

Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa untuk Berwirausaha di Kawasan Pantura (Lamongan-Gresik)

Aminin¹

1) Program Studi Budidaya Perikanan Gresik

Universitas Muhammadiyah Gresik

Jl. Sumatera No.101, Gn. Malang, Randuagung, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121

m1n1n.a1924@umg.ac.id

Abstract. *Generation Z or students' interaction with the internet world is very active; since they were little, they have lived and been used to playing with gadgets. On average, students can access 7-10 hours/day. Activities can have positive value if the interaction is directed at positive activities. On the other hand, if it is not directed, the tendency is negative. Glagah District is rich in aquaculture products, capture fisheries, and even processing of fishery products. However, this potential has yet to be optimized as a business opportunity. Few people still sell fishery products online despite the significant business opportunities and broad market access. Its existence is essential to run; the business will remain in place without it – students with all their potential need to be directed to take advantage of these business opportunities. Through internal community empowerment activities at the Muhammadiyah University of Gresik, students will be given meaningful stimulus and education to be empowered when they graduate. This activity is carried out using lecture and practice methods. The result is that students grow in their entrepreneurial spirit, understand the region's potential, understand the characteristics of online buying and selling, and can brand various fishery products online.*

Keywords: *Online business, Digital marketing, Glagah District, Fisheries entrepreneurship*

Abstrak. Interaksi generasi Z atau kalangan pelajar dengan dunia internet sangatlah aktif, sejak kecil mereka hidup dan terbiasa menghabiskan waktunya dengan bermain Gadget. Rata-rata kalangan pelajar dapat mengakses 7-10 jam/hari. Aktifitas dapat bernilai positif jika interaksinya diarahkan pada aktifitas yang positif. Sebaliknya jika tidak diarahkan, kecenderungannya adalah hal negatif. Kecamatan Glagah kaya akan hasil perikanan budidaya, perikanan tangkap bahkan pengolahan hasil perikanan. Namun potensi tersebut blm banyak dioptimalakan menjadi peluang bisnis. Pelaku Jual beli produk perikanan secara online masih minin, padahal peluang bisnisnya besar dan akses pasar sangat luas. Keberadanya sangata penting untuk dijalankan, tanpanya bisnis akan tetap jalan ditempat. Pelajar dengan seluruh potensinya perlu diarahkan untuk mengambil peluang bisnis tersebut. Melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat internal Universitas Muhammadiyah Gresikpelajar akan diberikan stimulus dan edukasi yang bermakna sehingga para siswa dapat berdaya ketika lulus sekolah. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan praktik. Hasilnya adalah para pelajar tumbuh semangat berwiirusahaannya, memahami potensi wilayah, memhami karakteristik jual beli online dan mampu branding berbagai produk perikanan secara online.

Kata Kunci: *Bisnis online, Digitalisasi marketing, Kecamatan Glagah, Wirausaha perikanan*

Pendahuluan

Kawasan pantura Gresik-Lamongan memiliki hasil perikanan sangat besar, wilayah ini kaya akan hasil kegiatan penangkapan, kegiatan budidaya dan kegiatan pengolahan hasil Perikanan (kominfo.jatimprov.go.id 2010). Kegiatan penangkapan dilaut dan darat pada perairan umum dikawasan pantura total pada tahun 2023 mencapai 545.233 Ton/Tahun, sedangkan untuk kegiatan budidaya di wilayah kabupaten Lamongan mencapai 62.754,85 ton/tahun yang terdiri dari berbagai jenis ikan seperti bandeng, Udang, Nila, Lele dan lain (lamongankab.go.id 2022) Berbeda dengan kegiatan pengolahan hasil perikanan pada tahun 2019 tercatat jumlah pelaku usaha hanya

sekitar 10624 UMKM (<https://statistik.kkp.go.id> 2019) jumlah ini terbilang besar dan didominasi oleh masyarakat menengah kebawah.

Era revolusi industri 4.0 dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, semakin besar tantangan yang akan dihadapi. Penguasaan Teknologi dan informasi yang telah berkembang pesat, seperti pemakaian internet yang mudah di akses oleh seluruh lapisan masyarakat. Keberadaan internet merupakan satu diantara alat komunikasi yang banyak digunakan. Kebutuhan informasi yang cepat, sehingga menuntut setiap orang harus mampu memanfaatkan informasi dan teknologi tersebut. Penelitian (Palmer dan Koenig-Lewis 2009), menjelaskan bahwa telah terjadi pergeseran pada masyarakat dalam penggunaan media online.

Kalangan Pelajar atau sering disebut Generasi Z memiliki usia antara 8 sampai 23 tahun. Sejak kecil mereka hidup dan sangat aktif berinteraksi dengan dunia internet. Menurut (Annur 2022) dalam sehari rata - rata dapat mengakses 7- 10 jam/hari atau 20,9% dalam 24 jam. potensi tersebut perlu diarahkan terhadap kegiatan internet yang memiliki nilai positif, bukan sebaliknya memiliki dampak yang negatif terhadap orang lain bahkan dampak terhadap dirinya sendiri. Menurut (Adelia Malau dkk. 2022) bahwa ada dampak negatif ketika mengakses internet berlebihan serta tanpa kontrol diri akibatnya dapat menghambat pekerjaan. kontrol diri merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah lakunya sendiri atau kemampuan individu untuk menekan dan merintangangi tingkah laku yang bersifat impulsive.

Sebenarnya perilaku ini dapat terjadi kepada setiap usia baik generasi Z, Y dan X. Secara istilah perilaku ini dinamakan sebagai *cyberloafing*.

Wilayah Pantai utara pulau jawa (Lamongan – Gresik) kaya akan hasil perikanan berupa ikan segar serta aneka olahan produk-produknya. Namun, Potensi belum banyak dilirik peluang bisnisnya. Jual beli produk hasil perikanan secara online sangat terbuka, Pelaku usaha perikanan dimarketplace masih tergolong minim padahal memiliki banyak kelebihan diantaranya efisien, media berbasis internet sebagian orang sudah mengenalnya, lebih cepat informasi akan diterima, dari aspek pembiayaan relatif murah dan memiliki jangkauan luas tanpa batas wilayah atau global (Annur 2022). Hasil kajian (Praditya 2019) menyatakan bahwa penggunaan media sosial berkorelasi positif dalam perkembangan usaha. Media sosial atau marketplace sebagai jembatan untuk mengenalkan semua produk yang diproduksi oleh pelaku usaha. Keberadannya sangat penting untuk diopersionalisasikan dalam kegiatan bisnis, tanpanya bisnis akan tetap jalan ditempat.

Sumber daya manusia dari kalangan generasi Z dengan segala potensinya perlu mendapatkan perhatian serius, sehingga keberadaanya punya peran penting dan positif dalam kegiatan ekonomi dimasyarakat. Melalui kegiatan Pemberdayaan Masyarakat yang dilaksanakan dosen dan Mahasiswa diharapkan dapat memberikan stimulus dan edukasi yang bermakna. Kegiatan ini merupakan program pengabdian yang dirumuskan UMG untuk fokus pada penerapan hasil -hasil IPTEK yang dilaksanakan dalam bentuk

Pendidikan, Pelatihan, Pelayanan kepada Masyarakat secara luas dan pelaksanaannya dilakukan dengan kolaborasi dari berbagai pihak baik secara perorangan, kelompok, komunitas maupun Lembaga yang berlokasi diperkotaan atau pedesaan.

METODE PENELITIAN

Secara garis besar pelatihan dan penyuluhan meliputi beberapa tahapan sebagai berikut :

Sosialisasi

1. Pendahuluan
2. Dampak positif dan negative dalam memanfaatkan internet
3. Mengenal karakteristik bisnis online
4. Hubungan pemanfaatan ecommers dengan perkembangan bisnis
5. Peluang dan tantangan agribisnis perikanan
6. Etika dalam bisnis online

Pembinaan teknis

1. Talk Show (Berwirausaha sejak muda merajut cita-cita untuk masa depan lebih cerah)
2. Membuat Deskripsi produk
3. Membuat Konten - konten untuk promosi produk
4. Menjual produk perikanan dimedia sosial
5. Membuat toko online di Shopee

Pelaksanaan

1. Persiapan

2. Pemaparan materi
3. Praktik
4. Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi didapatkan melalui peningkatan pemahaman, kemampuan membuat deskripsi, kemampuan membuat toko online secara mandiri pada siswa dan siswi..

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan diakhiri dengan kegiatan praktik. Kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) membutuhkan alat (*Labtop, HP, Proyektor, Vacuum sealer, Kamera*) dan bahan (*Paket data, Produk olahan ikan*). Sedangkan sarana dan prasarana disediakan pihak sekolah. Pelatihan dilaksanakan pada pukul 09.30 – 11.00. Adapun pelatihannya terbagi dalam beberapa sesi yakni *Pertama* Talk Show, materi 1 (karakteristik bisnis online) dan Praktik (Branding produk dan membuat toko online)





Gambar 1: Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan digitalisasi Marketing di SMK NU 2 Glagah, Kabupaten Lamongan.

Acara pelatihan dipimpin langsung oleh bapak Aminin S.PI.,MP selaku Dosen Budidaya Perikanan Universitas Muhammadiyah Gresik. Materi pertama yang disampaikan berkaitan dengan potensi kecamatan Glagah sebagai penghasil ikan segar serta aneka olahan ikan yang dapat dikembangkan menjadi pilihan dan peluang bisnis online yang potensial dengan karakteristik khas Lamongn. Komoditas unggulan perikanan diwilayah kecamatan Glagah sangat beragam baik dari jenis ikan atau udang (Aminin, Firmani, dan Syaifullah 2023). Berbagai komoditas tersebut dapat dikelola dalam bentuk segar atau menjadi aneka olahan seperti krupuk ikan, baby crispy ikan, bandeng cabut duri, nugget ikan dan lain-lain.

Kegiatan pelatihan digitalisasi marketing berkolaborasi dengan praktisi bisnis online disalah satu marketplace (Shopee/al-hazen). Mas Dimas Permana adalah selaku pengusaha muda dibidang digital marketing yang akan berbagi pengalaman dalam memasarkan produk

secara online. Adapun kegiatan pelatihan digitalisasi marketing menyampaikan beberapa materi sebagai berikut :

Materi pertama: (Karakteristik bisnis online) Materi disampaikan oleh Bapak Aminin S.Pi.,MP dengan membahas pengertian ecommers, manfaat Ecommers, perkembangan serta bagaimana peluang dan tantangannya untuk digunakan sebagai dasar menentukan jenis usaha apa yang akan dijalankan. Pada penyampaian materi diharapkan siswa mampu memahami karakteristik potensi dirinya, sehingga mamiliki gambaran kegiatan usaha apa yang cocok atau sesuai dengan potensinya.

Materi kedua : (Memanfaatkan media sosial sebagai sarana peluang wirausaha perikanan) Materi disampaikan dengan harapan siswa mampu menggunakan media sosial yang dimiliki untuk dimanfaatkan sebagai sarana jual beli produk-produk khas perikanan yang dimiliki di daerahnya masing-masing. Penggunaan media sosial yang digunakan tentunya sangat berpengaruh terhadap respon pasar. Setiap media sosial atau marketplace memiliki karakteristik masing-masing. Pengguna Facebook dan Instagram misalkan, memiliki perbedaan pengguna. Umur, hobby dan karkakter-karakter lainnya. Promosi yang berkualitas dan massif sangat menentukan keberhasilan dalam mendapatkan konsumen. Pembeli yang awalnya hanya melihat dan menyimak lama-lama akan tertarik dan akan mencoba penawaran kita. Hal penting yang harus dipertahankan adalah selalu bersemangat, bahwa perjuangan yang sungguh – sungguh akan mendapatkan hasilnya, siapa yang menanam pasti memanenya. Secara

garis besar agar bisnis kita berkembang maka deskripsi yang kita buat harus menarik, jelas dan memiliki Branding dan selalu kita update sesuai dengan kebutuhan pasar.

Materi 3 Praktik (Branding Produk Dan Membuat Toko Online di Market Place/Shopee) setiap peserta membawa Labtop atau Hp. Siapkan juga paket data atau Lembaga dalam hal ini menyiapkan Waifi di sekolahannya masing-masing. Praktik pertama adalah Branding Produk Perikanan. **Branding Produk Olahan Hasil Perikanan** dilakukan dengan **memberikan identitas khusus** berupa logo pada produk.. Hal ini dimaksudkan agar konsumen mengenal bahwa produk tersebut merupakan produk yang bernilai tinggi/berkualitas tinggi. Agar semakin terlihat berkualitas produk setidaknya memiliki SKP, sertifikat P-IRT/MD, Halal, SNI dan memenuhi preferensi konsumen. Unit usaha pengolahan yang dibranding berarti diproses dengan menerapkan prinsip sanitasi yang baik, higienis, keamanan pangan, dan sesuai preferensi pasar, sehingga memberikan jaminan mutu kepada konsumen. Pada akhirnya produsen akan menjual produk dengan harga yang kompetitif dengan omset yang lebih tinggi.

Penutup

Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan merupakan wilayah di pantura yang memilki potensi berbagai macam produk olahan ikan dan udang seperti Krupuk ikan, Bandeng cabut duri, Bandeng asap, Baby nila crispy Bandeng presto dan lain-lain. Potensi komoditas unggulan perikanan yang ada, perlu dikembangkan melalui sistem

penjualan yang efektif. Oleh karena itu, sumberdaya manusia pada pada tingkat pelajar perlu dikenalkan potensi wilayahnya sendiri. Pelatihan digitalisasi marketing pada tingkat pelajar menjadi salah satu upaya membangkitkan masyarakat agar lebih produktif secara ekonomi dan secara dini jiwa kewirausahannya sudah terasah sehingga mampu dan siap bersaing dalam kegiatan bisnis ditengah-tengah masyarakat. Melalui pelatihan digitalisasi marketing pelajar diharapkan memahami bagaimana memahami karakteristik bisnis online, bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana peluang wirausaha perikanan dan bagaimana membuat branding produk serta cara membuat toko online di marketplace.

Daftar Pustaka

Adelia Malau, Ruth, Amri Hana Muhammad, Jurusan Psikologi, dan Info Artikel. 2022. "Journal of Social and Industrial Psychology Kontrol Diri dan Perilaku Cyberloafing pada Karyawan Generasi Z." *JSIP*. Vol. 11. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>.

Aminin, Aminin, Ummul Firmani, dan Muhammad Syaifullah. 2023. "DEMPLOT PENDEDERAN UDANG VANAME (LITOPENAEUS VANNAMEI) DENGAN TEKNOLOGI BIOFLOK PADA KOLAM TERPAL SECARA INTENSIF DI KECAMATAN DUDUK SAMPEAN KABUPATEN GRESIK." *DedikasiMU: Journal of Community Service* 5 (2): 237. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v5i2.5664>.

Annur, Cindy M. 2022. "Survei: Pecandu Internet Terbanyak dari Kalangan Gen Z." 2022. 29 Juni 2022.

<https://statistik.kkp.go.id>. 2019. "Jumlah Unit Pengolahan Ikan (UPI) / Provinsi." <https://statistik.kkp.go.id/>. 2019.

kominfo.jatimprov.go.id. 2010. "GRESIK DAN LAMONGAN JADI SENTRA HORTIKULTURA- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur."

kominfo.jatimprov.go.id.2010.<https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/24405>.

lamongankab.go.id. 2022. "Profil perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan."

<https://lamongankab.go.id/beranda/documents/perikanan/PROFIL%20PERIKANAN%20TAHUN%202022.pdf>.

Palmer, Adrian, dan Nicole Koenig-Lewis. 2009. "An experiential, social network-based approach to direct marketing." *Direct Marketing: An International Journal* 3 (3): 162-76.

<https://doi.org/10.1108/17505930910985116>.

Praditya, Alvin. 2019. "PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI BISNIS TERHADAP PERKEMBANGAN BISNIS ONLINE SHOP." *Semarak* 2 (1).<https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1469282&val=17738&title=PENGARUH%20MEDIA%20SOSIAL%20DAN%20KOMUNIKASI%20BISNIS%20TERHADAP%20PERKEMBANGAN%20BISNIS%20ONLINE%20SHOP>.