

Worskhop Praktek Pembuatan Aksesoris Manik-Manik Sebagai Peluang Bisnis Bagi Anak Muda

Jihan Maulidia*¹, Nuryadi², Fadhil Rahmadi³, Fadhilah Amirul Rasyidin⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

E-mail: Jihan7490@gmail.com

Diterima 01/April/2024 | Direvisi 10/April/2024 | Disetujui 23/Mei/2024

Abstract

This community service activity aims to provide further knowledge about the use of digital marketing and create ideas for business opportunities that PGRI Rumpin High School students can undertake so that they can maximize the use of digital media well and fill their free time by running a business according to their abilities and talents. . The material presented is about the general definition of digital marketing, its benefits and uses, as well as various business opportunities that can be pursued if you use digital marketing media as business access. The method used is the practice of making beaded accessories as an example of a business idea that young people can run to increase their income apart from being a student.

Keywords: Workshops, Beads, Business Opportunities

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan lebih lanjut mengenai penggunaan digital marketing dan menciptakan ide peluang usaha yang bisa dijalani oleh siswa siswi SMA PGRI Rumpin agar mereka bisa memaksimalkan penggunaan media digital dengan baik serta mengisi waktu luang dengan menjalani bisnis sesuai kemampuan dan bakat mereka. Adapun materi yang disampaikan mengenai definisi umum digital marketing, manfaat dan kegunaannya, serta beragam peluang usaha yang bisa dilakukan jika menggunakan media digital marketing sebagai akses usaha. Metode yang digunakan ini adalah dengan praktek pembuatan aksesoris manik manik sebagai salah satu contoh ide bisnis yang bisa dijalankan anak muda untuk menambah penghasilan mereka selain mereka menjadi seorang pelajar.

Kata kunci: Worskhop, Manik-Manik, Peluang Bisnis

1. PENDAHULUAN

Digital marketing atau pemasaran digital adalah kegiatan promosi produk/jasa atau mencari saluran/ channel termasuk kegiatan branding menggunakan berbagai media digital seperti website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, adwords, feed, podcast dan jejaring sosial sehingga memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran. Digital marketing sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Digital Marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak. Menurut Nadya (2016), digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing). Aksesoris manik-manik telah menjadi bagian penting dalam dunia fashion dan gaya hidup. Mereka bukan hanya elemen penunjang penampilan, tetapi juga merupakan ekspresi dari kreativitas dan kepribadian individu, banyak masyarakat menggunakan media digital sebagai peluang bisnis adalah upaya meningkatkan ekonomi mereka Berdasarkan latar belakang tersebut, tim program pengabdian kepada masyarakat (PKM) universitas pamulang yang berjumlah 36 mahasiswa ikut serta dalam melakukan kegiatan praktek pembuatan aksesoris dari manik manik sebagai upaya contoh

peluang bisnis yang bisa dilakukan bagi para siswa siswi di SMA PGRI Rumpin kb. Bogor. Dengan tema : " workshop praktek pembuatan aksesoris manik – manik sebagai peluang bisnis bagi anak muda."

2. METODE

Mengadakan pemaparan materi mengenai digital marketing dan workshop kepada para siswa dan siswi , pengetahuan baru dengan membuat produk yang sedang trend di kalangan anak muda yaitu aksesoris gelang, kalung,cincin yangberbahan manik- manik.Pada akhir setiap diskusi tim PKM mengadsakan sesi tanya jawab

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat pemahaman siswa dan siswi SMA PGRI Rumpin dalam memahami media digital marketing serta cara mengoptimalkan penggunaannya agar bisa menjadika pluangusaha yang menjanjikan di masa yang akan datang. Tingkat produktifitas siswa dan siswi dalam melakukan kegiatan worshop pembuatan aksesoris agar menambah pengetahuan mereka mengenai produk kekinian , yang bisa mereka buat di waktu luang mereka supaya bisamenghasilkan karya sendiri serta mendapatkan penghasilan dari karya yang mereka pada saat kegiatan berlangsung.menumbuhkan rasa semangat untuk menjadi pengusaha muda di masa depan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu bentuk kepedulian mahasiswa kepada anak muda seperti siswa siswi di PGRI Rumpin untuk meningkatkan kemampuan penggunaan media digital berdasarkan berkembang teknologi yang ada untuk menciptakan minat siswa dan siswi sebagai pengusaha muda masa yang akan datang.

Saran yang dapat kami rekomendasikan yaitu ; Diharapkan dapat terus meningkatkan kemampuan mereka dalam memahami kegiatan pemaparan materi dan praktek pembuatan produk yang sudah terlaksana. Diharapkan bisa mengoptimal kegiatan PKM dengan lebih baik lagi dari segi komunikasi terhadap para siswa disana dan dalam partisipasinya dalam kegiatan. Semoga kegiatan PKM bisa menjadi aturan yang wajib dilakukan mahasiswa agar bisa menambah wawasan untuk mahasiswanya

DAFTAR PUSTAKA

- Menoh, Y. R., Mulik, S. E., Zebua, C. K. N., & Deko, M. K. (2024). Pelatihan Pembuatan Pakan Ayam Kampung Unggul Balitnak (KUB) terhadap Kaum Bapak GMT Klasis Sulamu. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 427–432. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38997>
- Meryawan, W. M. W., Diah Utari Dewi, N., Bagus Idedhyana, I., Istri Agung Vera Nindia Putri, C., Gede Agung Wijaya Kesuma Suryawan, T., Kadek Sintya Agustini, N., & Putu Gilang Rio Prayuda, I. G. (2024). Pengembangan Ekowisata Berkelanjutan Desa Kelusa Payangan Gianyar Pendekatan Triple Bottom Line dan Tri Hita Karana. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 322–332. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38803>
- Mulik, S. E., Nugrahadhi Ndun, A., Bire Lawa, A., Agustinus Nguru, D., Mediviani Sol'uf, M., Umbu Padu, H., ... Eliazar Nifu, S. (2024). Peningkatan Keterampilan Analisis Data Penelitian Menggunakan Aplikasi Jasp Bagi Mahasiswa Program Studi Peternakan Universitas Nusa Cendana. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 408–415. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38926>
- Mustopa, R., Mujiyanto, H., & Ikhsan, A. F. (2024). Sosialisasi Pemasaran Digital pada UMKM Desa Selaawi Talegong Kabupaten Garut. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 448–455. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39086>

- Ndun, A. N., Mulik, S. E., Nguru, D. A., Lawa, A. B., Sabat, D. M., Setyani, N. M. P., ... Banamtuan, A. N. (2024). Pelatihan Tata Cara Submit Artikel Melalui Open Journal System (OJS) Bagi Mahasiswa. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 416–426. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39001>
- Nofia Sari, O., & Kurnia, K. (2024). Sosialisasi Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Balikpapan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 277–285. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38654>
- Nuralam, I. P., Asmoro, P. S., Ramadhan, H. M., Novianti, N., Laili, F., & Aini, E. K. (2024). Kontribusi Media Sosial terhadap Penguatan Usaha dan Sustainable Tourism di Kota Lama Semarang. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 375–383. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38927>
- Nurliani, N., Suherah, S., & Agustrai, A. (2024). Penerapan Penerapan Model Pembukuan Usahatani pada Kelompok Tani di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 345–352. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38816>
- Permatasari, R. I., Juhaeti, Sitio, V. S. S., Simamora, S. C., & Wijayanti, D. (2024). Edukasi Wirausaha Bagi Siswa-Siswi SMK PGRI 1 Jakarta : Berani Jadi Enterpreneur Muda . *DEDIKASI PKM*, 5(2), 499 – 505. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39288>