



Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Bagi Calon Wirausahawan Muda Untuk Mahasiswa Semester Akhir Universitas Mathlaul Anwar, Pandeglang

*Ermawitasari¹, Harsiti², Vidila Rosalina³
^{1,2,3} Universitas Serang Raya, Serang, Indonesia



DOI: <https://doi.org/10.53621/jippmas.v1i2.66>

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima: 30 Oktober 2021
Revisi Akhir: 20 Desember 2021
Disetujui: 21 Desember 2021
Terbit: 31 Desember 2021

Kata Kunci:

mahasiswa,
strategi pemasaran produk,
wirausahawan muda.



ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang telah berlangsung hampir 16 bulan di tahun 2020 ini, secara nyata berdampak pada perekonomian negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Telah menjadi fakta bahwa kemampuan perusahaan semakin kurang menyerap tenaga kerja sementara jumlah para pencari kerja semakin bertambah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan inspirasi kreativitas usaha, memperkenalkan strategi pemasaran produk serta menginisiasi kelahiran wirausahawan muda di kalangan mahasiswa tingkat akhir di Universitas Mathla'ul Anwar, Pandeglang. Pelatihan ini dilaksanakan melalui zoom sebagai media penyampai secara daring karena waktu pelaksanaan bersamaan dengan berlakunya PSBB di wilayah Banten. Materi pelatihan yang disampaikan adalah konsep pemasaran produk, berbagai jenis pemasaran, fungsi pemasaran dan strategi pemasaran produk. Dari hasil angket yang dibagikan sebelum dan sesudah kegiatan, para peserta lebih memahami berbagai strategi pemasaran produk. Kendala yang dialami selama pelaksanaan acara adalah jaringan internet yang tidak stabil. PKM kewirausahaan lanjutan sebaiknya menghadirkan wirausahawan yang berpengalaman lapangan, sehingga peserta mendapatkan referensi lebih mengarah pada alternatif pemecahan masalah.

PENDAHULUAN

Persaingan yang tinggi di kalangan lulusan sarjana untuk mendapat kesempatan bekerja di sebuah perusahaan masih terjadi dari dulu sampai sekarang. Hal ini telah menjadi perhatian lembaga perguruan tinggi yang telah secara teratur melahirkan sejumlah sarjana baru (*fresh graduate*) dengan cara memberikan pembekalan kepada mahasiswa tentang ilmu kewirausahaan dan sebagai bentuk dukungan terhadap Gerakan membudayakan dan memasyarakatkan kewirausahaan yang telah dicanangkan oleh pemerintah sejak tahun 1995 melalui Inpres Nomor 4 Tahun 1995, yaitu tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan. Gerakan nasional ini menyasar beberapa kelompok masyarakat terutama generasi muda berusia produktif, salah satunya adalah di kalangan mahasiswa. Selanjutnya pada tahun 2009 Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan Nasional meluncurkan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) untuk mendorong lahirnya wirausahawan muda di kalangan mahasiswa di Indonesia (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2009a).

Oleh sebab itu, lulusan perguruan tinggi harus lebih kreatif dan berinisiatif untuk tidak menjadi pencari kerja tetapi menjadi pencipta lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan masyarakat sekitarnya. Jiwa berwirausaha di kalangan mahasiswa tersebut harus melalui proses pembentukan pola pikir (*mindset*), sikap (*attitude*), pengembangan

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.journal.unrika.ac.id Internet Source	1%
2	id.123dok.com Internet Source	1%
3	media.neliti.com Internet Source	1%
4	adoc.pub Internet Source	1%
5	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	1%
6	www.batamnews.co.id Internet Source	1%
7	journal2.um.ac.id Internet Source	1%
8	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	1%
9	explore.openaire.eu Internet Source	1%
