

**Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Berbasis Digital Marketing Bagi  
Wirausaha Muda Perempuan untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Iwapi Muda  
Jambi**

**Ade Octavia<sup>1\*</sup>, Ade Titi Nifita<sup>1</sup>, Yayuk Sriayudha<sup>1</sup>, Ade Perdana Siregar<sup>1</sup>, Garry Yuesa  
Rosyid<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi  
[ade\\_octavia@unja.ac.id](mailto:ade_octavia@unja.ac.id)

**Abstrak**

Mitra dalam kegiatan PPM ini adalah wirausaha muda perempuan, bekerjasama dengan IWAPI muda Provinsi Jambi yang merupakan salah satu organisasi yang bertujuan sebagai wadah inovasi bagi wirausaha muda perempuan untuk mengembangkan diri sebagai wirausaha tangguh. Berdasarkan analisis situasi permasalahan utama yang dihadapi mitra saat ini pada aspek pemasaran dan aspek manajemen usaha. Aspek pemasaran meliputi rendahnya daya saing dan kinerja bisnis karena kurangnya inovasi, branding yang belum kuat, positioning yang belum kuat dan belum optimalnya pemanfaatan internet dalam pemasaran. Sementara aspek manajemen usaha meliputi manajemen usaha yang belum profesional, belum dimilikinya ijin usaha/PIRT dan sertifikasi halal, pelaporan keuangan yang konvensional. Berdasarkan permasalahan tersebut melalui kegiatan ini akan diberikan beberapa solusi penyelesaian masalah. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui kegiatan pelatihan, dengan target capaian yang terukur. Melalui kegiatan pelatihan ini mitra sangat antusias mengikuti kegiatan terlihat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Pemahaman peserta terlihat dari pertanyaan yang diajukan narasumber. Selanjutnya peserta akan mengimplementasikan hasil pelatihan. Sebagai aspek monitoring, tim PPM melakukan kunjungan ke mitra untuk melihat implementasi dari pelatihan yang diberikan.

Keywords: digitalisasi marketing, strategi pemasaran, manajemen usaha.

## **PENDAHULUAN**

Saat ini kewirausahaan telah menjadi satu hal yang seringkali diangkat di berbagai media, keberadaan wirausaha perempuan menjadi satu sudut pandang yang menarik. Menarik dalam arti masih belum banyak yang menyadari keberadaan wirausaha perempuan. Bila berbicara tentang jumlah, wirausaha perempuan akan lebih sedikit lagi dari wirausaha laki-laki. Hal ini dikarenakan dunia usaha kerap dianggap sebagai dunia yang berkaitan dengan hal-hal yang 'keras' seperti kompetisi yang membutuhkan kekuatan mental. Secara tradisional, sektor kewirausahaan utamanya didominasi oleh laki-laki. Isu gender masih menunjukkan adanya kesenjangan antara peran laki-laki dan perempuan dalam hal menjalankan dunia usaha. Namun, sejumlah studi yang telah dilakukan baru-baru ini menunjukkan bahwa ada peningkatan jumlah perempuan yang memulai bisnis mereka sendiri (Forbes 2013). Bank Dunia menyatakan bahwa hampir setengah dari pertumbuhan ekonomi dunia dalam dekade terakhir dapat dikaitkan dengan kontribusi pengusaha perempuan (Ewere et al., 2015). Pengusaha perempuan memainkan peran penting dalam kewirausahaan. Diperkirakan ada lebih dari 10 juta wanita wirausaha di benua Eropa. Di Asia Tenggara, diprediksi bahwa pengusaha perempuan menempati lebih dari 50 persen sektor kewirausahaan (Ewere et al., 2015).

Di Indonesia, jumlah wirausaha perempuan masih belum mencapai satu juta pengusaha. Baru sekitar 0,25 persen pengusaha perempuan yang menjalankan usaha secara konsisten dan aktif (<http://batam.tribunnews.com/2012/12/22/>). Banyak perempuan yang mengawali usaha dengan tujuan membantu perekonomian keluarga. Mereka menjalankan peran ganda baik sebagai istri maupun ibu rumah tangga yang dapat menggerakkan perekonomian keluarga. Mayoritas pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah perempuan. Menurut (Octavia et al., 2020) perkembangan dunia kewirausahaan di Indonesia tidak terlepas dari peran besar perempuan. Dengan sifat, karakteristik dan keuletannya, perempuan dapat turut serta memajukan perekonomian negara bahkan hingga ke mancanegara. Hasil penelitian (Octavia et al., 2017) mengemukakan bahwa kontribusi perempuan untuk pembangunan sering

dianggap tidak proporsional dibandingkan laki-laki. Padahal, dari segi ekonomi, kurang lebih 60 persen dari 51,21 juta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia adalah dikelola atau dimiliki oleh perempuan. Selain menyerap sekitar 91,8 juta atau 93 persen dari total angkatan kerja, pekerja perempuan di sektor informal juga berjumlah 55 persen dari Produk Domestik Bruto.

IWAPI Muda yang dilantik pada 1 Januari 2022. Tujuan pembentukan IWAPI Muda adalah sebagai wadah inovasi bagi wirausaha muda perempuan untuk mengembangkan diri sebagai wirausaha tangguh. IWAPI Muda Jambi di ketuai oleh Yolanda Rahmani Sudibyo. Di dalam IWAPI Muda bergabung wirausaha muda perempuan yang berasal dari kalangan mahasiswa, pelajar dan wirausaha muda profesional di Provinsi Jambi. Dalam kepengurusannya, selain memiliki ketua, wakil ketua, bendahara dan sekretaris, IWAPI Muda juga memiliki beberapa divisi penting seperti : Divisi SDM, Divisi Riset, Divisi Event, Divisi Public Relation, Divisi Sponsorship, Divisi Media Partner dan Divisi Quality Control. Setelah pelantikan pengurus, IWAPI Muda pernah mendapatkan pembekalan tentang UMKM naik kelas dari Kementerian BUMN. Diharapkan dalam perkembangannya ke depan akan lebih banyak wirausaha perempuan yang bergabung dalam IWAPI dapat berkontribusi aktif memajukan UMKM yang ada di Provinsi Jambi

Industri kreatif memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perkembangan industri kreatif tidak terlepas dari peran generasi muda. Generasi muda merupakan generasi produktif yang memiliki ide tidak terbatas dalam menjalankan usaha. Kelompok generasi Z di kenal dengan istilah "minim batasan" sehingga lebih mudah bagi mereka menerima paparan informasi dan teknologi. Kelompok ini muncul setelah generasi milenial dan jumlahnya mendominasi jumlah penduduk Indonesia saat ini. Satu hal yang mengemuka, Generasi Z mampu memanfaatkan dan menerapkan teknologi dalam berbagai aktifitas. Mereka sangat melek teknologi. Dalam dunia kewirausahaan penerapan teknologi pemasaran saat ini sudah menjadi suatu keharusan. Ada perbedaan signifikan antara pemasaran tradisional dan pemasaran modern. Menurut (Sriayudha et

al., 2021) komunikasi pemasaran merupakan strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk mengenalkan produk, memberi informasi produk dan upaya mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Namun meskipun wirausaha generasi Z ini memiliki kedekatan dengan digitalisasi, dalam hal kinerja mereka lebih rentan dibandingkan generasi sebelumnya.

Menurut hasil penelitian (Licence, 2018) generasi muda ditemukan kurang mampu mengatasi ambiguitas lingkungan. Akses pasar adalah kunci kemampuan UMKM untuk memperbesar usaha. Kreditur dan investor menjadi pihak-pihak yang diharapkan dapat membantu wirausaha memperbesar skala usaha. Untuk itu dokumen-dokumen perizinan menjadi syarat yang harus dilengkapi UMKM. Dalam menjalankan produk legalitas usaha adalah salah satu aspek yang menentukan layak atau tidaknya bisnis dijalankan. Produk-produk yang diciptakan wirausaha perempuan dalam IWAPI muda memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun sebagian besar masih terkendalam pada pengurusan dan legalitas. Mitra belum memahami bagaimana alur dan proses pengajuan izin usaha terkait produk yang dijual. Oleh karena itu mitra dalam PPM ini masih sangat membutuhkan pelatihan dan pendampingan terkait strategi pemasaran produk dan bagaimana pengurusan izin dan legalitas usaha.

### **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan informasi yang dihimpun dari mitra dan didiskusikan bersama, maka permasalahan mitra dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Strategi pemasaran produk

Anggota IWAPI Muda masih menjalankan usaha sendiri dikarenakan keterbatasan informasi dan organisasi yang baru saja dibentuk. Beberapa produk yang dihasilkan anggota sangat berpotensi namun belum dipasarkan secara massive. pelatihan dan pendampingan terkait bagaimana memasarkan produk menggunakan platform digital dan e-commerce belum dipahami mitra. Media sosial sudah dimanfaatkan namun masih terbatas dikalangan sendiri

2. Perizinan Produk

Produk-produk yang dihasilkan mitra belum memiliki legalitas seperti belum ada NPWP usaha, nomor izin usaha, izin PIRT, sertifikasi halal dan BPOM. Mitra tidak memiliki informasi dari mana harus memulai proses pengurusan izin usaha.

### 3. Manajemen Usaha

Mayoritas anggota IWAPI muda adalah wirausaha perempuan yang baru saja menjalankan usaha.

## **METODE PELAKSANAAN**

Mitra dijadikan sebagai subjek kegiatan dan dilibatkan secara nyata dalam penyelesaian masalah. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan sosial dan partisipatif. Pendekatan ini paling tepat dilaksanakan karena sesuai dengan karakteristik mitra. Diharapkan dengan pendekatan ini akan membangkitkan kesadaran dalam diri mitra. Tim PPM mengunjungi dan menjalin komunikasi secara intensif dengan mitra. Metode yang digunakan adalah dalam bentuk pemberian pelatihan. Diharapkan melalui kegiatan ini akan tumbuh kemandirian mitra untuk menghadapi dan memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan bisnisnya pada masa yang akan datang.

Dalam pelaksanaan PPM diperlukan kerjasama dari berbagai pihak baik dari tim maupun khalayak sasaran untuk mengatasi permasalahan. Untuk mengatasi permasalahan mitra yang telah disusun secara bersama tim pelaksana kegiatan menyusun perencanaan. Secara keseluruhan perencanaan kegiatan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tim PPM berkomunikasi dengan mitra untuk menyamakan persepsi terhadap kegiatan sehingga mitra memahami maksud dan tujuan kegiatan PPM yang diselenggarakan tim PPM. Tim PPM dengan rinci memberikan informasi bahwa kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mitra dalam mengembangkan usaha. Tim PPM akan menggali informasi dan merumuskan permasalahan mitra dan apa yang dibutuhkan mitra. Pelatihan dan pendampingan akan dilakukan terjadwal sehingga tim PPM dan mitra dapat

mempersipakn diri terlebih dahulu. Dalam melakukan Pendekatan kepada mitra tim PPM juga memberikan motivasi mitra untuk berhasil dalam meningkatkan usahanya.

2. Tim PPM mempersiapkan administrasi terkait seperti surat tugas, surat kesediaan mitra, surat pernyataan orisinalitas proposal serta surat izin melakukan PPM.
3. Tim melakukan koordinasi dengan dinas/instansi terkait, Ketua DPD IWAPI Provinsi Jambi, Pusat Studi Halal dan Inkubator Bisnis (IBT) LPPM Universitas Jambi. Beberapa dokumen juga dipersiapkan seperti daftar hadir, lembar isian, surat tugas, surat kesediaan mitra dan lainnya.
4. Dalam pelaksanaan Tim PPM dibantu oleh 2 orang mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Mahasiswa akan di ikutsertakan membantu proses pelatihan, pendampingan, membuat beruita acara kegiatan dan mendokumentasikan kegiatan.
5. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan terkait strategi pemasaran, pengurusan izin dan manajemen usaha.
6. Evaluasi terhadap kemampuan mitra mengelola setelah m,endapatkan pelatihan dan pendampingan. Mengevaluasi indikator capaian yang ditargetkan kepada mitra
7. Penyusunan laporan pelaksanaan kegiatan PPM dan submit luaran PPM di media massa dan jurnal nasional.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dimulai pada bulan Juni tahun 2022, dimulai dengan melakukan beberapa persiapan. Rapat tim dimulai dengan menetapkan tanggal pelaksanaan kegiatan pelatihan, narasumber, tempat pelaksanaan dan bahan pelatihan. Rapat memutuskan bahwa pelaksanaan kegiatan pelatihan pada tanggal 20 Juli 2022. Narasumber kegiatan meliputi: Ketua DWP Universitas Jambi dan tim PPM. Sebagai opening speech mengundang Ketua DPD IWAPI Provinsi Jambi dan Ketua IWAPI Muda Provinsi Jambi.

Ketua DWP Universitas Jambi, Daumi Rahmatika,SE.,MM, menyampaikan materi tentang pemberdayaan perempuan di bidang ekonomi dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. Perempuan harus mampu meningkat secara ekonomi agar dapat memberikan pengaruh pada pola pengasuhan anak menjadi lebih baik. Dengan penghasilan yang diberikan akan dapat memberikan Pendidikan yang lebih baik kepada anak-anaknya dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Indikator kesejahteraan adalah keberdayaan perempuan di bidang ekonomi, misalnya perempuan menjadi kaum terdidik, mempunyai hak-hak kepemilikan dan bebas untuk bekerja di luar rumah serta mempunyai pendapatan mandiri.

Cara yang bisa dilakukan oleh perempuan agar berdaya secara ekonomi meliputi:

1. Ikut kompetisi bisnis baik yang dilakukan oleh kemristekdikti atau Lembaga-lembaga bisnis baik tingkat lokal atau nasional.
2. Secara Lembaga/organisasi melakukan Kerjasama dengan banyak pihak, kalau tujuannya untuk meningkatkan digital marketing, menggandeng provider dan mereka yang mempunyai kompetensi IT/SI.



Gambar 1. Pemaparan Narasumber pada kegiatan pelatihan

Pada kegiatan pelatihan disampaikan materi tentang metode pelatihan kewirausahaan dan inovasi. Disampaikan oleh tim PPM, Garry Yuesa Rosyid,SE.,MM. 90% memiliki jiwa kewirausahaan dan kemampuan inovasi.

Untuk memperkuat aspek manajemen usaha dan penyusunan rencana produksi, disampaikan materi tentang manajemen usaha oleh Tim PPM, Yayuk sriayudha,SE.,MM. Dalam manajemen usaha penting untuk melakukan perencanaan. Hasil evaluasi diatas 80% mitra paham tentang manajemen usaha dan rencana produksi.

Narasumber menjelaskan proses pembukuan dan siklus akuntansi. Dimulai dari menganalisa transaksi. Sebelum melakukan pembukuan harus tahu dulu jenis transaksi yang dilakukan. Sebagai contoh pembelian kursi. Jika kursi untuk perlengkapan, maka pembukuannya dilakukan pada transaksi perlengkapan. Semakin rajin melakukan pembukuan, maka akan semakin baik melakukan pencatatan transaksi. Selanjutnya membuat jurnal umum, membuat buku besar, neraca saldo dan laporan rugi laba.

Cara pembuatan NPWP badan usaha, sudah bisa melalui online. Syarat pembuatan NPWP: fotocopi akta pendirian, dokumen identitas usaha, izin usaha atau surat keterangan tempat kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan 80% mitra paham pajak dan mau mengurus NPWP.





Gambar.2 Tim Pengabdian Kepada Masyarakat sedang memberikan materi.

Untuk perijinan produk mitra akan diarahkan kepada Pusat Kajian Halal Universitas Jambi, dimana selanjutnya akan dibantu untuk mengajukan sertifikasi halal. Peserta terlihat sangat antusias dengan materi pelatihan. Beberapa pertanyaan diajukan kepada para narasumber dan dapat dijelaskan dengan baik. Pemahaman peserta meningkat tentang bagaimana memasarkan produk menggunakan platform digital dan e-commerce. Berdasarkan Indikator capaian kegiatan, tercapai sebesar 80%. Dimana mitra telah memiliki memiliki media sosial, memahami tentang strategi pemasaran berbasis digital dan proses pengurusan PIRT serta sertifikat halal.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pelatihan strategi pemasaran telah dilaksanakan dengan baik. Capaian-capaian diukur dengan standar yang jelas menunjukkan ketercapaian sebesar 80%. Waktu yang dilaksanakan selama enam bulan telah mampu meningkatkan motivasi mitra untuk meningkatkan kinerja bisnis. Namun mitra memiliki kesulitan untuk dapat menembus pasar retail karena belum memiliki sertifikat halal. Kedepan disarankan ada kegiatan berkelanjutan, terutama dalam pengurusan sertifikat dan label halal. Kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan tridharma PT khususnya pengabdian kepada masyarakat yang sesuai dengan visi UNJA. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan wirausaha muda perempuan memiliki kemampuan untuk menerapkan strategi pemasaran berbasis digital. Kedepan diharapkan juga akan banyak kolaborasi dengan pihak eksternal UNJA sebagai mitra untuk meningkatkan kinerja bisnis usaha.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih diucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat Universitas Jambi atas dukungan pendanaan dalam kegiatan PPM ini. Ucapan terima kasih

diberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Ketua DWP Universitas Jambi dan Ketua DPD IWAPI Provinsi Jambi serta semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Octavia, A., Dahmiri, D., Wijaya, P., & Sriayudha, Y. (2020). The Moslema entrepreneurship and product innovation: Its impact on market orientation and performance of small and medium enterprises. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 8(4), 397–404. <https://doi.org/10.22437/ppd.v8i4.10702>
- Octavia, A., Zulfanetti, & Erida. (2017). Influence models of entrepreneurial orientation, entrepreneurship training, and business performance of small medium enterprises. *Advanced Science Letters*, 23(8), 7232–7234. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.9338>
- Sriayudha, Y., Roza, S., Octavia, A., & Rosyid, G. Y. (2021). *Proses Komunikasi Pemasaran Sebagai Variabel Intervening Pada Hubungan Kinerja Pemasaran UKM dan Orientasi Inovasi Wirausaha Perempuan*. 5, 74–82.