

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SECARA DIGITALISASI UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA SEJAK USIA DINI MELALUI EDUKASI SERTA PENYULUHAN DALAM MASA PANDEMI COVID-19

¹*Trea Agryani, ²Mohamad Haekhal Mahessa
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
*treaagryani80@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah untuk mengetahui seberapa besar Implementasi Strategi Pemasaran Secara Digitalisasi Teknologi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Sejak Usia Dini Melalui Edukasi Serta Penyuluhan Dalam Masa Pandemi Covid-19 Berlokasi Di Panti Asuhan Al Kamilah. Penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini bersifat deskriptif kualitatif, Adapun Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode campuran sekuensial / bertahap terutama metode eksploratori sekuensial. Dalam tahap pertama mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif dalam menjawab rumusan masalah. Untuk melengkapi data kualitatif pada tahap kedua digunakan data kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Strategi Pemasaran Secara Digitalisasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Sejak Usia Dini Melalui Edukasi Serta Penyuluhan Dalam Masa Pandemi Covid-19 di Di Panti Asuhan Al Kamilah yang diukur dengan menggunakan 7 (tujuh) dimensi pengukuran yaitu mencipta pengetahuan, menyimpan pengetahuan, berbagi pengetahuan, memperbaharui pengetahuan, mengembangkan strategy pemasaran, digitalisasi pemasaran, dan Teknologi diklasifikasikan baik. Implementasi strategy pemasaran secara digital juga diklasifikasikan baik. Perpaduan antara pengetahuan untuk pemberian edukasi dan penyuluhan yang dimiliki, kapabilitas, dan kemampuan dalam berwirausaha digabungkan dengan strategi pemasaran yang dimiliki menghasilkan performa berwirausaha sejak dini anak – anak Panti Asuhan AL - Kamilah lebih baik dibandingkan sebelumnya bahkan mampu menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Sebuah peningkatan kemampuan berwirausaha secara digital melalui edukasi dan penyuluhan dalam masa pandemic covid-19 di Panti Asuhan AL - Kamilah sebagai hasil penelitian ini.

Kata Kunci: Strategy Pemasaran, Digitalisasi, Kemampuan Berwirausaha, Edukasi, Penyuluhan

Abstract

The purpose of Community Service (PKM) is to find out how big the implementation of a digitalized technology marketing strategy is to increase entrepreneurial skills from an early age through education and counseling during the Covid-19 pandemic at the Al Kamilah orphanage. The research conducted in this writing is descriptive qualitative. The method used in this research is a mixed method sequential / gradual, especially sequential exploratory method. In the first stage, collect and analyze qualitative data in answering the problem formulation. Quantitative data were used to complement the qualitative data in the second stage. The results of this study indicate that the implementation of digitalized marketing strategies to improve entrepreneurial skills from an early age through education and counseling during the Covid-19 pandemic at the Al Kamilah Orphanage which is measured using 7 (seven) dimensions of measurement, namely creating knowledge, storing knowledge, , sharing knowledge, updating knowledge, developing a marketing strategy, digitizing marketing, and technology is classified as good. The implementation of a digital marketing strategy is also classified as good. The combination of knowledge to provide education and counseling, capabilities and abilities in entrepreneurship combined with their marketing strategies have resulted in early entrepreneurial performance for the AL - We are better than before and even able to create a sustainable competitive advantage. An increase in digital entrepreneurial skills through education and counseling during the Covid-19 pandemic at the AL - We are the result of this research.

Keywords: Marketing Strategy, Digitalization, Entrepreneurial Ability, Education, Counseling

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak pernah lepas dari teknologi, dalam setiap kegiatan, teknologi sudah menjadi hal yang berdampingan dan tak bisa terlepas dari kegiatan manusia, terutama dalam berbisnis. Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi era pemasaran saat ini.

Strategi digital marketing telah membuat kemajuan besar pada bisnis dan industri selama lebih dari dua dekade, tetapi yang mengejutkan, para pemimpin bisnis masih berjuang untuk menemukan cara untuk mengidentifikasi potensi, mengoptimalkan peluang dan mengimplementasikannya.

Banyak perusahaan telah memulai melakukan transformasi digital tanpa memahami bahwa pendorong utama dari bisnis digital pada dasarnya berbeda dari perusahaan tradisional. Mereka akhirnya menerapkan strategi marketing lama dan prinsip-prinsip usang pada program digital mereka, yang menghasilkan kegagalan dan rencana bisnis yang tak tercapai

Definisi luas transformasi strategi digital marketing dapat dilihat sebagai integrasi teknologi pemasaran digital dengan proses untuk meningkatkan kinerja atau jangkauan bisnis. Namun, pendekatan yang lebih progresif untuk transformasi digital marketing adalah dengan menggunakan teknologi untuk berdampak pada tiga bidang bisnis ini.

Tempat terbaik untuk memulai strategi digital marketing, adalah pertamanya memahami ke mana arah industri Anda, kemudian mengembangkan pandangan jangka panjang tentang peran dan tempat perusahaan Anda di masa depan digital itu. Rencanakan strategi digital marketing Anda dengan 'batu loncatan' jangka pendek. Ini akan memungkinkan Anda untuk merencanakan jalan menuju pencapaian segala visi dengan sukses, sambil tetap menjaga rencana bisnis secara efisien.

Era digital telah terbuka pertanda pintu perdagangan antar negara di dunia menjadi tidak terbatas. Berkaitan dengan itu maka sebagai pengusaha Anda memiliki peluang yang cukup besar untuk

mengembangkan usaha bisnis Anda. Senada dengan itu pula, artinya jumlah pesaing atau kompetitor Anda juga bertambah. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan hal penting yang wajib Anda buat agar dapat menghadapi persaingan bisnis.

Mirisnya, tidak semua pelaku usaha tidak memahami perubahan tersebut, terutama untuk pelaku usaha konvensional. Banyak diantara mereka yang tidak ikut melakukan perubahan dan mengalami penurunan omzet. Era digital yang seharusnya menjadi sebuah peluang justru menjadi ancaman untuk mereka. Untuk itu diperlukan sebuah langkah perubahan yakni salah satunya melalui strategi bisnis.

Berikan edukasi kepada usia dini seperti : Memanfaatkan Teknologi untuk masa akan datang Seperti namanya 'era digital', maka pun wajib memanfaatkan teknologi dalam strategi bisnis. Karena seperti yang kita tahu, dunia digital dan teknologi tidak dapat dipisahkan keberadaannya. Apalagi di zaman modern seperti sekarang, mau tidak mau harus menggunakan teknologi. Terlebih lagi jika kompetitor sudah lebih dahulu menggunakan teknologi. Maka harus segera mengikutinya.

Sejatinya teknologi bukanlah hal yang membuat bingung, justru teknologi dibuat untuk membantu dan mempermudah pekerjaan manusia. Jadi mulailah untuk memanfaatkan teknologi dalam pekerjaan. Misal nya saja, dapat melakukan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan internet atau juga dapat membuat pembukuan dengan menggunakan komputer dan masih banyak lagi yang lainnya.

Menggunakan Digital untuk pelajar bagi anak-anak masa kini dapat menerapkan digital edukasi. Digital adalah aktivitas tool atau wadah sebuah menggunakan media elektronik atau alat permudah kebutuhan. Jika tidak bisa menggunakan digital, dapat menggunakan jasa perusahaan jasa digital agency yang dapat membantu mengembangkan ilmu yang berkembang dan meningkatkan mempelajari. Dengan begitu, tidak perlu bingung untuk melakukan kegiatan konsep pembelajaran. adapun teknik pembelajaran dalam digital seperti search engine optimization (SEO), search engine marketing (SEM), billboard eletronic,

iklan televisi dan radio, email, gadget dan lainnya.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa kegiatannya itu dengan mengajak para siswa-siswi untuk kegiatan pembelajaran dan permainan yang sangat menarik pada siswa-siswinya agar belajar itu asik dan senang serta membosankan dan malas belajar. ada di Yayasan Al-Kamilah Depok, serta dosen Magister Universitas Pamulang, dan mahasiswa/i program pascasarjana universitas Pamulang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa/i pascasarjana magister manajemen Universitas Pamulang ini dilakukan dalam beberapa kegiatan yaitu dengan melibatkan banyak pihak selain dari pihak pengajar panti dan para siswa-siswi yang ada di Yayasan Al-Kamilah Depok, juga ada dosen Magister Universitas Pamulang, dan mahasiswa/i program pascasarjana universitas Pamulang. Kegiatan ini juga menyajikan berbagai kegiatan antara lain, Pembelajaran tentang strategy pemasaran, Penyuluhan covid-19, Pemberian motivasi, Pemutaran video motivasi, Pemberian edukasi digital marketing, dimana narasumber berinteraksi aktif dengan audience, jadi lebih bersifat sharing interaktif, serta games-games edukasi yang menarik sehingga semua yang terlibat merasakan kegembiraan beserta manfaat langsung dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana strategy pemasaran secara digitalisasi untuk dapat meningkatkan kemampuan berwirausaha sejak dini, selain itu juga di adakan pelatihan bagaimana cara pengaplikasian pemasaran secara digital yang sangat berguna untuk peningkatan berwirausaha di tengah pandemi covid-19

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hari pertama kegiatan PKM

Hari pertama sebelum dilakukannya kegiatan PKM, mahasiswa dan mahasiswi program pascasarjana magister manajemen universitas pamulang melakukan survey terlebih dahulu untuk meminta izin dan persiapan untuk perlengkapan kepada ketua panti

Asuhan Al – Kamilah yaitu Bapak Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 13 september 2020 di Panti Asuhan Al – Kamilah



Gambar 1. Koordinasi Acara PKM

2. Hari Kedua kegiatan PKM

Hari kedua setelah proposal disetujui dari pihak kampus dan ketua Panti Asuhan Al – Kamilah, Tim mahasiswa/i program pascasarjana Magister Manajemen mengadakan pertemuan dengan masing masing ketua tim untuk mendiskusikan perihal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang serta pembagian seksi-seksi di Panti Asuhan Al - Kamilah. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 27 September 2020



Gambar 2. Meet up Panitia

3. Hari Ketiga kegiatan PKM

Hari ketiga setelah pertemuandengan masing masing ketua tim untuk mendiskusikan perihal Pengabdian Kepada Masyarakat, tibalah pada (H-1) sebelum kegiatan PKM dilakukan di Panti Asuhan Al – Kamilah, tim seksi perlengkapan berkumpul untuk memasang dan mempersiapkan kelengkapan di hari esok serta pemasangan barsilang untuk tetap menerapkan social distancing. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 03 Oktober 2020.

4. Hari Keempat kegiatan PKM

Hari Keempat Kegiatan PKM merupakan Hari (H) atau hari dimana berlangsungny akegiatan PKM, Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 23-25

Februari 2020. Kegiatan berlangsung dari pukul 09.00 – 15.00 WIB. Dengan susunan Acara sebagai berikut:

a. Registrasi

Seksi Konsumsi memberikan Goodiebag kepada tamu/anak panti yang datang sekaligus mengecek suhu tubuh. registrasi dimulai pukul 08.30 WIB:

b. Opening

Opening dibuka oleh MC yang masuk untuk memandu acara yaitu oleh Valya Annisya, yang sekaligus juga memberikan sambutan dan dilanjutkan pembukaan / yel-yel, kemudian dibarengin dengan Perkenalan panitia, lalu pembacaan basmalah. Kegiatan ini berlangsung dari pukul 09.00 - 09.05 WIB



Gambar 3. Pembukaan Acara

c. Pembacaan Alquran dan saritilawah

Kemudian dilanjutkan dengan pembacaan ayat suci Al-Quran oleh salah satu anggota tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang merupakan dosen prodi Magister Manajemen Universitas Pamulang. Kegiatan ini berjalan dimulai pada pukul 13.30 WIB

d. Sambutan ketua panitia

Bapak Adianto selaku ketua panitia dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ke Panti Asuhan Al - Kamilah, yang memberikan sambutan di awal. Kegiatan ini berjalan pada pukul 09.12 - 09.20 WIB

e. Sambutan pengurus yayasan

Dilanjutkan sambutan pengurus Yayasan oleh Bapak Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M selaku ketua pengurus yayasan PantiAsuhan Al – Kamilah. Sambutan ini berjalan pada pukul 09.20 - 09.25 WIB



Gambar 4. Hiburan

f. Sambutan Perwakilan Dosen

Dr.Sugiyanto,S.E.,M.M. dan Dr.H.Ugeng Budi HaryokoS.MI.,M.M. selaku perwakilan dosen yang memberikan sambutan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). sambutan ini berjalan pada pukul 09.25 - 09.35 WIB.

g. Pembacaan Doa

Pembacaan doa dipimpin oleh Bapak Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M selaku ketua pengurus yayasan PantiAsuhan Al – Kamilah, untuk kemudian dilakukan acara inti. Pembacaan doa dilakukan pada pukul 09.35 - 09.40 WIB.

h. Acara Inti

Sebelum memulai acara inti, seksi acara dan MC melakukansesi games ice breaking, kemudian dilanjutkan dengan pemberian Materi oleh para Mahasiswa dan Mahasiswi Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Pamulang. Yang meliputi kegiatan :

- Penyuluhan Tentang Covid (20 Menit)
- Games Cuci Tangan (10 Menit)
- Games Tebak Nama Panitia (10 Menit)
- Pembelajaran Marketing Online (oleh Pak sugiyanto 15 menit)
- Pemutaran Video Motivasi (5 menit)
- Sharing motivasi dan games Tanya jawab (Oleh titin 15 menit)

- Pemberian Edukasi (20 menit)
- Sesi Tanya jawab (10 menit)
- Games (10 menit)

Kegiatan inti dilakukan dari pukul 09.50 – 11.40 WIB. Lalu dilanjutkan dengan kegiatan ISOMA (Istirahat, sholat, makan).

i. Acara Hiburan

Setelah peserta melakukan isoma, peserta diajak untuk mengikuti acara hiburan yang berupa games berhadiah serta lomba Fashion show



Gambar 5. Pemberian Santunan dan penobatan Raja dan ratu terbaik dari peserta yang aktif selama kegiatan berlangsung. Kegiatan ini dilakukan dari pukul 12.45 – 13.25 WIB

j. Acara Hiburan

Dilanjutkan dengan kegiatan pemberian uang santunan kepada masing masing anak panti. Kegiatan ini dilakukan dari pukul 13.25 -13.35 WIB

k. Pemberian Bingkisan, dan amplopkeyayaan

Sebelum berakhirnya kegiatan, dilakukan pemberian bingkisan, kepada ketua Yayasan yang di wakilkkan oleh Dr.Sugiyanto, S.E., M.M. selaku dosen dan Adiyanto selaku Ketua Panitia acara PKM. Kegiatan dilakukan dari pukul 13.35 - 13.45 WIB

l. Pembacaan doa dan dilanjutkan Sesi foto untuk closing acara Pembacaan doa untuk menutup acara dipimpin oleh Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M. selaku ketua Yayasan panti Asuhan Al – Kamilah. Kegiatan dilakukan dari pukul 13.45 -14.00 WIB.

PENUTUP

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah kegiatan mengayomi masyarakat sekitar atau

lingkungan sekitar guna kegiatan edukasi masyarakat sekitar agar memahami dalam pembelajaran dan ilmu di terapkan kegiatan selama pandemi Covid-19 membagi pengalaman edukasi edukasi yang objektif untuk memberikan manfaat kepada seluruh masyarakat Panti Asuhan Al - Kamilah, serta kegiatan ini dilakukan dan dapat terlaksana dengan baik dan mendapat respon baik dari pihak Universitas Pamulang dan masyarakat sekitar Panti Asuhan Al - Kamilah, yang dirangkum sebagai berikut :

1. Panti Asuhan Al – Kamilah sudah memberikan materi pembelajaran seputar strategy pemasaran dan pengetahuan yakni meliputi proses mencipta pengetahuan, menyimpan pengetahuan, membagipengetahuan dan memperbaharui pengetahuan demi upaya meningkatkan kemampuan berwirausaha sejak usia dini melalui edukasi dan penyuluhan dalam masa pandemic covid-19.
2. Dengan menggunakan skala pengukuran manajemen pengetahuan piramid yang dikembangkan Rosernberg menunjukkan bahwa Implementasi Strategy pemasaran di PantiAsuhan Al – Kamilah ada pada level dua yaitu : informasi, mencipta, berbagi dan manajemen. Berdasarkan hasil diagnose persepsi Implementasi Strategy pemasaran di Panti Asuhan Al - Kamilah yang diukur dengan menggunakan 7 (tujuh) dimensi pengukuran yaitu mencipta pengetahuan, menyimpan pengetahuan, berbagi pengetahuan

SARAN

Berbagi ilmu pembelajaran dan berwirausaha tujuannya untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha sejak usia dini dari anak Panti Asuhan Al – Kamilah, pemanfaatan teknologi seperti gadget, laptop dan alat bantu lainnya yang dimiliki setiap anak dapat digunakan sebagai peluang usaha dalam berwirausaha di tengah masa pandemic covid-19. Agar pandemi ini memudahkan pembelajaran untuk perlahan-lahan menghilangkan sistem manual digantikan dengan teknolgi yang pesat ini agar di kehilangan zaman baik pembelajaran maupun berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, M. S., Ajriyansyah, A., & Purwanto, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan MekarsariCileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-5.
- Alika, R., & Fajrian, H. (2020, Mei 2020). Pengusaha Khawatir Pekerja Usia di Bawah 45 Tahun Pembawa Virus Corona. Diperoleh dari katadata.co.id : <https://katadata.co.id/berita/2020/05/13/pengusaha-khawatir-pekerja-usia-dibawah-45-tahun-pembawa-virus-corona> (Diakses pada tanggal 16 Mei 2020 pukul 13:06)
- Amir, Taufiq. *Dinamika Pemasaran : Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. 2005.
- Asia News Monitor. (2020, April 13). Indonesia : Indonesia Goes Soft on COVID Lockdown to Relieve Stressed Economy.
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Daryanto. *ManajemenPemasaran*. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. 2011.
- Hesti, Budiwati. "Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Kripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang", *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, Vol. 2, No. 2 (2012).
- Husein, Umar. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 2015.
- Isnaini, Arif. *Seni Memasarkan*. Surabaya. Insan Cendikia. 2012.
- Kadar, M. Yusuf. *Tafsir Ayat Ahkam*. Jakarta. Sinar Grafika Offset. 201
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid I. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Bandung : Erlangga. 2013.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia Jilid satu. Jakarta. Prentice Hall. 1997.
- Lupiyoadi, Rambat. *ManajemenPemasaran Jasa*. Jakarta. PT. Salemba Emban Patria. 2011.
- Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000)
- Mustajab, D., Azies, B., Rasyid, A., Irawan, A., Akbar, M. A., & Hamid, M. A. (2020). Fenomena Bekerja dari Rumah sebagai Upaya Mencegah Serangan COVID-19 dan Dampaknya terhadap Produktifitas Kerja. *The International Journal of Applied Business TIJAB*, 4(1), 13-21. <https://ejournal.unair.ac.id/TIJAB/article/viewFile/18574/10248>
- Ravel, S., & Kurniawan, A. (2020, Mei 15). Kemenhub Investigasi Pemalsuan Stiker Bus dan Surat Bebas Covid-19. Retrieved from Kompas.com:<https://otomotif.kompas.com/read/2020/05/15/070200315/kemenhub-investigasi-pemalsuan-stiker-bus-dan-surat-bebas-covid-19> (Diakses pada tanggal 16 Mei 2020 pukul 11.00)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002, Cet.XII), hlm. 134.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan ; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016),
- Sunarsi, D. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi*.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hlm. 85.