



Strengthening Digital Marketing for Young Entrepreneurs at Wiraraja Mart, Sumenep Regency

Mohammad Firlie Pranata^{1*}, Norsain²

Universitas Wiraraja

Corresponding Author: Mohammad Firlie Pranata

moh.firlipranata@wiraraja.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Digital Marketing, Operational, Creative, Innovative

Received : 12, September

Revised : 15, October

Accepted: 05, November

©2022 Pranata, Norsain: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The digital era is a challenge and opportunity in doing business, these challenges and opportunities need to be answered with skills that are honed according to developments. Online stores are becoming increasingly popular among many groups, in fact, almost all people who don't have shops in general also sell online. This is because it is considered easy and practical. This development must also be followed by Wiraraja Mart, Sumenep Regency. At an early age and still not taking advantage of sales in the online world due to limited human resources, efforts have been made to find a solution with young entrepreneurs. The young cooperatives consist of wiraraja students and youth youth who lack knowledge and still have no experience selling online. To overcome this, it is necessary to have related training and assistance about becoming a digital marketer. This service program is expected to be the first step in starting an online business at Wiraraja Mart through young cooperatives, they are required to have a creative and innovative mentality.

Penguatan Digital Marketing pada Wirakoperasi Muda di Wiraraja Mart Kabupaten Sumenep

Mohammad Firlie Pranata^{1*}, Norsain²

Universitas Wiraraja

Corresponding Author: Mohammad Firlie Pranata

moh.firlipranata@wiraraja.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Digital Marketing, Wirakoperasi, Kreatif, Inovatif

Received : 12, September

Revised : 15, October

Accepted: 05, November

©2022 Pranata, Norsain: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Era digital menjadi tantangan dan peluang dalam berbisnis, tantangan dan peluang tersebut perlu dijawab dengan kemampuan yang diasah sesuai perkembangan. Toko online menjadi semakin diminati banyak kalangan, bahkan hampir semua masyarakat yang tidak memiliki toko secara umum juga melakukan penjualan online. Hal tersebut karena dianggap mudah dan praktis. Perkembangan tersebut juga harus diikuti Wiraraja Mart Kabupaten Sumenep. Diusianya yang masih dini dan masih belum memanfaatkan penjualan di dunia online karena keterbatasan sumber daya manusia, hal tersebut telah diupayakan mendapatkan solusi dengan adanya para wirakoperasi muda. Para wirakoperasi muda tersebut terdiri dari mahasiswa wiraraja dan pemuda karang taruna yang minim pengetahuan dan masih belum memiliki pengalaman penjualan online. Untuk mengatasi hal tersebut maka diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan terkait tentang menjadi seorang digital marketer. Program pengabdian ini diharapkan dapat menjadi langkah awal memulai usaha online di Wiraraja mart melalui para wirakoperasi muda, mereka dituntut memiliki mental yang kreatif dan inovatif.

PENDAHULUAN

Koperasi menurut UU. No 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian dalam pasal 3 disebutkan bahwa, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang - Undang Dasar 1945.

Universitas Wiraraja pada tahun 1997 telah memiliki koperasi mahasiswa wiraraja, koperasi unjia bertujuan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, baik simpan pinjam maupun kebutuhan pokok seperti, gula, kopi dan lai-lain menyangkut kebutuhan rumah tangga. Kemudian tahun 2021, Koperasi unjia resmikan gedung koperasi bertempat di luar kampus yaitu di Jl. Jokotole no. 9 Desa Gedungan Kecamatan Batuan Kab. Sumenep, gedung tersebut dilantai utama menjadi pusat perbelanjaan dengan nama Wiraraja Mart dan di lantai 2 merupakan kantor administrasi dan ruang pertemuan anggota.

Wiraraja Mart merupakan tempat produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di masyarakat sumenep. Para UMKM memanfaatkan Wiraraja Mart sebagai wadah jualan, Adapun Wirakoperasi muda dalam mensukseskan Wiraraja Mart menjadi sangat penting, mulai dari mahasiswa dan pemuda karangtaruna dalam memasarkan produknya di pasaran, namun untuk saat ini perlunya ide baru dalam melakukan pemasaran produk yang ada di Wiraraja Mart, hal ini menjadi tantangan dan peluang memasarkan produk melalui media sosial yang sangat digrandungi masyarakat saat ini.

Era digital merupakan masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital. Teknologi digital merupakan teknologi menggunakan sistem komputerisasi terhubung internet. Pengguna Internet yaitu penduduk tersambung dengan internet baik menggunakan sambungan internet lewat perangkat mobile (Smartphone), Laptop maupun Personal Computer (PC). Baik dari dalam rumah ataupun bukan dan perangkat milik sendiri ataupun bukan, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2019.

Hal tersebut perlu dimanfaatkan oleh para pemuda kewirakoperasian dalam menjalankan perannya khususnya didunia pemasaran atau dikenal dengan digital marketing. Digital Marketing atau biasa disebut dengan pemasaran digital merupakan aktivitas promosi baik untuk produk atau merek (Brand) yang menggunakan media elektronik (digital), Laksana et al 2018, namun penggunaan digital marketing pada para pemuda kewirakoperasian di koperasi unjia belum begitu maksimal dan perlunya pelatihan dan penelitian untuk mendongkrak kemajuan dan peningkatan promosi di dunia digital, maka penelitian ini akan fokus pada peran wirakoperasi muda dalam *digital marketing* Wiraraja Mart.

PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Kegiatan PkM ini berdasarkan analisis situasi maka ditemukan masalah pokok mitra. permasalahan rangkap jabatan

dan minimnya pengetahuan digital marketing menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam penguatan digital marketing pada wirakoperasi muda di wiraraja mart kabupaten sumenep sehingga diharapkan nantinya wirakoperasi muda bisa menjadi ujung tombak penjualan di Wiraraja mart. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Pertemuan Lintas Sektoral

Pertemuan Lintas sektoral dengan pimpinan koperasi dosen dan karyawan serta pengurus wiraraja mart Universitas Wiraraja. Pertemuan dilakukan pada bulan Mei 2022 bertempat di Gedung Wiraraja mart. Pertemuan difokuskan pada masalah kepengurusan dan mendongkrak kesuksesan dalam menjalankan bisnis retail wiraraja mart. Temuan masalah dibahas bersama para wirakoperasi muda mahasiswa Universitas Wiraraja dan karangtaruna Desa saronggi.

2. Pertemuan Wirakoperasi Muda dan Pemuda Karangtaruna

Pertemuan Wirakoperasi muda dan Karangtaruna Desa saronggi yang dilakukan pada bulan Juni 2022. Pertemuan tersebut membahas hasil temuan masalah yang dibahas bersama dengan para pengurus koperasi dan wiraraja mart. Selain itu dilakukan direncanakan untuk melakukan pelatihan dan praktek terkait tentang penguatan digital marketing.

3. Persiapan Alat dan Materi

Persiapan materi dan alat peraga pelatihan dilakukan pada bulan Juli – Agustus 2022 bertempat di Universitas Wiraraja. Dalam tahap ini maka koordinator beserta anggota tim telah menyusun satuan acara pemberi materi, pelatihan dan praktek, serta disiapkan materi penyuluhan tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online. Selain itu tim mempersiapkan alat-alat yang diperlukan.

4. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online dilaksanakan pada bulan September 2022 bertempat di Gedung Wiraraja Mart. Kegiatan diawali dari pengarahan dari koordinator penyuluhan kepada anggota tim. Kegiatan berupa pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online dilanjutkan kegiatan diskusi dan tanya jawab.

5. Monitoring dan Evaluasi

Setelah dilakukan proses pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online kemudian dilakukan evaluasi via online di grup Whatswap berupa pendampingan kepada para wirakoperasi muda dan pemuda karangtaruna dalam promosi penjual prodak umkm atau prodak sendiri yang ada di wiraraja mart menggunakan pamflet online yang dibuat sendiri.



Gambar 1. Pengisian Kuesioner



Gambar 2. Pelaksanaan



Gambar 3. Dokumentasi Bersama Peserta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melaksanakan tahapan kegiatan dan metode pendekatan yang dilakukan oleh Tim pengabdian masyarakat melaksanakan pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online yang diikuti oleh para para wirakoperasi muda dan pemuda karangtaruna Desa Saronggi bertempat di Gedung Wiraraja Mart.. Tim Pengabdian Masyarkaak di bantu oleh dua orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja program studi bisnis digital dan manajemen berjalan dengan lancar dan sesuai harapan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra memberikan kontribusi sebagai berikut : Mitra selalu menumbuhkan kemampuan untuk berpartisipasi, sehingga proses pengabdian masyarakat dapat meringankan beban dan akhirnya kegiatan pengabdian masyarakat dapat dirasakan oleh Mitra, Mitra mengikuti akan seluruh rangkaian kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sehingga apa yang dilakukan tim pengabdian masyarakat, Mitra mau melakukan sesuai dengan kebutuhan usaha mitra, Setiap yang diusulkan Tim Pengabdian Masyarakat untuk pembinaan usaha, seperti pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online melakukannya secara berkelanjutan. Melakukan promosi dengan menggunakan media internet, diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

Mitra yang sebelumnya tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosi sekarang sudah mulai secara perlahan membuka usaha di media sosial dengan adanya para Wirakoperasi muda dan Karangtaruna Desa saronggi yang membantu dalam melakukan promosi dan pembuatan pamflet secara digital, namun hal ini dilakukan secara bertahap dan perlahan karena para Wirakoperasi muda dan Karangtaruna Desa saronggi yang mayoritas mahasiswa wiraraja dan pelajar yang juga memiliki kesibukan lain.

Para Wirakoperasi muda dan Karangtaruna Desa saronggi dibekali dengan memberikan wawasan tentang Marketing Digital, supaya dapat memahami peran dunia digital yang kemajuannya sangat pesat, selalu konsisten dalam melakukan promosi dan mencari informasi terbaru sebagai bahan pamflet online untuk membuat para pelanggan tidak bosan dengan promosi yang kita lakukan, memperkenalkan prodak UMKM yang terjual di Wiraraja mart merupakan target dalam pemasaran online tersebut yang pastinya bisa menambah omset dalam penjualan di Wiraraja Mart, tidak hanya promosi di akun media sosial saja namun mitra diarahkan untuk memiliki akun di marketplace.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui pembinaan dan pengelolaan marketing digital sudah dilaksanakan sesuai program dan mencapai keberhasilan seperti kerjasama dan dukungan dari pihak koperasi untuk memberikan izin pelaksanaan kegiatan ini, para Wirakoperasi muda dan Karangtaruna Desa saronggi antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan meningkatnya pemahaman dalam marketing digital sebagai salah satu solusi mengatasi permasalahan.

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Penguatan Digital Marketing Pada Wirakoperasi Muda Di Wiraraja Mart Kabupaten Sumenep” didapatkan hasil yang maksimal dengan meningkatnya pengetahuan Para Wirakoperasi muda dan Karangtaruna Desa saronggi. Namun masih perlu pengawasan untuk kegiatan selanjutnya yaitu monitoring dan evaluasi secara konsisten terkait proses pemasaran di dunia digital.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Setelah dilakukan Kegiatan pengabdian masyarakat secara bertahap mulai dari penyuluhan, evaluasi dan monitoring tentang Penguatan Digital Marketing Pada Wirakoperasi Muda Di Wiraraja Mart Kabupaten Sumenep, dapat disimpulkan bahwa Wirakoperasi Muda selalu menumbuhkan kemampuan untuk berpartisipasi, sehingga proses pengabdian masyarakat dapat meringankan beban dan akhirnya kegiatan pengabdian masyarakat dapat dirasakan oleh Mitra, Wirakoperasi Muda mengikuti akan seluruh rangkaian kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sehingga apa yang dilakukan tim pengabdian masyarakat, Wirakoperasi Muda mau melakukan sesuai dengan kebutuhan usaha, Setiap yang diusulkan Tim Pengabdian Masyarakat untuk pembinaan usaha, seperti pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online melakukannya secara berkelanjutan. Melakukan promosi dengan menggunakan media internet, diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta nanti dapat membuka toko di marketplace.

Pengetahuan yang didapatkan oleh para Wirakoperasi Muda dapat menjadi sebuah pegangan untuk menjadi ujung tombak dalam penjualan di Wiraraja Mart. Namun tidak hanya itu saja selama melakukan pengabdian muncul ide baru yang nantinya akan segera direalisasikan yaitu usaha baru foto box yang hal tersebut sebagai daya tarik para pengunjung khususnya anak muda untuk berkunjung ke Wiraraja Mart.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kolaborasi antara dosen dengan mahasiswa. Ucapan terima kasih ditujukan kepada seluruh sivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Wiraraja khususnya prodi Bisnis Digital. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak yang terlibat aktif di dalam mensukseskan kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandi Tjiptono, (2015), Strategi Pemasaran, 4th, Penerbit Andi, Yogyakarta.
Fandy Tjiptono, Ph.D dan Gregorius Chandra, (2012), Pemasaran Strategik, edk 2, C.V Andi Ofset, Yogyakarta.
Laksana & Dharmayanti, (2018), Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan intellectualcapital Dan perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur, Vol. 12 No. 1 (2018): April 2018

- Oktaviani, F dan Rustandi, D, 2018, Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness, Vol. 3, No. 1, dilihat 13 Oktober 2020, <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878/8587>.
- Rio F. Wilantara dan Susilawati, 2016 Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM (Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA), 1st ed. Anna, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Moleong, L. (2013). Metode penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nadya. (2016). Peran digital marketing dalam eksistensi bisnis kuliner seblak jeletet murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1 No. 2, Oktober 2016: 133-144.
- Shimp, T. A. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi. Jakarta: Salembat Empat.
- Sutejo, B. S. (2016). Internet marketing: konsep dan persoalan baru dunia pemasaran. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6 No. 1 November 2016.
- Yin, K. R. (2011). Study kasus: desain dan metode. Jakarta: Raja Grafindo Persada.