

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN *DIGITAL MARKETING* BAGI PEMUDA DESA NOELBAKI KABUPATEN KUPANG

Yosefina K. I. D. D. Dhae¹⁾, Ronald P. C. Fanggidae¹⁾, Klaasvakumok J. Kamuri¹⁾,
Dominikus K. T Aman¹⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Kota Kupang, NTT, Indonesia

Corresponding author : Yosefina Kalistas Ivoni Dewi Desniati Dhae
E-mail : yosefina.dhae@staf.undana.ac.id

Diterima 08 Mei 2023, Direvisi 31 Mei 2023, Disetujui 01 Juni 2023

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berjudul "Pelatihan Kewirausahaan dan *Digital Marketing* bagi pemuda Noelbaki Kabupaten Kupang", yang dilakukan dengan melibatkan mitra utama yaitu para pemuda di Desa Noelbaki. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan pelatihan kewirausahaan dan *digital marketing*, agar para pemuda mendapatkan pengetahuan tentang kegiatan wirausaha dan memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan kegiatan wirausaha mereka. Penggunaan metode dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah ceramah, diskusi, pelatihan dan pendampingan bagi mitra dengan target luaran yang ingin dicapai adalah mitra dapat memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang kewirausahaan dan bagaimana mereka dapat menggunakan teknologi digital dalam berwirausaha. Hal ini dikarenakan, para pemuda di Desa Noelbaki sebagian besar adalah mereka yang sudah melek teknologi namun pemanfaatannya masih bersifat sebatas untuk hiburan, main game online, dan sosial media. Padahal jika mereka dapat memanfaatkan teknologi ini secara maksimal maka dapat menjadi sebagai sumber pendapatan. Hasil dari kegiatan ini langsung direspon oleh pemuda yang hadir dengan membuat rencana usaha dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada di sekitar mereka. Mereka juga memilih sosial media sebagai salah satu media *digital marketing* sebagai media promosi usaha mereka.

Kata Kunci: pemuda; kewirausahaan; pemasaran digital; teknologi; noelbaki

ABSTRACT

The title of the Community Service Activity (PKM) is "Entrepreneurship and Digital Marketing Training for youth in Noelbaki village, in Kupang Regency". This activity aims to provide a training of entrepreneurship and digital marketing for young people in Noelbaki village so they can have knowledge about entrepreneurial and how to utilize digital technology to help them in developing their entrepreneurial activities. The method used in this community service activity was lectures, discussions, training and mentoring for partners. The output target of this PKM is that the young people in Noelbaki can have understanding and knowledge about entrepreneurship and how they can use digital technology in entrepreneurship. This is because, most of the youth in Noelbaki Village are those who are already literate in technology but their use is still limited to entertainment, playing online games, and social media. Even if they can take full advantage of this technology, it can become a source of income. The results of this activity were immediately responded to by the youth who attended by making a business plan by utilizing the resources around them. They also choose social media as one of the digital marketing media as a medium for promoting their business.

keywords: youth; entrepreneur; digital marketing; technology; noelbaki

PENDAHULUAN

Pemuda adalah generasi penerus kepemimpinan bangsa yang memiliki peran utama dalam pembangunan nasional dan menentukan keberlanjutan pembangunan ekonomi bangsa. Untuk itu perlu membangkitkan semangat kewirausahaan pemuda agar dapat melahirkan wirausaha-wirausaha muda yang mampu membuka

lapangan kerja yang akan berkontribusi bagi pembangunan ekonomi bangsa dan mengatasi pengangguran (Wahyuningrum & Prihantoro, 2019). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019 tercatat hanya sekitar 3,4% wirausahawan muda di Indonesia (Kemenkopukm.go.id, 2020). Jika dibandingkan dengan negara-negara di Asia lainnya, maka presentase ini masih tergolong rendah. Sehingga pemerintah Indonesia, telah

menargetkan jumlah wirausahawan muda di Indonesia pada tahun 2024 naik menjadi sekitar 4% agar dapat golongkan sebagai negara yang berdaya saing (Kemenkopukm.go.id, 2020).

Namun persoalannya adalah masih banyak pemuda yang bercita-cita atau memilih pekerjaan sebagai pegawai daripada menjadi wirausahawan. Walaupun, wirausaha memungkinkan mereka menjadi orang yang kreatif, mengerjakan sesuatu minat mereka dan dapat memberikan pendapatan yang optimal, tetap saja para pemuda lebih tertarik untuk bekerja pada dunia industri ataupun pemerintahan. Hal ini terkait dengan pola pikir dan mental yang harus diubah dari mental yang gampang atau santai menjadi mental pengusaha, dengan konsekuensi keharusan bekerja keras, sanggup mengambil keputusan dan siap menghadapi resiko. Lebih lanjut, kurangnya dukungan dari keluarga dan lingkungan serta minimnya pengetahuan tentang kewirausahaan membuat para pemuda semakin enggan untuk membangun usahanya sendiri. Ditambah lagi kendala lainnya seperti masalah permodalan, daya saing, infrastruktur, akses informasi, pemasaran dan perluasan pasar, maka semakin membuat mereka mengurungkan niat untuk menjadi wirausaha (Hasmidyani et al., 2017). Oleh karena itu pemerintah terus berusaha membangkitkan semangat kewirausahaan pemuda, salah satunya melalui peran perguruan tinggi dalam kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dengan melakukan kegiatan pelatihan kewirausahaan (Zalzal, G et al., 2021). Sangat diharapkan dengan adanya pelatihan-pelatihan maka dapat memotivasi agar orientasi berpikir kawula muda tidak lagi sebagai pencari kerja, tetapi sebagai pencipta lapangan pekerjaan (Yuliani et al., 2019) dan semakin mendorong para wirausahawan pemula untuk memiliki kreatifitas dan inovasi.

Selain pelatihan kewirausahaan, penting juga untuk membekali para pemuda dengan keterampilan pemasaran digital (*digital marketing*). Saat ini dapat dikatakan bahwa para pemuda selaku generasi milenial sudah sangat melek dengan teknologi informasi. Internet dan gadget telah menjadi bagian dari kehidupan mereka setiap harinya akan tetapi banyak dari mereka yang tidak memanfaatkan alat teknologi tersebut untuk hal-hal positif khususnya dalam memulai usaha atau bisnis yang dapat menghasilkan uang atau pendapatan (Gunawan & Hazwardy, 2020). Padahal pada kenyataannya fenomena *digital entrepreneurship* memiliki peluang yang sangat besar di masa yang akan datang dimana kebutuhan akan teknologi terus berkembang (Hardiyanto, 2018). Dengan adanya

kemampuan digital marketing ini, maka dapat membantu para pemuda untuk semakin dapat memasarkan usaha atau bisnis mereka sehingga dapat dikenal banyak orang atau dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Pemuda di Desa Noelbaki sebagian besar adalah para pemuda yang rata-rata tingkat pendidikan mereka adalah SMA. Mereka kesulitan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dikarenakan masalah ekonomi sehingga mau tidak mau mereka harus bekerja untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga. Akan tetapi kurangnya keterampilan membuat mereka juga kesulitan dalam mencari pekerjaan. Untuk itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital agar dapat meningkatkan minat dan membantu mereka untuk menjadi wirausahawan sehingga mereka bisa memperoleh pendapatan serta dapat membuka lapangan kerja bagi pemuda lainnya di daerah mereka. Lebih lanjut, para pemuda ini juga sangat familiar dengan internet dan gadget atau melek dengan teknologi informasi. Akan tetapi mereka lebih sering menggunakannya untuk main game atau *scrolling* di sosial media yang hanya menghabiskan waktu dan kuota data mereka tanpa menghasilkan apa-apa. Padahal, mereka dapat menjadikan internet dan gadget sebagai modal bagi mereka untuk memulai usaha digital yakni dengan menjadi reseller atau affiliate dari penyedia market place seperti Tokopedia dan shoppee dan bahkan dapat memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan pemasaran produk atau jasa dari usaha mereka.

METODE

Metode yang dilakukan adalah melalui ceramah dan diskusi. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Noelbaki Kabupaten Kupang yang dihadiri oleh 30 peserta. Narasumber dari dosen prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Undana. Adapun tahapan pelaksanaan dari kegiatan ini adalah:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan yang pertama adalah penentuan mitra. Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah Pemuda Desa Noelbaki Kabupaten Kupang-NTT. Kegiatan persiapan yang kedua adalah melakukan survey dan diskusi bersama mitra untuk mengidentifikasi masalah dan kendala yang dihadapi mitra, dan berkoordinasi dengan mitra dalam mempersiapkan materi dan alat pelatihan.

2. Tahap Pelaksanaan,

Pelaksanaan kegiatan berupa penyampaian materi tentang Kewirausahaan,

pemanfaatan teknologi dalam kewirausahaan (wirausaha digital) dan digital marketing. Pelatihan bagi mitra akan dilakukan narasumber yang merupakan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Undana yang kompetensinya sesuai dengan materi yang disampaikan.

3. Tahap Evaluasi dan Pelaporan.

Tahap evaluasi program dilakukan dengan pendampingan setelah kegiatan pelatihan untuk melihat sejauh mana para peserta memahami materi yang disampaikan dengan mulai mempraktekkan apa yang telah disampaikan dalam pelatihan. Pada tahap ini juga akan dilihat sejauh mana perubahan sikap dan perilaku peserta dari sebelum kegiatan dan setelah kegiatan. Lebih lanjut terkait pelaporan akan dibuat pada akhir kegiatan PKM ini terkait dengan hasil dari pelaksanaan kegiatan PKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan PKM Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing Bagi Pemuda Desa Noelbaki Kabupaten Kupang, telah dilaksanakan dengan baik dengan hasilnya sebagai berikut:

- Para pemuda Desa Noelbaki mendapatkan pengetahuan tentang konsep-konsep kewirausahaan.
- Para pemuda Desa Noelbaki mendapatkan pengetahuan tentang digital marketing yang dapat membantu mereka dalam memasarkan usaha mereka.
- Para pemuda Desa Noelbaki juga mendapatkan sharing practice dari teman dosen yang juga menjadi seorang wirausahawan.

Pembahasan

Kegiatan PKM Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing Bagi Pemuda Desa Noelbaki Kabupaten Kupang, dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemuda Desa Noelbaki terkait dengan Kewirausahaan dan Digital Marketing. Dari materi-materi yang telah disampaikan terlihat bahwa para pemuda Desa Noelbaki sangat antusias dan semangat dalam mengikuti kegiatan PKM ini. Adapun materi yang disampaikan kepada kelompok Pemuda Desa Noelbaki Kabupaten Kupang, yaitu sebagai berikut:

Materi Kewirausahaan

Materi pertama yang diberikan adalah tentang Kewirausahaan. Materi ini diberikan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan tentang ilmu kewirausahaan. Dimana sangat diharapkan dengan pengetahuan yang ada dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan para

pemuda Desa Noelbaki. Dari hasil diskusi didapatkan bahwa Pemuda Desa Noelbaki telah mengetahui konsep-konsep kewirausahaan dan beberapa dari mereka sudah pernah mengikuti kegiatan pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pemerintah. Bahkan beberapa pemuda Desa Noelbaki telah mempraktekan konsep kewirausahaan dalam menjalankan usaha mereka. Mereka pernah memiliki usaha sebelumnya seperti usaha makanan namun harus berhenti karena kurang disiplin dan tekun serta kurang inovatif dan tidak resilient dalam menjalankan usaha mereka. Padahal, dalam teori kewirausahaan, untuk menjadi wirausaha yang sukses mereka harus memiliki karakter atau watak seperti percaya diri, berani mengambil resiko, inovasi, kreatif dan fleksibel (Suryana, 2013). Lebih lanjut, modal masih sering menjadi kendala. Mereka tidak memulai usaha hanya karena masalah modal. Padahal mereka bisa memulai usaha tanpa harus memiliki modal yang besar yaitu dengan menjadi reseller. Mereka cukup mempromosikan produk dari orang lain dan menjual dengan harga yang berbeda namun tidak terlalu mahal, dan jika ada yang memesan dan membeli maka mereka bisa membayar langsung kepada pemilik produk dengan uang dari konsumen dan mereka bisa langsung mendapat keuntungan dari selisih harga. Hal lain juga yang menjadi kendala adalah minimnya pengetahuan tentang manajemen keuangan atau mekanisme pencatatan keuangan dalam usaha, sehingga keuangan usaha selalu digabung dengan keuangan keluarga yang mana membuat modal mereka tidak terpakai untuk usaha akan tetapi untuk konsumsi keluarga. Akibatnya, modal usaha macet dan usaha pun macet. Hal lain yang muncul dalam diskusi adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran usaha mereka. Mereka masih menggunakan metode tradisional yaitu memasarkan usaha mereka dari mulut ke mulut (*Word of Mouth / WOM*) yang akibatnya, usaha mereka tidak diketahui oleh banyak orang (Sunardi et al., 2020).



Gambar 1. Pemaparan materi oleh narasumber

Materi Digital Marketing

Materi berikut yang disampaikan adalah materi terkait digital marketing. Tujuan dari pemberian materi ini adalah untuk mengenalkan konsep tentang digital marketing

dan bagaimana membantu para pemuda desa Noelbaki untuk mengubah mindset dari pemasaran tradisional ke pemasaran marketing. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2012). Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efisien. Materi ini menjadi penting, seperti yang sudah disampaikan diatas pada poin a, bahwa para pemuda Desa Noelbaki yang pernah memiliki usaha hanya menggunakan media pemasaran tradisional WOM. Padahal rata-rata diantara mereka sudah sangat mahir menggunakan teknologi internet. Hanya penggunaan teknologi masih terbatas pada tujuan hiburan pribadi dan tidak digunakan untuk memulai usaha ataupun dalam mengembangkan usaha mereka. Sebagai contoh, mereka dapat memanfaatkan sosial media seperti Facebook untuk memasarkan usaha mereka, tidak hanya sebagai media pertemanan saja. Penggunaan sosial media sebagai media digital marketing tidak berhenti disitu saja, tapi mereka juga perlu belajar dari teman-teman yang lain atau wirausahawan lainnya yang mungkin memiliki usaha yang sama tentang bagaimana memaksimalkan penggunaan sosial media mereka dalam *digital marketing* (Misnawati & Yusriadi, 2018). Sebagai contoh, tentang bagaimana membuat foto produk yang menarik, bagaimana membuat konten dan menjaga komunikasi dengan pelanggan mereka.

Rencana Usaha

Dalam diskusi, tim PKM meminta para pemuda untuk terbagi dalam kelompok (ada 5 kelompok dimana masing-masing terdiri dari 6 Pemuda/i) untuk membuat rencana usaha mereka. Rencana usaha yang akan dibuat didasarkan pada sumberdaya yang dapat mereka peroleh disekitar desa mereka. Dari 5 kelompok, mereka masing-masing berdiskusi dan menentukan jenis usaha mereka sebagai berikut:

Kelompok 1 : Membuat kelapa minyak murni (Virgin Coconut Oil) karena bahan baku berupa kelapa sangat mudah dijumpai di sekitar daerah mereka.

Kelompok 2 : Membuat jajanan "Pisang" (Kue dan Kripik) namun diolah dalam banyak varian rasa.

Kelompok 3 : Membuat Stik Marungga dan Perkedel Marungga.

Kelompok 4 : Membuat minuman herbal dengan bahan utama kunyit, lengkuas, jeruk nipis dan gula merah.

Kelompok 5 : Menjadi reseller produk makanan seperti jamur tiram dan ikan asin.

Dalam pemanfaatan teknologi sebagai media digital marketing, mereka lebih memilih sosial media seperti Facebook dan WhatsApp story karena mereka sangat familiar dengan tools ini. Secara keseluruhan mereka sangat merasakan bahwa pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing ini berguna bagi mereka sehingga mereka dapat memulai usaha mereka untuk membantu perekonomian keluarga. Bahkan mereka sangat berharap ada tindak lanjut dari kegiatan ini berupa kegiatan pelatihan manajemen keuangan sehingga mereka dapat mengatur keuangan usaha mereka dengan baik.



Gambar 2. Kelompok sedang berdiskusi dalam menentukan rencana usaha

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan PKM Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing Bagi Pemuda Desa Noelbaki dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kegiatan PKM ini dapat memberikan pengetahuan kewirausahaan dan digital marketing kepada para Pemuda Desa Noelbaki, Kabupaten Kupang. Dengan pengetahuan yang ada mereka dapat membuat rencana usaha dan diharapkan dapat memulai usaha mereka dengan memanfaatkan sumber daya yang ada disekitar lokasi desa mereka. Lebih lanjut para pemuda juga mampu memanfaatkan teknologi informasi tidak sebatas hanya untuk hiburan namun dapat memaksimalkan penggunaannya untuk memasarkan usaha mereka melalui konsep digital marketing. Keberlanjutan dari kegiatan PKM ini sangat diperlukan untuk dapat berupa pendampingan dan pembinaan kelompok usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan dana hibah Pengabdian pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana. Tim PKM juga mengucapkan terima kasih kepada Pemuda Desa Noelbaki Kabupaten Kupang yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (5th ed.). Financial Times Prentice Hall.
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjawa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81–88.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Hardiyanto, L. (2018). Motivasi Mahasiswa Menjadi Start UP Digital Entrepreneur (Technopreneurship). *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STIKP Kusuma Negara*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.37640>
- Hasmidyani, D., Fatimah, S., & Firmansyah. (2017). Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Generasi Muda Melalui Pelatihan Penyusunan Rencana Usaha. *Mitra Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.25170/mitra.v1i1.13>
- Kemenkopukm.go.id. (2020). *Kewirausahaan Pemuda Untuk Mewujudkan Indonesia yang Berdaya Saing*. <https://www.kemenkopmk.go.id/kewira%09usaha-pemuda-untuk-mewujudkan-indonesia-yang-berdaya-saing>
- Misnawati, & Yusriadi. (2018). Efektivitas Pengelolaan Kewirausahaan Berbasis Kognitif Personal melalui Penggunaan Infrastruktur Digital (Media Sosial). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM)*, 2(3), 138–145.
<http://e-journalmitramanajemen.com>
- Sunardi, N., Sarwani, Nurzaman AM, E., Pranoto, & Hasmanto, R. (2020). Peran Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UKM yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat di Kab. Purwakata di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1), 58–67.
<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan* (4th ed.). Salemba.
- Wahyuningrum, D., & Prihantoro, C. R. (2019). Kewirausahaan Sebagai Solusi Masalah Ketenagakerjaan di Era Fourth Industrial Revolution (“ 4IR ”). *JIMEA-JURNAL INOVASI MANAJEMEN EKONOMI DAN*

AKUNTASI, 1(1).

- Yuliani, N., Novita, D., & Pramestari, D. (2019). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kawula Muda di Era Milenial Melalui Pendekatan *INSIDE-OUT*. 2(2), 12–22.
- Zalzal, G. G., Basri, A. I., & Istiana. (2021). Edukasi entrepreneurship melalui program pembuatan produk dan strategi digital marketing “nugget lele.” *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 51–61.
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/abdimasnusantara/index>