



Penguatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa melalui Strategi Pemasaran Digital

Strengthening the Entrepreneurial Spirit of Students through Digital Marketing Strategies

Yudhi Novriansyah^{1*}, Supriyati², Herawati³, Muhammad Asman⁴, Ida Zuliyana⁵

¹⁻⁵Universitas Muara Bungo, Indonesia

*Korespondensi penulis: yudhinov1983@gmail.com

Article History:

Received: Juni 04, 2025;

Revised: Juni 21, 2025;

Accepted: Juli 06, 2025;

Published: Juli 09, 2025

Keywords: Entrepreneurial Spirit, Digital Marketers, University Students.

Abstract: Lectures of the Management Study Program at Muara Bungo University (UMB) have implemented a Community Service Program (PKM) to boost students' entrepreneurial spirit. This was carried out through a seminar and discussion with the theme "Strengthening the Entrepreneurial Spirit of Students through Digital Marketing Strategies" in the UMB Faculty of Economics Auditorium. It is hoped that the seminar and discussion, designed with a participatory learning approach, will enhance the entrepreneurial spirit of UMB Management Study Program students and teach them how to use digital marketing to start businesses and open ventures.

Abstrak

Pengajar Program Studi Manajemen Universitas Muara Bungo (UMB) melaksanakan Program Pengabdian Masyarakat (PKM) untuk meningkatkan semangat kewirausahaan mahasiswa. Ini dilakukan melalui seminar dan diskusi dengan tema "Memperkuat Semangat Kewirausahaan Mahasiswa melalui Strategi Pemasaran Digital" di Auditorium Fakultas Ekonomi UMB. Diharapkan seminar dan diskusi yang dirancang dengan pendekatan pembelajaran partisipatif ini akan meningkatkan semangat kewirausahaan mahasiswa Program Studi Manajemen UMB dan mengajarkan mereka cara menggunakan pemasaran digital untuk memulai bisnis dan membuka usaha.

Kata Kunci: Pemasar Digital, Mahasiswa, Semangat Kewirausahaan.

1. PENDAHULUAN

Setiap negara mengalami masalah pengangguran karena salah satu indikator keberhasilan suatu negara dapat diukur dari tingkat penganggurannya. Tingkat pengangguran yang lebih tinggi menunjukkan bahwa negara tersebut kurang berhasil dalam memberikan perhatian kepada penduduknya, sedangkan tingkat pengangguran yang lebih rendah menunjukkan bahwa negara tersebut termasuk berhasil. Begitu pula di Indonesia, tantangan dunia kerja semakin kompleks, ditandai dengan persaingan tenaga kerja yang ketat dan tingkat pengangguran yang tinggi, terutama di kalangan lulusan perguruan tinggi. Banyak siswa tidak siap secara mental maupun fisik. keterampilan praktis yang diperlukan untuk memulai bisnis mandiri atau masuk ke dunia kerja.

Kondisi ini menunjukkan bahwa penanaman jiwa kewirausahaan harus menjadi bagian dari proses pendidikan tinggi sejak dini agar mahasiswa tidak hanya menjadi pencari kerja tetapi juga mampu menjadi pencipta lapangan kerja (Sihotang & Alfarisi, 2025).

Kewirausahaan ini akan lebih efektif jika dikombinasikan dengan kemampuan memanfaatkan teknologi dibidang pemasaran. Ini akan mendorong pola pikir bisnis yang berfokus pada keuntungan ekonomi dan perubahan pola masyarakat dalam berbelanja. Semua orang membutuhkan pemasaran karena keadaan dan lingkungan dunia saat ini berubah dengan cepat dan kompleks.

Pemasaran penting di semua aspek kehidupan, bukan hanya di dunia bisnis. Pemasaran adalah ide yang harus ada ketika kita menjual sesuatu, bahkan ide, mencari pekerjaan, mengumpulkan donasi untuk kegiatan sosial, mempromosikan sebuah tujuan, dan mencari kebutuhan yang diperlukan. Pemasaran adalah segala sesuatu yang dilakukan sejak kita lahir, anak-anak, remaja, pemuda, menikah, orangtua, bahkan ketika kita mati. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha harus sangat berhati-hati saat membuat strategi produk, harga, promosi, dan jalur distribusi. Selain itu, pelaku usaha perlu memastikan bahwa konsumen memahami informasi yang diperoleh dari penjual tentang produk seluas-luasnya (Murniaty, 2022).

Oleh karena itu, pola pikir mahasiswa tentang mencari pekerjaan harus diubah secara bertahap agar mereka dapat membangun karir sendiri. untuk mengajarkan generasi milenial untuk tetap produktif, mengembangkan pola pikir wirausaha, dan mempersiapkan mereka untuk memiliki mindset bisnis yang terbuka, yang akan meningkatkan kepercayaan mereka untuk memulai bisnis mereka sendiri. Selain itu, ia menyatakan bahwa budaya yang didukung lingkungan adalah salah satu faktor yang menyebabkan seseorang menjadi tidak kreatif. Sebaliknya, ada paradigma masyarakat yang menganggap bahwa orang yang bekerja sebagai pegawai negeri (yang memiliki pekerjaan yang memberikan penghasilan yang pasti), lebih baik daripada orang yang bekerja sebagai wirausaha.

Pemerintah sudah mengambil tindakan serius untuk meningkatkan jumlah wirausaha, seperti memasukkan materi kewirausahaan ke dalam sistem pendidikan mulai dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi. Ini akan menanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini, memberikan penghargaan kepada wirausaha yang berhasil, dan mencapai pemerataan pembangunan. Ketersediaan pasar, dukungan pembiayaan, dan pengelolaan logistik adalah tiga pilar penting untuk mendukung pertumbuhan jumlah usaha. Selain tiga pilar tersebut, usaha yang sukses juga harus dapat berkreasi dan berinovasi dengan membawa cita-cita, motivasi, komitmen, semangat, keuletan, integritas, semangat kerja sama, dan visi dalam menjalankan usaha (Sanawiri, B & Iqbal, 2018).

Salah satu hal yang diperlukan untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis adalah pemasaran yang handal, karena kewirausahaan membutuhkan inovasi dan kreatifitas untuk

memasarkan barang atau jasa mereka. Tanpa pemasaran yang matang dan handal, bisnis dapat mengalami kegagalan atau kemunduran, terutama di era Industri 4.0. Kemampuan untuk menemukan, mengembangkan, dan menerapkan konsep inovatif itu sendiri saat ini menjadi penting untuk kesuksesan bisnis yang berkelanjutan di era digital yang berkembang pesat. Teknologi digital mengubah bisnis dan membuka peluang baru (Suhairi dkk, 2024).

Oleh karena itu, mahasiswa Program Studi Manajemen harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk beradaptasi dan bersaing dalam dunia bisnis digital. Tujuan dari seminar “Penguatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa melalui Strategi Pemasaran Digital” adalah untuk memberi motivasi dan keterampilan yang diperlukan untuk memahami dan menerapkan konsep bisnis digital yang berkelanjutan. Sangat penting bagi mahasiswa Manajemen untuk memasukkan prinsip-prinsip bisnis digital ke dalam semua aspek bisnis yang mereka jalankan. Menurut teori, Pemasaran Digital merupakan aktivitas pemasaran yang menggunakan berbagai media Web seperti *blog*, *website*, *email*, *advertising word* dan jejaring sosial (Ridwan & Josua, 2009).

Dengan memahami cara menjalankan bisnis digital yang berkelanjutan akan membantu mereka mengembangkan bisnis mereka dengan sukses sambil memastikan bahwa bisnis mereka akan berkolaborasi dengan pemanfaatan Teknologi Informasi dalam pemasaran. Selain itu, akan menjadi transformasi gagasan menjadi bisnis yang berkelanjutan membutuhkan pemahaman tentang bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Kegiatan Seminar dan Diskusi ini terutama ditujukan kepada mahasiswa Program Studi Manajemen, karena mereka membutuhkan keterampilan yang relevan untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital.

Mahasiswa Program Studi Manajemen diharapkan dapat menjadi pelopor dalam mendirikan bisnis yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Mereka akan lebih siap untuk mengembangkan konsep kreatif yang dapat diterapkan dalam menjadi Wirausaha muda jika mereka memahami konsep bisnis digital yang berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Dalam kegiatan Seminar Dan Diskusi ini, dilakukan beberapa tahap, antara lain: **Pertama**, mengadakan kerjasama antara Dosen Pengabdian dengan Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) Fakultas Ekonomi, Universitas Muara Bungo. **Kedua**, Kemudian dosen pengabdian menyusun rencana Seminar dan Diskusi “Penguatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa melalui Strategi Pemasaran Digital”. **Ketiga**, menetapkan jadwal kegiatan. **Keempat**, melaksanakan kegiatan Seminar dan Diskusi dengan mengundang mahasiswa-mahasiswi

Program Studi Manajemen Angkatan 2021-2024, Pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM), Himpunan Mahasiswa Akuntansi (HIMATANSI) Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo, selaku calon Wirausaha muda. Diharapkan informasi dan gagasan yang diperoleh dari kegiatan ini dapat dijadikan pedoman bagi mahasiswa Program Studi Manajemen dalam mengelola diri dan bekal masuk ke dunia bisnis dengan membangun model kewirausahaan yang memanfaatkan Pemasaran Digital untuk menjaga eksistensi dan perluasan usaha mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Aula Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo pada hari Kamis, 12 Juni 2025, kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Penguatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa melalui Strategi Pemasaran Digital” telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan yang dimulai pada pukul 08.30 dan berakhir pada pukul 13.00 WIB ini dibuka secara resmi oleh Dekan Fakultas Ekonomi, juga dihadiri oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Ketua Prodi Manajemen, Dosen Pelaksana Pengabdian dan seluruh peserta Seminar dan Diskusi sebanyak 102 orang mahasiswa Program Studi Manajemen.

Dalam sambutannya, Dr. Misra Yeni, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi menekankan bahwa mahasiswa Program Studi Manajemen harus memanfaatkan peluang dan tantangan baru di era digital. Beliau juga menekankan betapa pentingnya memahami Teknologi Informasi sebagai penunjang utama dalam setiap aspek bisnis digital, sehingga mahasiswa dapat menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan bisa menjadi pilihan utama karier dimasa mendatang. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberi mahasiswa pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk beradaptasi dan bersaing dalam dunia bisnis yang terus berubah.



Gambar 1. Penyampaian Materi Seminar

Tim Dosen Pengabdi menyampaikan materi dalam 3 (tiga) sesi. **Pertama**, dimulai dengan presentasi yang menarik tentang cara mengembangkan ide bisnis digital yang berkelanjutan. **Kedua**, memberikan penjelasan tentang langkah-langkah penting untuk menemukan dan memanfaatkan gap pasar, strategi pemasaran digital, dan **Ketiga**, metode untuk memastikan bahwa bisnis tetap mengikuti aturan yang benar dalam memanfaatkan media Teknologi Informasi (TI). Untuk memberikan gambaran yang jelas dan praktis kepada peserta, masing-masing pemateri menggunakan beberapa contoh kasus pemasaran konvensional dan perbandingannya dengan pemasaran secara digital.

Setelah presentasi, ada sesi tanya jawab interaktif. Mahasiswa punya kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berbicara langsung dengan pembicara. Pertanyaan yang diajukan beragam, mulai dari metode untuk membangun bisnis digital hingga cara bijak memanfaatkan teknologi informasi dalam operasi bisnis sehari-hari. Mahasiswa mendapatkan penjelasan langsung dan solusi praktis untuk masalah yang mereka hadapi, sehingga sesi ini sangat bermanfaat bagi mereka.

Dalam sesi diskusi dan tanya jawab, pentingnya inovasi dan kreativitas dalam bisnis digital menjadi suatu titik fokus. Hasil penjelasan pemateri menuju suatu kesimpulan bahwa untuk berhasil dalam dunia bisnis yang kompetitif, orang harus dapat berpikir *Out-Of-The-Box* dan membuat solusi yang unik. Selain itu, pemateri menekankan betapa pentingnya untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan pasar yang cepat. Di sini, teori kewirausahaan dan inovasi Schumpeter menjadi relevan, karena inovasi dianggap sebagai katalisator utama pertumbuhan ekonomi dan perubahan struktural dalam industri (Adandy, dkk, 2024).



Gambar 2. Peserta Melakukan Diskusi dan Tanya Jawab dengan Pemateri

Kegiatan dilanjutkan dengan diskusi kelompok. Sebelum diskusi, peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk berbicara tentang konsep bisnis mereka sendiri dan cara mereka dapat mengubahnya menjadi bisnis yang berkelanjutan. Setiap kelompok didampingi oleh fasilitator yang memberikan instruksi dan umpan balik. Setelah diskusi kelompok, kelompok diminta untuk mempresentasikan hasil diskusi mereka di depan peserta lainnya. Ini juga membantu peserta mengasah keterampilan kritis dan analitis mereka. Saat presentasi ini, tidak hanya ada kesempatan untuk berbagi ide, tetapi juga ada kesempatan untuk mendapatkan umpan balik yang bermanfaat dari pemateri dan orang lain yang hadir. Proses ini sangat penting untuk meningkatkan keterampilan presentasi dan komunikasi, yang sangat penting dalam dunia bisnis.



Gambar 3. Pembagian Tugas Presentasi Dalam Kelompok Kecil per Kelas

Setelah acara berakhir, kuesioner yang disebarakan kepada peserta digunakan untuk menilai kegiatan. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan materi yang disampaikan dan cara kegiatan dirancang secara interaktif. Mereka berpendapat bahwa seminar ini sangat membantu dan relevan dengan kebutuhan mereka. Banyak peserta mengatakan mereka lebih percaya diri dan termotivasi untuk membangun bisnis mereka sendiri. Antusiasme peserta tetap tinggi sepanjang acara, meskipun melebihi waktu yang terjadwal sesuai round down kegiatan Seminar dan Diskusi. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Program Studi Manajemen sangat tertarik untuk mempelajari bisnis digital yang berkelanjutan.

Partisipasi aktif mereka dalam diskusi dan sesi tanya jawab menunjukkan komitmen

mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuannya: memberdayakan mahasiswa Program Studi Manajemen dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membangun bisnis digital yang berkelanjutan. Dengan dukungan lanjutan yang direncanakan, diharapkan mahasiswa dapat terus mengembangkan ide-ide mereka dan membantu membangun bisnis memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang menjadi trend masyarakat konsumen saat ini. Kegiatan ini juga menunjukkan betapa pentingnya bekerja sama antara akademisi dan praktisi untuk membuat program pendidikan yang bermanfaat dan relevan.

4. KESIMPULAN

Acara bertema "Penguatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa melalui Strategi Pemasaran Digital" berhasil mencapai tujuannya: memberdayakan mahasiswa Program Studi Manajemen untuk membangun bisnis digital yang berkelanjutan. Seminar ini, yang dibuka oleh Dekan Fakultas Ekonomi dengan 5 orang Pemateri memberikan wawasan mendalam tentang perubahan ide bisnis dan pentingnya integrasi bisnis dan Teknologi Informasi dan Peran Media Sosial dalam Pemasaran Modern. Mahasiswa mempelajari strategi bisnis digital, inovasi, dan pemanfaatan masing-masing teknologi digital melalui presentasi dan tanya jawab interaktif.

Berdasarkan pengumpulan data dan evaluasi hasil kegiatan, diperoleh informasi bahwa, peserta merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk membangun bisnis mereka sendiri. Penampilan analitis dan komunikasi peserta diperkuat melalui diskusi kelompok dan presentasi. Antusiasme tetap tinggi meskipun acara sempat berhenti, menunjukkan minat besar mahasiswa dalam bidang ini. Diharapkan seminar ini akan berfungsi sebagai titik awal untuk pengembangan lebih lanjut di bidang bisnis dan pemasaran secara digital. Kemudian dari hasil evaluasi diakhir Seminar, peserta merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk membangun bisnis mereka sendiri.

Penampilan analitis dan komunikasi peserta diperkuat melalui diskusi kelompok dan presentasi. Antusiasme tetap tinggi meskipun acara sempat berhenti, menunjukkan minat besar mahasiswa dalam bidang ini. Diharapkan seminar ini akan berfungsi sebagai titik awal untuk pengembangan lebih lanjut di bidang bisnis dan pemasaran digital

ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih dan penghargaan kepada Dekan, Wakil Dekan dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo yang membantu memfasilitasi

kegiatan Seminar dan Diskusi Penguatan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa melalui Strategi Pemasaran Digital. Hal ini sebagai bentuk partisipasi aktif kalangan dunia akademik membangun kesadaran mahasiswa dalam mempersiapkan diri memasuki lapangan kerja melalui sektor Wirausaha dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran yang diterapkan diberbagai industri negara maju.

Terima kasih pengurus Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo yang telah membantu mengatur seminar dan diskusi. Kegiatan ini diharapkan membangun kesadaran mahasiswa tentang pentingnya mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja melalui sektor wirausaha yang sadar teknologi dan memahami pemasaran digital.

DAFTAR REFERENSI

- Muniarty, P., dkk. (2022). *Manajemen pemasaran* (hlm. 69). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Nugroho, A., dkk. (2024). Mengintegrasikan prinsip syariah dalam bisnis digital: Pelatihan dan pengembangan mahasiswa membangun bisnis digital yang berkelanjutan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 282–288.
- Ridwan Sanjaya, & Tarigan, J. (2009). *Creative digital marketing* (hlm. 47). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sihotang, M., & Alfarisi, S. (2025). Peningkatan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui pelatihan produksi dan komersialisasi eco enzyme berbasis green economy. *Journal Liaison Academia and Society*, 5(2), 74–84.
- Suhairi, S., Nurhazizah, dkk. (2024). Transformasi digital riset pemasaran global dengan integrasi teknologi terkini untuk menyusun strategi responsif terhadap perubahan pasar global. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(2), 1510–1519. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i2.175>