Jurnal Dedikasi Abdi Masyarakat
Prodi Manajemen Universitas Pamulang
Kampus Kota Serang

ISSN 3123-3724 (Online)
Volume 2 No 2 Agustus 2026, (Halaman 125-133)
Tersedia online di https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jdam/index

PELATIHAN PEMBUATAN BLOG USAHA LOGISTIK BAGI MAHASISWA STIE WIKARA

Rhandi Rhiswandi[1] Jajam Muhamad Jamhur[2] Yus Djunaedi Rusli[3]
Program Studi Manajemen, STIE Wibawa Karta Raharja, Purwakarta, Indonesia[1,2,3]
E-mail: rhandi.r01@gmail.com[1] zazamputrabangsa@gmail.com[2] rusli.yus@gmail.com[3]

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui pelatihan pembuatan blog sebagai media promosi usaha logistik. Pelatihan dilaksanakan pada hari Selasa, 28 April 2026, di ruang kelas STIE Wikara dengan melibatkan mahasiswa sebagai peserta utama. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan praktik langsung (*hands-on training*), dimulai dari pengenalan konsep *digital marketing*, pembuatan akun blog, perancangan tampilan, hingga publikasi konten usaha logistik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu membuat dan mengelola blog sederhana sebagai sarana promosi digital, serta memahami pentingnya pemanfaatan teknologi dalam mendukung pengembangan usaha. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha di bidang logistik berbasis digital. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan usaha secara mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Keywords : Blog; Usaha Logistik; *Digital Marketing*; Kewirausahaan Mahasiswa; Pelatihan

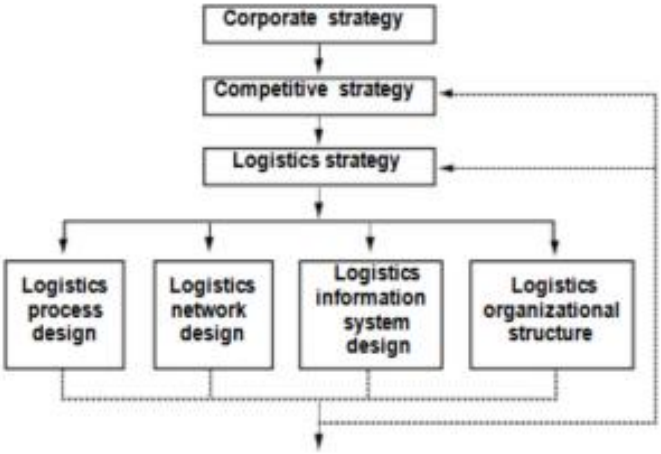
Abstract

This community service activity aims to improve student entrepreneurship competence through training on making blogs as a medium for promoting logistics businesses. The training was held on Tuesday, April 28, 2026, in the STIE Wikara classroom with students involved as the main participants. The implementation method uses a hands-on training approach, starting from the introduction of digital marketing concepts, creating blog accounts, designing displays, to publishing logistics business content. The results of the activity showed that participants were able to create and manage a simple blog as a means of digital promotion, as well as understand the importance of using technology in supporting business development. In addition, this activity also increases students' interest in entrepreneurship in the field of digital-based logistics. With this training, it is hoped that students can develop their businesses independently and adaptively to information technology developments.

***Keywords** : Blog; Logistics Business; Digital Marketing; Student Entrepreneurship; Training*

Pendahuluan

Perkembangan industri logistik modern menuntut integrasi yang kuat antara strategi korporasi, strategi kompetitif, dan strategi logistik yang terimplementasi melalui desain proses, desain jaringan logistik, sistem informasi logistik, serta struktur organisasi sebagaimana tergambar dalam kerangka desain jaringan logistik, di mana *logistics network design* berperan sebagai penghubung utama aliran barang, informasi, dan layanan dari hulu ke hilir secara efisien dan responsif terhadap kebutuhan pasar; dalam konteks ini, desain jaringan logistik tidak hanya berfungsi sebagai aspek operasional, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang menentukan keunggulan kompetitif melalui penentuan lokasi fasilitas, optimasi *rute* distribusi, serta integrasi teknologi informasi yang mampu meningkatkan efisiensi biaya dan kualitas layanan (Ivanov et al., 2019; Melkonyan et al., 2020; Dolgui et al., 2020). Terdapat gambar 1 *logistics network design* dari haryati tahun 2014 dibawah ini.



Gambar 1. ***logistics network design***
Sumber: Buku Ajar Manajemen Logistik (2022)

Beberapa penelitian terbaru disebutkan bahwa digitalisasi logistik melalui integrasi sistem berbasis teknologi seperti *Internet of Things (IoT), big data analytics*, dan *blockchain* mampu meningkatkan transparansi, kecepatan, serta ketahanan jaringan logistik terhadap gangguan global (Queiroz et al., 2020; Dubey et al., 2021; Bag et al., 2021).

Di lingkungan pendidikan tinggi, khususnya pada mahasiswa STIE Wikara, masih ditemukan kesenjangan antara pemahaman teoritis mengenai konsep logistik dengan kemampuan implementatif dalam konteks bisnis digital, di mana mahasiswa cenderung memahami logistik hanya sebagai aktivitas operasional seperti transportasi dan pergudangan tanpa mengaitkannya dengan strategi bisnis yang lebih luas serta pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi dan pemasaran, padahal dalam era ekonomi digital, keberhasilan usaha logistik sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan *platform* digital untuk membangun *brand awareness*, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Chaffey et al., 2019; Kannan, 2017); selain itu, keterbatasan keterampilan *digital marketing* menjadi hambatan signifikan karena mahasiswa belum terbiasa mengintegrasikan konsep logistik dengan strategi pemasaran berbasis konten, seperti penggunaan blog sebagai media komunikasi bisnis yang mampu menyampaikan nilai layanan logistik secara informatif dan persuasif, sementara penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* melalui blog memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian dalam ekosistem digital (Holliman & Rowley, 2019; Wang et al., 2021); permasalahan lain yang muncul adalah minimnya pengalaman praktis mahasiswa dalam mengembangkan usaha logistik berbasis teknologi, sehingga mereka kurang memiliki kesiapan dalam menghadapi tantangan industri yang semakin terdigitalisasi, padahal pembelajaran berbasis praktik terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Neck et al., 2018; Nabi et al., 2017); di sisi lain, komponen *logistics information system design* dalam kerangka desain jaringan logistik menunjukkan pentingnya pengelolaan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan, namun mahasiswa seringkali belum mampu mengolah dan menyajikan data logistik menjadi informasi yang bernilai melalui media digital, sehingga potensi integrasi antara sistem informasi logistik dan strategi komunikasi bisnis belum dimanfaatkan secara optimal.

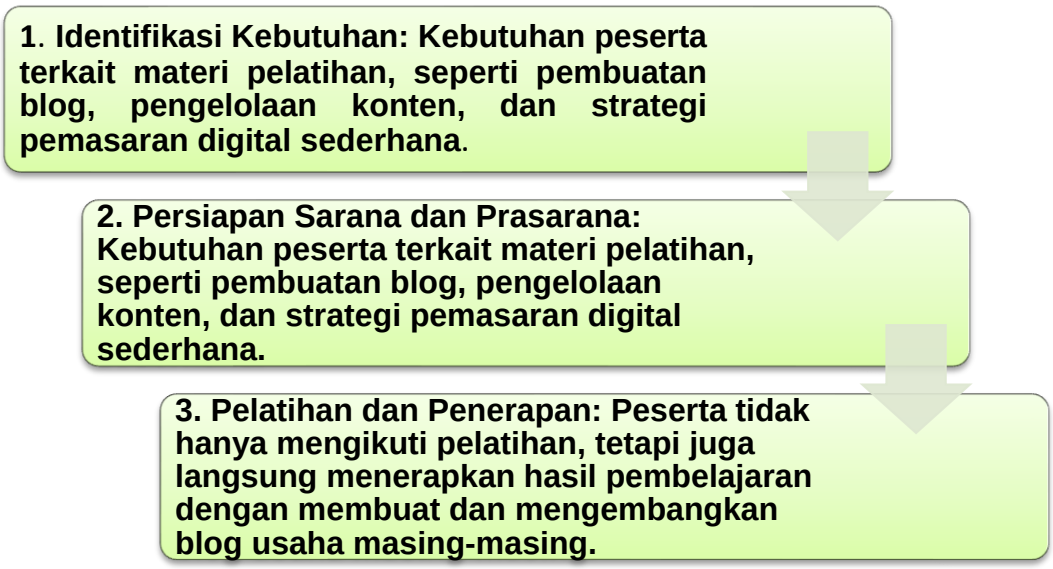
Oleh karena itu, pelatihan pembuatan blog usaha logistik bagi mahasiswa STIE Wikara menjadi solusi strategis yang tidak hanya menjawab kebutuhan peningkatan keterampilan teknis digital, tetapi juga memperkuat pemahaman konseptual mengenai integrasi strategi logistik dengan praktik bisnis modern, di mana pelatihan ini dirancang dengan mengacu pada kerangka

desain jaringan logistik sehingga mahasiswa tidak hanya belajar membuat blog secara teknis, tetapi juga memahami bagaimana konten yang dihasilkan dapat merepresentasikan alur proses logistik, jaringan distribusi, serta nilai tambah layanan secara komprehensif; melalui pelatihan ini, mahasiswa akan dibekali dengan kemampuan menghubungkan konsep *logistics network design* dengan strategi komunikasi digital, sehingga mereka mampu menyusun konten blog yang tidak hanya informatif tetapi juga strategis dalam membangun citra usaha logistik, meningkatkan visibilitas di mesin pencari, serta menarik minat pelanggan potensial.

Selain itu, pelatihan ini juga berperan dalam mengembangkan keterampilan *digital marketing* mahasiswa melalui penerapan teknik optimasi konten, penggunaan kata kunci, serta strategi *storytelling* yang relevan dengan industri logistik, sehingga blog yang dihasilkan dapat berfungsi sebagai media promosi yang efektif dan berkelanjutan; lebih lanjut, pelatihan ini mendorong pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi dengan memberikan pengalaman langsung dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi blog usaha logistik sebagai bagian dari simulasi bisnis nyata, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja maupun menciptakan usaha mandiri di bidang logistik; integrasi antara pemahaman teoritis dan praktik digital dalam pelatihan ini juga diharapkan mampu meningkatkan literasi teknologi serta kemampuan analitis mahasiswa dalam memanfaatkan data dan informasi logistik sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis, sehingga mereka tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu mengoptimalkan teknologi tersebut untuk menciptakan inovasi dalam layanan logistik; dengan demikian, pelatihan pembuatan blog usaha logistik ini menjadi langkah strategis dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, sekaligus mendukung pengembangan sumber daya manusia yang kompeten, adaptif, dan siap menghadapi tantangan industri logistik di era digital yang semakin kompleks dan kompetitif.

Metode Pelaksanaan

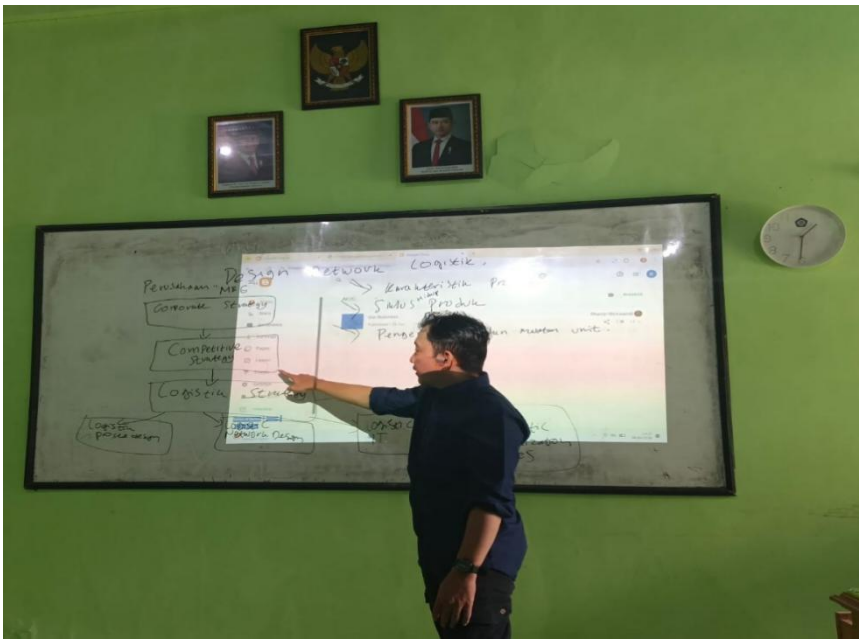
Kegiatan pelatihan pembuatan blog usaha logistik dilaksanakan di ruang kelas STIE Wikara pada hari Selasa, 28 April 2026. Peserta kegiatan merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen semester 6 dengan jumlah kurang lebih 30 orang. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis untuk memastikan ketercapaian tujuan pelatihan, yang meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:



Gambar 2. **Pelatihan Blog Logistik 28 April 2026**

Hasil dan Pembahasan

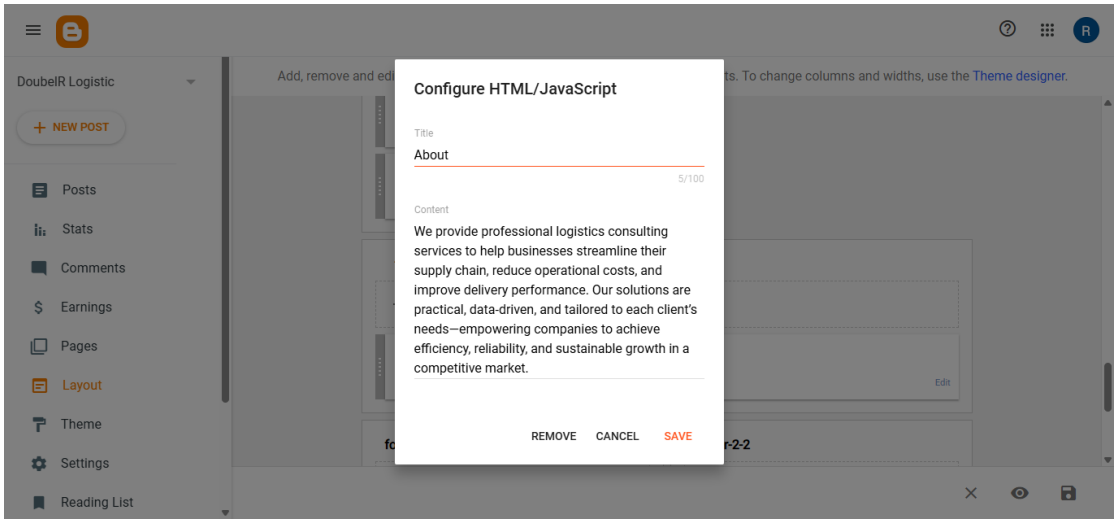
Efektivitas metode pelatihan berbasis praktik langsung dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap konsep *digital marketing* dan implementasinya dalam pengembangan usaha berbasis logistik.



Gambar 3. **Kerangka pemasaran digital untuk Logistik**

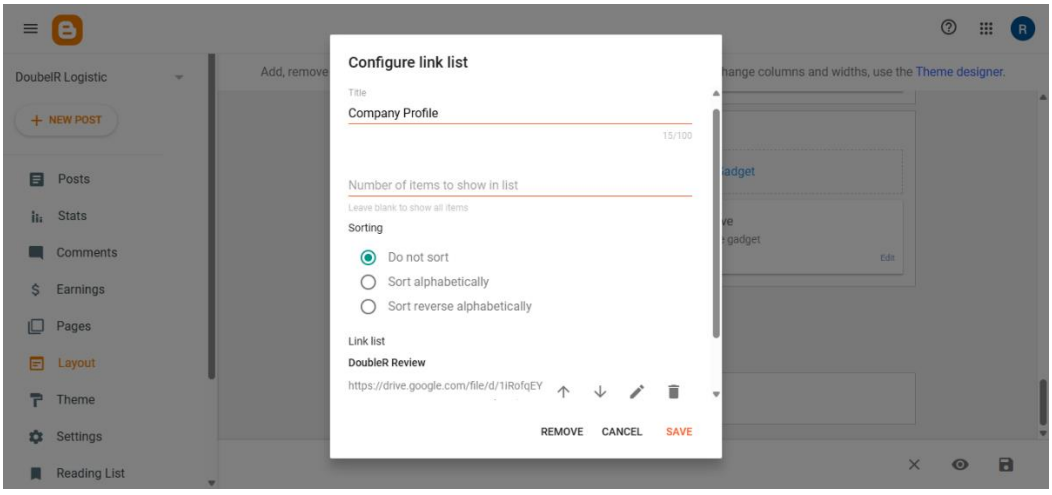
Penentuan tema dan isi dalam *layout* serta pengaturan media pada postingan blog merupakan langkah penting dalam membangun tampilan yang menarik dan informatif. Tema blog sebaiknya disesuaikan dengan tujuan utama, yaitu sebagai media promosi usaha logistik, sehingga pemilihan warna, *font*, dan struktur halaman perlu mencerminkan kesan profesional, sederhana, dan mudah diakses. Isi konten dalam setiap postingan perlu disusun secara sistematis, dimulai dari judul yang menarik, pendahuluan singkat, pembahasan utama, hingga penutup yang informatif. Pada bagian *layout*, pengguna dapat mengatur menu navigasi, *sidebar*,

serta *widget* pendukung seperti profil usaha dan kontak untuk memudahkan interaksi dengan pengunjung. Selain itu, penyisipan media seperti video dan tautan (*link*) dilakukan melalui fitur "insert" pada editor blog, dengan cara menyalin *URL video* dari *platform* seperti YouTube, kemudian menempelkannya pada bagian konten agar dapat langsung diputar. Penggunaan *hyperlink* juga dapat ditambahkan untuk mengarahkan pembaca ke halaman lain yang relevan, sehingga blog tidak hanya informatif tetapi juga interaktif dan mendukung strategi pemasaran digital secara efektif.



Gambar 4. ***Edit* sederhana atau *Coding* untuk tampilan di Web/blog**

Sebelum memutuskan membuat *website* profesional dengan hosting berbayar, alangkah baiknya memulai dari *platform* blog gratis sebagai sarana belajar dasar-dasar pengelolaan *website*. Melalui blog, pengguna dapat memahami konsep penting seperti pembuatan halaman, pengaturan layout, penulisan konten, hingga optimasi tampilan tanpa harus mengeluarkan biaya. Proses ini membantu membangun keterampilan teknis sekaligus menguji ide bisnis atau konten yang akan dikembangkan. Dengan pengalaman tersebut, pengguna akan lebih siap dalam menentukan kebutuhan *website* berbayar, baik dari segi desain, fitur, maupun strategi pengelolaan, sehingga investasi yang dilakukan menjadi lebih efektif dan terarah.



Gambar 5. **Cara men*link*-kan video *dari g-drive* di dalam pengaturan blogspot**

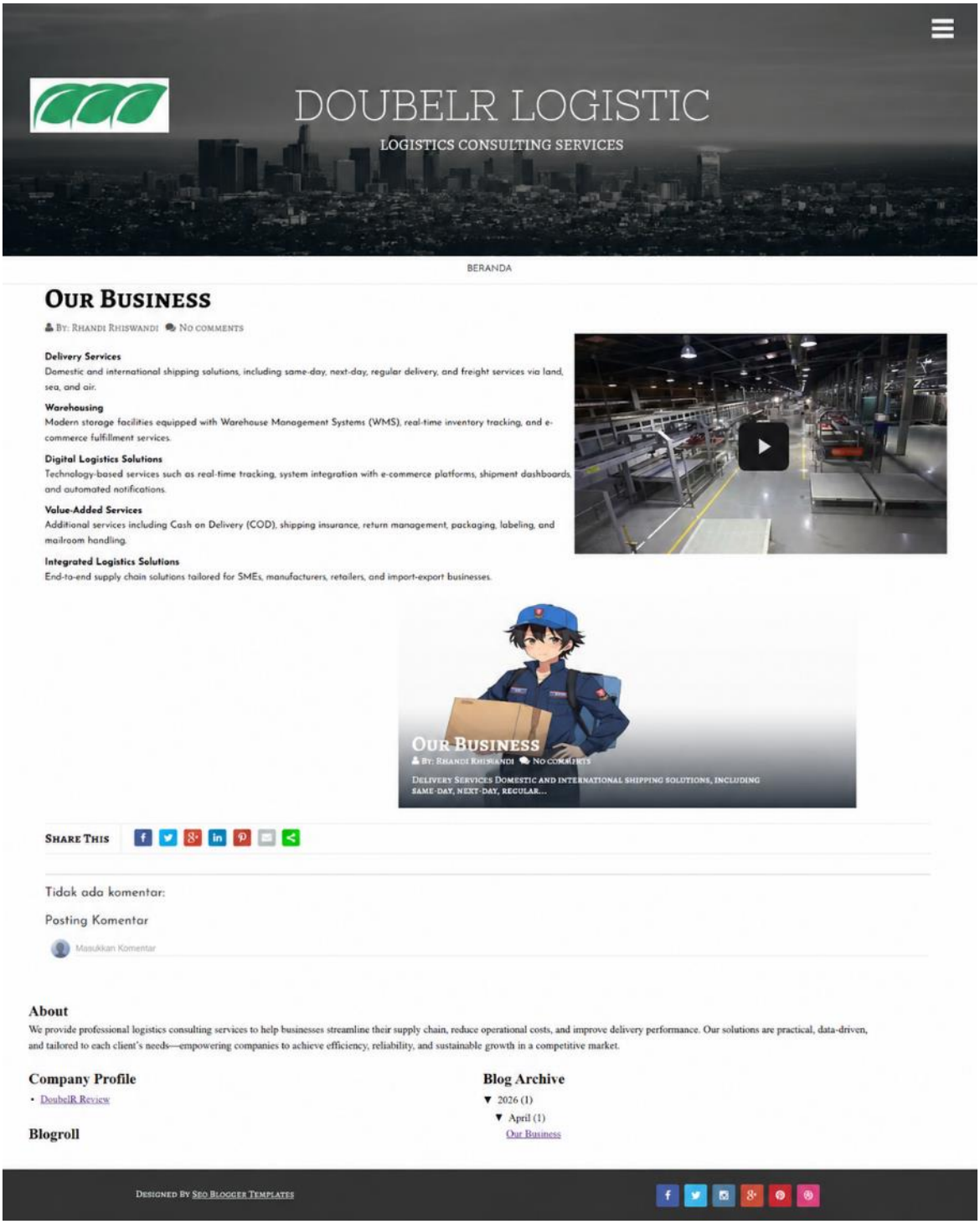
Kegiatan pelatihan pembuatan blog usaha logistik menunjukkan bahwa penerapan metode *hands-on training* atau praktik langsung merupakan pendekatan yang efektif dalam

meningkatkan pemahaman konseptual dan keterampilan teknis mahasiswa, khususnya dalam mengintegrasikan pengetahuan logistik dengan pemanfaatan teknologi digital, yang sejalan dengan temuan bahwa pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan kesiapan kerja secara signifikan (Nabi et al., 2017; Neck et al., 2018).

Kegiatan yang diikuti oleh sekitar 30 mahasiswa semester 6 Program Studi Manajemen ini memperlihatkan tingkat partisipasi dan antusiasme yang tinggi, yang tercermin dari kemampuan peserta dalam mengikuti seluruh tahapan pelatihan secara sistematis, mulai dari pembuatan akun blog, pengaturan tampilan, hingga publikasi konten usaha logistik, sehingga secara tidak langsung memperkuat pemahaman mereka terhadap keterkaitan antara *logistics network design* dan strategi komunikasi digital dalam konteks bisnis modern, di mana integrasi teknologi dan logistik menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi serta daya saing (Ivanov et al., 2019; Dolgui et al., 2020); selain itu, pelatihan ini juga berhasil meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya blog sebagai media promosi digital yang murah, fleksibel, dan mudah diakses, yang sejalan dengan konsep *digital marketing* yang menekankan pemanfaatan konten sebagai sarana membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan nilai bisnis (Kannan, 2017; Holliman & Rowley, 2019); dari sisi luaran, sebagian besar peserta telah mampu menghasilkan blog usaha logistik sederhana yang dapat digunakan sebagai sarana pengenalan layanan, meskipun masih ditemukan beberapa kendala teknis seperti keterbatasan dalam desain visual dan pengelolaan konten, yang menunjukkan bahwa tingkat penguasaan teknologi masih berada pada tahap awal dan memerlukan penguatan lanjutan; kondisi ini juga relevan dengan temuan bahwa transformasi digital dalam logistik memerlukan proses pembelajaran berkelanjutan serta peningkatan literasi teknologi agar dapat memberikan dampak optimal terhadap kinerja bisnis (Queiroz et al., 2020; Dubey et al., 2021; Bag et al., 2021).

Oleh karena itu, diperlukan adanya pendampingan lanjutan yang terstruktur guna mengembangkan kualitas blog baik dari aspek estetika, strategi konten, maupun integrasi dengan sistem informasi logistik; secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa serta menumbuhkan minat kewirausahaan berbasis teknologi di bidang logistik, sekaligus menjadi langkah awal dalam membangun kompetensi adaptif yang relevan dengan kebutuhan industri logistik di era digital yang semakin kompleks dan kompetitif.

Sebagai penutup dari pembahasan kegiatan, pelatihan pembuatan blog usaha logistik ini memberikan gambaran nyata bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi langkah awal yang strategis dalam mengembangkan potensi kewirausahaan mahasiswa. Selama proses pelatihan, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman praktis dalam merancang, membuat, dan mengelola blog sebagai media promosi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan efektivitas transfer pengetahuan serta keterampilan secara langsung. Selain itu, antusiasme peserta menjadi indikator bahwa kebutuhan akan literasi digital semakin penting di kalangan mahasiswa. Ke depan, kegiatan serupa diharapkan dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih mendalam, seperti optimasi SEO, pengelolaan konten, dan integrasi dengan media sosial. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya mampu membuat blog, tetapi juga dapat mengembangkannya menjadi media bisnis yang produktif, inovatif, dan berdaya saing dalam menghadapi tantangan era digital.



Gambar 6. **Hasil pelatihan dan Pembuatan blog bersama dapat di Akses https://rhandirhiswandi.blogspot.com**

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan pembuatan blog usaha logistik bagi mahasiswa semester 6 STIE Wikara menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi usaha. Melalui metode praktik langsung (*hands-on training*), mahasiswa mampu mengikuti setiap tahapan pelatihan dengan baik, mulai dari pembuatan akun hingga publikasi konten, sehingga sebagian besar peserta berhasil membuat blog sederhana secara mandiri. Selain itu, pelatihan ini juga

mendorong peningkatan literasi digital serta menumbuhkan minat kewirausahaan mahasiswa, khususnya dalam bidang logistik berbasis teknologi. Meskipun demikian, masih diperlukan pendampingan lanjutan agar kemampuan mahasiswa dalam mengelola dan mengembangkan konten blog dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

Saran

Pihak kampus disarankan untuk terus mengembangkan program pelatihan berbasis digital, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan teknologi informasi, sebagai upaya meningkatkan kompetensi mahasiswa yang relevan dengan kebutuhan industri. Kampus juga perlu menyediakan fasilitas pendukung yang memadai, seperti akses internet stabil, laboratorium komputer, serta pendampingan berkelanjutan agar hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara optimal. Selain itu, integrasi materi *digital marketing* dan pengelolaan *website* ke dalam kurikulum pembelajaran dapat menjadi langkah strategis dalam membekali mahasiswa sejak dini.

Bagi mahasiswa, diharapkan dapat terus mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh dari pelatihan dengan cara aktif mengelola dan memperbarui konten blog secara konsisten. Mahasiswa juga perlu meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam menyajikan informasi serta memanfaatkan blog sebagai sarana membangun usaha mandiri, khususnya di bidang logistik berbasis digital.

Referensi

Buku

Suarna, Indri Ferdiani, dkk. (2022). Manajemen Logistik. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, pp. 1–203.

Jurnal

Bag, S., Gupta, S., Kumar, A., & Sivarajah, U. (2021). Role of technological dimensions of green supply chain management practices on firm performance. Journal of Enterprise Information Management, 34(1), 1–27. https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2020-0010

Dolgui, A., Ivanov, D., & Sokolov, B. (2020). Reconfigurable supply chain: The X-network. International Journal of Production Research, 58(13), 4138–4163. https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1775410

Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S. J., Blome, C., & Papadopoulos, T. (2021). Big data analytics capability in supply chain agility: The moderating effect of organizational flexibility. Management Decision, 59(6), 1349–1368. https://doi.org/10.1108/MD-01-2020-0049

Holliman, G., & Rowley, J. (2019). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. Journal of Research in Interactive Marketing, 13(2), 163–181. https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0023

Ivanov, D., Dolgui, A., & Sokolov, B. (2019). The impact of digital technology and Industry 4.0 on the ripple effect and supply chain risk analytics. International Journal of Production Research, 57(3), 829–846. https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1488086

Kannan, P. K. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 34(1), 22–45. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006

Melkonyan, A., Gruchmann, T., & Lohmar, F. (2020). Sustainability assessment of last-mile logistics and distribution strategies: The case of local food networks. International Journal of Logistics Research and Applications, 23(6), 593–612. https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1726305

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. Academy of Management Learning & Education, 16(2), 277–299. https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026

Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2018). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. Journal of Small Business Management, 56(1), 3–10. https://doi.org/10.1111/jsbm.12380

Queiroz, M. M., Fosso Wamba, S., Machado, M. C., & Telles, R. (2020). Smart production systems drivers for business process management improvement: An integrative framework. Business Process Management Journal, 26(5), 1075–1092. https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2019-0139

Wang, Y., Hong, A., Li, X., & Gao, J. (2021). Marketing innovations during a global crisis: A study of China firms' response to COVID-19. Journal of Business Research, 116, 214–220. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.029