



# Journal of Community Service

Volume 1, Issue 1, December 2019

P-ISSN: 2715-2901 E-ISSN: 2715-291X

Open Access at: <http://idm.or.id/JCS>

## SEMINAR CREATIVEPRENEURSHIP DAN WORKSHOP DASAR DIGITAL MARKETING PRODUK UMKM DI ERA MILENIAL

### CREATIVEPRENEURSHIP SEMINAR AND BASIC DIGITAL MARKETING WORKSHOP OF UMKM PRODUCTS IN THE MILENIAL ERA

Mery Lani Purba<sup>1</sup>, Elizabeth Haloho<sup>2</sup>, Renika Hasibuan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

E-mail: [melanielavina@gmail.com](mailto:melanielavina@gmail.com)<sup>1</sup>, [elisabeth.haloho@gmail.com](mailto:elisabeth.haloho@gmail.com)<sup>2</sup>, [renikahasibuan2016@gmail.com](mailto:renikahasibuan2016@gmail.com)<sup>3</sup>

#### INFO ARTIKEL

##### Koresponden

**Mery Lani Purba**

[melanielavina@gmail.com](mailto:melanielavina@gmail.com)

**Elizabeth Haloho**

[elisabeth.haloho@gmail.com](mailto:elisabeth.haloho@gmail.com)

**Renika Hasibuan**

[renikahasibuan2016@gmail.com](mailto:renikahasibuan2016@gmail.com)

##### Kata kunci:

*creativepreneurship, digital marketing, produk UMKM*

##### Website:

<http://idm.or.id/JCS>

hal: 33 - 37

#### ABSTRAK

Saat ini dunia bisnis sudah berkembang pesat dan terbuka bagi siapapun. Dalam hal ini kita mengenal istilah *creativepreneur* yang lebih banyak ditekuni oleh generasi muda yang melakukan bisnis dengan ide-ide yang lebih kreatif. Untuk menjadi *creativepreneur*, diperlukan memiliki jiwa wirausaha dan semangat yang tinggi. Selain mengembangkan kreatifitas, pebisnis saat ini telah menggunakan *digital marketing* sebagai media pemasaran bisnisnya. *Digital marketing* atau istilah lainnya pemasaran digital ini sudah banyak dimanfaatkan orang. Pemasaran secara digital bisa didefinisikan sebagai semua upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital di mana anda dapat berkomunikasi dengan calon konsumen yang menghabiskan waktu di *online*. Hal ini menginspirasi kami untuk melakukan pengabdian masyarakat kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia yang merupakan bagian dari kaum milenial. Kegiatan ini ditujukan untuk memotivasi dan menginspirasi para mahasiswa menjadi *creativepreneur*. Mampu mengasah kreatifitas menjadi bisnis serta jeli dalam melihat peluang bisnis dan menjalankan digital marketing dalam memasarkan bisnisnya. Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melaksanakan kegiatan seminar dengan tema *creativepreneur* dan *wokshop digital marketing*.

Copyright © 2019 JCS. All rights reserved

---

**ARTICLE INFO****Correspondent**

**Mery Lani Purba**  
melanielavoina@gmail.com

**Elizabeth Haloho**  
elisabeth.haloho@gmail.com

**Renika Hasibuan**  
renikahasibuan2016@gmail.com

**Keywords:**

*creativepreneurship,  
digital marketing,  
UMKM product*

**Website:**

<http://idm.or.id/JCS>

page: 33 - 37

---

**ABSTRACT**

Today the business world has developed rapidly and is open to anyone. In this case, we are familiar with the term *creativepreneur*, which is occupied more by young people who do business with more creative ideas. To become a *creativepreneur*, it is necessary to have an entrepreneurial spirit and high spirit. In addition to developing creativity, today's business people have used digital marketing as a marketing medium for their business. Digital marketing or other terms of digital marketing has been widely used by many people. Digital marketing can be defined as all marketing efforts using electronic devices/internet with a variety of marketing tactics and digital media where you can communicate with potential customers who spend time online. This inspired us to do community service to students of the Faculty of Economics and Social Sciences, Sari Mutiara University, Indonesia, who are part of the millennial. This activity is intended to motivate and inspire students to become *creativepreneur*. Able to hone creativity in business and be keen in seeing business opportunities and running digital marketing in marketing their business. The method used in this community service is conducting a seminar with the theme of *creativepreneur* and digital marketing shop.

Copyright © 2019 JCS. All rights reserved

---

**PENDAHULUAN**

*Creativepreneur* lebih banyak ditekuni oleh generasi muda yang melakukan bisnis dengan ide-ide yang lebih kreatif. Untuk menjadi *creativepreneur*, diperlukan memiliki jiwa wirausaha dan semangat yang tinggi. Serta pikiran yang kreatif sangat penting untuk menjadi *creativepreneur* agar menghasilkan ide baru yang dapat menciptakan suatu produk yang diminati dan disukai oleh banyak orang.

Di samping itu, *Digital Marketing* adalah ranah baru dari bidang marketing, yang memiliki penerapan yang hampir serupa meski *channel*-nya berbeda. Berbagai pekerjaan dalam bidang digital marketing yang kerap dicari biasanya adalah *digital marketer*, *social media specialist*, *SEO specialist*, *SEM specialist*, dan *data analyst*. Lowongan *digital marketing* banyak sekali menyerap tenaga-tenaga kerja baru di berbagai bidang usaha. *Digital Marketing* atau pemasaran secara digital bisa didefinisikan sebagai semua upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik *marketing* dan media digital di mana anda dapat berkomunikasi dengan calon konsumen yang menghabiskan waktu di *online*.

Program Pengabdian Masyarakat berbasis **Iptek bagi Masyarakat (IbM)** ini ditujukan kepada mahasiswa Program Studi Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Sari Mutiara Indonesia yang merupakan generasi milenial. Jumlah mitra ini ditetapkan dengan mempertimbangkan efisiensi dan intensitas pelaksanaan program. Jenis permasalahan yang ditangani dalam program IbM ini meliputi aspek *creativepreneurship* dan *digital marketing*. Aspek

*creativepreneurship* dengan memberikan seminar tentang wirausaha kreatif sedangkan *digital marketing* dengan mengadakan *workshop* selama 5 hari melatih peserta untuk memasarkan produk bisnisnya menggunakan media sosial.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka solusi yang ditawarkan pengusul melalui program IbM (Iptek bagi Masyarakat) ini meliputi:

1. Seminar *creativepreneurship* dan memotivasi para mahasiswa sebagai generasi milenial untuk menjadi *creativepreneur*.
2. *Workshop* dasar *digital marketing* dan melatih kemampuan para mahasiswa sebagai generasi milenial untuk memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran.

Pada prinsipnya kegiatan IbM ini merupakan salah satu solusi untuk permasalahan mitra melalui pendekatan secara terpadu, agar dapat menanamkan kemandirian dan jiwa berwirausaha serta mengembangkan kreatifitas dalam memasarkan produk bisnisnya secara digital. Adapun perubahan pasca IbM yang diharapkan seperti tercantum pada Tabel 1.

**Tabel 1. Harapan Perubahan Kondisi Pra dan Pasca Program Pengabdian Masyarakat**

No	Unsur	Pra IbM	Pasca IbM
1.	Jiwa berwirausaha	Belum memiliki motivasi berwirausaha	Memiliki motivasi berwirausaha
2.	Kreatifitas dalam berbisnis	Tidak kreatif dalam berbisnis	Kreatif dalam berbisnis
3.	Nilai jual produk	Nilai jual masih rendah	Meningkat karena produk dan kemasannya lebih menarik
4.	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran bisnis	Sebatas untuk keperluan pribadi	Berkembang menjadi media pemasaran produk bisnis yang dijalankan

#### **METODE PELAKSANAAN**

Melalui kegiatan ini diharapkan peserta belajar untuk memahami pentingnya *creativepreneurship* dan *digital marketing* dalam menjalankan bisnis. Metode yang digunakan terbagi menjadi dua yaitu:

1. Seminar *creativepreneurship* yang di dalamnya terdapat kegiatan pembukaan dan perkenalan ketiga narasumber yaitu pengusaha UMKM di kota Medan, pemaparan dari para narasumber, dan sesi tanya jawab. Selanjutnya para peserta mencoba memasarkan dan menjual produk-produk UMKM tersebut (Minuman kesehatan KYTa, Cemilan Anak Medan, Stik Sayur dan Buah Bunda Sella serta Aksesoris Bunda Sella).
2. *Workshop* *digital marketing* yang di dalamnya terdapat kegiatan pengenalan *digital marketing*, selanjutnya peserta secara berkelompok memasarkan produk UMKM (Minuman kesehatan KYTa, Cemilan Anak Medan, Stik Sayur dan Buah Bunda Sella serta Aksesoris Bunda Sella) dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, dan youtube.
3. Evaluasi akan dilakukan pada tahap akhir dari kegiatan. Evaluasi diberikan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari masing-masing kegiatan. Pada tahap presentansi, evaluasi dilakukan dengan menyimpulkan tingkat pemahaman para mahasiswa terhadap *creativepreneurship* dan dasar-dasar *digital marketing*. Arti pentingnya kedua hal tersebut dalam berwirausaha ketika mengikuti seminar *creativepreneurship* yang disampaikan oleh beberapa pengusaha UMKM di Kota Medan serta mengikuti *workshop* dasar digital.

## HASIL KEGIATAN

### Bagian I. Seminar *Creativepreneurship* Mengembangkan Ide Bisnis UMKM dan Menjalankannya

Untuk menjadi seorang wirausahawan dibutuhkan motivasi yang kuat serta kreatifitas dalam menciptakan ide-ide bisnis yang berpeluang untuk berhasil dijalankan. Sebelum adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, mitra merupakan sekumpulan kaum muda yang berpikir bahwa setelah lulus kuliah akan melamar kerja dan menjadi pekerja. Akhirnya mereka mulai menyadari bahwa karir dan kesuksesan seseorang dapat dicapai kapan saja bukan hanya menunggu kelulusan. Saat ini mereka dapat merintis sebuah bisnis untuk menjadi sukses. Serta lebih bermanfaat karena membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Mereka pun mulai merancang bisnis mereka secara berkelompok dan menjalankannya.



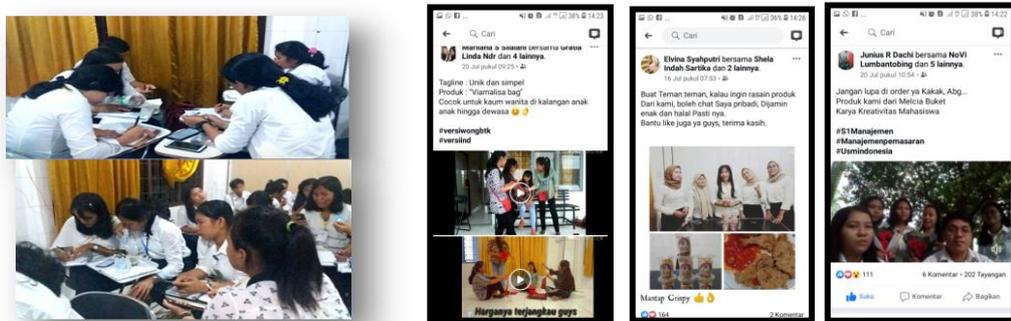
Gambar 1. Seminar *Creativepreneurship*



Gambar 2. Produk Bisnis Kreasi Peserta Seminar

### Bagian II. Workshop Dasar Digital Marketing Memasarkan Produk Bisnis UMKM Dengan *Digital Marketing*

Pemasaran merupakan hal yang terpenting dalam menjalankan sebuah bisnis. Sebuah produk akan dikenal oleh masyarakat luas jika dipasarkan. Kemasan yang menarik, merek yang unik, dan lain-lain merupakan pemasaran yang penting diperhatikan. Di era digital ini, berbagai media digital dapat digunakan menjadi media pemasaran produk. Salah satunya adalah media sosial. Saat ini setiap orang tentunya memiliki minal satu media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Line, Youtube, dan lain-lain. Hal ini tentunya memudahkan bagi para pengusaha.



Gambar 2. Suasana *Workshop* Dasar *Digital Marketing* dan Beberapa Contoh Pemasaran Secara Digital yang Diciptakan oleh Peserta

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dengan dilaksanakannya kegiatan Seminar *Creativepreneurship* dan *Workshop* Dasar *Digital Marketing* ini, peserta sebagai generasi milenial dapat termotivasi untuk menjadi *creativepreneur* dengan mengasah bakat berwirausaha yang kreatif. Demikian juga pemahaman dasar digital marketing dapat mendukung kegiatan berwirausaha dimana mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk berwirausaha. Tentunya hal ini akan berdampak positif bagi peningkatan perekonomian Indonesia secara luas, dimana jumlah *creativepreneur* terus bertambah.

### **Saran**

1. Diharapkan Mitra 1 yaitu beberapa pengusaha UMKM di kota Medan, selalu bersedia untuk memberikan pendampingan dalam hal menjalankan bisnis bagi mitra 2 sebagai pemula dalam berbisnis. Sehingga terus terjalin komunikasi guna meningkatkan jejaring dalam berbisnis.
2. Diharapkan Mitra 2, setelah mendapatkan materi seminar dan *workshop* dari tim pengabdian pada masyarakat sangat berharap adanya pendampingan kembali untuk terus menjalankan dan mengembangkan bisnisnya serta pemasaran lebih luas lagi. Mitra hendaknya terus berinovasi dalam menjalankan bisnis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran*. Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Arga. 2019. Berita: *Digital Marketing Adalah Pemasaran Masa Kini*. <https://www.domainsia.com>. Diakses 9 Juni 2019
- Elite Marketer. 2019. *Apa itu Digital Marketing dan Kegunaannya untuk Bisnis Anda?* <https://elitemarketer.id>. Diakses 17 Mei 2019
- Kotler, Philip. 2001. *Framework for Marketing Management*, Prentice Hall International Inc., New Jersey
- Kotler, Philip. 2008. *Marketing Management*, 13th Edition, Prentice Hall International Inc., New Jersey
- Kotler Philip, dkk. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia
- Marikxon. 2019. *Perkembangan Digital Marketing di Indonesia yang Memiliki Progress Bagus di 2018*. Diakses 9 Juni 2019
- Napitupulu, Shely. 2018. *8 Karakteristik yang Perlu Dimiliki oleh Seorang Creativepreneur*. <https://glints.com>. Diakses 1 Juni 2019
- Putri Kallysa D. 2016. *Creativepreneur Bisnis yang Sedang Digemari di Indonesia*. <https://www.kompasiana.com>. Diakses 17 Mei 2019
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty