

---

**PELATIHAN *ENTERPRENEURSHIP* DAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI UPAYA MENCETAK WIRAUSAHAWAN MUDA DI TENGAH PANDEMI COVID 19**

**Sugandha<sup>1</sup>, Toni Yoyo<sup>2</sup>, Muhamad Husni Mubarok<sup>3</sup>, FX. Pudjo Wibowo<sup>4</sup>, Berlin Silaban<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Buddhi Dharma; email: suganda.suganda@ubd.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Buddhi Dharma; email: toni.yoyo1128@gmail.com

<sup>3</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; email: muhamad.husni.mubarok@dsn.uhharajaya.ac.id

<sup>4</sup>Universitas Buddhi Dharma; email: fx.wibowo@ubd.ac.id

<sup>5</sup>Universitas Buddhi Dharma; email: berlinsilaban27@gmail.com

**Abstract**

*The intensity of job seekers in Tangerang always increases every year. The labor-intensive industrial sector spread across Tangerang has always been a mainstay in absorbing young workers from various regions in Banten Province. However, the prolonged COVID-19 pandemic has resulted in the labor-intensive industrial sector reducing its workforce due to increasingly uncertain economic conditions. The dwindling job vacancies have led to a fairly chronic unemployment rate.*

*To raise people's enthusiasm to survive in pandemics while it's also part of supporting government programs to create quality and talented young entrepreneurs, the team of lecturers from Buddhi Dharma University and Bhayangkara University, collaborated to create entrepreneurship training and digital marketing for young entrepreneurs in Kotabumi, Pasar Kemis, Tangerang district.*

*This training is intended for the participants to understand the concept of entrepreneurship, and digital marketing strategies. This training program is expected to open insight to new business actors in managing their start-up businesses, both in terms of marketing management in the digital realm.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Digital Marketing, Branding*

**Abstrak**

Intensitas pencari kerja di Kabupaten Tangerang selalu meningkat setiap tahunnya. Sektor industri padat karya yang tersebar di Kabupaten Tangerang selalu menjadi andalan dalam menyerap tenaga kerja muda dari berbagai daerah di Povinsi Banten. Namun Pandemi Covid 19 yang berkepanjangan mengakibatkan sektor industri padat karya mengurangi tenaga kerjanya karena kondisi ekonomi yang semakin hari tak menentu. Lowongan pekerjaan yang semakin menipis menyebabkan tingkat pengangguran yang cukup kronis.

Dalam upaya membangkitkan semangat hidup masyarakat di tengah pandemi sekaligus mendukung program pemerintah untuk mewujudkan wirausahawan muda yang berkualitas dan berbakat, maka tim dosen Universitas Buddhi Dharma dan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berkolaborasi membentuk kegiatan berupa pelatihan *enterpreneurship* dan *digital marketing* bagi wirausahawan muda di kelurahan kotabumi pasar kemis kabupaten Tangerang.

Pelatihan ini ditujukan agar para peserta memahami konsep wirausaha, dan strategi pemasaran digital. Program pelatihan ini diharapkan dapat membuka wawasan kepada para pelaku usaha baru dalam mengelola usaha rintisananya baik dalam hal pengelolaan pemasaran di ranah digital.

**Kata Kunci:** *Kewirausahaan, Pemasaran Digital, Branding*

**PENDAHULUAN**

Pertambahan jumlah angkatan kerja di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat tiap tahunnya. Perguruan tinggi banyak menghasilkan sarjana yang siap pakai namun di sisi lain banyak perusahaan mengurangi tenaga kerja karena kondisi ekonomi yang semakin hari tidak menentu. Ironisnya, kondisi ini tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah lapangan kerja. Ketidakseimbangan tersebut menyebabkan permasalahan pengangguran yang cukup kronis. Industri padat karya yang dahulu menjadi primadona dan berperan dalam meminimalisir pengangguran, malah menambah deretan panjang lulusan terampil tidak terpakai.

Masalah penganguran ini, oleh pemerintah telah dicanangkan dengan merencanakan gerakan kewirausahaan untuk membuka dan menciptakan lapangan kerja sendiri sebagai usaha untuk menanggulangi penganguran tersebut dan untuk menguatkan hal ini yaitu dengan cara memasukkan kedalam kurikulum pembelajaran menjadi hal yang tidak efektif karena penjabarannya hanya bersifat teori saja tanpa diikuti langkah yang nyata. Penjabaran secara teori perlu diarahkan ke arah yang nyata yang perlu dilakukan dengan segera.

Wiraswasta merupakan peluang kelompok kreatif entrepreneur Indonesia untuk mengangkat bangsa Indonesia dari lembah kemiskinan (Sumahamijaya, 1980). Menciptakan insan yang betul-betul tangguh dalam berwirausaha merupakan penjabaran teori berwirausaha dan pelaksanaan secara praktek yang memerlukan suatu penguatan. Dalam penjabaran tersebut diperlukan pemberian contoh yang nyata, diperlukan pemotivasian bagi calon pelaku usaha untuk memulai usaha baru dalam membuka lapangan kerja baru. Sasaran utama dalam pemberian motivasi tersebut adalah generasi muda yang mempunyai potensi dalam memulai usaha baru dan mengembangkan dimasa yang akan datang sehingga diharapkan dapat menciptakan dan membuka lapangan kerja baru.

Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki mental kuat, berani mengambil resiko untuk membuka usaha dan menciptakan lapangan kerja dalam berbagai kesempatan. Ia juga memiliki visi terbuka dan selalu mencari, memanfaatkan dan melihat celah-celah peluang usaha yang dapat memberi keuntungan. Dapat dikatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berfikir kreatif dan inovatif (Suryana, 2003)

Penumbuhan jiwa wirausaha dapat memberikan manfaat yang sangat besar baik berupa manfaat finansial dan non finansial. Manfaat finansial dapat berupa kemandirian, ide, gagasan, dan keberanian untuk membuka lapangan pekerjaan sementara manfaat non finansial adalah pertumbuhan mental untuk berjiwa mandiri dan semangat pantang menyerah dalam menghadapi permasalahan hidup. Saat ini potensi kewirausahaan untuk kalangan pemuda sangat besar. Potensi kewirausahaan menurut di Indonesia hanya butuh 2% dari jumlah penduduk untuk meningkatkan daya beli masyarakat dan menciptakan kesejahteraan (Frinces, 2011). Generasi muda mempunyai pola pikir yang lebih kritis, kreatif dan berinovasi, sehingga dapat menumbuhkan pemikiran bisnis yang inovatif serta cepat berkembang. Menurut Pearce II *entrepreneur* yang dianggap berhasil adalah seseorang yang memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

1. Komitmen dan Determinasi
2. Dorongan atau rangsangan kuat untuk mencapai prestasi.
3. Orientasi kearah peluang-peluang serta tujuan-tujuan.
4. Lokus pengendalian internal.
5. Toleransi terhadap ambiguitas.
6. Keterampilan dalam hal menerima resiko yang diperhitungkan.
7. Kurang dirasakan kebutuhan akan status dan kekuasaan.
8. Kemampuan untuk memecahkan masalah.
9. Kemampuan tinggi untuk mendapatkan

Karakteristik kewirausahaan sebagai salah satu faktor maju dan suksesnya suatu wirausaha. Ia mendeskripsikan karakteristik kewirausahaan dengan percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilan dan berorientasi ke masa depan (Meredith, 2012).

Berdasarkan penjelasan diatas maka kami menyimpulkan bahwa diperlukan sekali pelatihan mengenai kewirausahaan dalam dalam bidang marketing digital dan strategi-strategi

yang dihadapi khususnya untuk generasi muda generasi masa depan yang mempunyai semangat jiwa mandiri, pantang menyerah harus memiliki kemampuan ide-ide dan gagasan-gagasan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan, melihat celah pasar dan menciptakan berbagai macam pekerjaan. serta mempunyai pemikiran yang kreatif untuk memulai suatu usaha dan pelatihan ini juga dimaksudkan untuk memperkuat sikap mental wirausaha bagi pelaku usaha yang baru

### **METODE**

Dalam menunjang pelaksanaan pengabdian, maka digunakan metode dan waktu yang mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut. Berdasarkan hasil diskusi dan pengamatan dilapangan maka apa yang diuraikan pada latar belakang melahirkan tema pengabdian kepada masyarakat yakni pelatihan *entrepreneur* dan *digital marketing* sebagai upaya mencetak wirausahaan muda di tengah pandemi covid 19. Adapun untuk pelaksanaan yang digunakan adalah metode partisipatori, yaitu dengan mengajak peserta terlibat dalam materi kewirausahaan dengan cara mereka harus aktif bertanya dan pemberi materi harus sabar untuk bisa menjawab setiap bentuk pertanyaan yang dipertanyakan oleh peserta, sehingga diharapkan adanya suatu timbal balik antara peserta dengan pemberi materi.

### **Sasaran**

Kelurahan Kotabumi, Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang adalah wilayah yang dekat dengan pasar dan toko-toko yang banyak tersebar dan penduduk yang ramai, sehingga peluang untuk membuka usaha sangat terbuka dengan lebar. Adapun sasaran dari pengabdian masyarakat ini adalah pemuda pemudi yang ditengah pandemi ini merasa prihatin dengan menurunnya pendapatan dari orang tuanya, menuntut pemua pemudi untuk membantu pendapatan prang tuanya dengan cara membuka suatu usaha.

### **Lokasi Kegiatan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di aula Guna Sambhara kelurahan kota bumi Kecamatan pasar kemis Kabupaten Tangerang, dimana tempat ini seringkali dijadikan sebagai tempat diselenggarakannya berbagai kegiatan sosial bagi masyarakat, pengabdian masyarakat dihadiri sebanyak 25 orang pemuda pemudi.

### **Rancangan Evaluasi**

Kegiatan ini difokuskan pada pengembangan kemampuan para pemuda untuk mengelola usaha serta memasarkannya dengan strategi marketing digital. Pelatihan ini berbasis teori dan praktik dengan memperhatikan aspek demografis dan daya beli masyarakat di wilayah Kotabumi dan sekitarnya. Adapun materi yang telah direncanakan adalah sebagai berikut:

No	Materi	Pemateri	Metode Pelatihan
1	Kewirausahaan di Era Milenial	Sugandha dan FX. Pudjo	Presentasi dan Diskusi
2	Strategi Pemasaran Digital ( <i>E-Marketing</i> )	Berlin Silaban dan Toni Yoyo	Praktik dan Simulasi
3	<i>Branding dan Image</i>	Muhamad Husni Mubarak	Presentasi dan Diskusi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemuda pemudi di Kelurahan Kotabumi, Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang merupakan partisipan yang dituju dalam kegiatan ini. Pemuda pemudi adalah sosok yang diharapkan dapat membantu perekonomian keluarga ditengah masalah yang dihadapi sekarang yaitu pandemi yang membuat sebagian besar pendapatan seseorang menjadi berkurang. Mereka sangat memahami kondisi ini, oleh karenanya mereka berusaha keluar dari permasalahan yang terjadi dan berusaha menjadi wirausaha agar dapat membantu perekonomian keluarga.

Kegiatan pelatihan ini mengajarkan bagaimana kiat-kiat khusus untuk membuka suatu usaha baru diengah pandemi seperti ini dan bagaimana memasarkan produk yang dibuat melalui digital marketing. Banyak sekali yang didapatkan dari penerapan digital marketing antara lain dalam bidang pemasaran yaitu dengan penjualan secara konvensional bisa diarahkan ke jaringan digital, dengan menggunakan pemasaran secara online atau media sosial banyak sekali keuntungan yang didapat yaitu dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. media online dapat digunakan sebagai sarana promosi seperti twitter, face book, whats shop, sehingga secara otomatis volume penjualan akan meningkatkann keuntungan usaha yang akan diperoleh. Untuk dapat meningkatkan segmen pasar diperlukan suatu inovasi dan ide kreatif seperti kemasan produk dan packaging produk yang menarik konsumen dan hal ini juga harus didukung pengelolaan manajemen dalam usaha dan tenaga kerja yang terampil dan profesional untuk kelangsungan usaha menjadi semakin baik dan berkembang

Dengan adanya motivasi ini para peserta kembali terdorong untuk berani memulai (atau melanjutkan) untuk berwirausaha. Rasa pesimis yang awalnya melanda para peserta dalam menghadapi situasi pandemi, telah hilang berkat adanya pemberian motivasi ini. Pada dasarnya para peserta sudah menyadari bahwa salah satu kesempatan untuk bekerja dalam masa saat ini adalah dengan bekerja sendiri, mandiri, yaitu berwirausaha. Kecil kemungkinan bagi mereka bila berharap hanya mendapatkan pekerjaan dari perusahaan yang diinginkan terlebih dengan banyaknya perusahaan yang menutup gerai, menyatakan pailit, maupun banyak melakukan PHK karyawan. Keadaan ini sedikit banyak berdampak pada turunnya rasa percaya diri untuk berwirausaha. Walaupun ada dorongan dari dalam diri mereka tetapi itupun masih dirasa kurang, sehingga masih perlu motivasi dari luar. Tambahan motivasi tersebut mampu mengikis keraguan dan membuat mereka lebih termotivasi untuk berwirausaha, hal ini nampak pada antusiasme mereka saat membuat diberikan sesi tanya jawab. Selain menekankan seorang Wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko dalam membuka usaha dan didalam pikirannya selalu tertanam berusaha mencari, memanfaatkan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan.

Strategi marketing yang banyak digunakan dalam kondisi seperti pandemi saat ini adalah *E-Marketing*. Ada banyak faktor yang perlu digali bilamana ingin menggunakan strategi ini, seperti persepsi masyarakat, tingkat kepercayaan masyarakat, keterjangkauan dari *E-Marketing* akan mempengaruhi keberhasilannya. Literasi akan sisi positif sekaligus negatif dari *E-Marketing* ini dapat membuka dan menambah wawasan bagi peserta agar lebih siap menggunakan strategi pemasaran ini. Para mahasiswa yang menjadi peserta termasuk kedalam generasi milenial, mereka tidak asing dengan penggunaan internet, media sosial, bahkan pemasaran online walaupun baru sebatas sebagai konsumen maupun juga melakukannya dalam lingkup yang terbatas. Adanya *review* materi *E-Marketing* memuat mereka lebih antusias akan dapat menggunakannya sebagai salah satu alternatif strategi pemasaran yang cocok di masa pendemi. Beberapa pemasaran secara online, diharapkan dapat menggunakan secara optimal pemasaran produknya melalui beberapa media seperti; Facebook, Youtube, Instagram, WA group. Disampaikan juga pentingnya mengelola tampilan produk dan jasa UMKM untuk dapat dishare dengan baik ke Publik.

**Materi Kegiatan**

Pada pembukaan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan sambutan Ketua Pemuda Pemudi kelurahan Kotabumi yaitu saudara Mahardhika, ia menjelaskan bahwa di daerah ini masih banyak peluang untuk membuka beragam usaha mengingat jumlah warga yang semakin bertambah setiap tahunnya. Untuk itu, Mahardhika meminta bantuan kepada tim pengabdian masyarakat untuk memberikan materi mengenai kewirausahaan agar pemuda pemudi yang berada di daerah ini memiliki semangat untuk membina mereka untuk menjadi pengusaha agar bisa membantu perekonomian keluarga.

Selama proses kegiatan berlangsung, penyampain materi dilakukan secara tatap muka dengan menjalankan protokol kesehatan yang ketat dengan menjaga jarak aman 1-2 meter. Adapun sesi pertama di isi oleh Suganda dan FX. Pudjo yang menjelaskan tantangan menjadi seorang wirausaha di era milenial. Tantangan yang tidak kalah besar adalah semangat dalam menghadapi pandemi Covid 19. Seorang pengusaha yang hebat melihat masalah ini dapat berbuah peluang jika kita melihatnya dari sisi lain.

Pada sesi selanjutnya Berlin Silaban dan Toni Yoyo menjelaskan serta melakukan simulasi kecil dalam menjalankan strategi pemasaran digital, bagaimana kita memasarkan produk yang kita miliki ditengan situasi pandemi seperti ini, bagaimana memasarkan melalui online, masalah apa saja yang ada dalam marketing digital dan kelebihan menggunakan media online.

Kegiatan selanjutnya adalah pemahaman *branding* atau merk dagang. Masih banyak pengusaha yang tidak memahami pentingnya merk dagang, padahal sebuah produk dan merk saling terkait satu sama lain. Sebuah merk juga terasosiasi dengan *image* prodauk dan bentuk usaha. Hal ini memunculkan istilah *brand awareness* atau kecenderungan masyarakat terhadap sebuah merk yang sudah sangat melekat. Apabila *brand* sudah dipercaya, masyarakat akan terus membeli produk yang kita pasarkan.

Pelatihan ini ditutup dengan diskusi dan tanya jawab yang menitikberatkan pada persoalan dalam menjalankan suatu usaha sab bagaimana cara untuk mencari solusi terhadap permasalahan tersebut.

**Tabel 1. Jadwal dan Materi Kegiatan**

**Pertemuan 1 : Kewirausahaan di Era milenial**



**Gambar 1. Pertemuan pertama**

Aktifitas	- Kegiatan dilakukan dengan pemberian materi mengenai kewirausahaan di era milenial - Peralatan dengan menggunakan power point - Menjelaskan bagaimana menjadi seorang wirausahaan yang sukses
Tujuan	- Menjelaskan kepada pemuda pemudi keunggulan menjadi seorang wirausaha - Menjelaskan pendapatan yang didapat bila menjadi seorang wirausahaan yang sukses
Pelaksanaan dengan	- Offline (Pertemuan di lokasi)

**Pertemuan 2 : Strategi Pemasaran Digital (E-Marketing)**



**Gambar 2. Pertemuan Kedua**

Aktifitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kegiatan dilakukan dengan pemberian materi strategi pemasaran digital</li> <li>- peralatan dengan menggunakan power point</li> <li>- menjelaskan startegi yang digunakan khususnya pemasaran digital</li> <li>- menjelaskan bagaimana memsarkan produk melauli media online</li> </ul>
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agar pemuda pemudi paham bila memasarkan produk yang dimiliki</li> <li>- Untuk meminimalkan biaya pemasaran bisa dilakukan melalui</li> </ul>
Pelaksanaan dilakukan dengan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online (Webinar)</li> <li>- Offline (Pertemuan di lokasi)</li> </ul>

**Pertemuan 3: Branding dan Image**



**Gambar 3. Pertemuan Ketiga**

Aktifitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengenalkan pentingnya <i>brand</i></li> <li>- Menemukan <i>brand</i> yang tepat untuk produk usaha</li> <li>- Mengelola citra suatu produk</li> </ul>
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peserta memahami bahwa <i>brand</i> memiliki dampak psikologis yang kuat dalam suatu produk</li> <li>- Peserta mampu mengasosiasikan produk dengan sasaran dan tujuan penjualan</li> <li>- Peserta mampu membentuk kesan untuk mendirikan bisnis yang kuat dan tahan lama</li> </ul>
Pelaksanaan dilakukan dengan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offline (Pertemuan di lokasi)</li> </ul>

**Evaluasi Kegiatan**

**Tabel 2. Evaluasi Kegiatan**

Pertemuan/Materi	Kesulitan yang dihadapi	Indikator Kesuksesan	Keterangan
Pertama (Kewirausahaan di era milenial)  Metode: Diskusi dan Presentasi	Pemuda pemudi masih ragu untuk memulai suatu usaha dan tidak siap apabila usaha yang dibangun mengalami suatu masalah	70%	Pertemuan pertama ini baru dihadiri 80 % dari total peserta yang diundang. Meski demikian, pelaksanaan pelatihan tetap berjalan. - Menambah pengetahuan kepada pemuda pemudi mengenai cara menjadi seorang wirausahaan.
Kedua (Strategi pemasaran digital)  Metode: Praktik dan Simulasi	Pemuda pemudi masih belum menyadari pentingnya menggunakan media online dalam memasarkan produk	80%	- Pemuda pemudi sangat antusias memahami berbagai strategi dalam pemasaran - Mereka memahami begitu mudahnya menggunakan media online
Keempat (Branding dan Image)  Metode: Diskusi dan Presentasi	Pemuda pemudi kesulitan membentuk nama dari bisnis atau usaha yang akan mereka rintis	80 %	- Para peserta antusias dengan materi ini, karena selama ini mereka apatis terhadap merk dan ternyata hal tersebut penting untuk membuat dagangan lebih laku -

**KESIMPULAN**

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan, orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan, dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan peluang usaha yang dapat memberi keuntungan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Suatu keberhasilan atau kegagalan berwirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadian seseorang.

Menjalankan suatu usaha bukanlah hal mudah seperti membalikan telapak tangan, karena setiap usaha yang dijalankan akan menemui suatu tantangan dan resiko yang sudah pasti ditemukan, tetapi dengan semangat untuk menjadi usaha yang sukses dan memahami setiap resiko yang dihadapi dengan bersyukur dan berdoa maka hal ini akan dengan mudah terlewati.

**REFERENSI**

Frinces, Z.Heflin. (2011). *Be An Entrepreneur (Jadilah Seorang Wirausaha ) Kajian Strategis Pengembangan Kewirausahaan*. Yogyakarta; Graha Ilmu

Meredith, Geoffrey G., et Al (2000). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Pustaka Binaman

Meredith, Geoffrey (2002). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: PPM

Suparman Sumahamijaya (1980) *Membina Sikap Mental Wiraswasta*. Jakarta: Gunung Jati

Suryana (2003). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta, Salemba Empat.

Winardi, J. 2008. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana