan Inovatif, <http://kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-berharap-lulusan-perguruan-tinggi-dituntut-berkarya-kreatif-dan-inovatif> [5 Oktober 2020]
- Ihya Ulumuddin, 2022, Seluruh Kabupaten/Kota di Jatim PPKM Level 1, Fasilitas Umum Boleh Buka 100 Persen, <https://jatim.inews.id/berita/seluruh-kabupatenkota-di-jatim-ppkm-level-1-fasilitas-umum-boleh-buka-100-persen> [10 Juni 2022]
- Muh. Fahrurrozi, 2017, Modul Praktis Kewirausahaan Untuk Calon Pebisnis UMKM, Bening Pustaka Yogyakarta
- Neraca, 2012, Indonesia Tertinggal Dalam Jumlah Wirausaha, <http://www.neraca.co.id/harian/article/13743/Indonesia.Tertinggal.Dalam..Jumlah.Wirausaha> [5 Oktober 2020]
- Syahid Latif, 2013, Pengusaha ABG Bisa Bantu Indonesia Jadi Negara Maju, <http://bisnis.liputan6.com/read/730716/pengusaha-abg-bisa-bantu-indonesia-jadi-negara-maju> [5 Oktober 2020]
- Putro Agus Harnowo, 2012, Indonesia Juara Pengangguran Usia Muda Terbesar se-Asia Pasifik, <http://health.detik.com/read/2012/04/11/154928/1889978/763/indonesia-juara-pengangguran-usia-muda-terbesar-se-asia-pasifik?11101755hl> [5 Oktober 2020]

LAMPIRAN MATERI TOPIK 1

PENGERTIAN PEMASARAN ONLINE

Perkembangan internet di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1990-an bermula dari dunia pendidikan. Sekarang internet telah masuk ke semua sisi kehidupan masyarakat. Internet hadir dengan berbagai kelebihan yang salah satunya sebagai media komunikasi yang dapat membantu banyak orang sehingga bisa berinteraksi kapan dan di mana pun. Hadirnya internet juga memberi pengaruh positif pada dunia bisnis. Terkait dengan peran internet yang begitu besar dalam dunia bisnis lahirlah istilah *Internet Marketing* atau pemasaran *online* (daring). Internet marketing memberikan peluang untuk berjualan secara online, termasuk juga dalam hal promosi, meningkatkan brand, branding, membina hubungan baik pada pelanggan atau pun calon pelanggan, dan masih banyak lainnya. Adanya internet membuat pebisnis berlomba-lomba untuk melakukan internet marketing. Marketer yang paham teknologi pastinya tidak akan membuang kesempatan ini, sebab banyak peluang yang bisa diambil di sana.

Internet marketing terdiri dari dua kata yakni internet dan marketing. Menurut Wikipedia, internet adalah jaringan komputer berskala dunia yang memungkinkan orang-orang untuk saling berhubungan menggunakan berbagai macam layanan seperti email, media sosial, transfer file, dan halaman web alias WWW. Sedangkan marketing atau yang dalam bahasa Indonesia disebut pemasaran adalah sebuah proses yang bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen. Mengalokasikan produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, sekaligus membuat konsumen tertarik dan menginginkan produk tersebut. Orang yang melakukan kegiatan marketing disebut marketer, yang bertugas untuk mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen dengan menggunakan teknik-teknik marketing. Tanpa adanya marketing, sebuah perusahaan tidak akan mengalami kesuksesan dalam waktu yang lama. Dari kedua kata tersebut, maka dibuatlah suatu kesimpulan bahwa internet marketing atau biasa juga disingkat sebagai .E-marketing (electronic marketing) merupakan proses pemasaran barang atau jasa melalui internet

dengan menggunakan teknik pemasaran kreatif seperti SEO, iklan banner, newsletter, sales letter, PPV, PPC dan masih banyak lainnya. Jadi, yang perlu ditekankan di sini adalah proses pemasaran yang menggunakan internet sebagai lahan. Hal inilah yang membedakan internet marketing dengan marketing konvensional. Melalui internet, proses marketing menjadi lebih efektif, cepat, dan tidak membutuhkan banyak pengeluaran.

Seiring berkembangnya teknologi internet, hadirnya berbagai macam Bahasa pemrograman sekaligus database membuat internet marketing menjadi semakin menarik. Beberapa variasi internet marketing, antara lain,

1. Search Engine Marketing

Bertujuan untuk mengoptimalkan atau optimasi situs agar terindeks oleh mesin pencari Google dan bisa muncul pada halaman pencarian.

2. Display Advertising

Bertujuan untuk menampilkan berbagai produk di internet

3. E-mail Marketing

Bertujuan untuk melakukan pemasaran melalui electronic mail sebagai ganti brosur atau pun pemasaran manual lainnya.

4. Affiliate Marketing

Bertujuan agar orang-orang mengunjungi situs dengan cara afiliasi.

5. Interactive Advertising

Bertujuan untuk membuat iklan atau mengiklankan sentana dengan gambar, ilustrasi atau pun animasi.

6. Blog Marketing

Bertujuan untuk memasarkan sesuatu melalui blog.

7. Viral Marketing

Bertujuan untuk memasarkan sesuatu dengan cara menggunakan berbagai media sosial agar diketahui oleh banyak orang.

Untuk melakukan internet marketing diperlukan kejelian menangkap peluang dan tak pernah bosan dalam menggali ilmu internet marketing. Sehingga dengan belajar maka akan menguasai proses marketing melalui internet, niscaya akan banyak kemudahan dan keuntungan yang akan didapatkan.

Mengapa Internet Marketing Diperlukan ?

Internet marketing menjadi sangat penting karena jumlah pemilik website dan pengguna internet kian hari kian bertambah, bahkan di Indonesia sendiri. Internet sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat yang memiliki gadget berupa smartphone, tablet. atau pun laptop. Mengapa pengguna internet semakin marak ? Salah satu penyebabnya adalah dengan munculnya berbagai macam penyelenggara jasa internet (*internet service provider*) dan paket internet murah yang sangat mudah didapatkan. Hal tersebut sudah sangat menolong masyarakat kelas menengah ke bawah. Dengan terjangkaunya akses internet. membuat masyarakat kian paham teknologi. Hal inilah yang membuat pemilik situs kian bertambah. Apalagi program internet yang bermunculan semakin beragam. Berikut beberapa hal mengapa para marketer menganggap internet marketing sangat diperlukan:

1. Akses Mudah

Aktivitas di internet berjalan selama 24 jam nonstop. Oleh karena itu produk yang ditawarkan bisa diakses orang tanpa batasan waktu dan gangguan.

2. Menjangkau Pasar Lebih luas

Karena internet bisa diakses oleh siapa pun kapan pun. dan di mana pun yang membuat jangkauan pasarnya lebih luas. Apalagi pengguna internet akan terus meningkat dari tahun ke tahun, termasuk pengguna internet dari Indonesia.

3. Biaya Lebih Murah

Biaya promosi melalui internet tentunya lebih murah dibanding dengan promosi secara konvensional yang bisa menghabiskan uang puluhan juta. Mulai dari sewa tempat, biaya listrik, gaji karyawan. spanduk. baliho. brosur, belum lagi waktu yang terkuras banyak untuk mengurus hal ini sekaligus menghadapi pelanggan. Tentunya hal tersebut berbanding terbalik dengan cara promosi melalui internet.

4. Mampu Meningkatkan Branding Produk

Website dan penggunaan media sosial merupakan cara terbaik untuk meningkatkan brand produk Dengan biaya murah dan penggunaannya yang mudah. sudah bisa memperkenalkan sekaligus mempromosikan produk atau jasa ke banyak orang.

5. Menyampaikan Informasi dengan Lengkap

Melalui website atau blog sebagai tempat produk dijual, kita bisa menampilkan informasi seputar perusahaan sekaligus produk dan jasa yang disediakan secara lengkap. Mulai dari profil perusahaan, harga produk, promo dan banyak hal lainnya tanpa dibatasi area dan biaya promo.

6. Membangun Database Pelanggan

Melalui internet. Kita bisa membangun database pelanggan dengan cepat dan mudah. Sehingga aktifitas bisnis kita akan dimudahkan jika ingin memberikan informasi yang relevan mengenai produk terbaru, promo dan info lainnya.

7. Peningkatan Omzet

Sudah banyak pengusaha yang berhasil meningkatkan omsetnya dari internet marketing. Sehingga jumlah pengusaha yang sukses berbisnis online pun semakin meningkat.

Kiat Sukses Internet Marketing

Berikut beberapa kiat sukses dalam melakukan internet marketing:

1. Komitmen

Kunci utama dari setiap pekerjaan yang akan dilakukan adalah komitmen. Begitu pula pada internet marketing. Untuk mencapai sukses pada internet marketing butuh proses panjang. Tidak segampang membalikkan telapak tangan. Banyak orang yang menyerah untuk melakukan internet marketing, padahal mereka masih tergolong pemula. Orang yang sudah ahli di bidangnya saja masih harus memupuk komitmen dalam dirinya Apalagi seorang pemula, maka perencanaan dan strategi matang pun bisa kita lakukan. Yang harus diyakini adalah semakin kuat komitmen semakin dekat

pada kesuksesan. Untuk itu komitmen harus selalu ditanamkan sekaligus dijaga agar selalu ada pada diri setiap pelaku usaha internet marketing.

2. Kemampuan

Semua orang bisa melakukan internet marketing. Mengapa demikian ? Karena internet adalah gudangnya informasi. Semua hal yang ingin diketahui terjawab di internet. Yang harus dilakukan adalah meluangkan waktu untuk mendapatkan berbagai informasi seputar internet marketing. Kita bisa melakukan pencarian ilmu internet marketing dari Google, Yahoo, Bing atau pencarian lainnya. Misalnya dari video tutorial, ebook, aplikasi, dan sebagainya. Pelajari semua Teknik dan trik yang biasa dilakukan oleh para marketer yang telah berhasil mencapai kesuksesan. Kalau mereka bisa, mengapa kita tidak ? Terus gali ilmu dan asah kemampuan semaksimal mungkin.

3. Kepercayaan

Pada internet, membangun komunikasi dengan banyak orang dilakukan secara virtual. Sebagai seorang pebisnis, salah satu hal yang wajib kamu lakukan adalah membangun rasa kepercayaan. Bagaimana cara melakukannya? Mulailah membangun bisnis dengan reputasi baik. Tentunya jika bisnis kita baik, kita akan mendapat respon yang baik pula dari pelanggan. Sebaliknya jika kita membangun bisnis dengan cara tidak baik. Bisnis kita pasti juga tidak akan bertahan lama. *"Apa yang kamu tanam, itu yang akan kamu petik"*. Hal serupa berlaku dalam dunia internet marketing.

4. Kredibilitas

Kredibilitas akan didapat bila kita sudah menguasai ilmu internet marketing dan mengaplikasikannya pada bisnis kita, sekaligus mampu membangun kepercayaan pada pelanggan. Selanjutnya kemukakan kelebihan, kemampuan, dan kekuatan dalam bisnis yang dijalani. Tentunya bila usahanya sudah mendapat kredibilitas baik, tingkat penjualan yang semakin tinggi atas produk yang ditawarkan bukanlah hal susah untuk diraih.

5. Konten

Konten merupakan nyawa bagi suatu website atau pun blog. Sehingga tidak bisa menganggap remeh hal ini. Selalu buat konten yang *up to date* sekaligus berkualitas. Bila perlu, sisipi konten dengan gambar, atau pun video. Semakin bagus konten yang dibuat, semakin baik hasilnya untuk usaha kita dalam melakukan proses internet marketing.

6. Kata Kunci

Kata kunci (*keyword*) adalah suatu hal yang wajib dipahami dalam berbisnis di internet. Fokuslah pada kata kunci yang sesuai dengan bidang bisnisnya dan pilih kata kunci yang umum digunakan oleh konsumen. Sebab kebanyakan user untuk membeli sesuatu di internet, akan melakukan pencarian dengan menggunakan kata kunci. Kemudian kata kunci itulah yang nantinya akan memberikan hasil sesuai produk atau jasa yang diinginkan konsumen.

7. Kecepatan

Berbisnis di internet artinya harus mampu bersaing dengan banyak competitor sekaligus dalam satu waktu. Ada apa dengan waktu? Kita juga harus bersaing dengan waktu. Semakin cepat kita memberikan informasi dan pelayanan yang baik pada pelanggan, maka semakin besar peluang yang akan diperoleh untuk mendapatkan penjualan. Makanya sekarang ini setiap pengusaha online berlomba-lomba dalam membuat pelayanan 24 jam nonstop. Untuk itu, membutuhkan jaringan internet yang bagus, jangan sampai pelanggan atau pun calon pelanggan pergi karena pelayanan yang lama.

8. Kolaborasi

Jika kita sudah menguasai dan mengaplikasikan semua teknik dan trik internet marketing, selanjutnya perlu melakukan kolaborasi yang baik atas semua sumber daya yang dimiliki. Hal tersebut merupakan penunjang bagi kesuksesan bisnis yang tengah dijalankan.

9. Konsistensi

Trik dan teknik internet marketing tidak bisa dilakukan hanya satu kali saja, kemudian berharap untuk mendapat kesuksesan dari hal tersebut. Perlu

konsistensi untuk dilakukan secara terus menerus. Jika sudah melakukan hal tersebut, cepat atau lambat hasil maksimal akan diperoleh.

10. Keuntungan

Apabila poin 1 sampai dengan 9 sudah dilakukan, maka kita bisa memetik hasil dari semua usaha yang telah dilakukan tersebut. Tujuan dari internet marketing adalah untuk meningkatkan penjualan atas produk atau jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan target penjualannya.



LAMPIRAN MATERI TOPIK 2

PEMASARAN ONLINE UNTUK BUMDES

Era digital memungkinkan hampir semua hal dapat diakses dengan mudah melalui media digital. Kita dapat membeli barang melalui media digital dan tinggal membayarnya melalui kanal pembayaran tertentu. Para penjual tinggal memasang iklan dan harga barang di laman mereka atau di media sosial kemudian calon pembeli akan melihatnya dan jika tertarik, mereka akan melakukan pembelian. Berkaitan dengan peluang tersebut, BUMDES juga harus mengikuti tren penjualan yang ada. Hal ini bertujuan agar BUMDES tidak mangkrak atau bangkrut. Dengan melakukan penjualan atau pemasaran digital (daring), diharapkan BUMDES dapat berkembang dan semakin maju demi tercapainya tujuan BUMDES.

Pentingnya Digital Marketing untuk BUMDES

Di era sekarang ini, sangat penting bagi BUMDES untuk menerapkan digital marketing. Hal ini bukan tanpa alasan. Berikut ini enam alasan utama mengapa digital marketing penting untuk BUMDES

1. Menyediakan kesempatan yang sama untuk semua badan usaha

Digital marketing memungkinkan semua skala bisnis dapat terjun di dalamnya, termasuk BUMDES. BUMDES dapat memanfaatkan digital marketing karena alat yang diperlukan mudah diperoleh. Kita hanya membutuhkan laptop atau komputer dan koneksi internet.

2. Lebih murah dan efektif daripada marketing tradisional

Berdasarkan survei Gartner's Digital Marketing Spend Report, pelaku usaha kecil menengah yang menerapkan digital marketing dapat menghemat anggaran pemasaran hingga 40 persen. Selain itu, digital marketing juga menghasilkan performa lebih baik daripada marketing tradisional.

3. Meningkatkan pendapatan secara efektif

Dengan metode ini, BUMDES dapat meningkatkan pendapatan pendapatan lebih efektif daripada marketing tradisional.

4. Memungkinkan BUMDES terhubung dengan audiens spesifik

Digital Repository Universitas Jember

Digital marketing dapat membuat BUMDES dapat menargetkan audiens yang spesifik karena digital marketing mampu mengumpulkan berbagai data penting, seperti lokasi, usia, minat, dan jenis kelamin untuk menentukan target yang paling sesuai untuk marketing.

5. Lebih efektif untuk pengguna perangkat *mobile*

Berdasarkan riset Google, sebanyak 94 persen orang Indonesia mengakses internet melalui perangkat *mobile*. Sebagian besar pengguna internet Indonesia mengakses internet melalui telepon pintar karena lebih mudah dan cepat. Dengan digital marketing, BUMDES dapat dengan mudah menjangkau konsumen melalui perangkat *mobile*.

6. Membangun reputasi *brand*

Reputasi bisnis di dunia maya sangat penting saat ini. Digital marketing membantu BUMDES untuk membangun reputasi yang baik melalui laman, media sosial, dan SEO. Menurut riset, sebagian besar konsumen melakukan riset daring terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, keberadaan BUMDES di dunia maya sangat penting dan dapat kita capai dengan digital marketing.

Fungsi digital marketing untuk BUMDES

Beberapa fungsi *digital marketing* untuk BUMDES yaitu,

1. Fungsi pertukaran

Digital marketing penting bagi BUMDES agar produk atau jasa yang dijual dapat dijangkau atau diakses oleh masyarakat luas atau target pasar yang ada. Dengan demikian, barang atau jasa yang diproduksi oleh unit usaha BUMDES dapat dikenal dan diminati masyarakat luas. Yang dimaksud dengan fungsi pertukaran dalam digital marketing BUMDES, yaitu saat terjadi pembelian produk atau jasa yang dilakukan konsumen, konsumen menukar uangnya dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh unit usaha BUMDES.

2. Fungsi distribusi fisik

Suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh unit usaha BUMDES membutuhkan distribusi fisik agar masyarakat dapat memiliki atau mendapatkan barang atau jasa tersebut dengan mudah. Contohnya, suatu unit usaha BUMDES memproduksi makanan ringan, Agar produk makanan ringan BUMDES tersebut dapat sampai ke tangan konsumen diperlukan kegiatan distribusi. Kegiatan ini dilakukan melalui berbagai proses. Mulai dari pengambilan, klasifikasi, penyimpanan, pengemasan, dan pengiriman ke lokasi yang terdekat dengan konsumen.

3. Fungsi perantara

Tim digital marketing BUMDES berlaku sebagai perantara antara produsen, yaitu unit usaha BUMDES dengan konsumen, yakni pasar dan investor. Saat menjalankan fungsi ini, tim marketing dapat melakukan berbagai cara, seperti melakukan pencarian informasi, pembiayaan, klasifikasi produk, dan sebagainya. Dengan demikian, tugas dari tim marketing tidak hanya memasarkan produk atau jasa, tetapi juga menawarkan kerja sama yang lebih besar dengan pihak ketiga.

Manfaat digital marketing untuk BUMDES

Digital marketing juga memiliki banyak manfaat untuk BUMDES, yaitu

1. Menghubungkan BUMDES dengan konsumen di internet

Saat ini konsumen sudah tidak lagi mencari informasi tentang suatu produk atau jasa melalui halaman iklan baris. Akan tetapi paling tidak 30% konsumen menggunakan internet untuk memperoleh informasi tentang produk atau jasa dengan lebih mudah dan nyaman. Dengan banyaknya alat dan kanal dalam digital marketing, badan usaha dapat mencapai target konsumen mereka yang rata-rata menghabiskan waktu untuk mencari informasi melalui internet.

2. Hasil penjualan menjadi lebih tinggi

Dengan digital marketing, kita dapat menjangkau lebih banyak khalayak yang kita targetkan. Kita juga dapat menghasilkan prospek dan mencapai

Digital Repository Universitas Jember

peningkatan konversi penjualan hingga 24% karena digital marketing membuka jalan agar pemasaran membuahkan hasil yang menguntungkan.

3. Membuat BUMDES menjadi lebih hemat

Pemasaran Digital Gartner melaporkan bahwa para pengusaha kecil kini telah mendapatkan keuntungan dari pemasaran digital. Sebagai contoh, sebanyak 40% dari mereka melaporkan adanya efisiensi biaya yang ada pada usaha mereka.

Yang dimaksud dengan usaha kecil dalam hal ini adalah badan usaha atau perusahaan yang memiliki sumber daya terbatas. Digital marketing dapat membantu pemilik usaha, tidak hanya menghasilkan generasi dan konsumen baru, tetapi juga membantu menghemat pengeluaran pengusaha.

4. Mengaktifkan layanan pelanggan real time

Pemasaran digital menawarkan adanya mekanisme respons konsumen real-time yang memberikan dampak besar pada keberhasilan BUMDES menurut laporan dari e-Marketer. Keuntungan dari kanal pelayanan yang disediakan digital marketing, yaitu menghasilkan pendapatan yang lebih besar, mempertahankan konsumen, dan memberikan kepuasan layanan kepada konsumen.

5. Menjangkau pengguna telepon pintar

Digital marketing akan membawa BUMDES memasuki area pasar raksasa tempat kegiatan pemasaran digital melalui perangkat mobile atau telepon pintar yang menghasilkan hingga 34% dari keseluruhan trafik organik yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

6. Membantu menghasilkan pendapatan tinggi

Konsumen yang melakukan transaksi pembelian secara daring membutuhkan enam poin utama untuk meyakinkan mereka agar melakukan pembelian. Lalu, mereka bisa empat kali lebih banyak melakukan pembelian dari konsumen biasanya. Strategi digital marketing dapat menghasilkan peningkatan keuntungan hingga 2,8 kali lebih besar bagi suatu usaha dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

7. Menjaga posisi BUMDES terhadap pesaing

Digital Repository Universitas Jember

Saat ini, banyak merk dan usaha yang saling bersaing dengan campaign digital marketing mereka. Para pelaku usaha menggunakan berbagai macam kanal, termasuk display, PPC dan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk mereka.

8. Membantu BUMDES untuk bersaing dengan perusahaan besar

Digital marketing tidak hanya membuat posisi BUMDES sejajar dengan pesaing, tetapi dapat memungkinkan BUMDES untuk bersaing dengan merk dan perusahaan besar.

9. Mempersiapkan BUMDES untuk era *internet of things*

Gartner melaporkan bahwa tahun 2020 diperkirakan adanya 26 miliar gawai, telepon pintar, tablet, jam tangan, kacamata, dan alat lain yang akan berkaitan dalam ekosistem daring secara global yang akan membentuk era *internet of things*.

Langkah Penerapan Digital Marketing untuk BUMDES

Penerapan *digital marketing* untuk BUMDES dilakukan dengan langkah-langkah berikut,

1. Memetakan pasar bisnis

Kunci keberhasilan dalam penjualan adalah memetakan wilayah pemasaran dan penguasaan pasar BUMDES. Kita dapat membuat wilayah pemasaran yang jelas agar tim dapat fokus bekerja untuk menguasai wilayah tersebut.

2. Menetapkan nama *brand* dan logo bisnis

Brand disebut juga dengan istilah merk. Brand bukan hanya logo atau nama badan usaha, melainkan persepsi orang terhadap produk atau badan usaha kita. Brand adalah kombinasi lengkap dari asosiasi yang orang bayangkan ketika mendengar nama badan usaha atau produk.

Merk menurut KBBI, berarti tanda yang dikenakan oleh pengusaha, pabrik, dan produsen pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal. Brand merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan badan usaha, produk, dan semua layanan yang berwujud maupun tidak berwujud. Brand juga

merupakan aset penting yang dimiliki badan usaha karena memberikan nilai, menciptakan diferensiasi, dan mendapatkan hasil dalam jangka panjang.

Brand yang baik adalah brand yang menjadi ciri kepribadian, karakter, dan jiwa badan usaha kita. Hal ini akan menjadi perwujudan kepercayaan, antisipasi kualitas dan performa, dan perasaan bahwa ini merupakan identitas yang ingin kita tunjukkan kepada konsumen.

Logo di dalam KBBi berarti huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan sebagainya. Logo merupakan gambar atau sketsa dengan arti tertentu dan mewakili arti perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan lain-lain yang membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti nama sebenarnya.

Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat mandiri. Logo juga memiliki ciri khas, seperti warna dan bentuk. Logo dapat memakai tulisan, logogram, gambar, dan ilustrasi.

3. Membuat laman

Laman di dalam KBBi berarti halaman utama dari suatu situs yang diakses oleh pengguna pada awal masuk ke situs tersebut. Berkaitan dengan cara membuat laman, kita harus mengetahui kriteria laman yang baik.

4. Membuat akun media sosial

Media sosial dapat dijadikan platform bisnis bagi BUMDES karena mudah dan gratis. Kita dapat menggunakan Facebook, Youtube, Instagram, dan Twitter. Meskipun kita telah memiliki akun dan menggunakan media sosial tersebut, kita harus menemukan media sosial yang paling tepat untuk BUMDES. Menurut Niagahostes, caranya dengan menggunakan teknik *bulls eye*, yaitu teknik yang dirancang untuk menentukan media sosial yang paling efektif bagi sebuah bisnis atau perusahaan rintisan.

5. Membuat konten *marketing* untuk laman

Konten *marketing* untuk laman harus dibuat berkualitas. Untuk itu, kita perlu mengetahui tips membuat konten *marketing* yang menarik berikut ini,

- a. Membuat konten yang berkualitas dan sesuai tren

Kita harus mengetahui hal yang menjadi tren di Google Trend, untuk membuat konten berkualitas. Setelah itu, kita memilih dan menyesuaikan tren yang sesuai dengan badan usaha kita, misalnya sedang tren mainan baru maka kita dapat membuat konten yang berisi tentang mainan baru sehingga konten yang kita buat akan menarik minat dan target pasar kita.

b. Konten harus mendefinisikan audien kita

Kita harus mengetahui lokasi geografis, pekerjaan, pendapatan, dan karakteristik audien dengan memposisikan diri sebagai audien dan memahami motivasi yang dimiliki.

c. Repurpose konten kita

Infomasi lama yang pernah kita tampilkan dapat kita tampilkan lagi dengan cara yang berbeda, tetapi mengandung informasi yang sama. Dengan demikian, kita dapat menghemat waktu, tetapi dari segi hasil, kita tetap mampu menarik audien.

d. Mempromosikan dan mendistribusikan konten BUMDES

Setelah kita berhasil membuat konten yang menarik, kita harus mendistribusikannya melalui media sosial, laman, blog, dan kanal promosi lain secara rutin agar lebih banyak audien yang didapatkan.

e. Menetapkan tujuan BUMDES

Setelah kita berhasil membuat konten yang menarik, akan muncul banyak audiens yang dapat menjadi target konsumen potensial kita. Tujuan akhir kita adalah peningkatan penjualan, tetapi kita harus memastikan sumber daya bisnis yang kita miliki telah cukup

6. Membuat konten media sosial

Kita dapat menggunakan tips menulis media sosial marketing berikut ini dalam membuat konten di media sosial

a. Membuat judul dan headline yang menarik

Headline atau judul adalah hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen sehingga judul yang kita buat harus memiliki pesan yang kuat dan emosi

Digital Repository Universitas Jember

pembacanya. Oleh karena itu, kita harus membuat judul yang mampu menarik minat konsumen untuk membacanya, tetapi kita harus membuat pesan yang berbeda dari setiap konten yang kita tulis.

b. Memberikan pesan yang optimal di setiap media sosial

Kita harus memahami bahwa piagnn yang terdapat di media sosial memiliki keunikan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, jika kita ingin membagikan suatu konten di beberapa platform, kita harus memastikan terlebih dahulu konteks media sosial yang akan kita gunakan.

c. Variasi di setiap konten merupakan kunci

Konten yang sama dan berulang akan membuat audien merasa bosan. Hal ini dapat mengurangi pengikut terhadap brand kita di media sosial. Oleh karena itu, jangan sering menggunakan konsep yang sama pada konten yang kita buat. Kita juga dapat mendasarinya dengan menyisipkan beberapa fitur, seperti video pendek untuk menambah minat audien.

d. Hindari menumpuk berbagai hal dalam sekali update

Kita harus menjadwalkan waktu posting di berbagai media sosial agar tidak terjadi penumpukan jadwal posting karena akan mengganggu pengikut kita. Kita juga dapat menggunakan media sosial yang berasal dari Digital Agency untuk melakukan penjadwalan dan mem-posting konten di setiap media sosial kita.

7. Mencari *Traffic*

Mencari traffic untuk laman BUMDES kita dapat dilakukan dengan menggunakan cara berikut,

- a. *Forum Sharing*
- b. *Search Engine Optimization*
- c. *Google Ads*
- d. *Facebook atau Instagram Ads*

8. Meningkatkan konversi penjualan

Konversi penjualan adalah jumlah orang yang membeli produk atau jasa kita dari semua daftar calon konsumen yang kita miliki. Konversi penjualan dihitung dengan persen. Semakin besar persentase konversi penjualan, semakin bagus bisnis yang kita jalankan.

9. Melakukan *branding* secara konsisten

Saat mengelola digital marketing, kita harus melakukan branding di media sosial atau laman karena branding merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis. Berikut ini tips yang dapat kita lakukan untuk melakukan branding

a. Memilih media sosial yang akan kita gunakan

Kita harus memilih media sosial yang akan digunakan dengan cermat dan jeli untuk melihat karakteristik media sosial dan karakteristik bisnis atau produk kita. Kita dapat melihat informasi demografi pengguna sosial media untuk memutuskan jenis media sosial yang akan kita gunakan.

b. Menggunakan konten visual

Kita harus menciptakan konten visual yang menarik dengan menggunakan warna dan logo yang dapat menguatkan branding bisnis kita.

c. Menyampaikan pesan dan informasi yang benar

Kita jangan sampai memberikan pesan atau informasi yang salah karena akan membuat brand kita menjadi turun. Sebaliknya, kita harus memberikan informasi yang lengkap, jelas, dan benar.

d. Menggunakan *influencer*

Influencer akan sangat membantu kita untuk memasarkan produk BUMDES karena konsumen akan tertarik jika seorang tokoh masyarakat atau idolanya merekomendasikan produk tersebut.

Dalam melakukan branding kita harus konsisten. Caranya, dengan mengatur jadwal untuk membuat dan membuat posting konten ke media sosial dan laman yang kita miliki.

LAMPIRAN MATERI TOPIK 3

PENGELOLAAN DAN ADMINISTRASI PEMASARAN ONLINE UNTUK BUMDES

Mekanisme pengelolaan *digital marketing* untuk BUMDES dapat dibagi menjadi seperti berikut,

1. *Website Marketing*

Cara mengelola *website marketing* adalah,

- a. Kita harus memiliki formasi SDM yang lengkap dan mumpuni SDM ini meliputi *web master* yang bertugas mempercanggih jaringan dan teknologi *website* yang dimiliki dan *web design* yang berfungsi memberikan tampilan yang menarik bagi *website*.
- b. Menggunakan *link* ke semua media sosial sehingga saat kita memperbarui informasi ke laman yang kita kelola, akan secara otomatis masuk ke media yang sudah ditautkan secara otomatis.
- c. Melakukan pembaruan secara teratur agar informasi mengenai perusahaan, laporan keuangan. dan hal lain selalu aktual.
- d. Kita tidak boleh lupa membagikan informasi kepada konsumen sehingga semua orang bisa tahu tentang badan usaha yang kita miliki.
- e. Menggunakan *affiliate marketing* yang akan membantu untuk membuat laman kita menjadi viral.

2. *Facebook Marketing*

Cara mengelola *Facebook marketing* dapat dijelaskan sebagai berikut,

a. Pesan

Saat kita mengirim pesan kepada orang lain, kita dapat menyesuaikan percakapan dengan melihat interaksi seseorang dengan halaman kita di masa lalu dan informasi yang dibagikan di profilnya.

b. Notifikasi

Notifikasi memungkinkan kita melihat cara orang lain berinteraksi dengan halaman kita, seperti komentar yang diberikan pada postingan kita. Hal ini dapat membantu kita mengetahui waktu konsumen

Digital Repository Universitas Jember

berinteraksi dengan halaman kita sehingga kita dapat menanggapi nya tepat waktu.

c. Pengaturan

Kita dapat mengontrol orang yang dapat melihat halaman dan postingan kita. Kita juga dapat menyetujui aplikasi yang digunakan di halaman, menyiapkan kemampuan membuat postingan melalui posel, dan menerima saran dan pengikut halaman kita.

d. Tentang

Kita dapat menggunakan bagian Tentang untuk membagikan informasi utama tentang BUMDES kita, seperti alamat, nomor telepon, alamat laman, layanan, produk, dan harga.

3. Instagram Marketing

Cara mengelola *Instagram marketing* yaitu,

a. Membuat *outline content* sebelum membuat postingan konten

Kita harus membuat *outline content* sesuai dengan BUMDES kita. Model postingan kita harus disiapkan terlebih dahulu sebelum membuat sejumlah *post*.

b. Memperbanyak konten edukasi di awal

Kita dapat mengawali postingan yang berisi nilai-nilai atau hal yang mengedukasi audien karena audien akan menghindari konten iklan yang terlalu terang-terangan tanpa mengetahui manfaat dari produk.

c. Merencanakan konten tambahan

Kita dapat menambah konten selain yang sudah kita rencanakan, misalnya foto atau video yang berkaitan dengan orang yang bekerja di belakang layar dengan menunjukkan kesan nyaman dan membahagiakan. Cara ini dapat meningkatkan kepercayaan audien dan membuat mereka merasa dekat dengan BUMDES kita.

d. Membuat *hashtag* yang relevan dan konsisten

Hashtag adalah alat yang dapat kita gunakan untuk menjangkau audien yang lebih luas. Kita harus membuat *hashtag* yang unik yang dapat

Digital Repository Universitas Jember

mempresentasikan bisnis kita karena dapat membantu mengetahui audien yang membicarakan tentang BUMDES kita

4. Twitter Marketing

Untuk mengelola *twitter marketing*, kita harus memahami beberapa istilah yang digunakan dalam Twitter; yaitu

- a. *Tweet*, yaitu status atau pesan teks dengan panjang maksimal 140 karakter.
- b. *Retweet (RT)* yaitu *re-sharing* atau memberikan kredit kepada *tweet* seseorang.
- e. *Feed*, yaitu kumpulan *tweet* terbaru dari pengguna yang kita ikuti.
- d. *Mention (@)*. yaitu cara untuk memanggil pengguna lain sesuai dengan *username* yang digunakan.
- e. *Direct Message (DM)*. yaitu berkomunikasi secara pribadi antara dua pengguna.
- f. *Hashtag (#)*. yaitu cara untuk mengangkat topik agar menjadi wadah diskusi yang luas.

Cara mengelola *twitter marketing* dapat dijelaskan sebagai berikut

- a. Memperoleh *re-tweet* secara maksimal dengan menambahkan gambar di setiap *tweet*
Berdasarkan riset, penambahan gambar atau foto pada *tweet* yang diunggah akan meningkatkan peluang *re-tweet* sampai 73% lebih banyak.
- b. Menambahkan *tweet* tertentu pada *post* atau halaman laman bisnis kita
Pengunjung laman kita dapat melihat *tweet* kita tanpa harus mengunjungi halaman Twitter dengan ini. Selain itu, mereka juga bisa tepat *retweet* dan *like* langsung dari laman kita.
- c. Memanfaatkan fitur pencarian yang disediakan Twitter
Hal ini dapat membuat kita berhubungan langsung dengan orang yang berada di wilayah geografis yang kita inginkan dan menjawab pertanyaan mereka.
- d. Membatasi penggunaan *link* agar tercipta komunikasi yang natural

Digital Repository Universitas Jember

Penambahan *link* hanya akan mengurangi jumlah karakter dan informasi yang ingin kita sampaikan atau kita dapat menggunakan *bitly* untuk mempersingkat *link*.

e. Menonaktifkan notifikasi ponsel dari Twitter

Hal ini dapat mengurangi jumlah ponsel yang masuk sehingga tidak ada lagi notifikasi ponsel yang masuk mengganggu kita

f. Mengunggah *tweet* pada waktu yang tepat

Waktu terbaik untuk mengunggah *post* Twitter adalah pukul 12.00 sampai 15.00 pada hari Senin hingga Kamis dan pukul 17.00 sampai 18.00 pada hari Rabu.

g. Memberikan ruang bagi pengguna lain untuk *re-tweet*

Kita harus menyisakan sedikit ruangan agar *re-tweet* kita tidak terpotong jika ada orang lain yang *re-tweet* karena ini sangat penting jika bagian terakhir dari *tweet* kita adalah *link*.

h. Mengumpulkan data akun Twitter menggunakan *tools*

Kita dapat memperoleh data penting hanya dengan mengunjungi laman analytics.twitter.com dan kita akan mendapatkan *feedback* informasi tentang akun kita selama sebulan terakhir.

Strategi Peningkatan Kesadaran Merek (*Brand Awareness*)

Kesadaran merek merupakan tujuan umum komunikasi pemasaran. Adanya kesadaran merek yang tinggi diharapkan kapan saja kebutuhan kategori barang muncul, merk tersebut akan dimunculkan kembali dalam ingatan yang kemudian dijadikan pertimbangan berbagai alternatif dalam pengambilan keputusan konsumen.

Meningkatkan kesadaran merek merupakan kebutuhan semua perusahaan untuk mempertahankan laju pertumbuhan di tengah kondisi bisnis yang sangat kompetitif. Dengan strategi yang baik, perusahaan dapat mengembangkan merek dengan baik. Apalagi dengan *digital marketing*, perusahaan dapat mengembangkan merek menjadi merek nasional dan global dengan lebih cepat.

Cara yang dapat kita lakukan untuk meningkatkan kesadaran merek, yaitu

1. **Membangun dan mengembangkan budaya dari merek BUMDES kita**
Nama besar perusahaan tumbuh dari hasil budaya positif yang kita sampaikan kepada konsumen. Budaya merek berarti pelayanan yang konsisten kepada konsumen lama atau konsumen baru. Mempertahankan budaya merek bukan hal yang mudah karena diperlukan keseriusan BUMDES untuk mengembangkannya dengan lebih baik dari waktu ke waktu.
2. **Menghilangkan batasan-batasan dalam memasarkan merek**
Pada era digital, banyak tempat yang dapat kita pilih untuk menjangkau suatu merek. Dengan demikian, BUMDES harus menghilangkan batasan-batasan dalam memasarkan merek. Akan tetapi, Kita tetap harus memperhatikan target audien yang ingin diubah menjadi *lead* sampai mencapai proses penjualan dengan audien.
3. **Memanfaatkan kekuatan *story telling***
Story telling akan mengubah sudut pandang audien dalam mengenal merek kita. Dengan cara ini, kita dapat menunjukkan kepada mereka tentang cara kerja produk dan merek kita. Semakin menarik cerita dan pesan yang kita sampaikan, semakin mudah pula bagi audien untuk mengingat merek kita.

Administrasi Digital Marketing untuk BUMDES

Digital marketing BUMDES harus memiliki sistem administrasi agar BUMDES tidak rugi dan dapat berkembang dengan baik. Dengan sistem administrasi, BUMDES dapat mengetahui pemasukan dari penjualan produk atau layanan yang dikelola BUMDES.

Administrasi *digital marketing* untuk BUMDES meliputi staf-staf berikut,

1. Admin Penjualan

Admin penjualan bertugas untuk hal-hal di bawah ini

a. Menangani posel masuk dan posel keluar

- 1) Pemeriksaan dan pencatatan posel atau dokumen masuk
- 2) Pembuatan posel atau dokumen keluar
- 3) Distribusi posel atau dokumen masuk ke bagian yang terkait

FOTO KEGIATAN





S U R A T T U G A S

Nomor : 3252/UN25.3.2/PM/2022

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember Nomor 6444/UN25.1.4/LL/2022 perihal permohonan surat tugas, Ketua LP2M Universitas Jember menugaskan kepada:

NO	NAMA / NIP	PANGKAT / GOL	JABATAN	FAK / PS	KET
1.	Dr. Nurhayati, M.M. NIP. 196106071987022001	Pembina / IV.a	Lektor Kepala	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua
2.	Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si. NIP. 197309082000032001	Penata / III.c	Lektor	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Anggota 2
3.	N. Ari Subagio, S.E., M.Si. NIP. 197311092000031002	Penata Muda TK.I / III.b	Asisten Ahli	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Anggota 3

untuk melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang :

Mencapai Kemandirian Ekonomi Masyarakat Dengan Semangat Kewirausahaan di Era New Normal Pasca Pandemi

Bentuk Kegiatan : Pendidikan Kepada Masyarakat
Khalayak Sasaran : Masyarakat
Metode Penyampaian : Penyuluhan
Lokasi Kegiatan : Kelurahan / Desa Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kab. Jember, Provinsi Jawa Timur
Waktu Pelaksanaan : 07 Januari 2022 S/d 20 Juni 2022
Jumlah Dana : Rp. 2500000.00
Sumber Dana : Mandiri

Demikian surat tugas ini diberikan untuk dapatnya digunakan sebagaimana mestinya dan setelah pelaksanaan kegiatan tugas ini yang bersangkutan harap menyerahkan laporan ke Lembaga Pengabdian pada Masyarakat Universitas Jember sesuai dengan ketentuan.

Dikeluarkan di : Jember
Pada tanggal : 13 Juni 2022
Ketua LP2M



Prof. Dr. Yuli Witono, STP.,MP.
NIP. 196912121998021001

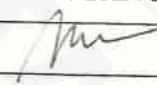
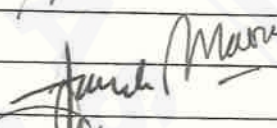
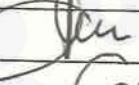
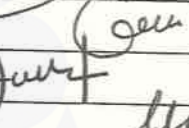

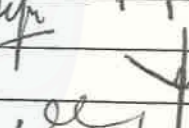
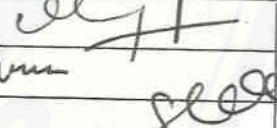

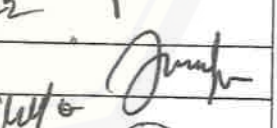
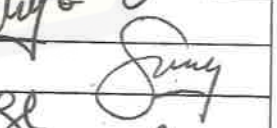
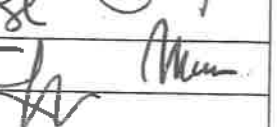



MENCAPAI KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT DENGAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN DI ERA *NEW NORMAL* PASCA PANDEMI

HARI/TANGGAL : Senin, 18 April 2022

JAM : 08.00- 12.00

ACARA : PENYULUHAN

DAFTAR HADIR

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	Sugik	Peserta	
2.	Marmo	Peserta	
3.	Jamilah	Peserta	
4.	Sutrisno	Peserta	
5.	Gemi	Peserta	
6.	Dayat	Peserta	
7.	Sulastri	Peserta	
8.	Ningsih	Peserta	
9.	Selgi	Peserta	
10.	Yoga	Peserta	
11.	Ituk	Peserta	
12.	Imam	Peserta	
13.	Shodik	Peserta	
14.	Riski	Peserta	
15.	Puput	Peserta	
16.	Imron	Peserta	
17.	Saleh	Peserta	
18.	Bunyamin	Peserta	
19.	Sisil	Peserta	
20.	Marfuah	Peserta	
21.	Didin	Peserta	