

Pendampingan Mahasiswa dalam Pengembangan Bisnis Digital

Merina Pratiwi¹, Gellysa Urva², Amiroel Oemara Syarief³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Teknologi Dumai; Jln. Utama Karya Bukit Batrem II Dumai-Riau

Email :merinapratiwi1920@gmail.com

Kilas Artikel

Volume 3 Nomor 1

Februari 2023

DOI:<https://doi.org/10.58466/literasi>

Article History

Submission: 16-12-2022

Revised: 23-12-2022

Accepted: 23-12-2022

Published: 01-02-2023

Kata Kunci:

Pendampingan, Mahasiswa, Bisnis Digital.

Keywords:

Mentoring, Students, Digital Business.

Korespondensi:

Merina Pratiwi

Merinapratiwi1920@gmail.com

Abstrak

Bisnis digital merupakan sebuah startup bisnis untuk mendorong wirausaha baru yaitu mahasiswa mempunyai pengetahuan manajerial yang sangat baik dan produk yang inovatif. Mahasiswa sebagai pelaku usaha baik baru merintis maupun berbasis mikro terhalang kendala dengan minimnya pengetahuan digital mahasiswa dalam berbagai keunikan mulai dari model bisnis hingga pengalaman pelanggan (customer experience). Selain itu minimnya pengetahuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi atau digitalisasi. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan pengembangan bisnis digital meliputi strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi. Hasil pengabdian ini adalah sebagian mahasiswa telah memahami tentang desain kemasan produk yang menarik serta berupaya menggunakan platform sebagai sarana promosi sesuai produk yang dihasilkan. Melalui pengabdian ini diharapkan mahasiswa dapat tetap terus berwirausaha dengan berinovasi menciptakan produk baru.

Abstract

Digital business is a business startup to encourage new entrepreneurs, namely students who have excellent managerial knowledge and innovative products. Students as business actors, both pioneering and micro-based, are hampered by the lack of digital knowledge of students in various uniqueness ranging from business models to customer experience. In addition, the lack of student knowledge in utilizing technology or digitalization. The purpose of this community service is to provide understanding and knowledge of digital business development including product and packaging development strategies, facilities and infrastructure, and promotion and marketing communication strategies. This community service activity was carried out using lecture and discussion methods. The results of this service are that some students have understood about attractive product packaging design and are trying to use the platform as a means of promotion according to the products produced. Through this service, it is hoped that students can continue to be entrepreneurs by innovating to create new products.

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi yang sangat cepat membawa perubahan informasi dan komunikasi di berbagai bidang. Perubahan yang terlihat pada pola gaya hidup, konsumsi, sosial dan budaya maupun ekonomi. Perubahan ini dominan memanfaatkan informasi dan komunikasi sehingga membuat pertumbuhan bisnis digital meningkat



(Hermawan et al., 2022). Perguruan tinggi sebagai sarana pendidikan tinggi diwajibkan untuk wirausaha yang baru (Aswita, 2022) berbasis teknologi (Lutfiani et al., 2020) yakni bisnis digital (Rahmawati et al., 2021). Bisnis digital merupakan sebuah startup bisnis untuk mendorong wirausaha baru yaitu mahasiswa mempunyai pengetahuan manajerial yang sangat baik dan produk yang inovatif. Bisnis digital menjadi point utama yang dapat mendukung seluruh aktivitas usaha (Nur & Wijayanti, 2020) mahasiswa. Mahasiswa sebagai pelaku usaha baik baru merintis maupun berbasis mikro terhalang kendala dengan minimnya pengetahuan digital (Muniarty et al., 2021) mahasiswa dalam berbagai keunikan mulai dari model bisnis hingga pengalaman pelanggan (*customer experience*). Selain itu minimnya pengetahuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi atau digitalisasi (Rahmana et al., 2021) untuk meningkatkan kemampuan bisnis demi mendukung operasi bisnis yang berjalan.

Pemanfaatan teknologi untuk kemampuan bisnis digital dapat dilakukan melalui internet (Sari, 2022) ataupun jejaring sosial sebagai media dalam menjalankan usaha. Untuk pengenalan, pembentukan, dan pengembangan bisnis digital ini diperlukan suatu pendampingan ataupun pembekalan bagi mahasiswa (Rahmawati et al., 2021). Pendampingan atau pembekalan mahasiswa dilakukan untuk mengakselerasi mahasiswa dalam menuangkan ide bisnis, melakukan komersialisasi produk, dan mengembangkan usaha (Rahmawati et al., 2021). Sekolah Tinggi Teknologi Dumai sebagai perguruan tinggi yang berada di Kota Dumai memberikan peluang kepada mahasiswa untuk dapat mengasah potensi yang dimiliki melalui pengalaman belajar langsung ke dunia kerja sebagai pencipta lapangan kerja baru melalui berwirausaha. Sebagai tahap awal berwirausaha, mahasiswa Sekolah Tinggi Teknologi Dumai memiliki usaha yang baru dirintis dan sudah berjalan. Usaha yang baru dirintis sebanyak 9 usaha yang terdiri dari usaha kuliner dan jasa taylor, sedangkan 4 usaha yang telah berjalan terdiri dari usaha peternakan kelinci, kuliner, dan reparasi dan servis komputer.

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan bisnis yang berjalan, maka dirasa perlu dilakukan kegiatan yang dapat mengembangkan kreativitas dan keterampilan dengan cara melihat peluang dan potensi digitalisasi melalui kegiatan pendampingan bisnis digital. Secara garis besar solusi dari permasalahan yang telah dikemukakan adalah memberikan paparan mengenai strategi dalam digitalisasi meliputi strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan pengembangan bisnis digital meliputi strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran.

2. METODE

Kegiatan ini merupakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi Teknologi Dumai dengan tim pelaksana pengabdian yang terdiri dari dosen program studi teknik informatika dan teknik industri, serta praktisi startup. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2022. Pendampingan bisnis digital ini ditujukan kepada mahasiswa Sekolah Tinggi Teknologi Dumai yang telah memiliki usaha yang baru dirintis dan sudah berjalan. Usaha yang baru dirintis sebanyak 9 usaha yang terdiri dari usaha kuliner dan jasa taylor, sedangkan 4 usaha yang telah berjalan terdiri dari usaha peternakan kelinci, kuliner, dan reparasi dan servis komputer.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi. Mahasiswa diberikan materi mengenai strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran dengan berbagai platform yang ada. Setelah itu mahasiswa diberikan waktu untuk mendiskusikan permasalahan usaha yang akan atau sedang mereka jalani. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu (1) observasi pada mahasiswa yaitu survey produk yang akan dibuat



dan yang telah dihasilkan (2) pelaksanaan kegiatan, meliputi penyampaian materi meliputi strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran sesuai bidang bisnis serta menentukan platform pemasaran sesuai dengan produk, (3) Pasca kegiatan, berupa evaluasi dalam bentuk pertanyaan interaktif maupun penilaian (tanggapan) terhadap materi yang telah disampaikan.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dalam pendampingan mahasiswa dalam pengembangan bisnis digital ini dilakukan oleh dosen Teknik Informatika, Teknik Industri, dan Praktisi Startup. Tahap awal dilakukan observasi yaitu survey produk yang akan dibuat dan yang telah dihasilkan. Hasil observasi diperoleh kelompok usaha mahasiswa sebanyak 13 kelompok yang terdiri dari 9 usaha baru dirintis yaitu usaha kuliner dan jasa taylor, sedangkan 4 usaha yang telah berjalan terdiri dari usaha peternakan kelinci, kuliner, dan reparasi dan servis komputer. Tahap pelaksanaan kegiatan diawali dengan pendampingan langsung mahasiswa dan Dosen serta praktisi memberikan pelatihan dan menjelaskan beberapa materi strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran sesuai bidang bisnis serta menentukan platform pemasaran sesuai dengan produk. Selain itu mahasiswa diberi masukan dan solusi permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan wirausaha, Pendampingan dan pemaparan materi ini dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemaparan Materi Pengembangan Bisnis Digital

Gambar 1 terlihat dosen dan praktisi memaparkan strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran sesuai bidang bisnis serta menentukan platform pemasaran sesuai dengan produk. Mahasiswa dapat mengembangkan usahanya mengikuti beberapa workshop dari kegiatan inisiasi dan konsultasi, kegiatan inkubasi dan pasca inkubasi serta dipelajari pula terkait dengan digitalisasi marketing sehingga mahasiswa dapat mengembangkan usahanya melalui peningkatan inovasi produk atau jasa serta melakukan digital marketing untuk pemasaran produk. Tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah evaluasi dalam bentuk pertanyaan interaktif maupun penilaian (tanggapan) terhadap materi yang telah disampaikan. Hal ini terlihat dari antusias mahasiswa yang bertanya dan memperhatikan pada saat pemaparan dan diskusi yang ditampilkan pada Gambar 2.





Gambar 2. Kegiatan Diskusi dan Evaluasi

Gambar 2 memperlihatkan bahwa mahasiswa paham mengenai materi yang telah disampaikan dan sangat berupaya untuk mencari tahu serta menggunakan platform sebagai pemasaran produk yang dihasilkan. Selain itu, mahasiswa telah dapat memahami desain kemasan dan foto produk menarik berbasis digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pendampingan mahasiswa dalam pengembangan bisnis digital telah mampu memberikan pengalaman dan pengetahuan mahasiswa strategi pengembangan produk dan kemasan, sarana dan prasarana, dan strategi promosi dan komunikasi pemasaran sesuai bidang bisnis serta menentukan platform pemasaran sesuai dengan produk. Beberapa dampak yang terlihat adalah desain kemasan dan foto-foto produk yang menarik yang dihasilkan oleh mahasiswa serta telah berupaya menggunakan platform pemasaran sesuai produk yang dihasilkan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih bisa disampaikan kepada Sekolah Tinggi Teknologi Dumai dan Tim Dosen Teknik Informatika, Teknik Industri, dan Praktisi Startup yang telah membantu terlaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswita, D. (2022). Merdeka Belajar Kampus Merdeka (Mbkm): Inventarisasi Mitra Dalam Pelaksanaan Magang Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. *Prosiding Seminar Nasional Biotik*, 9(2), 56. <https://doi.org/10.22373/pbio.v9i2.11747>
- Hermawan, I., Reniawaty, D., Pramuditha, P., & Fudsyi, M. I. (2022). Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politeknik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19 (bekerjasama dengan UMKM Kirihuci sebagai pelatih e-commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 96-106. <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/932>
- Lutfiani, N., Rahardja, U., & Manik, I. S. P. (2020). Peran Inkubator Bisnis dalam Membangun Startup pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 77-89. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i1.2727>
- Muniarty, P., Wulandari, W., Saputri, D., Wahdaniyah, A., Syaframis, N. F., Rimawan, M., & Alwi, A. (2021). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Di Era Covid-19. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 178-183. <https://doi.org/10.54951/comsep.v2i2.84>
- Nur, N., & Wijayanti, L. L. (2020). Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2020 Univeristas Muhammadiyah Jakarta*, 1-6.



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

- Rahmana, A., Fauzi, M., & Suyono, A. M. (2021). Pendampingan Strategi Pemasaran Digital Produk Makanan Dalam Menjalankan Bisnis Di Era New Normal Di Kota Bandung. *Al-Khidmat: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 49–57. <https://doi.org/10.15575/jak.v4i1.12128>
- Rahmawati, V., Tulipa, D., & Sancoko, A. H. (2021). Pembentukan Komunitas Youth Entrepreneurial Acceleration Center (Yeac) Sebagai Usaha Akselerasi Wirausaha Muda Mahasiswa Fakultas Kewirausahaan Unika Widya Mandala Surabaya Dalam Menghasilkan Produk Inovatif. *Journal Community Service Consortium*, 2(2). <https://doi.org/10.37715/consortium.v2i2.3297>
- Sari, W. (2022). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan Umkm Ultra Mikro Melalui Pemanfaatan Digital Marketing. *Journal of Empowerment*, 2(2), 193. <https://doi.org/10.35194/je.v2i2.1652>

