

## Motivasi Belajar untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha dengan Memanfaatkan Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis

Saida Zainurossalamia Z.A<sup>1</sup>, Nadiya Rizky Apriyani<sup>2</sup>, Sherina Elvira Nur Ramadhani<sup>3</sup>, Vazha Tania Soraya Vauza<sup>4</sup>, Salma Nabila<sup>5</sup>, Andre<sup>6</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5, 6</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

<sup>1</sup>saida.zainurossalamia.za@feb.unmul.ac.id, <sup>2</sup>nadiyarizky341@gmail.com, <sup>3</sup>sherinaelvira30@gmail.com,

<sup>4</sup>vazhatsv2412@gmail.com, <sup>5</sup>nabilap53@gmail.com, <sup>6</sup>andrexa6@gmail.com

### Abstract

*The challenge to create entrepreneurs from a young age is one of the efforts to respond to changes in national economic conditions during the covid 19 pandemic. Interest in entrepreneurship can grow by seeing someone who is successful in entrepreneurship so that it creates an interest in oneself to do a business, one of which is by utilizing digital marketing. Digital marketing is a marketing or promotional activity carried out by a brand or product using digital media and the internet. The purpose of this community service activity is to provide an understanding of learning motivation to foster interest in entrepreneurship by utilizing digital marketing as a business opportunity for students of SMK Negeri 4 Samarinda. The method used is socialization and discussion. The material presented made the students of SMK Negeri 4 Samarinda know how simple it is to start a business or grow an interest in entrepreneurship by using digital marketing.*

*Keywords: entrepreneurship, digital marketing*

### Abstrak

Tantangan untuk menciptakan wirausahawan sejak usia muda merupakan salah satu upaya menjawab perubahan kondisi perekonomian nasional di masa pandemi covid 19. Minat berwirausaha dapat tumbuh dengan melihat seseorang yang sukses dalam berwirausaha sehingga memunculkan ketertarikan terhadap diri sendiri untuk melakukan suatu usaha salah satunya dengan memanfaatkan *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh sebuah brand atau produk dengan menggunakan media digital dan internet. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan pemahaman mengenai motivasi belajar untuk menumbuhkan minat berwirausaha dengan memanfaatkan *digital marketing* sebagai peluang bisnis pada Siswa SMK Negeri 4 Samarinda. Metode yang dilakukan dengan sosialisasi dan diskusi. Materi yang dipaparkan membuat para siswa SMK Negeri 4 Samarinda mengetahui bagaimana cara simple untuk memulai bisnis atau menumbuhkan minat berwirausaha dengan pemanfaatan *digital marketing*.

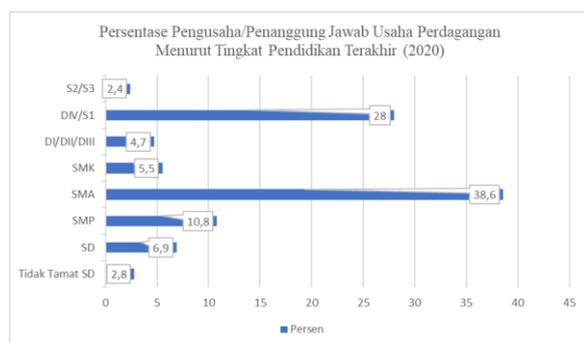
Kata kunci: berwirausaha, digital marketing

© 2022 Jurnal Pustaka Mitra

## 1. Pendahuluan

Menjadi salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia diiringi dengan tingginya laju pertumbuhan penduduk dimana seharusnya menjadi pendorong peningkatan ekonomi justru menjadi beban untuk pembangunan ekonomi. Tingginya laju pertumbuhan penduduk dengan tidak seimbangnya lapangan pekerjaan menyebabkan jumlah pengangguran di Indonesia kian meningkat ditambah dengan pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia termasuk Indonesia [1].

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan februari 2022, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,83 persen dimana turun sebesar 0,43 persen poin dibandingkan dengan bulan februari 2021. Yang mana terdapat 11,53 juta orang 9,53 persen) penduduk usia kerja yang terdampak Covid-19 terdiri dari pengangguran karena Covid-19 (0,96 juta orang). Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena Covid-19 (0,55 juta orang), dan yang tidak bekerja karena Covid-19 (0,58 juta orang) serta penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja keras Covid-19 (9,44 juta orang) [2].



Gambar 1 Persentase Pengusaha atau Penanggung Jawab Usaha Perdagangan Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir (2020)

Pandemi Covid-19 menyebabkan jumlah pekerja informal kian meningkat, salah satunya para anak muda milenial yang memulai membuka usaha dan memilih menjadi wirausaha. Pada tahun 2020, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat terdapat 129.137 unit usaha perdagangan menengah dan besar di Indonesia. Dari jumlah tersebut, mayoritas atau sekitar 39% pemilik usaha merupakan lulusan dari Sekolah Menengah Atas (SMA) dan lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sekitar 5,5% [3].

Salah satu solusi yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi pengangguran di Indonesia ialah dengan menggiatkan program ekonomi kreatif. Dengan adanya ekonomi kreatif diharapkan dapat memunculkan entrepreneur muda dari kalangan milenial yang dapat menciptakan suatu produk lebih inovatif yang akan menjadi sumber penghasilan bagi mereka dan akan memberi dampak terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dari adanya

ekonomi kreatif ini PDB mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2022, perekonomian Indonesia berdasarkan pada besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku triwulan I-2022 mencapai Rp4.513,0 triliun [4].

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa ekonomi kreatif melalui entrepreneur muda memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan perekonomian nasional. Namun, jumlah pengusaha di Indonesia masih jauh lebih relatif sedikit jika dibandingkan dengan pengusaha di negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand [5]. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pengusaha di Indonesia perlu diperkuat melalui para entrepreneur muda untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik.

Kemajuan teknologi semakin berkembang dengan pesat salah satunya ditunjukkan dari penggunaan internet yang semakin meningkat. Hal ini dikarenakan internet yang makin mudah untuk diakses dan layanannya yang semakin baik, biaya yang terjangkau, serta jumlah penggunaan *smartphone* yang makin besar mendorong seluruh lapisan masyarakat berada pada era yang serba digital. Dunia digital pada saat ini menjadi hal yang sangat penting dalam seluruh kegiatan aktivitas manusia salah satunya ialah aktivitas dalam bisnis.

Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih seperti penggunaan internet yang kian meningkat saat ini membawa solusi yang efektif bagi para kalangan milenial untuk memulai usaha karena terdapat kemudahan untuk memasarkan produknya secara luas dengan memanfaatkan digital. Media sosial berkembang menjadi media digital sebagai sarana promosi yang para penggunanya dapat membagikan sebuah gambar, video ataupun konten secara langsung yang dipromosikan oleh pengikutnya [6].

*Digital marketing* ialah alat pemasaran media digital dan sosial melalui situs web, media sosial, aplikasi seluler, iklan, video online, email, dan blog yang melibatkan konsumen dimana dan kapan saja dengan perangkat digital mereka [7]. *Digital marketing* kegiatan komunikasi dapat dilakukan setiap waktu dan memungkinkan calon pelanggan potensial dapat memperoleh semua informasi tentang produk dan melakukan transaksi melalui internet [8].

*Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh sebuah brand atau produk dengan menggunakan media digital dan internet. Konsep dan penerapan *digital marketing* ialah untuk mendongkrak penjualan produk suatu brand dengan memperluas wilayah penjualan serta untuk mempermudah akses para pembeli seperti para pekerja yang memiliki waktu minim dan calon pembeli yang ingin mencari produk berkualitas akan

mendapatkan spesifikasi produk yang ingin dibeli dengan mudah [9].

*Digital marketing* dengan menggunakan internet tidak hanya menguntungkan pemasar, namun juga dengan dilakukannya pemasaran secara digital ini memberikan manfaat yang lebih bagi para calon pembeli karena memudahkan dalam memilih dan mencari informasi yang dibutuhkan terkait dengan produk yang diinginkan. Selain itu, konsumen juga lebih mudah dalam memesan dan membeli produk dari jarak jauh. Hal ini disebabkan kemajuan internet yang semakin pesat untuk menjangkau wilayah yang luas secara potensial dan juga cepat dalam menyalurkan informasi secara universal [10].

Pesatnya penggunaan *digital marketing* saat ini tidak terlepas dari banyaknya penjual yang beralih ke toko online. Para pengguna internet saat ini bahkan lebih memilih transaksi secara online dibandingkan dengan harus berbelanja secara langsung ke toko yang mungkin lebih banyak memakan waktu dan biaya. Perkembangan teknologi saat ini menghasilkan sarana yang kian canggih, sehingga dapat digunakan sebagai media pengembangan bisnis. Salah satu bentuk kombinasi teknologi ialah dalam praktik pemasaran dengan menggunakan *digital marketing* [9].

Dalam upaya melahirkan pengusaha muda untuk meningkatkan jumlah *entrepreneur* muda pada kalangan milenial merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi. Salah satu cara yang dapat dilakukan ialah dengan memberikan tambahan ilmu pengetahuan pada siswa/i SMK untuk memanfaatkan teknologi informasi melalui *digital marketing* dalam rangka mengembangkan minat untuk menjadi *entrepreneur* sejak usia muda.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, kelompok kegiatan ini bermaksud untuk melakukan sosialisasi tentang bagaimana cara memanfaatkan *digital marketing* untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneur* muda kepada siswa/i kelas 11 SMK Negeri 4 Samarinda jurusan Pemasaran dengan tujuan berbagi ilmu pengetahuan dan edukasi. Oleh karena itu, kami sepakat untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Motivasi Belajar untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha dengan Memanfaatkan Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis”.

Tujuan dari dilakukannya pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan ilmu pengetahuan dalam bentuk sosialisasi kepada siswa/i SMK Negeri 4 Samarinda tentang pemanfaatan *digital marketing* sebagai peluang untuk mengembangkan minat untuk berwirausaha dan bagaimana cara terjun ke dalam pasar digital. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan para

siswa/i SMK Negeri 4 Samarinda bisa memanfaatkan dan memaksimalkan potensi untuk memulai berwirausaha dan menumbuhkan jiwa *entrepreneur* muda melalui digital sebagai sarana pemasaran.

## 2. Metode Pengabdian Masyarakat

Dalam kegiatan ini terdapat beberapa tahapan yang akan dilakukan untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sebagai berikut :

### 2.1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan mulai dari mengurus surat pengantar kegiatan PKM, melakukan pertemuan dengan pihak SMK Negeri 4 Samarinda, meminta izin untuk melaksanakan kegiatan PKM, membahas rencana kegiatan sosialisasi, sasaran dan jumlah peserta, serta tempat sosialisasi.

### 2.2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini kegiatan dilakukan sosialisasi dan diskusi dengan tema “Motivasi Belajar untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha dengan Memanfaatkan Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis”. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah metode ceramah dan diskusi. Metode ceramah dan diskusi pada kegiatan ini melalui bentuk sosialisasi tentang bagaimana cara memanfaatkan *digital marketing* untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha.

### 2.3. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi dilakukan dengan mengadakan sesi tanya jawab dengan peserta kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman tentang pemanfaatan *digital marketing* sebagai peluang untuk mengembangkan minat untuk berwirausaha dan bagaimana cara terjun ke dalam pasar digital serta tumbuhnya motivasi belajar berwirausaha bagi siswa/i dengan memanfaatkan *digital marketing*.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Secara garis besar kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan sosialisasi mengenai “Motivasi Belajar untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha dengan Memanfaatkan Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis pada Siswa SMK Negeri 4 Samarinda” berjalan sangat baik hingga keseluruhan acara selesai. Dimulai dari tahap persiapan merancang kegiatan sosialisasi, mempersiapkan kebutuhan pada saat kegiatan sosialisasi, hingga hari pelaksanaan kegiatan sosialisasi semua berjalan dengan lancar.

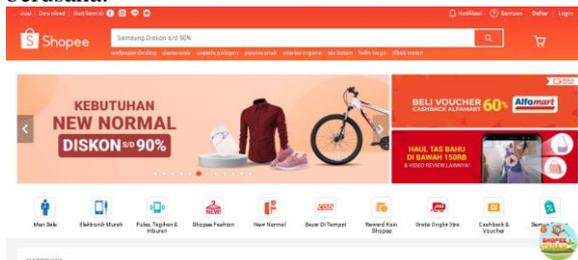
Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Jum'at, 13 Mei 2022 mulai pukul 09.00 WITA hingga pukul 11.00 WITA di gedung Workshop SMK Negeri 4 Samarinda. Peserta dalam kegiatan ini adalah siswa/i

kelas 11 jurusan Pemasaran di SMK Negeri 4 Samarinda. Jumlah peserta yang telah mengikuti kegiatan ini sebanyak 35 orang siswa/i dan dihadiri oleh Waka Kesiswaan serta beberapa guru dari sekolah tersebut. Kegiatan sosialisasi diawali dengan pembukaan oleh anggota kelompok dan sedikit sambutan dari perwakilan pihak SMK Negeri 4 Samarinda. Setelah itu kegiatan sosialisasi dilakukan dengan menyampaikan materi mengenai *digital marketing*.

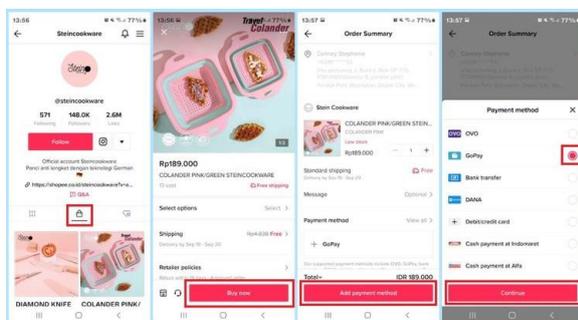


Gambar 2 Peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Adapun materi kegiatan sosialisasi yang disampaikan berisikan tentang pengertian *digital marketing*, pengertian pemasaran dan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Promotion, Place*), penggunaan *platform digital marketing* (seperti Shoppe, Tokopedia, Tiktok shop), memulai usaha dari hal kecil seperti menjualkan produk orang lain, memulai bisnis yang paling penting adalah niat dan berusaha.



Gambar 3 Halaman utama Shoppe



Gambar 4 Tata cara belanja di Tiktok Shop

Selama kegiatan PKM berlangsung, siswa/i jurusan Pemasaran SMK Negeri 4 Samarinda sangat antusias dan aktif dalam diskusi terhadap materi yang disampaikan. Setelah penyampaian materi, sesi tanya jawab berlangsung sangat baik karena para peserta antusias dalam mengajukan beberapa pertanyaan yang menarik serta para peserta saling berbagi pengalamannya mengenai *digital marketing* itu sendiri, seperti pernah mencoba untuk melakukan pemasaran pada Tiktok Shop.



Gambar 5 Foto bersama dengan guru SMK Negeri 4 Samarinda

Setelah mengikuti kegiatan PKM “Motivasi Belajar untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha dengan Memanfaatkan Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis pada Siswa SMK Negeri 4 Samarinda” diharapkan siswa/i mendapat hasil sebagai berikut : (1) Meningkatnya ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman siswa/i mengenai pemanfaatan *digital marketing* sebagai peluang bisnis. (2) Menumbuhkan motivasi siswa/i untuk belajar berwirausaha. (3) Kedepannya siswa/i akan menggunakan *platform digital marketing* sebagai sarana penjualan produk.

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 13 Mei 2022 di Workshop SMK Negeri 4 Samarinda telah selesai dan berjalan dengan baik. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah dan diskusi. Hasil dari kegiatan ini ialah diberikannya pemahaman bagi siswa/i mengenai pentingnya *digital marketing* dalam memasarkan ataupun mempromosikan produk dalam berwirausaha, sehingga nantinya bagi para pelaku usaha dapat menjual produknya tidak hanya di wilayah setempat, tetapi juga dapat mengembangkan usahanya secara lebih luas atau global dengan bantuan media sosial sebagai alat pemasarannya. Penggunaan *digital marketing* di era sekarang seperti ini kami rasa cukup tepat, karena dengan menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan, ini akan memudahkan dalam berwirausaha.

### Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih ditujukan kami sampaikan kepada seluruh pihak yang terlibat untuk membantu dan melancarkan kegiatan ini, kepada Bapak Dr. Irsan Tricahyadinata, M.Si sebagai dosen pengampu mata kuliah Lab. Manajemen, Ibu Dr. Saida Zainurossalamia Z.A, SE., M.Si sebagai dosen pendamping kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, serta pihak SMK Negeri 4 Samarinda khususnya kepada siswa/i kelas 11 Jurusan Pemasaran atas partisipasinya sebagai peserta sosialisasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

### Daftar Rujukan

- [1] N. N. Senet, Putu Dyah Rahadi Yularmi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengangguran di Provinsi Bali," no. 0361, pp. 237–246, 2012.
- [2] Badan Pusat Statistik, "Februari 2022: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,83 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 2,89 juta rupiah per bulan," *www.bps.go.id*, 2022. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1915/februari-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-83-persen.html> (accessed May 27, 2022).
- [3] Databoks, "Pengusaha di Indonesia Paling Banyak Lulusan SMA," *www.databoks.katadata.co.id*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/17/pengusaha-di-indonesia-paling-banyak-lulusan-sma> (accessed May 27, 2022).
- [4] Badan Pusat Statistik, "Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2022," *www.bps.go.id*, 2022. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1912/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-triwulan-i-2022.html> (accessed May 27, 2022).
- [5] D. A. Putra, "Jumlah Wirausaha Indonesia Jauh di Bawah Malaysia dan Thailand," *www.merdeka.com*, 2021. <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-wirausaha-indonesia-jauh-di-bawah-malaysia-dan-thailand.html> (accessed May 27, 2022).
- [6] Najamuddin, "Media Sosial Sebagai Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Wisata Malino Kabupaten Gowa," *J. Sos.*, vol. 9, pp. 155–161, 2022.
- [7] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*. United States: Pearson Education, 2018.
- [8] B. Susanto, A. Hadiano, F. N. Chariri, M. Rochman, M. M. Syaukani, and A. A. Daniswara, "Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Community Empower.*, vol. 6, no. 1, pp. 42–47, 2020, doi: 10.31603/ce.4244.
- [9] A. Noor *et al.*, "Sosialisasi Digital Marketing Melalui Aplikasi Tokopedia Di Karang Taruna Garoeda Moeda Pamulang," *J. Kreat. Mhs. Inform.*, vol. 2, no. 1, pp. 104–106, 2021.
- [10] M. Nurpratama and S. Anwar, "Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu," *J. Investasi*, vol. 6, no. 2, pp. 87–102, 2020.