

Penerbit  
**LAKEISHA**



**Bunga Rampai  
Karya Pengabdian kepada  
Masyarakat Berbasis Ilmu  
Administrasi Bisnis**

**Editor:**  
**Muhammad Zaini**  
**Muhammad Fikry Aransyah**

**BUNGA RAMPAI  
KARYA PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT  
BERBASIS ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Editor : **MUHAMMAD FIKRY ARANSYAH**

**BUNGA RAMPAI  
KARYA PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT  
BERBASIS ILMU ADMINISTRASI BISNIS**



**Penerbit Lakeisha  
2021**

# **BUNGA RAMPAI KARYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT BERBASIS ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Editor : **MUHAMMAD FIKRY ARANSYAH**

Layout: Yusuf Deni Kristanto, S.Pd.

Desain Cover: Tim Lakeisha

Cetak I November 2021

15.5 cm × 23 cm, 181 Halaman

ISBN: 978-623-5536-73-6

Diterbitkan oleh Penerbit Lakeisha  
(**Anggota IKAPI No. 181/JTE/2019**)

Redaksi

Srikaton, Rt. 003, Rw. 001, Pucangmiliran,

Tulung, Klaten, Jawa Tengah

Hp. 08989880852, Email: [penerbit\\_lakeisha@yahoo.com](mailto:penerbit_lakeisha@yahoo.com)

Website: [www.penerbitlakeisha.com](http://www.penerbitlakeisha.com)

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan  
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit



# KATA PENGANTAR

---

---

**M**ahasiswa merupakan agent of change, yang berarti mahasiswa sangat memiliki peran penting dalam membuat suatu perubahan di dalam lingkungan masyarakat. Dimana perubahan yang dibawa oleh mahasiswa itu diharapkan dapat membawa dampak positif dalam kehidupan masyarakat di masa yang akan datang. Mahasiswa juga merupakan kaum intelek muda yang menjadi garda terdepan dalam memperbaiki kondisi masyarakat dan bangsa. Untuk hal itulah mahasiswa harus menjadi pemicu terbentuknya peradaban yang maju dengan melalui kegiatan pengabdian masyarakat sebagai awalnya, karena pengabdian merupakan salah satu Tri Dharma perguruan tinggi dan sudah merupakan kewajiban bagi kaum akademik untuk memenuhinya. Sangat penting untuk menanamkan sikap peka dan peduli kepada mahasiswa terhadap keadaan masyarakat yang ada di lingkungan sekitar. Karena dengan memiliki kepekaan dan kepedulian yang tinggi, maka mahasiswa akan secara langsung aktif dalam membantu masyarakat dengan membuat perubahan positif yang nyata.

Dengan ketidaksempurnaan, mudah-mudahan kegiatan mahasiswa dalam buku ini menjadi referensi yang berharga sebagai mengabdikan diri dalam masyarakat. Diharapkan melalui Program Kreativitas Mahasiswa dalam menngabdikan diri dalam masyarakat dapat menjawab tantangan untuk menghasilkan lulusan berkompeten dan berdaya saing tinggi mahasiswa juga perlu terjun langsung dalam suatu kegiatan pengabdian masyarakat, sebab mahasiswa yang nantinya akan menjadi penerus dan masa depan

bangsa. Buku ini berisi tentang Pelatihan-pelatihan Mahasiswa Administrasi Bisnis 2019 yang berada di bawah koordinasi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas. Kerja sama dan partisipasi berbagai pihak secara terkoordinir dalam pencapaian tujuan pengabdian masyarakat ini sangat menentukan keberhasilannya.

Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi pengabdian, pengelola universitas, dan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata Kami mengucapkan terima kasih.



# PROLOG

---

---

**D**alam Bab I Pasal 1 Undang-Undang nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, dijelaskan bahwa Tridharma Perguruan Tinggi adalah kewajiban perguruan tinggi untuk menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan sivitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Pengabdian kepada masyarakat berlandaskan kepada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/Sustainable Development Goals (SDGs), dengan target mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan.

Mahasiswa sebagai bagian dari sivitas akademika tentunya mempunyai tanggung jawab moral ikut serta dalam pengabdian kepada masyarakat. Mahasiswa dapat menggali informasi secara langsung terjun ke masyarakat mitra atau mencari informasi dari sumber lain berkaitan dengan kondisi masyarakat mitra. Mahasiswa dapat membantu masyarakat mitra dalam memetakan masalah yang dihadapi, menentukan skala prioritas yang harus diselesaikan dan membantu menyelesaikan masalah tersebut. Pada kelompok sosial masyarakat tertentu, masalah tersebut tidak dapat digali dari mereka sendiri sehingga mahasiswa juga dapat secara mandiri memetakan masalah mitra dan menawarkan solusi atas masalah tersebut. Seperti diketahui bahwa pandemi Covid-19 masih belum berakhir, sehingga kegiatan menggali informasi dapat dilakukan

secara daring berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan atau berdasarkan protokol covid-19.

Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pelajaran kepada mahasiswa tentang potret masyarakat mitra; menumbuhkan tenggang rasa dan solidaritas terhadap masalah yang dihadapi masyarakat mitra; menerapkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dalam menyelesaikan masalah tersebut. Program pada masa pandemi ini (dimungkinkan) dilaksanakan melalui konsep “blended”, yaitu kombinasi tiga unsur penting, yaitu virtual-digital, online dan offline dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Unsur-unsur tersebut dapat digunakan secara kombinasi maupun tunggal dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.



# DAFTAR ISI

---

---

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>PROLOG</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix

## **BAGIAN 1**

<b>PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA DALAM MENGABDIKAN DIRI DALAM MASYARAKAT PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS KELAS B 2019</b> .....	1
---	---

### **PELATIHAN DESAIN SLIDE PRESENTASI MENGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI PELAJAR SMA DAN SMK**

<i>Muhammad Fikry Aransyah, Wira Bharata, Andi Aulia, Indri Rahmawati, Herny Damayanti, Dan Retna Nur Rahmahyanti</i> .....	2
---	---

### **PELATIHAN PEMANFAATAN GOOGLE BUSINESS UNTUK MEMBANTU MENINGKATKAN BISNIS UMKM**

<i>Muhammad Fikry Aransyah, Adietya Arie Hetami, Aldian Ramadhan Soesanto, Muhammad Astrickosyah Daffa Pratama, Denny Rahmatullah, Dan Najiyah Dwi Sekar Sari</i> .....	11
---	----

### **PELATIHAN FOTO PRODUK SEBAGAI SARANA PROMOSI**

<i>Fareis Althalets, Wira Bharata, Ferdy Satya Nosaly, Muhammad Irfan Asmi, Reza Adi Yudanto, Dan Dhiyan Nurrahman</i> .....	20
--	----

**PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BISNIS ONLINE DI SAMARINDA**

*Ana Noor Andriana, Adietya Arie Hetami, Zharifa Aisha P.S, Alifia Nurul Kusuma T, Dan Adinda El Maura* ..... 30

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN TIPS & TRIK SISTEM ENDORSMENT DI MEDIA SOSIAL**

*Muhammad Zaini, Ana Noor Andriana, Syarifah Aisyah Salsabilla, Yunita Arisandi, Hesti Fadillah, Nopiana Indah Sari, Dan Hesti Rahmah Maulidah*..... 40

**PELATIHAN PENJUALAN ONLINE MENGGUNAKAN APLIKASI INSTAGRAM**

*Ana Noor Andriana, Lailatul Hijrah, Cantika Oktamel Darus, Widya Utami Putri, Diana Aulia Putri, Dan Silma Fauziah*..... 54

**PELATIHAN PUBLIC SPEAKING BAGI PELAJAR SMA/SMK/SEDERAJAT**

*Tuti Wediawati, Fareis Althalets, Ahmad Tri Andri Anugrah, Kasmiasi, Rosmiah Jamalia, Sevia, Dan Syamsumarlin* ..... 66

**BAGIAN 2**

**PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA DALAM MENGABDIKAN DIRI DALAM MASYARAKAT PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS KELAS A 2019** ..... 77

**PELATIHAN JOB INTERVIEW DAN SOFT SKILLS GUNA MEMASUKI DUNIA KERJA**

*Tuti Wediawati, Faries Althalets, Lavenia Christine Sulistio, Putri Hendiani, Riska Musdalifah, Dan Virda Verdina*..... 78

**PELATIHAN DESAIN GRAFIS MENGGUNAKAN  
MICROSOFT POWERPOINT BAGI PELAJAR**

*Arwin Sanjaya, Wira Bharata, Stefany Komala, Juwita Z,  
Setya Maulana Pratama, Muhammad Izharul Laily Salam,  
Dan Kurnia Himawan Sandy*..... 90

**PELATIHAN DASAR PUBLIC SPEAKING SANTRI  
PONDOK PESANTREN HADIQOTUL ‘ULUM  
KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA**

*Faries Althalets, Tuti Wediawati, Alya Meirisa Riyadi,  
Alya Andaniy, Arif Maulana Ramdhani, Fitri, Dan Laura Viviana  
Ardiansyah Iryanto* ..... 103

**PUBLIC SPEAKING UNTUK PELAJAR**

*Tuti Widiawati, Arwin Sanjaya, Muhammad Irfan Shalahudin,  
Nadratul Naima, Trisna Pitaloka Wulandari,  
Dan Novan Fransa Nanda* ..... 111

**PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI MENDELEY  
BAGI MAHASISWA DALAM PEMBUATAN DAFTAR  
PUSTAKA**

*Muhammad Fikry Arransyah, Wira Bharata, Putri Nur A,  
Atfal Muchlis A, Annisa Maulidia, Dita Ismaliana R,  
Dan Devianti Madareski T* ..... 119

**WEBINAR PRIORITIZING YOUR MENTAL HEALTH  
DURING THE PANDEMIC**

*Muhammad Zaini, Arwin Sanjaya, Diajeng Laily Hidayanti,  
Ayunda Ramadhani, Intan Thania Amelia, Fatma Azizah, Afifah,  
Murni, Dan Rahmayana* ..... 131

**PELATIHAN MANAJEMEN WAKTU BAGI PELAJAR SMP & SMA DALAM PRODUKTIF DI MASA PANDEMI**

*Muhammad Zaini, Arwin Sanjaya, Achmad Junaidi, Aolia Putri, Madinah Mahupe, M. Shidqi Athallah, Dan Prajna Dyah K.....* 145

**PELATIHAN DASAR DALAM PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING BISNIS**

*Lailatul Hijrah, Wira Bharata, Noriza Yuan Agdenada, Aulia Tazkia Faradillah, Pingki, Meilia Burnia Dani, Dan Tira Siya Fajar Rahayu .....* 153

**PELATIHAN PENGGUNAAN CANVA BAGI SISWA DI SAMARINDA**

*Lailatul Hijrah, Muhammad Fikry Arransyah Khanaya Putri, Novia Arija, Muhammad Hafizh Firnanda, Dan Rini Kurniawati Putri .....* 161

**OPTIMASI USAHA BUMDES MULYA BERSAMA MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK UKM MASYARAKAT DESA MULAWARMAN**

*Finnah Furqoniah, Adietya Arie Hetami, Hera, Tri Handayani, Syafitri, Windy DaraDinanti, Dan Ayu Fil Akhirati .....* 169

# BAGIAN 1

---

*PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA DALAM  
MENGABDIKAN DIRI DALAM MASYARAKAT PROGRAM  
STUDI ADMINISTRASI BISNIS KELAS B 2019*

*CHAPTER ONE*  
**PELATIHAN DESAIN SLIDE PRESENTASI  
MENGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI PELAJAR  
SMA DAN SMK**

Muhammad Fikry Aransyah, Wira Bharata, Andi Aulia, Indri  
Rahmawati, Herny Damayanti, Dan Retna Nur Rahmahyanti



### **Abstrak**

Karena kurangnya kemampuan pelajar dalam mendesain, dengan adanya pelatihan ini diharapkan pelajar mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan desainnya. Pelatihan desain ini ditujukan kepada seluruh pelajar Se-Indonesia khususnya yang menduduki bangku SMA dan SMK. Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan dengan menggunakan aplikasi canva yang dilaksanakan secara online melalui media zoom meeting. Kegiatan pelatihan ini ditunjang dengan pemberian materi kepada peserta, tanya jawab dan praktik secara langsung melalui zoom meeting. Tujuan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk melatih pelajar SMA dan SMK dalam menggunakan aplikasi canva dan mendesain slide presentasi yang baik dan menarik. Dari hasil evaluasi kegiatan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan PKM ini, dapat kami simpulkan bahwa program PKM ini telah mampu memberikan manfaat yang besar dan tepat sasaran bagi khalayak pelajar yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberikan tambahan ilmu, wawasan serta pengetahuan baru di bidang desain dalam proses pembelajaran sekolah.

**Kata Kunci:** Canva, Desain, Pelajar, Slide Presentasi

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi dan situasi masa pandemi saat ini membuat kita harus mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang ada, tidak semua orang mengerti dalam penggunaan teknologi. Adanya himbauan agar mengurangi aktivitas di luar dan banyaknya para pekerja yang dirumahkan karena adanya pandemi covid-19. Covid-19 yang tak kunjung usai, membuat kasus ini terus meningkat. Pada Jumat 12 Februari 2021 kasus di Indonesia telah mencapai angka 1.201.859 kasus berdasarkan covid19.go.id. Sehingga pada situasi saat ini pembelajaran dilakukan secara daring (dari rumah masing-masing) atau online. Karena masih kurangnya kemampuan pelajar dalam mendesain menggunakan aplikasi canva, dengan adanya pelatihan ini diharapkan pelajar mampu dihadapkan kemajuan teknologi yang serba digital dalam membuat slide presentasi yang baik dan menarik.

Menurut Flippo dalam Tohardi (2002:236), pelatihan merupakan suatu tindakan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu (Habibi et al., 2019). Dalam hal ini kami sebagai pelaksana mengupayakan dan mengusahakan untuk menciptakan suatu siswa/siswi yang dapat terampil guna meningkatkan dan mengembangkan kemampuan desainnya (Sunarsi et al., 2020). Pemberian pendidikan dan pelatihan desain itu ditujukan kepada seluruh siswa/siswi Se-indonesia yang masih menduduki bangku SMA dan SMK. Sebagaimana menurut Jucius dalam Tohardi (2002:236) tujuan dari pelatihan tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan atau kemampuan, akan tetapi juga untuk meningkatkan bakat. Pemberian bekal untuk meningkatkan kemampuan tentang desain grafis.

Canva adalah aplikasi desain grafis menjembatani penggunaannya untuk dengan mudah merancang berbagai jenis

material kreatif secara online. Mulai dari mendesain kartu ucapan, poster, brosur, infografik, hingga prestasi. Canva juga dapat diakses menggunakan komputer maupun smartphone yaitu web, iOS dan Android (Winarso, Bambang, 2018).

## Metode

Metode pelaksanaan kegiatan yaitu pelatihan desain menggunakan aplikasi canva, yang akan dilaksanakan secara online melalui media zoom meeting dengan tema “Pelatihan Desain Slide Presentasi Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Pelajar SMA dan SMK.” Pelatihan diberikan kepada bagi pelajar SMA dan SMK Se-Indonesia tujuannya adalah untuk melatih pelajar SMA dan SMK dalam menggunakan aplikasi canva dan mendesain slide presentasi yang baik maupun menarik.

Pelaksanaan Kegiatan  
 “Pelatihan Desain Slide Presentasi Menggunakan Aplikasi Canva  
 Bagi Pelajar SMA dan SMK”  
 Sabtu, 08 Mei 2021

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Waktu	Agenda	Keterangan
1	09.45-10.00	Persiapan Masuk Room	Peserta dan Panitia
2	10.00-10.10	Pembukaan dan Pembacaan CV	Moderator
3	10.10-10.40	Penyampaian Pemateri	Pemateri
4	10.40-11.10	Sesi Tanya Jawab	Moderator dan Pemateri
5	11.10-11.20	Penyampaian Pemenang Doorprize	Moderator
6	11.20-11.25	Penutup	Moderator
7	11.25-11.30	Pemberian Cenderamata, Sesi Foto Bersama dan Penutup	Moderator

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan pelajar SMA dan SMK mengenai desain slide presentasi menggunakan aplikasi canva.

Kegiatan ini dihadiri oleh 72 peserta dari 106 peserta yang mendaftar, dan berlangsung selama 1 jam 15 menit.

Beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pada pelatihan, yakni:

#### 1. Tahap persiapan

Pada tahap persiapan ini semua anggota tim melakukan persiapan dimulai dengan membuat pamflet untuk memberikan informasi mengenai pelatihan yang akan kami laksanakan, membuat Google Formulir atau Formulir Pendaftaran untuk mencatat jumlah peserta yang mendaftar pelatihan dan membuat *Whatsapp Group* sebagai sarana untuk membagikan informasi mengenai pelatihan kami dan memudahkan alur komunikasi kepada peserta, membuat Absen Peserta melalui Google Formulir untuk mendata peserta yang hadir, serta membuat E-sertifikat untuk dibagikan kepada peserta dan panitia. Dan juga Plakat untuk dibagikan kepada narasumber. Adapun pembagian tugas anggota tim sebagai berikut:

Tabel 2. Tahap Persiapan

Nama	Tugas
Andi Aulia	Berperan sebagai Narasumber yang menyampaikan materi, membuat Google Formulir, merekap peserta yang mendaftar, menyediakan room zoom, membuat pamflet acara, membuat sertifikat untuk peserta dan panitia.
Indri Rahmawati	Berperan sebagai Moderator sekaligus MC dalam serta membuka acara.
Herny Damayanti	Membuat Whatsapp Group untuk peserta dan memberikan info di Whatsap Group, serta melakukan dokumentasi.
Retna Nur Rahmayanti	Berperan sebagai Contact Person, share screen.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini diawali dengan persiapan masuk ke room zoom meeting, dimana moderator, pemateri, dan seluruh peserta masuk ke dalam room zoom meeting. Kemudian, pembukaan yang dilakukan oleh moderator, dilanjutkan dengan pengenalan pemateri oleh moderator. Lalu, masuk ke tahap pemberian materi yang diberikan oleh pemateri. Setelah itu, diadakan sesi tanya jawab oleh moderator, pemateri dan peserta. Kemudian, ditutup oleh moderator.

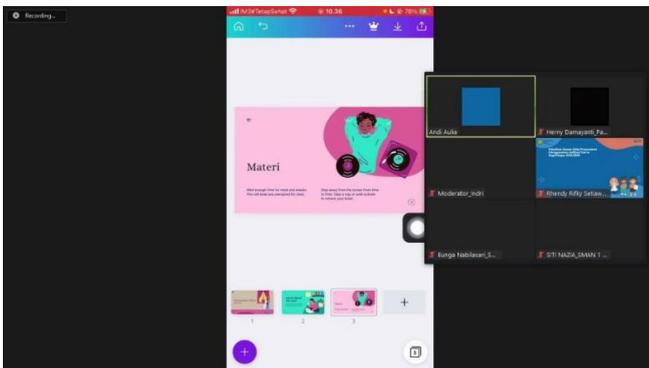
## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan kegiatan pelatihan desain slide presentasi menggunakan aplikasi Canva memberikan dampak positif kepada para pelajar tingkat SMA dan SMK di Indonesia dikarenakan dari hasil pengamatan selama kegiatan berlangsung tidak semua pelajar pernah memakai aplikasi Canva untuk memudahkan mengerjakan tugas yang diterima di sekolah. Sehingga Pelatihan penggunaan aplikasi Canva ini dapat dikatakan berhasil karena para peserta dapat menyimak dengan baik materi yang telah disampaikan oleh narasumber. Serta dapat menambah wawasan peserta dalam mendesain slide presentasi dengan menggunakan aplikasi canva. Selain itu, aplikasi ini juga dapat mendukung dan memudahkan kegiatan belajar di sekolah. Terlihat pada saat pelatihan berlangsung para pelajar sangat antusias karena diantaranya terdapat beberapa peserta yang aktif dengan mengajukan beberapa pertanyaan seputar aplikasi Canva. Namun, ada juga peserta yang tidak aktif tetapi mereka tetap menyimak dengan baik selama proses penyampaian materi.



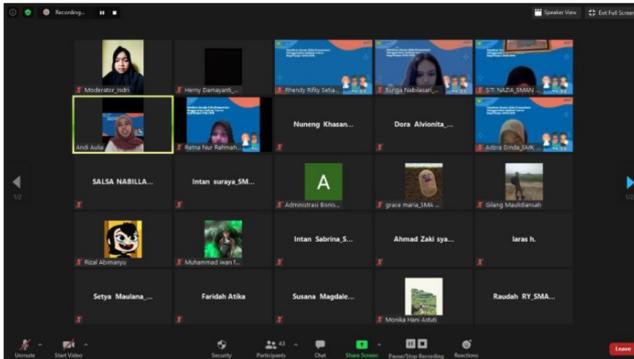
Gambar 1. Proses Penyampaian Materi

Setelah sesi penyampaian materi selesai, narasumber meminta peserta untuk mempraktekkan materi yang telah disampaikan menggunakan perangkat seperti laptop maupun dengan menggunakan smartphone masing-masing peserta dengan tujuan untuk mengetahui bahwa peserta dapat memahami serta mengimplementasikan materi yang telah diberikan. Peserta yang telah hadir dalam pelaksanaan pelatihan ini juga mendapatkan E-sertifikat dari panitia pelaksana sebagai tanda peserta telah mengikuti pelatihan ini. Setelah rangkaian kegiatan selesai para peserta mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan menambah keterampilan serta meningkatkan kreativitas mereka dalam mendesain slide presentasi dengan menggunakan aplikasi Canva.



Gambar 2. Proses Praktik Membuat Slide Presentasi

Selain itu berdasarkan pengamatan, para peserta memiliki kedisiplinan yang baik terlihat pada saat kegiatan dimulai peserta tidak terlambat untuk bergabung pada room zoom meeting sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, tetapi ada beberapa peserta yang terlambat dikarenakan jaringan yang kurang mendukung. Terlihat juga para peserta sangat memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap materi yang disampaikan.



Gambar 3. Proses Sesi Foto Bersama Peserta

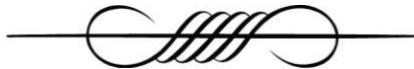
Kemudian terdapat faktor-faktor yang menunjang serta menghambat saat pelaksanaan kegiatan pelatihan ini berlangsung. Faktor penunjang keberhasilan pelatihan ini diantaranya sebagai berikut; terdapat pendanaan dari pihak program studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman, dan adanya dukungan dari dosen pengampu mata kuliah E-Commerce dan IT Bisnis yaitu Bapak Muhammad Fikry Aransyah, MBA., BBA. Serta kerja sama yang baik para panitia pelaksana dalam menyusun rangkaian kegiatan pelatihan. Tidak hanya itu, terdapat pula faktor penghambat pelaksanaan pelatihan ini yaitu; jaringan internet para peserta yang kurang stabil sehingga peserta tidak dapat berkonsentrasi dalam menyimak materi yang disampaikan. Serta keterbatasan waktu dalam pelaksanaan kegiatan dan peserta kurang mengetahui dasar-dasar penggunaan aplikasi Canva sebelum pelatihan dilaksanakan.

## **Kesimpulan**

Pelatihan ini merupakan salah satu wujud kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) Pelatihan yang dilakukan secara daring ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada peserta untuk membuat slide presentasi dengan menggunakan Aplikasi Canva khususnya bagi pelajar. Hasilnya, pelatihan ini dapat dilaksanakan dengan lancar, baik, dan sesuai dengan perencanaan yang telah disiapkan sebelumnya. Walaupun dilaksanakan tanpa tatap muka secara langsung, para peserta yang mengikuti pelatihan ini tetap menunjukkan antusiasmenya karena pelatihan ini dapat membantu mereka dalam membuat slide presentasi dengan mudah dan unik dengan menggunakan template yang disediakan oleh Aplikasi Canva. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan, peserta diketahui telah dapat menerima informasi dengan baik dan telah memiliki kemampuan serta keterampilan dalam penggunaan aplikasi Canva untuk meningkatkan kreativitas dalam membuat slide dengan karya mereka yang dibantu dengan menggunakan Aplikasi Canva. Tidak hanya itu, peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama berlangsungnya kegiatan pelatihan ini seperti aktif dalam bertanya dan antusias peserta dalam mengikuti challenge yang buat oleh panitia untuk melihat seberapa jauh pemahaman yang didapatkan oleh peserta. Selain itu, pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membantu pelajar dalam membuat tampilan slide yang unik, mudah, dan pada Aplikasi Canva ini juga dapat digunakan secara Gratis dan ada juga yang berbayar, jadi dapat mempermudah peserta dalam menggunakannya.

## Daftar Referensi

- Rusli, D., Nio, S. R., Akbar, A., & Nurmina, N. (2020). Psikoedukasi Online Pendampingan Anak Belajar Daring Akibat Terdampak Pandemi Covid 19. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 2(2), 167-181.
- Tohardi, A. (2002). Pemahaman praktis manajemen sumber daya manusia. *Universitas Tanjung Pura, Mandar Maju, Bandung*.
- Winarso, Bambang. 2018. (Review App) Menjajal Canva di Smartphone, Wow Simple Banget!. <https://dailysocial.id/post/menjajal-canva-di-smartphone>. Diakses pada 13 Februari 2021
- Habibi, M. Nugroho, R. 2019. Pelatihan Desain Grafis Untuk Memperoleh Kesempatan Kerja Di Upt Pelatihan Kerja Surabaya. *Jurnal Pendidikan Untuk Semua*. 3 (1):17-26.
- Sunarsi, D., Wijoyo, H., & Al Choir, F. (2020, October). IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN ONLINE DALAM MASA PANDEMIK COVID 19. In *Prosiding Seminar Nasional LP3M* (Vol. 2).



## CHAPTER Two

# PELATIHAN PEMANFAATAN GOOGLE BUSINESS UNTUK MEMBANTU MENINGKATKAN BISNIS UMKM

Muhammad Fikry Aransyah, Adietya Arie Hetami, Aldian  
Ramadhan Soesanto, Muhammad Astrickosyah Daffa Pratama,  
Denny Rahmatullah, Dan Najiyah Dwi Sekar Sari



### Abstrak

Banyak UMKM yang masih tidak tau mempromosikan barang atau jasanya di internet untuk meningkatkan penjualan, dengan pelatihan ini bisa para UMKM bisa mampu menambahkan pengetahuan yang di berikan dan kemampuan bisnisnya. Pelatihan Google Business ini di tunjukkan kepada seluruh pelajar se-Indonesia dan khususnya para UMKM. Pelaksanaan yang di diberikan seperti memahami pengertian, fungsi, kelebihan, kekurangan dan juga pelatihan cara mendaftar di Google Business yang di dilakukan dengan online melalui media Zoom meeting. Kegiatan pelatihan ini ditunjang dengan pemberian materi kepada peserta, tanya jawab dan praktik melalui Zoom meeting. Tujuan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk melatih dan membantu para UMKM bisa bertahan dan masuk di online untuk meningkatkan pendapatan. Dari evaluasi kegiatan yang kami peroleh selama kegiatan PKM ini, kesimpulan dari program PKM ini sudah mampu memberikan manfaat yang bagus dan tepat sasaran bagi para UMKM yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat bermanfaat untuk memberikan tambahan pengetahuan, wawasan serta pemahaman baru di bidang bisnis online dalam proses perkembangan UMKM.

**Kata Kunci:** Google Business, Pelajaran, Pelatihan, Slide Presentasi

## **Pendahuluan**

Usaha kecil menengah (UKM) dari waktu ke waktu mengalami perkembangan bagus. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis produk yang beragam. Usaha kecil menengah menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Usaha kecil menengah menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis UKM ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah. Di saat Covid-19 ada di Indonesia yang terkena imbasnya adalah sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi COVID-19. Para pengusaha UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sedikitnya 39,9 persen UMKM memutuskan mengurangi stok barang selama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat covid-19. Sementara itu 16,1 persen UMKM memilih mengurangi karyawan akibat toko fisik ditutup. Sektor UMKM mengalami dampak yang cukup dalam akibat pandemi Covid-19.

Payaman Simanjuntak (2005) mendefinisikan pelatihan merupakan bagian dari investasi SDM (human investment) untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kerja, dan dengan demikian meningkatkan kinerja pegawai. Pelatihan biasanya dilakukan dengan kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan jabatan, diberikan dalam waktu yang relatif pendek, untuk membekali seseorang dengan keterampilan kerja.

## **Peserta Kegiatan**

Peserta dalam kegiatan ini terdiri dari Pemateri pertama, Pemateri kedua, Moderator, Panitia dan Peserta sebanyak 59 Peserta.

## **Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Hari/Tanggal : Sabtu, 29 Mei 2021  
Pukul : 14.00 – 15.00 WITA  
Tempat : Zoom Meeting

## **Metode**

Metode pelaksanaan kegiatan yaitu pelatihan pengertian dari Google Business dan cara menggunakan Google Business untuk meningkatkan UMKM di sektor online melalui media zoom meeting. Tujuannya agar peserta mengetahui manfaat, fungsi, kegunaan, kekurangan dan kelebihan Google Business menjadikan UMKM bisa berkembang dan bisa mengikuti perkembangan online.

1. Metode Penyampaian Materi adalah penyampaian secara lisan atas bahan pembelajaran untuk para pendengar bisa langsung memahami isi materi yang sudah disampaikan.
2. Tanya Jawab adalah penyaji materi di mana para peserta diberikan kesempatan untuk dapat mengajukan pertanyaan yang diajukan dan menambah pemahaman mengenai materi yang disampaikan.

## **Manfaat Kegiatan**

1. Guna mengetahui manfaat dari Google Bisnis dan bisa meningkatkan UMKM

2. Dapat mempermudah konsumen untuk mengetahui dimana letak bisnis yang kita punya dengan mendaftar di Google Bisnis
3. Memberikan pemahaman untuk cara mendaftarkan Bisnis UMKM di Google Bisnis

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan para pebisnis UMKM untuk bisa berkembang dengan menggunakan Google Business.

Kegiatan ini dihadiri oleh peserta sebanyak dari peserta yang sudah mendaftar dan berlangsung selama 1 jam.

Beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pada pelatihan, yakni:

#### 1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini salah satu panitia membuat pamflet untuk memberikan informasi mengenai pelatihan yang akan dilaksanakan, lalu membuat Formulir Pendaftaran menggunakan Google Form untuk mengetahui dan mencatat jumlah peserta yang telah mendaftar pelatihan, membuat Grup Whatsapp untuk memberi informasi tambahan mengenai pelatihan, serta membuat membuat absensi untuk memberikan e-sertifikat yang nantinya akan dibagikan kepada peserta dan panitia.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan diawali dengan persiapan panitia, di mana moderator, pemateri, dan anggota yang lain sudah berada terlebih dahulu di dalam room zoom meeting, dilanjutkan dengan seluruh peserta juga memasuki room zoom meeting. Kemudian, acara dibuka oleh MC dari pembacaan doa sampai dengan pengenalan pemateri. Lalu, masuk ke tahap pemberian materi yang disampaikan oleh masing-masing pemateri. Setelah itu, diadakan sesi tanya jawab yang dibimbing oleh moderator dan diikuti

pemateri serta peserta. Kemudian, acara ditutup oleh moderator setelah melakukan sesi dokumentasi.

## Hasil dan Pembahasan

Peserta seminar daring yang bertemakan Pemanfaatan Google Bisnis Untuk Membantu Meningkatkan Bisnis UMKM dalam menjalani kegiatan di Zoom Meeting yang hadir 59 Peserta. Berikut adalah gambaran demografi peserta sebagai berikut:

### Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Dapat di ketahui bahwa peserta seminar daring (Webinar) dengan jenis kelamin Laki-laki berjumlah 33 orang atau sekitar 55% dan perempuan berjumlah 26 orang atau 45% sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa subjek didominasi dengan jenis kelamin Laki---laki berjumlah 33 orang 55%.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki - laki	33	59%
2	Perempuan	26	41%
	Total	59	100%

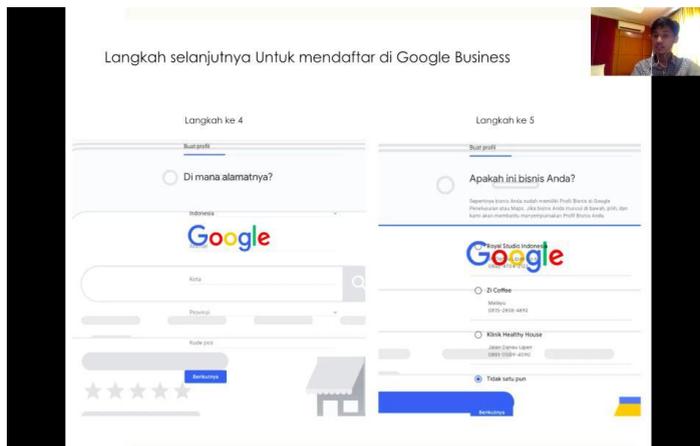
Pelatihan pemanfaatan Google Business untuk membantu meningkatkan bisnis UMKM ini dapat memberikan dampak positif kepada para peserta yang mengikuti, dikarenakan dari hasil pengamatan selama kegiatan berlangsung tidak semua peserta sudah menggunakan Google Business untuk membantu peningkatan bisnis mereka. Sehingga pelatihan pemanfaatan Google Business ini dapat dikatakan berhasil dikarenakan orang yang hadir memperhatikan dengan baik materi yang telah dikasi oleh narasumber. Terlihat jelas pada saat pelatihan berlangsung, para peserta sangat antusias karena diantaranya terdapat beberapa peserta yang aktif dengan memberikan pertanyaan berkaitan

dengan Google Business. Namun, ada pula peserta yang tidak aktif, tetapi tetap menyimak dengan baik dalam pemberian materi.



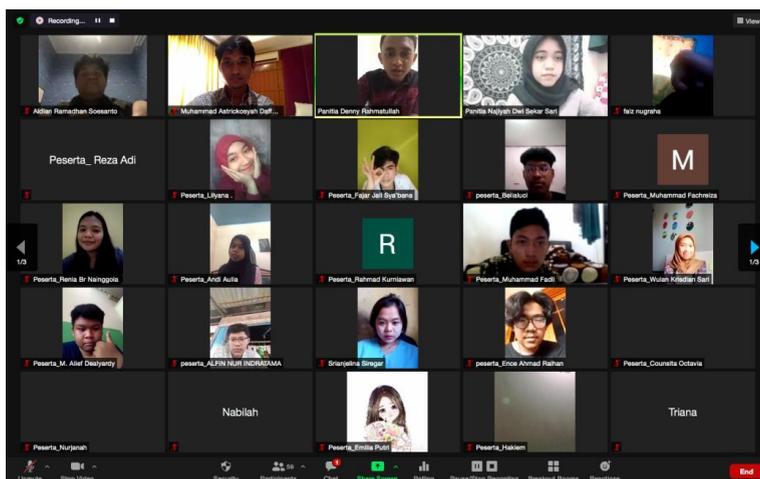
Gambar 1. Proses Penyampaian Materi

Setelah sesi penyampaian materi selesai, narasumber juga memberi tahu cara menggunakan Google Business, narasumber mempraktikkan langsung tahapan apa saja saat pertama kali mendaftarkan Google Business, tujuannya agar peserta mengetahui dan dapat memahami serta mengimplementasikan materi yang telah diberikan.



Gambar 2. Praktek Membuat Google Business

Peserta yang telah hadir dalam pelaksanaan pelatihan ini juga akan mendapatkan e- sertifikat dari panitia pelaksana sebagai tanda peserta telah mengikuti pelatihan ini. Setelah kegiatan selesai para peserta mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan menambah wawasan serta mampu mengaplikasikan Google Business.



Gambar 3. Sesi Dokumentasi

Terdapat juga faktor--faktor yang menunjang serta menghambat saat terlaksananya kegiatan pelatihan ini. Faktor penunjang keberhasilan pelatihan ini diantaranya; diberi pendanaan dari pihak program studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman, serta adanya dukungan dari dosen pengampu mata kuliah E-Commerce dan IT Bisnis yaitu Bapak Muhammad Fikry Aransyah, MBA., BBA. Dan kerja sama yang baik antara para panitia pelaksana dalam menyusun serangkaian kegiatan pelatihan. Tidak hanya faktor penunjang saja, terdapat pula faktor penghambat pelaksanaan pelatihan ini yaitu; saat waktu menunjukkan acara telah dimulai para peserta terlambat untuk masuk ke dalam room zoom meeting, selain itu jaringan internet beberapa peserta kurang stabil sehingga sulit berkonsentrasi saat materi disampaikan.

## **Kesimpulan**

Pelatihan yang dilakukan secara daring ini merupakan salah satu wujud kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) yang bertujuan untuk memberikan wawasan kepada peserta untuk mengaplikasikan Google Business sebagai kemudahan bagi UMKM. Hasilnya, pelatihan ini dapat terlaksana secara baik, lancar, dan sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya oleh panitia. Walaupun dilakukan secara daring, namun para peserta yang mengikuti pelatihan ini menunjukkan sikap antusiasme yang baik. Tidak hanya itu, beberapa peserta juga antusias mengikuti kegiatan saat sesi tanya jawab. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, peserta diketahui telah menerima informasi dan telah memahami materi yang disampaikan oleh narasumber. Selain itu, pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membantu peserta dalam mendaftarkan usahanya pada Google Business, dan pada layanan Google Business ini juga dapat digunakan secara gratis, sehingga dapat memudahkan para pemilik usaha.

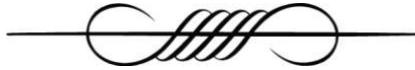
## **Daftar Referensi**

- Dwiarta, I made Bagus (2017). Google Bisnis, SIM,dan SIA Guna Menentukan HPP Sebagai Sarana Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. PENAMAS ADI BUANA Vol 1 No.1, 01 Juli 2017.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) 1(1), 1---17.
- Ilham Mubarok, (2018) Cara Daftar dan verifikasi Bisnis ku blog google---bisnisku 1,1---12

Ascharisa Mettasatya Afrilia1. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi.

Jurkom, Riset Komunikasi, 1(1), 147–157.

Purwana ESD, Rahmi, Aditya S. 2017.Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. JPMM. 1(1). doi: doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01.-



*CHAPTER THREE*  
**PELATIHAN FOTO PRODUK SEBAGAI SARANA  
PROMOSI**

Fareis Althalets, Wira Bharata, Ferdy Satya Nosaly, Muhammad  
Irfan Asmi, Reza Adi Yudanto, Dan Dhiyan Nurrahman



**Abstrak**

Pada masa pandemi COVID-19 seperti sekarang ini, pemerintah memberlakukan program Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dimana semua masyarakat diwajibkan untuk isolasi mandiri dan melakukan semua aktivitas melalui daring. Karena adanya PSBB tersebut berdampak juga pada terhambatnya semua aktivitas ekonomi, seperti produksi, distribusi, dan konsumsi. Hal ini pun menyebabkan para pelaku UMKM mengalami kondisi perekonomian yang sangat sulit dimana mereka beberapa mengalami penurunan omset yang drastis bahkan sampai ada yang bangkrut. Kondisi seperti ini pun mengharuskan para pelaku UMKM atau pebisnis harus memutar otak agar bisa bertahan di masa pandemi COVID-19. Cara yang dinilai ampuh untuk bisa bertahan di masa pandemi ini adalah memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menjual dan mempromosikan produknya di e-commerce ataupun di sosial media. Dengan hal ini pun, foto produk yang menarik menjadi value yang cukup tinggi di mata konsumen karena konsumen tidak dapat berinteraksi langsung dengan produknya maka konsumen akan menilai kualitas produk melalui tampilan visual. Metode pengabdian adalah dengan melakukan Foto Produk Sebagai Sarana Promosi yang dilakukan secara online melalui aplikasi Zoom Meeting. Hasil dari pengabdian tersebut adalah UMKM dan para calon pebisnis mendapatkan ilmu dasar dalam fotografi produk yang nantinya akan berguna bagi mereka

dalam mempromosikan produknya di e-commerce. Kesimpulan dari diadakan pelatihan tersebut adalah pelatihan Foto Produk ini bisa membantu para UMKM dalam mempromosikan produknya untuk bisa tetap bertahan pada masa pandemi.

**Kata Kunci:** PSBB, aktivitas ekonomi, Foto Produk, e-commerce, UMKM

## **Pendahuluan**

Pada masa pandemi COVID-19 seperti sekarang, semua aktivitas masyarakat serba dibatasi, yang berdampak juga pada jalannya aktivitas ekonomi yang hampir berhenti dikarenakan pembatasan sosial yang ketat sehingga kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi, dan konsumsi pun terhambat. Dan semakin banyaknya masyarakat yang terinfeksi dan timbulnya korban jiwa dikarenakan virus COVID-19 tersebut, perekonomian di Indonesia pun terkena imbasnya sehingga perekonomian Indonesia pun sangat melemah selama pandemi ini berlangsung. Karena kondisi perekonomian yang sangat lemah ini maka banyak pegawai dan karyawan yang di PHK, penurunan gaji, bahkan UMKM pun mengalami penurunan omset hingga ada yang bangkrut, hal ini tidak lepas karena aturan pemerintah yang mewajibkan untuk seluruh masyarakat menerapkan PSBB dengan melakukan isolasi mandiri di rumah. Hal ini mengakibatkan banyak UMKM yang terhambat bahkan terhenti kegiatan operasinya.

Salah satu cara yang dinilai ampuh untuk bertahan di masa pandemi ini adalah dengan memaksimalkan perkembangan teknologi dengan menggunakan sistem perdagangan elektronik atau *e-commerce* sebagai solusi bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Media sosial pun tidak kalah berperan penting bagi para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya. Namun walaupun terdapat “lapak” lain untuk berjualan, tetapi pelaku UMKM pun harus bisa mengemas pemasaran

produknya secara menarik dan baik melalui tampilan produk sebagai alat pertimbangan konsumen ketika hendak membeli produk. Foto produk yang baik bisa menjadi penentu bagi penjualan karena konsumen tidak bisa berinteraksi langsung maka konsumen akan menilai kualitas produk melalui tampilan *visual* yang ada di *marketplace*.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka kami dari Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman menyelenggarakan Webinar “PELATIHAN FOTO PRODUK SEBAGAI SARANA PROMOSI” sebagai bentuk solusi dari kami bagi para pelaku UMKM atau yang ingin berbisnis agar bisa terus berkembang di masa pandemi COVID-19. Dan dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM dan calon pelaku bisnis mampu menampilkan foto produk yang menarik agar dapat menarik perhatian dari pembeli dan menunjang penjualan produk di masa pandemi COVID-19. Dan untuk mempersiapkan softskill bagi pengembangan SDM UMKM dan SDM calon pebisnis agar dapat mempersiapkan diri menghadapi perkembangan teknologi online dan *e-commerce* yang semakin banyak digunakan masyarakat di masa pandemi COVID-19.

## **Metode**

Metode pelaksanaan kegiatan yaitu ”Pelatihan Foto Produk Sebagai Sarana Promosi” yang dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom Meeting. Pelatihan diberikan dengan tujuan para pelaku UMKM dan calon pelaku bisnis mampu menampilkan foto produk yang menarik agar dapat menarik perhatian dari pembeli dan menunjang penjualan produk di masa pandemi COVID-19. Kegiatan ini dihadiri oleh sekitar 28 peserta, dan berlangsung selama kurang lebih 3 jam.

Pelaksanaan Kegiatan  
 “Pelatihan Foto Produk Sebagai Sarana Promosi”  
 Rabu, 26 Mei 2021

Tabel 1. Rundown Pelatihan

NO	WAKTU	AGENDA	KETERANGAN
1	08.00-08.30	Persiapan & Briefing Panitia	Panitia
2	08.30-09.00	Registrasi Peserta	Peserta dan Panitia
3	09.00-09.10	Pembukaan Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Moderator
4	09.10-09.15	Sambutan-sambutan Sambutan Ketua Panitia	Moderator dan Ferdy Satya Nosaly
5	09.15-09.25	Sambutan Dosen Pembimbing	Moderator dan Fareis Althalets, S.Par., M.Par.
6	09.25-09.35	Sambutan Dosen Pembimbing	Moderator dan Wira Bharata, S.AB., M.AB.
7	09.35-09.40	Pembacaan Doa	Dhiyan Nurrahman
8	09.40-10.40	Penyampaian Materi	Pemateri Aldisa Fadillah
9	10.40-11.10	Sesi Tanya Jawab	Pemateri dan peserta
10	11.10- Selesai	Dokumentasi, Penyampaian Doorprize dan Penutup	Moderator, Panitia, dan peserta

Terdapat beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pada pelatihan ini, yaitu:

1. Tahap persiapan

Pada tahap persiapan ini semua anggota tim melakukan persiapan dimulai dengan membuat struktur kepanitiaan, lalu membuat konsep pelatihan, menghubungi pemateri (Aldisa

Fadlillah, Founder @smrfoodies), konsultasi dengan dosen pembimbing, pembuatan pamflet sounding pelatihan, pembuatan rundown dan breakdown pelatihan, pembuatan formulir pendaftaran melalui *Google Formulir*, pembuatan *Group Whatsapp* peserta, pembuatan sertifikat pemateri dan peserta, dan pembuatan background zoom. Dan juga penyiapan teks bagi moderator dan pembaca doa.

Tabel 2. Tahap Persiapan

NAMA	JOB DESCRIPTION
Ferdy Satya Nosaly	Berperan sebagai Ketua Panitia yang tugasnya mengkoordinir semua anggota agar menjalankan tugasnya masing-masing dan berperan sebagai bendahara dan sekretaris yang tugasnya adalah menjalankan tugas administrasi dan mengatur keuangan.
Muhammad Irfan Asmi	Membuat konsep pelatihan, tema, membuat <i>Group Whatsapp</i> untuk membagikan informasi tentang pelatihan, membuat S&K pelatihan, serta membuat rundown dan breakdown pelatihan serta menghubungi dosen pembimbing (Wira Bharata, S.AB., M.AB) dan juga sebagai moderator.
Reza Adi Yudanto	Membuat pamphlet sounding pelatihan, membuat sertifikat, membuat background zoom, berperan sebagai operator zoom, dan narahubung pemateri.
Dhiyan Nurrahman	Berperan sebagai pembaca doa dan narahubung dosen pembimbing (Fareis Althalets, S.Par., M.Par.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini diawali dengan persiapan dan briefing panitia, dimana seluruh panitia melakukan persiapan dan briefing sebelum pelatihan dimulai dan menghubungi ulang para dosen pembimbing

dan pemateri. Lalu dilanjutkan dengan registrasi panitia, dimana peserta sudah mulai masuk ke dalam room Zoom Meeting. Setelah itu, pelatihan dimulai dengan Pembukaan dari moderator sekaligus dengan pemutaran dan bernyanyi lagu Indonesia Raya secara bersama-sama. Lalu, sambutan-sambutan dari Ketua Panitia dan Dosen Pembimbing. Setelah sambutan-sambutan, lanjut pada inti acara yaitu penyampaian materi oleh pemateri yang sebelumnya moderator menyampaikan CV dari pemateri. Setelah itu, lanjut pada sesi tanya jawab. Setelah semua rangkaian pelatihan selesai, maka moderator menutup acara pelatihan tersebut dengan melakukan dokumentasi dan pemberitahuan tentang dooprize.

Tabel 3. Metode Pelaksanaan

No.	Permasalahan	Metode	Partisipasi Mitra
1.	Banyak pelaku UMKM yang masih belum paham optimalisasi foto produk pada marketing melalui <i>e-commerce</i> dan media sosial.	Memberikan materi terhadap optimalisasi foto produk pada marketing melalui <i>e-commerce</i> dan media sosial.	Peserta memahami dan mempraktekkan dari materi yang telah diberikan.
2.	Kurang menariknya foto produk yang ditampilkan untuk marketing di <i>e-commerce</i> dan media sosial sehingga calon	Memberikan materi mengenai teknik-teknik dasar dalam fotografi produk dan memberikan contoh foto produk yang	Peserta mempraktekkan hasil dari materi yang diberikan berupa membuat satu foto produk yang sesuai dengan materi

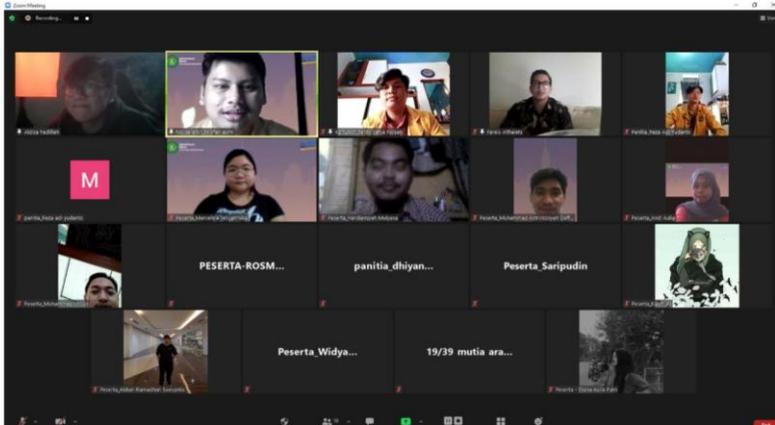
	konsumen tidak tertarik untuk membeli produk tersebut.	menarik.	yang telah diberikan
--	--	----------	----------------------

## Hasil dan Pembahasan

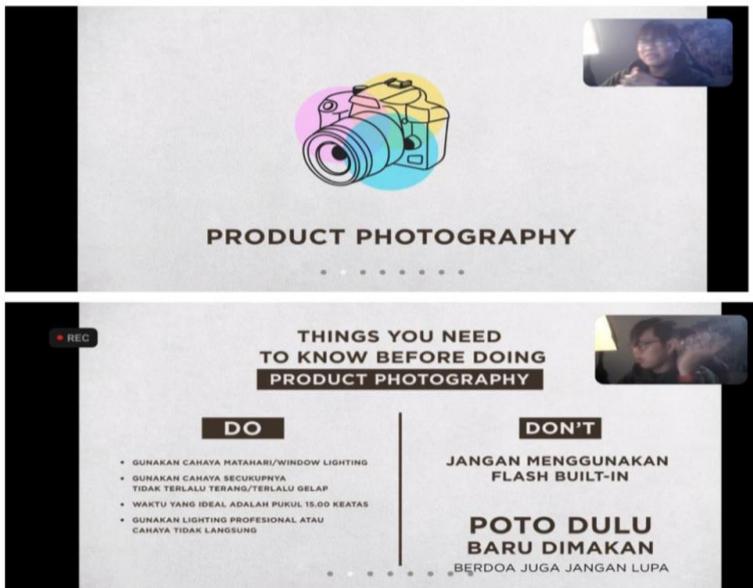
Berdasarkan dari kegiatan yang dilakukan, yaitu “Pelatihan Foto Produk Sebagai Sarana Promosi”, pelatihan ini nyatanya sangat disambut baik dan dimanfaatkan sebaik mungkin oleh para peserta untuk menambah dan mendapatkan ilmu baru terkait fotografi produk yang baik, terutama kepada para UMKM yang akan memperkuat marketing mereka untuk mempromosikan produknya di *e-commerce* dan media sosial. Para peserta pun mulai belajar membuat foto produk yang lebih menarik dari sebelumnya. Dan setelah mendapatkan materi dasar tentang fotografi produk dan mempraktekkannya, ternyata hasil foto produk dari peserta pelatihan ini pun menjadi lebih menarik dan memiliki nilai jual.

Tabel 4. Hasil Pelaksanaan

No.	Tujuan	Hasil pelaksanaan
1.	Meberikan pemahaman kepada para peserta terkait fotografi produk dan pentingnya fotografi produk dalam membuat foto produk yang baik dan menarik.	Peserta pelatihan dapat memahami materi mengenai materi atau teknik dasar dalam fotografi produk yang menarik agar dapat menunjang dan menambah nilai jual produk saat dipromosikan ke <i>e-commerce</i> dan media sosial.
2.	Peserta membuat foto produk yang baik dan menarik.	Peserta dapat membuat foto produk yang menarik secara mandiri dan meng-upload nya di <i>feeds</i> Instagram masing-masing



**Gambar 1.** Kegiatan Pelatihan Foto Produk Sebagai Sarana Promosi





**Gambar 2.** Hasil Foto Produk dari Peserta

## **Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kegiatan “Pelatihan Foto Produk Sebagai Sarana Promosi” adalah sebagai berikut:

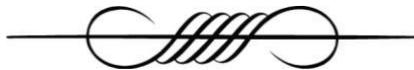
1. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan ilmu baru bagi seluruh peserta terkait fotografi, terkhususnya fotografi produk.
2. Kegiatan pelatihan ini bisa terlaksana dengan lancar dan baik serta mendapatkan respon yang positif dari peserta.
3. Melalui pelatihan ini, para peserta mendapatkan satu modal besar untuk bisa mengembangkan ilmunya ataupun usahanya agar bisa menjangkau konsumen yang lebih luas lagi dengan memberikan tampilan visual produk yang menarik dan memiliki nilai jual.

## Saran

Saran dari kegiatan “Pelatihan Foto Produk Sebagai Sarana Promosi” ini adalah melihat dari manfaat yang diberikan dari pelatihan ini, mudahan kedepannya pelatihan seperti ini bisa dilaksanakan lebih sering lagi agar bisa memberikan ilmu yang lebih luas lagi bagi para pelaku bisnis ataupun UMKM agar mereka semua dapat memaksimalkan penjualan mereka di *e-commerce* dan media sosial serta bisa mendapatkan omset yang lebih tinggi apalagi pada masa pandemi COVID-19.

## Daftar Refrensi

- Yudhistira, N. (2019). *Pelatihan Foto Produk Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Anggota Sekolah Wirausaha Aisyiyah. November.*
- Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 180–189. <https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522>
- Tahalea, S. (2016). Fotografi Produk Sebagai Sarana Promosi Produk Lampu Untuk Perajin Lampu Di Nitiprayan, Yogyakarta. *Seminar Na, 1*, 41–49.



*CHAPTER Four*  
**PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE UNTUK  
MENINGKATKAN MINAT BISNIS ONLINE DI  
SAMARINDA**

Ana Noor Andriana, Adietya Arie Hetami, Zharifa Aisha P.S,  
Alifia Nurul Kusuma T, Dan Adinda El Maura



**Abstrak**

Di tahun 2010, teknologi mulai berkembang menjadikan banyaknya orang berlomba-lomba membuat karya berbasis teknologi. Banyak perubahan-perubahan yang terjadi ketika berkembangnya teknologi tersebut, seperti adanya telepon genggam dan akses internet yang dapat menghubungkan kita ke berbagai situs dan aplikasi hanya dalam satu barang, yaitu telepon genggam atau yang biasa disebut handphone. Banyak kegiatan yang dapat dilakukan ketika kita sudah memiliki handphone dan akses internet ini, seperti berinteraksi dengan orang di internet dan juga kegiatan jual beli. Awalnya, kegiatan jual beli ini hanya mengandalkan interaksi antara pembeli dan penjual melalui situs media sosial lalu berencana untuk melakukan transaksi lewat tatap muka, seiring berkembangnya waktu dan inovasi, mulai bermunculan aplikasi yang dirancang khusus untuk kegiatan jual beli yang sering disebut E-Commerce, yang membuat kegiatan jual beli ini menjadi praktis, tidak perlu untuk bertemu antara penjual dan pembeli. Salah satunya aplikasi Shopee yang dapat membuat singkat kegiatan jual beli tanpa banyaknya interaksi dengan penjual. Namun, pastinya masih banyak penjual yang tidak mengerti cara menggunakan aplikasi tersebut. Untuk itu, kami membuat pelatihan menggunakan aplikasi Shopee ini, diharapkan

para peserta dapat menerapkan ilmu yang telah kami beri untuk mengembangkan bisnis onlinenya secara optimal.

**Kata Kunci:** Aplikasi, Teknologi, Bisnis.

## **Pendahuluan**

Menurut McQuail (2011:148) media baru merupakan sebuah perangkat teknologi komunikasi yang ketersediaannya luas dengan digitalisasi untuk digunakan secara pribadi sebagai alat komunikasi. Perkembangan media saat ini didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. (Gita Tri Lestari, 2020)

Di masa pandemi ini, para pengusaha di paksa untuk beralih ke dunia digital/internet dalam memasarkan produknya. Salah satunya, dengan memanfaatkan E-commerce. E-commerce sangat memungkinkan penjual untuk memasarkan produknya secara cepat, mudah dan gratis. Dengan meng-upload foto dan mendeskripsikan produk yang didukung dengan *recent update* iklan yang muncul, tersedianya *contact link* dan tersedianya kontrol kualitas terhadap iklan penawaran barang dan jasa, iklan gratis bagi para pengguna dan cakupan wilayah iklan di seluruh Indonesia serta masih banyak yang lainnya (Rahmidani, 2015). Para pengusaha harus bisa bertahan dalam memasarkan produknya karena turunnya ekonomi dan banyaknya pesaing di berbagai sektor. Tidak bisa hanya bertahan dan mengandalkan di satu platform sosial media, namun sesama platform harus saling terhubung dan bisa menguntungkan satu sama lain. Di sinilah tantangan para penjual untuk bisa memilih platform mana yang tepat untuk mengembangkan bisnisnya dan menggunakan platform tersebut dalam jangka panjang. Tidak hanya penggunaannya saja yang harus dipelajari, namun aspek-aspek lain yang mendukung bisnis penjualan di Shopee harus bisa dikuasai.

Usaha untuk membantu pebisnis sudah dilakukan oleh pemerintah mulai beberapa tahun terakhir, khususnya oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pada tahun 2018, dengan melibatkan Marketplace (Bukalapak, Blibli.com, Tokopedia, Shopee, Blanja dan Grabfood) telah tercapai sejumlah 4.914.413 UMKM yang telah Go Online melalui kegiatan Onboarding ke Marketplace. (Kominfo, 2018). Kementerian Kominfo pada Maret 2017 telah merekrut 100 ribu UMKM di 30 kota untuk go-online. Lewat program ini, pemerintah berkomitmen untuk meng-online-kan 8 juta UMKM sampai tahun 2021 (Kominfo,2017). Usaha ini tentu saja akan sangat membantu para pengusaha untuk bertahan di masa pandemi COVID-19.

Keinginan konsumen sangat berbeda-beda dalam memilih E-Commerce mana yang akan mereka gunakan dan membuat mereka merasa nyaman ketika menggunakannya. Terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih. Setiap E-Commerce memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, ada fitur yang mungkin bisa membuat Shopee lebih menarik untuk dipilih para konsumen untuk memasarkan produknya. Faktor tersebut contohnya adalah penggunaannya yang praktis, tampilan aplikasi yang menarik, memiliki *voucher* gratis ongkir, penataan produk yang terstruktur dengan pencantuman harga yang jelas dan memiliki banyak pilihan bank untuk layanan proses transaksi. Shopee juga mencatat performa chat yang dimiliki toko tersebut dan menampilkan penilaian toko dari para pembeli, membuat para konsumen yakin dengan kualitas toko tersebut. Ini bisa digunakan oleh para pebisnis untuk memulai ataupun ingin melihat perkembangan bisnisnya sudah sejauh mana berjalan.

## Metode

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 29 Mei 2021 pukul 10.00 WITA secara daring (online) dengan memakai aplikasi Zoom, dan sasaran peserta adalah mahasiswa yang memiliki bisnis ataupun umum yang ingin mengetahui bagaimana cara menggunakan aplikasi shopee untuk membuka bisnis online. Pelatihan ini dihadiri oleh 20 Peserta dan berlangsung selama 1 jam 30 menit. Beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pada pelatihan, yakni:

### 1. Persiapan

Pada tahap ini para panitia melakukan persiapan. Diawali dengan pembuatan rundown acara agar waktu acara tertata rapi sesuai urutannya, menghubungi pemateri (Annisa Nurul Tamara) untuk merundingkan materi yang akan dijelaskan, membuat *link* jadwal Zoom Meeting, membuat link pendaftaran dan *link* presensi untuk mencatat seberapa banyak peserta yang mendaftar dan hadir pada acara, membuat E-Sertifikat, membuat Flyer Webinar untuk disebar dan membuat Whatsapp Group untuk memberikan informasi lanjutan kepada para peserta. Berikut pembagian tugas para panitia:

Nama	Tugas
Adinda El Maura	Memberikan materi pelatihan, Membuat E-Sertifikat
Alifia Nurul Kusuma Triyonoputri	Berperan sebagai Moderator sekaligus MC, Membuat Pamflet, Membuat link Zoom Meeting, Mengambil dokumentasi
Zharifa Aisha Puspa Susilo	Menghubungi ketua prodi, dosen pembimbing, pemateri, membuat link Google Form pendaftaran dan presensi, Membuat Whatsapp Group

Lalu dilanjutkan dengan membuat flyer berdasarkan tema yang akan digarap yaitu tentang pelatihan penggunaan aplikasi Shopee tersebut.



## 2. *Brainstorming*

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *brainstorming*. Pelaksanaan pada hari H dilaksanakan sesuai dengan perencanaan, yaitu dimulai dengan sesi penyampaian materi dari narasumber. Setelah waktu penyampaian materi selesai, dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan aplikasi dan sesi tanya jawab. Sesi tanya jawab sendiri dilaksanakan agar peserta dapat menyampaikan apa yang mereka ingin tahu kepada pemateri tentang materi yang telah disampaikan. Didapatkannya ide untuk melaksanakan acara Pelatihan Shopee ini karena melihat masih banyaknya anak muda penggiat usaha yang belum maksimal dalam menggunakan aplikasi Shopee dikarenakan menganggap penggunaan Shopee ini rumit dan takut untuk mencoba jika ada terjadi kesalahan dalam menggunakannya. Jadi diadakanlah acara

ini dengan membawa pemateri yang sudah ahli dalam menggunakan aplikasi Shopee tersebut:

### 1. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dimulai dari pemateri yang memberikan materi dari topik yang dibawa, menceritakan bagaimana memulai bisnis online, memaparkan bagaimana caranya melakukan endorse pada *influencer* dan apa saja pengaruh dari endorse tersebut, lalu menggunakan aplikasi Shopee sebagai wadah untuk mengembangkan bisnisnya. Dilanjutkan dengan tahap pelatihan cara mengoperasikan aplikasi Shopee sebagai penjual, bagaimana cara mendaftarkan toko untuk mendapatkan *voucher* gratis ongkos kirim dan mencetak resi secara otomatis. Selanjutnya panitia membuka sesi untuk peserta yang ingin bertanya kepada pemateri, karena banyaknya peserta yang bertanya, panitia membuka 2 sesi tanya jawab. Dan agenda terakhir yaitu pengumuman *Doorprize* dan sesi dokumentasi dengan cara *screenshot*.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Pemaparan Materi dari Pemateri



Gambar 1. Peserta Menerima Materi



Ketika sesi tanya jawab dibuka, antusiasme peserta sangat besar, banyak yang bertanya melalui kolom chat mengenai seputar strategi promosi, cara bertahan berwirausaha di saat pandemi ini, cara memantapkan niat untuk berjualan online dalam situasi apapun dan cara memasang iklan di aplikasi Shopee. Setelah acara berakhir, panitia mengadakan pengumuman *doorprize* bagi 4 pemenang yang beruntung.

## **Kesimpulan**

Kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi Shopee ini sebagai bentuk kegiatan PKM. Pelatihan yang dilakukan secara daring ini bertujuan untuk menambah ilmu dan pengetahuan kepada peserta agar peserta dapat menggunakan aplikasi Shopee beserta fitur-fiturnya untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki atau bagi yang ingin memulai usaha berbasis online. Dan juga pelatihan ini diharapkan dapat membantu perekonomian warga Samarinda yang memiliki bisnis kecil-kecilan dengan didukungnya fitur-fitur teknologi yang semakin maju dan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Walaupun dilaksanakan secara daring dan ada beberapa kendala saat dijalankannya pelatihan, antusiasme peserta sangat besar, terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diberi kepada pemateri. Tips dan trik yang diberikan oleh pemateri kepada para peserta juga dapat menambah informasi seputar kegiatan jual beli di Shopee yang dapat diterapkan di bisnis mereka ke depannya.

## Daftar Referensi

- Adidarma, R. A. dan W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14, 1–14.
- Anggraini, C. A., Perbawasari, S., & Budiana, H. R. (2018). Cyberbranding Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 72.
- Budi Sam Law Malau, M. A. P. (2020). Masa Pandemi Covid-19, Shopee Catat Kenaikan Transaksi 4 Kali Lipat. *WartaKota, TribunNews*, pp. 1–3. Retrieved from <https://wartakota.tribunnews.com/2020/05/19/masa-pandemi-covid-19-shopee-catat-kenaikan-transaksi-4-kali-lipat?page=3>. (Diakses pada tanggal 1 Juni 2021)
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 4(2), 159–185.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*, 14(1), 35–43.
- Nasution, S.L., Limbong, C.H., & Ramadhan D.A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada

E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (Ecobisma)*, 7(1), 43–53.

Nilasari, R. (2019). Pengaruh Trust Dan E-Service Terhadap Repurchase Intention Bagi Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi*, 29(2), 755–764.

Saidani, B., Lusiana, L.M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRSMI)*, 10(2), 425–444.

Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M.A. (2020). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(2), 298–309.

Suswanto, P., & Setiawati, S.D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya*. 3(2), 16–29.



*CHAPTER Five*  
**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN TIPS & TRIK SISTEM  
ENDORSMENT DI MEDIA SOSIAL**

Muhammad Zaini, Ana Noor Andriana, Syarifah Aisyah Salsabilla,  
Yunita Arisandi, Hesti Fadillah, Nopiana Indah Sari, Dan Hesti  
Rahmah Maulidah



**Abstrak**

Kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa, terkadang menggunakan seorang selebriti atau tokoh terkenal sebagai endorser. Celebrity endorser digunakan untuk menarik perhatian khalayak serta diharapkan mampu meningkatkan awareness produk. Pemasaran mengharapkan persepsi konsumen terhadap produk tersebut akan berubah dengan adanya penggunaan endorser, karena dapat memberikan asosiasi positif terhadap produk. Implikasi dalam pemasaran adalah peluang konsumen berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak dilandasi oleh stimuli yang diberikan dengan menggunakan dukungan selebriti (celebrity endorser). Endorsement adalah salah satu strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti artis atau aktor, selebgram (selebriti instagram) asalkan mereka memiliki daya tarik untuk membuat tingkat kepercayaan konsumen tinggi untuk membeli produk yang dipasarkan. Definisi endorse berhubungan dengan media sosial. Endorse merupakan promosi berbentuk ulasan positif mengenai suatu produk, jasa, atau layanan, yang diberikan oleh public figure di instagram miliknya. Influencer merupakan istilah yang berasal dari kata Bahasa Inggris, Influencer yang berarti memengaruhi. Jadi, influencer merujuk pada seseorang yang memiliki kemampuan memberikan pengaruh positif terhadap

publik. Pelatihan ini dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi Zoom, dengan sasaran peserta adalah mahasiswa yang ingin mengetahui tentang tips dan trik sistem endorsement di media sosial. Tujuan pelatihan ini adalah untuk mengetahui bagaimana sistem endorsement yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan dan keahlian dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Pelatihan ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan ilmu yang berguna serta bisa menambah keterampilan peserta yang ingin menjadi seorang selebgram atau influencer.

**Kata Kunci: Endorsement, Media Sosial, Influencer**

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat tidak terkecuali dalam penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan tersebut memaksa perusahaan terus berinovasi untuk mencari cara-cara baru dalam strategi bisnisnya terutama dalam strategi pemasaran. Perkembangan internet telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran saat ini dari *face to face* menjadi *screen to face*. Teknologi memberikan fasilitas dan kemudahan dalam berjualan melalui media sosial. Pemasaran melalui media sosial sangat menguntungkan bagi produsen, karena sistem pelayanan melalui internet sangat efisien, praktis dan dapat menghemat waktu untuk memasarkan produk dan jasa. Melalui belanja *online* seorang pembeli dapat melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak dibelanjakan melalui web yang dipromosikan oleh penjual lalu membuat kesepakatan terlebih dahulu kemudian barang dan jasa tersebut dapat dikirim dengan mudah melalui paket kiriman. Kegiatan belanja online ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah melalui media

handphone, komputer, ataupun notebook yang tersambung dengan layanan akses internet (Loekamto,2012).

Media sosial di Indonesia saat ini sudah menjadi salah satu wadah E-commerce dalam memasarkan produknya. Salah satunya adalah Instagram. Instagram sebagai salah satu media sosial teraktif di Indonesia (no. 4 setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp) dengan pengguna aktif 63 juta dari 160 juta total pengguna media sosial (Indonesia Digital Report-We are social, 2020). Instagram sendiri sukses menjadi salah satu aplikasi yang sangat diminati masyarakat, bukan hanya sekedar untuk mencari informasi dan berbagi pengalaman pribadi instagram juga dijadikan peluang bisnis bagi para penggunanya. Munculnya tren pemasaran digital sehingga membawa jenis pemasaran baru dan membuat beberapa perusahaan baru beralih dari pemasaran langsung menjadi pemasaran digital atau online yang dinilai lebih mudah dan menarik. Instagram sendiri menjadi media pemasaran digital yang paling banyak digunakan dengan aktifitas pemasaran melalui endorsement. Kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa, terkadang menggunakan seorang selebriti atau tokoh terkenal sebagai endorser. “Atribut-atribut yang mereka miliki seperti keahlian, keterampilan, pengetahuan, pengalaman, kecerdasan, sifat, kecantikan, keberanian dan prestasi dapat dijadikan point penting untuk memikat calon konsumen” (Pradhan, et al, 2014); (Fleck, et al, 2012).

Celebrity endoser digunakan untuk menarik perhatian khalayak serta diharapkan mampu meningkatkan awareness produk. Pemasaran mengharapkan persepsi konsumen terhadap produk tersebut akan berubah dengan adanya penggunaan endorser, karena dapat memberikan asosiasi positif terhadap produk. Implikasi dalam pemasaran adalah peluang konsumen berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak dilandasi oleh stimuli yang diberikan dengan menggunakan dukungan selebriti (celebrity endorser). Endorsement adalah salah

satu strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti artis atau aktor, selebgram (selebri instagram) asalkan mereka memiliki daya tarik untuk membuat tingkat kepercayaan konsumen tinggi untuk membeli produk yang dipasarkan. Sedangkan pada media pemasaran langsung (Konvensional) Endorsement selalu tertuju pada mereka yang dikenal oleh banyak orang, seperti artis atau aktor. Pemanfaatan Endorsement sebagai cara mempromosikan produk atau jasa secara tidak langsung mempengaruhi followers di instagram tersebut sehingga dapat membentuk kesadaran merek.

Platform media sosial instagram memiliki banyak istilah yang sering digunakan seperti *Paid Promote*, *Endorse*, *Selebgram* dan *Influencer*. Seseorang yang terkenal di media sosial instagram biasanya memiliki pengikut (followers). *Paid Promote*, kata *paid* berarti bayar, sedangkan *promote* berarti promosi. Sehingga, istilah *paid promote* dapat didefinisikan sebagai layanan jasa promosi berbayar. Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa penyedia layanan jasa paid promote ini pada umumnya merupakan akun-akun Instagram yang mempunyai pengikut banyak. Definisi *endorse* berhubungan dengan media sosial. *Endorse* merupakan promosi berbentuk ulasan positif mengenai suatu produk, jasa, atau layanan, yang diberikan oleh public figure di instagram miliknya. *Influencer* merupakan istilah yang berasal dari kata Bahasa Inggris, *Influencer* yang berarti memengaruhi. Jadi, *influencer* merujuk pada seseorang yang memiliki kemampuan memberikan pengaruh positif terhadap publik. Di Indonesia istilah *influencer* juga digunakan kepada seorang youtuber ataupun selebgram. Mereka biasanya memiliki kekuatan sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap orang banyak.

Dalam dunia media sosial juga dikenal istilah Digital Influencer yaitu kemampuan untuk mempengaruhi, merubah opini dan perilaku secara online, umumnya melalui social networking. Secara sederhana, digital influencer adalah mereka yang memiliki

pengaruh yang besar di media sosial. Influencer memiliki peran besar untuk mempengaruhi atau meyakinkan banyak orang supaya bisa tertarik dengan produk yang mereka promosikan.

## **Metode**

Metode yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah dengan Seminar Daring dan Brainstorming menggunakan Aplikasi *Video Conference* yaitu *ZOOM Meeting*. Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada tanggal 29 Mei 2021 pukul 10.00 WITA, dengan sasaran peserta adalah masyarakat umum yang ingin mengetahui tentang bagaimana tips dan trik sistem endorsement di media sosial. Adapun narasumber dalam kegiatan ini adalah Influencer yang professional di bidangnya.

### **A. Metode Brainstorming**

Metode brainstorming atau curah pendapat adalah, “Teknik untuk menggali sebanyak mungkin gagasan atau pendapat tentang suatu tema atau masalah”. Sehingga melalui penerapan metode brainstorming ini peserta menjadi aktif dan mampu meningkatkan aktivitas belajarnya, sehingga hasil belajarnya pun meningkat. Oleh karena itu, untuk memperbaiki aktivitas dan hasil belajar peserta dilakukan pemilihan metode pelatihan yang tepat dengan penerapan metode pembelajaran brainstorming dalam rangka peningkatan aktivitas dan hasil belajar pada pelatihan kewirausahaan tips & trik sistem endorsement di media sosial.

Rencana tindakan pada penelitian ini adalah rencana kolaborasi dengan pemateri yang handal dalam hal endorsment, menganalisis masalah yang ditemukan dalam observasi, merencanakan penerapan metode brainstorming untuk mengatasi masalah yang muncul, menyiapkan instrumen aktivitas dan hasil belajar peserta. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dengan penerapan metode brainstorming akan dilaksanakan dalam beberapa kali yang

terdiri dari enam tahapan yaitu, tahap orientasi, tahap analisa, tahap hipotesis, tahap pengeraman, tahap sintesis, dan tahap verifikasi.

(1) Pada tahap orientasi pemateri bertugas menekankan manfaat materi pelatihan dan pemateri mengajukan pertanyaan kepada peserta berhubungan dengan konsep yang akan dibahas yang tujuannya mengetahui hal yang berkaitan dengan pelatihan. Kemudian peserta bertugas mendengarkan apa manfaat materi pelatihan yang akan dipelajari dan menjawab pertanyaan yang diajukan pemateri.

(2) Tahap analisa, pada tahapan ini pemateri memberikan ilustrasi, pertanyaan, dan masalah yang berkaitan dengan konteks kehidupan nyata untuk menguji pengetahuan peserta tentang konsep yang diajarkan. Kemudian peserta bertugas mendengarkan ilustrasi yang disampaikan oleh pemateri dan menjawab pertanyaan yang diajukan pemateri.

(3) Tahap hipotesis, pada tahap ini pemateri bertugas memberikan penjelasan minimal yang terkait dengan materi pelatihan yang dipelajari dan pemateri juga memberikan beberapa topik permasalahan (dalam hal ini berbentuk peragaan) yang selanjutnya didiskusikan pada masing-masing peserta. Kemudian peserta bertugas mendengarkan dan mencatat kata-kata kunci dan petunjuk singkat dari pemateri dan peserta mendiskusikan topik permasalahan yang didapat pada masing-masing kelompok.

(4) Tahap Pengeraman, pada tahap ini pemateri akan memberikan kesempatan kepada peserta untuk menjawab dan menyiapkan daftar pertanyaan yang belum dipahami. peserta bertugas untuk bekerja secara mandiri dalam kelompoknya untuk membangun kerangka berpikirnya.

(5) Tahap Sintesis, pada tahapan ini pemateri memberikan kesempatan peserta untuk mempresentasikan hasil diskusinya, pemateri memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada peserta, dan pemateri juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengomentari pendapat peserta yang lain. Tugas peserta adalah

diminta untuk mengungkapkan pendapatnya, menuliskan semua pendapat itu dan peserta diajak untuk berpikir mana pendapat yang terbaik.

(6) Tahap Verifikasi, pada tahapan yang terakhir ini pemateri bertugas memberikan pemilihan keputusan terhadap gagasan yang diungkapkan peserta sebagai pemecahan yang terbaik. Dan tugas peserta turut menyimpulkan butir-butir alternatif pemecahan masalah yang disetujui.

## **Hasil dan Pembahasan**

Peserta seminar daring pada *Pelatihan Kewirausahaan Tips & Trik Sistem Endorsement di Media Sosial* adalah mahasiswa dan mahasiswi dari berbagai Perguruan Tinggi yang ada di Kalimantan Timur. Jumlah peserta dalam seminar daring ini dihadiri oleh 34 peserta dari 46 peserta yang mendaftar, dan berlangsung selama 2 jam dan juga berkat kerja sama dari berbagai pihak, pelatihan ini dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar.

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan bagaimana sistem endorsement di media sosial sehingga mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen dan bagaimana kebutuhan konsumen akan informasi produk sangat penting, terutama dalam tahap pra-transaksi konsumen. Hal ini karena dengan ketersediaan informasi tersebut, konsumen dapat berhati-hati menggunakan sumber dana yang tersedia untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Apabila konsumen memperoleh informasi yang salah, maka akan berakibat konsumen akan salah pula dalam menjatuhkan pilihan, sehingga dapat menimbulkan kerugian.

### **1. Pelatihan sistem endorsement**

Analisa suatu produk sangat penting yang harus dilakukan oleh influencer atau sebelum menentukan produk yang akan

diiklankan atau dikenalkan. Karena sebagai influencer tidak boleh sembarangan menerima produk tersebut dan langsung dipromosikan tetapi harus benar-benar memakai atau mengonsumsi produk tersebut sebelum akhirnya dipromosikan atau diiklankan. Jadi setelah mencoba produk tersebut barulah ia dapat menawarkannya atau mempromosikan sehingga dengan hal tersebut para konsumen dapat mengetahui bahwa produk yang kita tawarkan itu benar-benar bagus. Pada kriteria influencer umumnya, seorang influencer memiliki jutaan pengikut (follower) di media sosial. Namun, tidak selalu demikian. Seseorang dengan ribuan followers juga bisa disebut sebagai influencer jika punya pengaruh besar kepada konsumen. Cara memilih influencer yakni dengan mengetahui target pasar bisnis anda, dengan mengetahui target pasar ini berguna untuk kelompok calon konsumen sehingga bisa menerapkan langkah strategi promosi yang tepat dengan sasaran. Sebagai contoh jika menjual produk skincare berarti target konsumen anda adalah anak muda atau remaja.

Adapun manfaat influencer marketing yakni membuat produk anda sebagai pusat perhatian, membuat konsumen lebih percaya kepada produk kita dengan mempromosikan produk menggunakan public figure, influencer dan selebgram, kepercayaan konsumen pada sebuah produk bisa langsung terbentuk. Alasannya karena mereka melihat pengalaman dan keahlian di bidang tertentu. Jika mereka menggunakan produk anda, sangat mudah bagi followernya untuk lebih percaya kepada produk anda dan jika pemasaran produk dilakukan menggunakan influencer melalui media sosial, blog atau youtube tentu bisa menjangkau lebih banyak konsumen.

## a. Flyer Kegiatan



**Gambar 1.** Flyer Kegiatan

## b. Rundown Acara

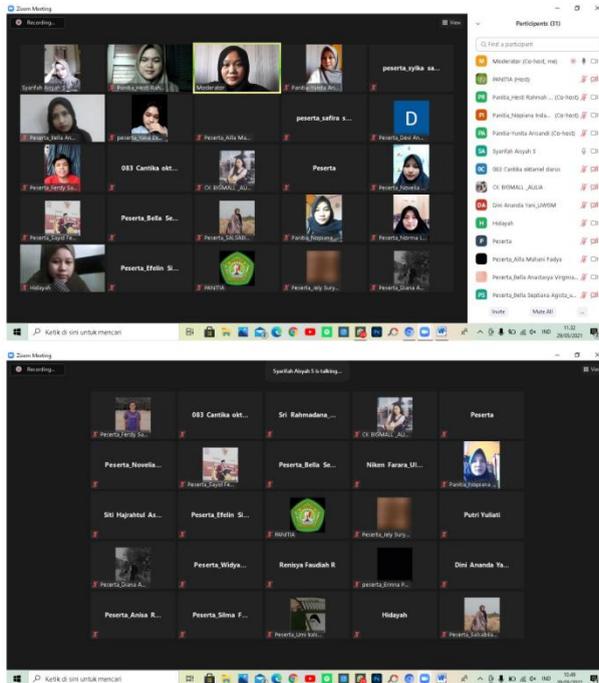
**RUNDOWN**  
Pelatihan Kewirausahaan Tips & Trik Sistem Endorsment Di Media Sosial

No	Waktu		Agenda	keterangan
	Jam	Durasi		
1	09-45-09.55	10 menit	Briefing	Panitia
2	09.55-10.05	10 menit	Persiapan Masuk Room	Peserta
2	10.05-10.20	15 menit	Pembukaan, Pembacaan Doa dan Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Moderator dan Peserta
3	10.20-11.10	50 menit	Pembacaan CV Pemateri  Penyampaian Pemateri	Moderator dan Pemateri
4	11.10-11.40	30 menit	Sesi Tanya Jawab	Moderator dan Pemateri
6	11.40-11.45	5 menit	Penyampaian pemenang doorprize	Moderator
7	11.45-12.00	15 menit	Penutup dan Pemberian Cenderamata, Sesi Foto Bersama	Moderator

**Gambar 2.** Rundown Acara

## 2. Antusiasme Peserta

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan selama berlangsungnya acara, para peserta menyimak dengan baik materi yang disampaikan oleh narasumber. Walaupun dilaksanakan secara daring tetapi tidak mengurangi antusias para peserta webinar, bahkan para peserta terlihat sangat tertarik mengikuti webinar pelatihan ini dan turut aktif dalam mengajukan pertanyaan terkait hal-hal yang sepenuhnya belum mereka ketahui. Acara webinar ini juga berjalan dengan baik karena ketertiban peserta dalam kehadiran tepat waktu, perhatiannya dan turut aktif dalam bertanya maupun diskusi bersama.



**Gambar 3.** Dokumentasi Seminar Daring (Webinar) Pelatihan Kewirausahaan Tips & Trik Sistem Endorsement di Media Sosial

### 3. Faktor Penunjang

Faktor-faktor yang menunjang keberhasilan acara webinar Pelatihan Kewirausahaan Tips dan Trik Sistem Endorsement ini yakni:

- a) Adanya bantuan pendanaan dari pihak Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman,
- b) Dukungan dari Dosen pembimbing yakni ibu Ana Noor Andriana, S.AB., M.AB dan Dr. Muhammad Zaini, M.Si yang memimbing penyusunan acara sehingga bisa terlaksana dengan baik dan lancar.
- c) Kerja sama yang baik antar anggota tim dalam menyusun rangkaian kegiatan pelatihan.
- d) Adanya bantuan pemateri dari Influencer yakni, Syarifah Aisyah Salsabilla.

### 4. Faktor Penghambat

Adapun faktor penghambat pada acara kegiatan webinar Pelatihan Kewirausahaan Tips dan Trik Sistem Endorsement ini yakni, masih ada beberapa yang terkendala jaringan internet karena tempat yang tidak memungkinkan.



## **Kesimpulan**

Perkembangan internet telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran saat ini dari *face to face* menjadi *screen to face*. Media sosial di Indonesia saat ini sudah menjadi salah satu wadah E-commerce dalam memasarkan produknya. Kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa, terkadang menggunakan seorang selebriti atau tokoh terkenal sebagai endorser. Celebrity endorser digunakan untuk menarik perhatian khalayak serta diharapkan mampu meningkatkan awareness produk. Pemasaran mengharapkan persepsi konsumen terhadap produk tersebut akan berubah dengan adanya penggunaan endorser, karena dapat memberikan asosiasi positif terhadap produk. Implikasi dalam pemasaran adalah peluang konsumen berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak dilandasi oleh stimuli yang diberikan dengan menggunakan dukungan selebriti (celebrity endorser). Pelatihan ini dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi Zoom, dengan sasaran peserta adalah mahasiswa yang ingin mengetahui tentang tips dan trik sistem endorsement di media sosial. Tujuan pelatihan ini adalah untuk mengetahui bagaimana sistem endorsement yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan dan keahlian dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Pelatihan ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan ilmu yang berguna serta bisa menambah keterampilan peserta yang ingin menjadi seorang selebgram atau influencer.

## **Daftar Refrensi**

Rastika, I. (2017). Menguak layar bisnis selebgram.  
<https://megapolitan.com/read/2017/01/14/08343201/menguak.layar.bisnis.selebgram>. tanggal 9 April 2018

- Amir, S. (2017). Fenomena selebgram, saat "endorsement" jadi bisnis raksasa menggiurkan. <http://megapolitan.kompas.com/read/2017/01/17/09042701/fenomena.selebgram.saata.endorsement.jadi.bisnis.raksasa.menggiurkan> tanggal 7 Januari 2018
- Chi, H. K., Yeh, H. R., & Tsai, Y. C., (2011). The influence of perceived value on consumer purchase intention: the moderating effect of advertising endorser. *Journal of International Management Studies*, 6(1), 1-6
- Coelho D. C., Meneses R. F. C., & Moreira M. R. A. (2013). Faktors influencing purchase intention of private label products: The case of smartphones. *Exploring Services Science: 4th International Conference*. 313-321. doi: 10.1007/978-3-642-36356-6\_25
- Prastyanti, Gita. (2017). Pengaruh Penggunaan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) Terhadap Niat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram: Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung). Skripsi, Jurusan Manajemen FEB Universitas Lampung, Bandar Lampung
- Ratih Galuh Pradewi.,Tri Yuliyanti.,Fitri Norhabiba., (2019). Pengaruh Endorsement terhadap Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Lipstik Pada Online Shop dengan Media Sosial Instagram. *Jurnal Representamen*, 05(1), 40-47
- SAB,2019, Pengertian dari Selebgram, Paid Promote, Endorse, dan Influencer, diakses 26 Juni 2020 melalui <https://www.sab.id/blog/pengertian-dari-selebgram-paid-promote-endorsedan-influencer/>

Arifin, S. 2010. Pengaruh Celebrity Endorser Ridho Rhoma dan Rhoma Irama Terhadap Minat Membeli Kartu AS, Skripsi Tidak Dipublikasikan, Malang: Program Studi Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Hapsari, A.P. 2008. Analisis Perbandingan Penggunaan Celebrity Endorser Dan Typical-Person Endorser Iklan Televisi Dan Hubungannya Dengan Brand Image Produk. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.IX, No.1.



*CHAPTER Six*  
**PELATIHAN PENJUALAN ONLINE MENGGUNAKAN  
APLIKASI INSTAGRAM**

Ana Noor Andriana, Lailatul Hijrah, Cantika Oktamel Darus,  
Widya Utami Putri, Diana Aulia Putri, Dan Silma Fauziah



### **Abstrak**

Beberapa masyarakat yang belum memiliki keterampilan memadai dalam mengoptimalkan pemanfaatan internet dan media sosial sebagai media bisnis online dan belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai legalitas dalam bertransaksi online. Metode yang digunakan adalah: pelatihan serta pembinaan. Hasil yang dicapai adalah peserta memiliki pengetahuan dalam berbisnis dengan aplikasi menggunakan Instagram dalam pelatihan penjualan online menggunakan aplikasi Instagram. Internet dan media sosial tidak hanya untuk kesenangan pribadi tetapi juga sebagai media bisnis online dan memiliki pemahaman tentang legalitas bisnis online.

**Kata kunci:** Penjualan Online, Aplikasi Instagram.

### **Pendahuluan**

Pada era globalisasi ini kemajuan teknologi beserta ilmu pengetahuan dapat membawa pengaruh dan dampak terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia dalam bidang usaha. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi pelaku usaha bisnis ritel. Bisnis ritel merupakan salah satu bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran sebagai perantara dan penghubung antara

produsen dengan konsumen. Seperti toko, distro, minimarket, swalayan dan lain-lain. Usaha atau bisnis ritel merupakan semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan yang sifatnya pribadi dan bukan bisnis (Puslitbang Aptika dan IKP, 2019).

Seiring berkembangnya teknologi, perkembangan dari sosial media juga sangat pesat. Media sosial pada zaman ini semakin dikenal dan semakin banyak orang yang menggunakan media sosial sehingga pada saat ini media social menjadi hal yang utama bagi kehidupan manusia orang tua, remaja, bahkan pada saat ini anak-anak pun menjadi pengguna aktif media sosial. Salah satu aplikasi yang sering digunakan yaitu Aplikasi Instagram. Instagram berhasil mengambil perhatian masyarakat sehingga masyarakat banyak menggunakan aplikasi ini. Selain untuk bersenang senang kita juga bisa mendapatkan informasi dari aplikasi ini (Puslitbang Aptika dan IKP, 2019).

Instagram merupakan salah satu aplikasi atau fitur unggulan yang ada di smartphone yang memudahkan para penggunanya untuk berbagi foto dan video Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antar sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin (Irma, A., 2017).

Cara memasarkan dan berjualan melalui akun instagram ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang kreatif dan efisien guna meningkatkan label penjualan dan popularitas pemasaran di masyarakat. Konsumen dari belanja online di sini pun berasal dari berbagai kalangan dari orang dewasa sampai remaja pun kini sudah menggunakan belanja online sebagai alternatif belanja untuk memenuhi kebutuhannya (Irma, A., 2017).

Penggunaan instagram sangat membantu pebisnis online dalam memasarkan produknya. Ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku komunikasi pengguna aktif Instagram yaitu fasilitas pendukung, keinginan untuk menghasilkan

karya yang lebih baik, frekuensi mengakses yang tinggi serta dorongan kerabat, Foto-foto yang diunggah pun cepat mendapat respon dari para followers dan muncullah berbagai macam tanggapan, komunikasi tawar-menawar, dan akhirnya sampai ke tahap pembelian produk. Orang lebih gemar menggunakan Instagram dalam memamerkan hasil foto, memamerkan aneka produk yang selalu baru setiap saat karena berjualan lewat Instagram sangat cepat menghasilkan dan mengembalikan modal (DR Indika, C Jovita- Jurnal Bisnis Terapan, 2017-journal.ubaya.ac.id).

Dengan menggunakan teknologi internet khususnya kita bisa membuka toko online yang tidak memiliki bentuk fisik yang dinilai beresiko, sehingga akan mempermudah kita dalam menjalankan bisnis tersebut meskipun kita tidak memiliki banyak waktu karena media kontrol kita hanya via komputer, laptop, atau handphone (DR Indika, C Jovita- Jurnal Bisnis Terapan, 2017-journal.ubaya.ac.id).

Dengan demikian bisa lebih mudah memantau apakah ada yang order barang atau berapa tingkat pengunjung yang melihat toko. Toko online sekarang terus berkembang karena orang memikirkan waktu yang fleksibel untuk berbelanja lebih praktis tanpa datang langsung ke toko.

## **Metode**

Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada tanggal 23 Mei 2021 pukul 10.05 WITA secara daring (online) dengan menggunakan aplikasi Zoom, dengan sasaran peserta adalah masyarakat umum yang ingin mengetahui bagaimana cara berjualan online menggunakan aplikasi Instagram. Pelatihan ini dihadiri oleh 41 peserta dari 43 peserta yang mendaftar, dan berlangsung selama 2 jam. Beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pada pelatihan, yakni:

## 1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini semua anggota tim melakukan persiapan matang diawali dengan membuat pamflet untuk memberikan informasi mengenai pelatihan yang akan kami laksanakan, membuat Google Formulir untuk mencatat jumlah peserta yang mengikuti pelatihan dan membuat Whatsapp Group sebagai sarana untuk membagikan materi dan memudahkan alur komunikasi dari panitia kepada peserta, membuat google formulir untuk absensi yang hadir di pelatihan serta membuat E-sertifikat untuk dibagikan kepada pemateri, peserta dan juga panitia. Adapun pembagian tugas anggota tim sebagai berikut:

<b>NAMA</b>	<b>TUGAS</b>
<b>Silma Fauziah</b>	Merekap peserta yang mendaftar, sekaligus berperan sebagai operator, serta melakukan dokumentasi.
<b>Cantika Oktamel Darus</b>	Berperan sebagai Moderator sekaligus MC dalam serta membuka acara, serta membuat Google Formulir dan WhatApp grup.
<b>Widya Utami Putri</b>	Membuat pamphlet acara dan membuat sertifikat untuk peserta, pemateri dan panitia.
<b>Diana Aulia Putri</b>	Menghubungi dosen pendamping, Ketua Prodi, dan pemateri serta berperan sebagai kordinaditor peserta.

## 2. Tahap Pelaksanaan

### RUNDOWN

Pelatihan Penjualan Online dengan Menggunakan Aplikasi Instagram

No	Waktu		Agenda	keterangan
	Jam	Durasi		
1	09.50-09.55	5 menit	Briefing	Panitia
2	09.55-10.05	10 menit	Peserta Masuk RoomZoom	Peserta
3	10.05-10.15	10 menit	Pembukaan, Pembacaan Doa dan Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Moderator dan Operator
4	10.15-10.55	40 menit	Pembacaan CV dan Penyampaian Materi	Moderator dan Pemateri
5	10.55-11.15	20 menit	Sesi Tanya Jawab	Moderator dan Pemateri
6	11.15-11.25	10 menit	Pembagian Doorprize, Pemberian Sertifikat dan Sesi Foto Bersama	Moderator
7	11.25-11.30	5 menit	Penutup	Moderator

**Gambar 1.** *Susunan Acara (Rundown)*

Acara berjalan sesuai rencana dengan dilakukannya proses penyampaian materi yang dimulai dari memberi informasi serta tahap tahap yang dilakukan pebisnis di awal mulai menggunakan aplikasi Instagram. Penyampaian materi tidak hanya dilakukan dengan cara presentasi menggunakan PowerPoint, tetapi pemateri juga langsung mempraktikkan dan langsung menjabarkan langkah demi langkah dalam memulai sampai dengan tips endorse serta tips agar produk yang kita jual tidak terlihat membosankan dengan cara mempercantik feeds Instagram dengan tujuan menarik perhatian pelanggan, dan juga memberitahu perbedaan akun Instagram apakah lebih baik di privasi atau tidak.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Pelatihan penjualan online menggunakan aplikasi Instagram

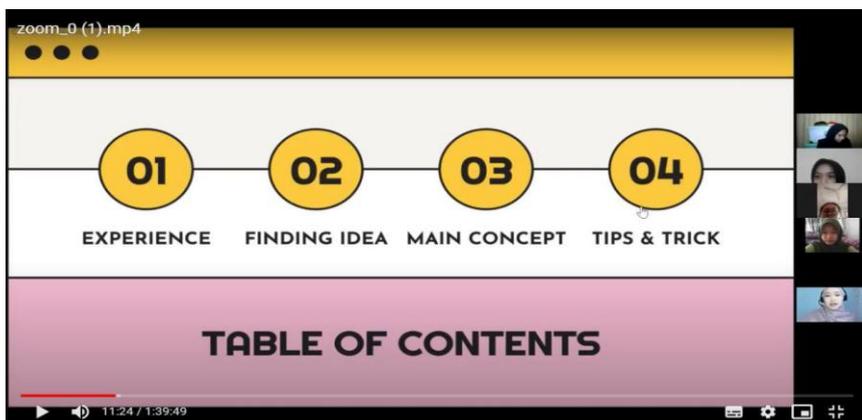
Atas kerja sama dan partisipasi dari berbagai pihak, pelatihan penjualan online menggunakan aplikasi Instagram dapat berjalan dengan baik dan lancar. Keberhasilan atas pelatihan ini juga merupakan hasil perencanaan acara yang sudah direncanakan dengan baik dan kerja sama oleh tim panitia dan narasumber. Selain itu, tim panitia mengkoordinir peserta yang telah mendaftar melalui link pendaftaran dan whatsapp sebelumnya untuk bergabung mengikuti pelatihan melalui aplikasi Zoom Meeting. Beberapa peralatan yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan ini adalah laptop, kuota aplikasi Zoom sebagai sarana untuk pelatihan, perangkat Google Form yang berisi format untuk pendaftaran. Berikut merupakan garis besar materi yang diberikan oleh narasumber:

No.	Materi Pelatihan
1	Informasi dan pengenalan Aplikasi Instagram
2	Cara memulai penjualan melalui aplikasi instagram
3	Cara membuat profil Instagram yang menarik
4	Cara untuk menarik followers di Instagram
5	Tips dan trik laris dalam berjualan melalui aplikasi Instagram



**Gambar 2.** Brosur pelatihan penjualan online menggunakan aplikasi Instagram

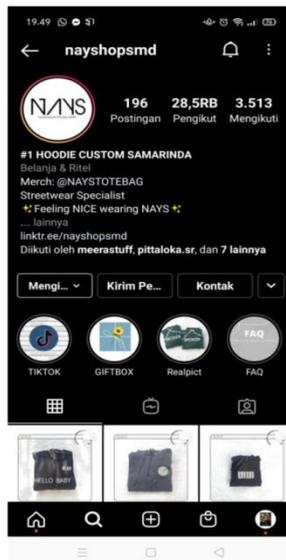
Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh tim panitia bahwa selama berjalannya pelaksanaan pelatihan penjualan online melalui aplikasi Instagram dapat dikatakan dalam pelatihan ini sukses menimbang dari antusias para peserta yang sangat memperhatikan dan menyimak materi yang telah disampaikan oleh Narasumber. Pelatihan yang dilakukan melalui daring berhasil berjalan dengan baik dan lancar.



**Gambar 4.** Peserta Menyimak Materi dari Narasumber

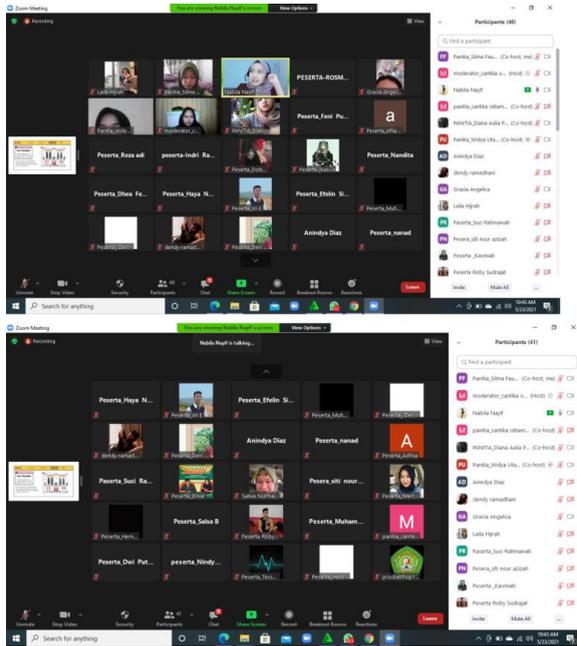
Pemateri memberikan materi tentang pengalaman beliau berjualan online melalui Aplikasi Instagram, mencari dan mengkonsep ide jualan yang baik, menarik yang dibutuhkan konsumen, dan pemateri juga memberikan tips dan trik berjualan menggunakan Aplikasi Instagram, mulai dari mengatur feeds, memprivat atau tidak instagram yang dipakai untuk bisnis, serta pemateri tidak lupa memberikan kata-kata kunci untuk berjualan di Aplikasi Instagram.

Peserta yang mengikuti pelatihan ini mendapatkan E-Sertifikat dan doorprize bagi beberapa orang yang beruntung dari panitia pelaksana, sebagai penghargaan dan tanda bahwa peserta telah mengikuti pelatihan ini dengan sangat baik. Selesai menerima pengetahuan serta penghargaan dari pelatihan ini, para peserta mendapatkan ilmu yang bermanfaat yaitu cara berjualan online menggunakan aplikasi Instagram yang dimana media Instagram lagi banyak sekali penggunanya, peserta juga mengetahui tips dan trik jitu untuk berjualan online yang tentunya berguna untuk menarik konsumen.



**Gambar 5.** *Contoh bisnis narasumber*

# 1. Antusiasme Peserta



**Gambar 6.** Sesi Foto Bersama

Untuk melakukan pengukuran terkait antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan ini, ada beberapa indicator yang digunakan diantaranya adalah ketertiban, kehadiran peserta yang tepat waktu, perhatian, serta partisipasi dalam bertanya maupun menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pemateri maupun para peserta lainnya. Dari hasil evaluasi yang dilakukan, diketahui bahwa mayoritas peserta tidak menunda waktu untuk menghadiri kegiatan pelatihan sesuai dengan ketentuan yang diinformasikan sebelumnya walaupun ada juga sedikit peserta yang terlambat. Selain itu, selama kegiatan pelatihan ini berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Ketertarikan mereka terhadap materi yang disampaikan dapat dilihat dari banyak sekali pertanyaan yang muncul, yang berusaha mereka cari tahu dan ditanyakan kepada narasumber.

## **2. Faktor Penunjang dan Penghambat**

Adapun faktor-faktor yang menunjang keberhasilan pelaksanaan pelatihan ini adalah:

(a) Adanya bantuan pendanaan dari pihak Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman. (b) Dukungan dari Dosen pengampu mata kuliah E-Commerce dan IT Bisnis yaitu Bapak Muhammad Fikry Arransyah. (c) Dukungan dari Dosen Pembimbing kegiatan Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Aplikasi Instagram yaitu Ibu Ana Noor Andriana dan Ibu Lailatul Hijrah. (d) Kerja sama yang baik antar anggota tim pelaksana dalam menyusun rangkaian kegiatan pelatihan.

Terlepas dari faktor penunjang, ada pula beberapa faktor yang menghambat pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diantaranya yakni; (a) Kurang maksimalnya jaringan internet yang dipakai oleh peserta ketika mengikuti kegiatan pelatihan. (b) Kurang panjangnya waktu pelaksanaan kegiatan yang dianggap terlalu singkat.

## **Kesimpulan**

Pelatihan ini merupakan salah satu wujud kegiatan PKM. Pelatihan yang dilakukan secara daring ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada peserta mengenai Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Aplikasi Instagram agar peserta yang belum mengetahui tips terbaik penjualan online menjadi paham dan mengerti tips yang perlu dilakukan. Pelatihan ini dapat dilaksanakan dengan lancar, baik, dan sesuai dengan perencanaan yang telah disiapkan sebelumnya. Walaupun dilaksanakan tanpa tatap muka secara langsung, para peserta yang mengikuti pelatihan ini tetap menunjukkan antusiasmenya karena pelatihan ini dapat membantu mereka dalam membangun usaha penjualan online mereka di Instagram. Para peserta menunjukkan semangat dan antusiasime mereka dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini. Para

peserta juga dapat menerima dengan sangat baik terhadap informasi yang disampaikan.

## Daftar Referensi

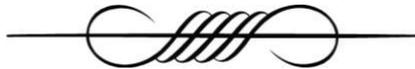
- Jurnal Universitas Negeri Jakarta. (2020). *Pelatihan Penggunaan Jejaring Sosial Instagram*.<http://journal.unj.ac.id>
- Irma, A. (2017). Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bisnis Online Beautyhomeshop). *Jurnal Online Kinestik*, 4(2), 1-12.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Puslitbang Aptika dan IKP. (2019 ). *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia*. <https://balitbangsdm.kominfo.go.id>
- AM Dewi. (2018). *Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal*. *Jurnal ekonomi universitas kadika*. <https://core.ac.uk/download/pdf/291814359.pdf>
- R Dumilah, A Sunarto, A Ahyani, D Solihin. (2020). *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Siswa*. Artikel luaran PKM. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DKP/article/view/6045>
- FN Untari. ( 2020). *Dampak pelatihan Pemanfaatan aplikasi Instagram dalam meningkatkan perolehan laba perusahaan*

*umkm*. Comm-Edu (Community Education Journal).  
<https://www.journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/comm-edu/article/view/3696>

Innova, E. I. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2).

Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). Pengaruh instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau (Doctoral dissertation, Riau University).

Salamoon, D. K. (2013). Instagram, ketika foto menjadi mediator komunikasi lintas budaya di dunia maya (Doctoral dissertation, Petra Christian University).



*CHAPTER Seven*  
**PELATIHAN *PUBLIC SPEAKING* BAGI PELAJAR  
SMA/SMK/SEDERAJAT**

Tuti Wediawati, Fareis Althalets, Ahmad Tri Andri Anugrah,  
Kasmiati, Rosmiah Jamalia, Sevia, Dan Syamsumarlin

---

**Abstrak**

*Public speaking* merupakan kegiatan komunikasi lisan yang dilakukan secara langsung di muka umum atau di hadapan sekelompok orang dikenal maupun tidak dikenal tetapi berbicara di depan orang banyak adalah sebuah ketakutan hampir setiap orang maka dari itu diadakannya sebuah pelatihan *public speaking* pada siswa-siswi SMA atau SMK sederajat agar mereka mengetahui betapa pentingnya kemampuan *public speaking* baik di dunia pekerjaan maupun di dunia perkuliahan terlebih di saat sudah terjun di masyarakat keterampilan *public speaking* sangat dibutuhkan di masa depan Maka dari itu edukasi tentang *public speaking* sangat perlu diketahui sejak dini. Oleh karena itulah kami mengambil pelatihan ini karena minimnya pelatihan mengenai *public speaking* dimana merupakan hal yang sangat penting untuk bekal dimasa depan. Dari hasil evaluasi kegiatan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan PKM ini, dapat kami simpulkan bahwa program PKM ini telah mampu memberikan manfaat yang besar dan tepat sasaran bagi khalayak pelajar yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberikan tambahan ilmu, wawasan serta pengetahuan baru di bidang *public speaking* dalam proses mengasah pembelajaran di sekolah.

**Kata Kunci:** Public Speaking, Edukasi, Pengabdian Kepada Masyarakat

## **Pendahuluan**

*Public Speaking* adalah sebuah kemampuan mengepresikan gagasan secara lisan yang dilakukan secara langsung dimuka umum atau di hadapan sekelompok orang *Public Speaking* merupakan kunci sukses yang dibutuhkan pada era globalisasi saat ini yang segala sesuatu nya penuh dengan persaingan Ketika kemampuan komunikasinya rendah, kemungkinan relasi, kolega dan kenalan sangat minim bahkan menjauh Jika sudah seperti demikian, kita tidak akan memiliki banyak kesempatan dan peluang serta informasi akibat minimnya relasi karena komunikasi yang kita pakai kurang baik Komunikasi manusia tidak hanya terjadi antar personal dan interpersonal akan tetapi juga terjadi dalam suatu kelompok Artinya seseorang yang berbicara di depan orang banyak membutuhkan keahlian tertentu, karena pemahaman seseorang pasti akan berbeda Orang yang tidak bisa berdiri dan berbicara di depan banyak secara tidak langsung mereka akan mengalami demam panerung atau tidak percaya diri sehingga pesan yang ingin disampaikan akan sulit diterima oleh pendengar atau audience. Oleh karena itu, kemampuan *public speaking* itu bukanlah bawaan sejak tahie Namun kompetensi ini didapatkan berdasarkan kemauan yang keras untuk belajar dan mencoba.

Kemampuan *public speaking* tidak mengenal jenis kelamin, umur, kedudukan dan profesi, tidak terkecuali seorang pelajar yang notabene kegiatannya masih di seputaran sekolah Tetapi kemampuan *public speaking* juga diperlukan oleh pelajar untuk melatih mental dan kemampuan berbicara terutama di depan umum Oleh sebab itu *public speaking* yang dalam hal ini berfungsi menyampaikan informasi berupa tatap muka melalui presentasi di

depan kelas, pidato, MC dan memimpin rapat organisasi atau dalam pertemuan informal.

Demikian halnya dengan target pelatihan kegiatan PKM kali ini yaitu siswa/siswi SMA/SMK/ sederajat. Bagi para siswa/i pelatihan *public speaking* ini setidaknya akan membuat para siswa dan siswi mampu menyampaikan presentasi di depan teman-temannya dan para guru serta mampu berpidato dilingkungan sekolah. Tidak sedikit pula dan siswa/i yang masih merasa takut atau gugup ketika harus berbicara di depan umum. Kemampuan yang digolongkan sebagai soft skill ini harus dipahami mengingat mereka kelak akan masuk ke dunia perguruan tinggi dan dunia pekerjaan. Di perguruan tinggi, mereka akan sering mendapatkan tugas presentasi dalam menyampaikan materi di hadapan kelas. Untuk mempersiapkan siswa/i menyongsong kehidupan perkuliahan mereka nantinya maka penting untuk membekali mereka dengan keahlian *public speaking*. Setelah lulus pun, mereka akan masuk dalam dunia, dunia industri sebenarnya.

Apapun bidang pekerjaannya mereka akan terus berhadapan dengan orang lain sehingga kemampuan *public speaking* lagi-lagi harus mereka kuasai. *Public speaking* kini telah menjadi salah satu kebutuhan berbagai perusahaan, baik untuk komunikasi eksternal (dalam kegiatan mempromosikan/menjual produk-produk dan jasa-jasanya) maupun komunikasi internal (dalam kegiatan menyosialisasikan peraturan perusahaan). Itu sebabnya banyak perusahaan mengirimkan para karyawannya untuk mengikuti pelatihan *public speaking* diberbagai tempat.

Kompetensi kemampuan *public speaking* yang harus dimiliki oleh seorang speaker atau pembicara harus mampu berbicara di hadapan khalayak atau audience untuk mencapai suatu tujuan tertentu untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan persiapan diri yang matang, baik berkenaan dengan persiapan mental, pemahaman materi yang akan disampaikan, alat bantu yang digunakan, dan pemahaman yang baik terhadap masing-masing

karakter. Sebelum memulai *public speaking* hal umum yang dirasakan adalah grogi atau nelson Bisa menghampiri siapa saja tidak peduli usia jabatan ataupun status sosial gejala-gejala yang akan ditimbulkan dari grogi saat *public speaking* di antaranya: jantung berdetak lebih cepat, nafas pendek, keringat dingin, sakit perut, gemetar, bicara terbata-bata, dan kehilangan kata-kata. Dan masih banyak lagi ini bisa dirasakan satu-persatu atau bahkan sekaligus apabila kita merasakan satu atau lebih dari keadaan ini sebelum menjadi *public speaker* hampir bisa dipastikan kalau kita mengalami grogi Hal pertama yang dilakukan adalah menerima kenyataan Jangan disangkal karena semakin kita mengacuhkan grogi kita semakin buruk adanya atau kesalahan yang kita buat bisa semakin pasal setelah ikhlas menerima keadaan ini barulah kita melakukan beberapa cara untuk menguranginya dimulai dengan membuat nyaman diri kita.

Adapun maksud dan tujuan diselenggarakan PKM kali ini untuk meningkatkan keterampilan berbicara meningkatkan kemampuan berpikir kritis, meningkatkan kualitas diri, mengatasi rasa takut untuk berbicara di hadapan orang banyak dan mempersiapkan diri siswa/i dalam memasuki jenjang perkuliahan dan kerja.

## **Metode**

Pada pelatihan *public speaking* ini dilakukan melalui media daring yaitu zoom meeting, digunakan cara untuk meningkatkan kemampuan *public speaking* para peserta melalui pemberian materi seputar *public speaking* dan tips-tips *public speaking* bagi para pemula, kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan *challenge* untuk mempraktekkan *public speaking* para peserta baik secara langsung maupun melalui video singkat yang diupload pada media sosial Instagram.

Pelaksanaan Kegiatan  
 “Pelatihan *Public Speaking* Bagi Pelajar SMA/SMK”  
 Sabtu, 29 Mei 2021

Waktu	Kegiatan	Keterangan
08.40 - 09.00	Peserta Masuk Room	Peserta Masuk Room, panitia sudah semua masuk dan briefing, operator memutar musik selagi menunggu
09.00 - 09.05	Pembukaan	Moderator membuka acara
09.05 - 09.10	Menyanyikan lagu Indonesia raya	Operator memutar instrument lagu Indonesia raya
09.10 - 09.25	Sambutan 1. Ketua Pelaksana (5') 2. Dosen Pembimbing (5')	Sambutan oleh ketua pelaksana dan dosen pembimbing sekaligus membuka acara
09.25 - 09.30	Pembacaan Do'a	Panitia memimpin doa
09.30 - 09.35	Pembacaan CV Pemateri	Moderator membacakan CV Pemateri
09.35 - 10.35	Penyampaian materi	Penyampaian materi oleh pemateri
10.35 - 10.55	Sesi Tanya Jawab	Membuka sesi tanya jawab
10.55 - 11.05	Pemberitahuan Challenge	Moderator menyampaikan informasi challenge
11.05 - 11.10	Penutup dan Foto Bersama	Moderator menutup acara, operator SS gambar

**Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan.**

Peserta yang mendaftar pada pelatihan *public speaking* ini berkisar 40 peserta dan yang hadir pada saat kegiatan sekitar 25 peserta. Para peserta yang mengikuti pelatihan akan mendapatkan beberapa benefit seperti ilmu seputar *public speaking*, E-sertifikat, relasi atau teman baru dan doorprize bagi peserta yang beruntung.

### Alat dan bahan

Alat yang digunakan selama pelatihan berlangsung yaitu meliputi:

1. Alat komunikasi seperti handphone dan laptop untuk akses room zoom meeting dan membuat berbagai desain.
2. Aplikasi canva sebagai tempat mendesain pamflet kegiatan dan E-Sertifikat para peserta dan panitia serta membantu membuat desain materi.
3. Fitur Google formulir untuk membuat formulir pendaftaran dan Presensi kehadiran.

4. Alat tulis bagi para peserta untuk menyimak materi yang akan disampaikan.

Bahan berupa materi umum seputar *Public Speaking* dan tips-tips *Public Speaking* yang baik bagi para pemula.

Beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pada pelatihan, yakni:

### **1. Tahap Persiapan.**

Pada tahap persiapan ini semua anggota tim melakukan persiapan dimulai dengan membuat pamflet untuk memberikan informasi mengenai pelatihan yang akan kami laksanakan, membuat Google Formulir atau Formulir Pendaftaran untuk mencatat jumlah peserta yang mendaftar pelatihan dan membuat Whatsapp Group sebagai sarana untuk membagikan informasi mengenai pelatihan kami dan memudahkan alur komunikasi kepada peserta, membuat Absen Peserta melalui Google Formulir untuk mendata peserta yang hadir, serta membuat E-sertifikat untuk dibagikan kepada peserta dan panitia.

### **2. Tahap Pelaksanaan.**

Kegiatan ini diawali dengan persiapan masuk ke room zoom meeting, dimana moderator, pemateri, dan seluruh peserta masuk ke dalam room zoom meeting. Kemudian, pembukaan yang dilakukan oleh moderator, dilanjutkan dengan pengenalan pemateri oleh moderator. Lalu, masuk ke tahap pemberian materi yang diberikan oleh pemateri. Setelah itu, diadakan sesi tanya jawab oleh moderator, pemateri dan peserta. Kemudian, ditutup oleh moderator.

## Hasil dan Pembahasan



**Gambar 1. Pamflet Kegiatan Pelatihan**

Pelatihan *public speaking* untuk siswa SMA/SMK/ sederajat ini kami adakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat terutama kepada para siswa menengah atas yang bertujuan membantu mereka dalam berinteraksi dan bersosialisasi dalam lingkungan masyarakat, kerja dan perkuliahan nanti. Dimana mengingat pentingnya *public speaking* dimasa yang akan mendatang.

Waktu	Kegiatan	Keterangan
08.40 - 09.00	Peserta Masuk Room	Peserta Masuk Room, panitia sudah semua masuk dan briefing, operator memutar musik selagi menunggu
09.00 - 09.05	Pembukaan	Moderator membuka acara
09.05 - 09.10	Menyanyikan lagu Indonesia raya	Operator memutar instrument lagu Indonesia raya
09.10 - 09.25	Sambutan 1. Ketua Pelaksana (5') 2. Dosen Pembimbing (5')	Sambutan oleh ketua pelaksana dan dosen pembimbing sekaligus membuka acara
09.25 - 09.30	Pembacaan Do'a	Panitia memimpin doa
09.30 - 09.35	Pembacaan CV Pemateri	Moderator membacakan CV Pemateri
09.35 - 10.35	Penyampaian materi	Penyampaian materi oleh pemateri
10.35 - 10.55	Sesi Tanya Jawab	Membuka sesi tanya jawab
10.55 - 11.05	Pemberitahuan Challenge	Moderator menyampaikan informasi challenge
11.05 - 11.10	Penutup dan Foto Bersama	Moderator menutup acara, operator SS gambar

## Gambar 2.Rangkaian Pelaksanaan Kegiatan

Adapun rincian pelaksanaan kegiatan Pelaksanaan Pelatihan *Public Speaking* antara lain:

### Sesi Pembukaan

Dibuka oleh Saudari Sevia selaku Master Ceremonial kegiatan dan dilanjutkan beberapa kegiatan lainnya.

### Sesi inti penyampaian materi dan diskusi

Dipandu oleh Saudari Rosmia jamalia selalu moderator kegiatan. Sebelum masuk ke penyampaian materi moderator menyapa dan memantik para peserta untuk berkomunikasi melalui penyebutan asal sekolah masing-masing.

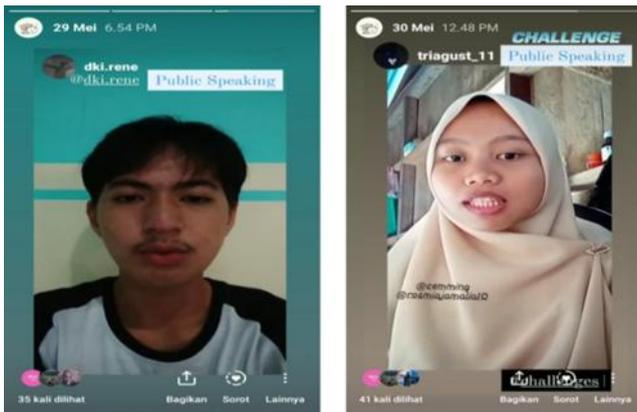
Selanjutnya pada sesi penyampaian materi diisi oleh Saudari kasmiati. Pada awal penyampaian materi ada games yang diberikan berupa games tebak gambar kepada peserta yang bertujuan agar peserta tidak merasa tengang, terhibur dan mau berinteraksi dengan pemateri sehingga pemahaman materi yang akan disampaikan lebih efektif.

Materi diisi berbagai konsep dasar mengenai *public speaking* mulai dari pengertian, tujuan, manfaatnya diberbagai bidang (Masyarakat, kerja, sekolah dan perkuliahan serta untuk diri sendiri), kendala saat *public speaking* dan cara mengatasinya serta pemberian tips-tips *public speaking* yang baik bagi pemula.

Penyampaian materi mudah dimengerti dan dibuat semenarik mungkin, seperti pemateri mengajak para peserta untuk berdiskusi mengenai sebuah pengertian ataupun masalah yang dihadapi peserta. Setelah penyampaian materi ada sesi diskusi, para peserta memberikan pertanyaan terkait *public speaking* dan dijawab oleh pemateri.

### Sesi Inti

Yaitu mengadakan praktek berbicara langsung oleh beberapa peserta. Mereka diarahkan untuk berani berbicara dan mengenalkan diri serta menyampaikan kesan dan pesan selama mengikuti kegiatan. Bagi peserta juga bisa melakukan challenge *public speaking* yang panitia adakan yaitu membuat video singkat seperti praktek langsungnya, diupload di media sosial masing-masing, dan para peserta yang beruntung akan mendapat hadiah dari panitia. Praktek langsung dan challenge dilakukan agar menumbuhkan rasa percaya diri peserta dan berani berbicara di depan umum.



**Gambar 3. Dokumentasi Peserta Challenge**



**Gambar 4. Dokumentasi Pelaksanaan Pelatihan**

Respon atau kesan dan pesan yang diberikan Para peserta saat mengisi presensi kehadiran sangat positif terhadap kegiatan pelatihan yang dilakukan.

Harapan panitia setelah dilakukannya pelatihan ini membuat para peserta berani untuk berbicara di depan umum, berani untuk mengemukakan pendapatnya saat ada forum diskusi dan membantu mereka bersosialisasi dengan orang lain di kemudian hari.

## **Kesimpulan**

*Public speaking* merupakan salah satu kemampuan yang perlu dimiliki semua manusia karena pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri dan perlu berhubungan dengan orang lain. Maka dari itu diperlukannya penguasaan teknik dan cara *public speaking* yang baik agar apa yang kita sampaikan itu dapat dipahami oleh orang lain tanpa adanya salah paham. Pelatihan *public speaking* untuk siswa SMA/SMK/ sederajat ini diperlukan mengingat bahwa para siswa yang menjadi target pelatihan berada pada jenjang yang akan menentukan mereka akan lanjut berkuliah ataupun kerja. Melalui pelatihan ini kami memberikan pemahaman terkait *public speaking* dan memberikan motivasi kepada para peserta agar tidak takut dan berani untuk berbicara di depan umum.

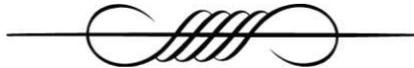
*Public Speaking* kunci sukses yang dibutuhkan pada era globalisasi saat ini yang segala sesuatunya penuh dengan persaingan. Pada pelatihan *public speaking* ini dilakukan melalui media daring yaitu zoom meeting. Penyampaian materi mudah dimengerti dan dibuat semenarik mungkin, seperti pemateri mengajak para peserta untuk berdiskusi mengenai sebuah pengertian ataupun masalah yang dihadapi peserta. Peserta yang mendaftar pada pelatihan *public speaking* ini berkisar 40 peserta dan yang hadir pada saat kegiatan sekitar 25 peserta. Para peserta yang mengikuti pelatihan akan mendapatkan beberapa benefit seperti ilmu seputar *public speaking*, E-sertifikat, relasi atau teman baru dan doorprize bagi peserta yang beruntung.

### **Daftar Referensi**

Mustamu, R. H. (2012). Menjadi pembicara publik andal: Fenomena *public speaker*, antara kebutuhan dan tren. *Jurnal Komunikasi Islam*, 2(02), 209-216.

Fitrananda, C. A., Anisyahrini, R., & Iqbal, M. (2019). PELATIHAN *PUBLIC SPEAKING* UNTUK MENUNJANG KEMAMPUAN PRESENTASI BAGI SISWA SMAN 1 MARGAHAYU KABUPATEN BANDUNG. *jurnal madani*, 4(2), 66-69.

Prayudi, D. (2018). Strategi Pemasaran pada Pelatihan *Public Speaking* Quecard Sukabumi. *Swabumi*, 6(2).



# BAGIAN 2

---

*PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA DALAM  
MENGABDIKAN DIRI DALAM MASYARAKAT PROGRAM  
STUDI ADMINISTRASI BISNIS KELAS A 2019*

*CHAPTER Eight*  
**PELATIHAN JOB INTERVIEW DAN SOFT SKILLS GUNA  
MEMASUKI DUNIA KERJA**

Tuti Wediawati, Faries Althalets, Lavenia Christine Sulistio, Putri  
Hendiani, Riska Musdalifah, Dan Virda Verdina



**Abstrak**

Melihat jumlah angka angkatan kerja dan pengangguran di Indonesia yang banyak membuktikan bahwa memang benar untuk mencari pekerjaan di zaman sekarang ini sangat sulit. Menurut Ruben dan De Angelis dalam Sudaryanto dan Aylilianawati (2007) terdapat banyak data empirik yang menunjukkan bahwa keberhasilan karyawan bukan hanya ditentukan oleh *knowledge skills* saja, melainkan *attitude*, *communication skills*, *teamworkskills*, dan *leadership skills* juga. Adapun metode pelaksanaan kegiatan pelatihan terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pelatihan yang dilakukan dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan pengetahuan peserta mengenai bekal persiapan kerja agar dapat diterima pada perusahaan yang diinginkan baik dari teknik melakukan *interview* kerja, teknik menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh HRD, *body language* pada saat melakukan *interview* kerja dan persiapan lain agar menjadi karyawan yang dapat meningkatkan *soft skills* karyawan sehingga membangun *personal branding* yang ada di dalam diri masing-masing. Adapun Program Pelatihan *Job Interview* dan *Soft Skills* Guna Memasuki Dunia Kerja ini bertujuan agar memberikan pemahaman mengenai teknik wawancara yang baik dan benar serta seberapa pentingnya *soft skills* dalam membentuk *personal branding*.

**Kata Kunci:** Wawancara Kerja, *Soft Skills*, *Personal Branding*

## **Pendahuluan**

Data angkatan kerja di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik pada Agustus 2020 adalah sebanyak 138,22 juta orang dan jumlah pengangguran hingga mencapai 9,77 juta orang (BPS, Agustus 2020). Melihat jumlah angka angkatan kerja dan pengangguran di Indonesia yang banyak membuktikan bahwa untuk mencari pekerjaan di zaman sekarang ini sangat sulit. Mantan Menteri Tenaga Kerja, M. Hanif Dhakiri mengatakan bahwa pengembangan sumber daya manusia harus dilakukan oleh pemerintah karena SDM yang kompeten dan berdaya saing tinggi menjadi syarat mutlak dalam persaingan global di era global Revolusi Industri 4.0 yang semakin ketat. Pada waktu perusahaan membuka lowongan pekerja, perusahaan akan membuka seleksi wawancara kerja (*Job Interview*). Berdasarkan data seleksi perusahaan pada 2018 yang bekerja sama dengan Engineering Career Center (ECC), persentase pelamar kerja yang lolos dalam tahap *interview* hanya 7,86% (sekitar 854 pelamar kerja) dari 10.984 pelamar kerja yang diseleksi. Hal ini menunjukkan rendahnya *success rate* dalam seleksi *job interview* karena itu Talent Development ECC melakukan penelitian melalui survei kepada 293 *jobseeker* tentang permasalahan terbesar apa yang mereka hadapi. Berikut tabel hasil survei (jawaban bisa lebih dari 1).

Tabel 1. Hasil Riset Permasalahan yang Dihadapi Oleh *Jobseeker*

NO.	Permasalahan	Total	Persentase
1.	Kurang percaya diri dalam menghadapi <i>job interview</i>	138	19%
2.	Kesulitan dalam memahami kelebihan & kekurangan diri	135	18%
3.	Bingung menentukan pekerjaan yang sesuai dengan <i>passion</i>	123	17%
4.	Merasa sulit ketika berbicara di depan umum	92	12%
5.	Belum menemukan mentor karier yang cocok	89	12%
6.	Kesulitan mencari informasi dunia kerja	88	12%
7.	Kesulitan membuat CV yang menarik	73	10%

Sumber: Data Riset Talent Development ECC, 2018

Dari data angkatan kerja, pengangguran, dan hasil survei di atas menunjukkan bahwa pelatihan *job interview* perlu dilakukan untuk mempersiapkan diri bagaimana kita dapat menampilkan sisi terbaik dalam sedikitnya waktu yang diberikan oleh penyeleksi wawancara kerja. Di samping itu, Ismail (2007) mengungkapkan bahwa peran *soft skills* terhadap kesuksesan seseorang memiliki pengaruh yang besar karena jika hanya memiliki *hard skills* tanpa disertai kepribadian yang baik tidaklah cukup. Sebelumnya tuntutan dunia kerja hanya dititikberatkan pada *knowledge skills*, tetapi saat ini *attitude*, *communication skills*, *teamwork skills*, dan *leadership skills* turut dipertimbangkan. Ruben dan De Angelis dalam Karyawan lulusan lembaga pendidikan yang tidak memiliki *soft skills* baik, umumnya tidak mampu bertahan menghadapi dunia kerja (Irma dalam Sudjimat, 2010). Hal ini sejalan dengan pendapat Shuayto (2012) umumnya para lulusan perguruan tinggi tidak mampu menerapkan ilmu pengetahuan yang dimiliki terhadap

masalah yang terjadi di lingkungan kerja karena tidak memiliki *soft skills* untuk beradaptasi. Sedihnya, proporsi perbandingan pengembangan keterampilan antara *hard skills* dan *soft skills* pada sistem pendidikan di Indonesia berat sebelah dengan persentase *hard skills* sebesar 90% dan *soft skills* hanya sebesar 10% (Santoso, 2008). Oleh karena itu, melihat tingkat urgensi akan kebutuhan masyarakat Indonesia untuk menerima pelatihan dan mengasah *soft skills*, kami pun melaksanakan program pelatihan *job interview* dan *soft skills* dalam mempersiapkan diri guna persiapan memasuki dunia kerja.

## Metode

### a) Persiapan

Persiapan dimulai dengan pembuatan pamflet berjudul "Pelatihan Job Interview & Soft Skills Guna Memasuki Dunia Kerja" dan disebarakan ke media sosial, kemudian dibuat formulir Google untuk melihat peserta yang ingin berpartisipasi. Jumlahnya ada di pelatihan, dan kemudian dibentuklah grup Whatsapp untuk mengajak mereka bergabung dalam grup agar lebih mudah saling berkomunikasi, setelah itu berkumpul di satu ruangan yang sama, menyiapkan akun zoom untuk pelaksanaan webinar Pelatihan Job Interview & Soft Skills Guna Memasuki Dunia Kerja disaat acara berlangsung panitia mempersiapkan media juga untuk zoom seperti media elektronik komputer dan *handphone* dan selesai acara membagikan *e-certificate* kepada peserta pelatihan ini dari awal hingga akhir.

Tabel 2. Pembagian Tugas

Nama	Tugas
Putri Hendiani	Membuat Sertifikat untuk Peserta dan Panitia, membuat Pra Test dan Pre Test serta bitly pendaftaran maupun google form Evaluasi, Operator Acara dan mempraktekkan sebagai HRD

	pada saat berlangsung, Menyampaikan Kalimat Sambutan dan membuka acara.
Lavenia Chistine Sulistio	Menghubungi Dosen Pembimbing, Pemateri dan Peminjaman Aplikasi Zoom Program Studi, Sebagai Moderator, membuat grup Webinar bagi peserta melalui WhatsApp dan memasukkan peserta kedalam grup.
Virida Verdina	Pembelian Plakat, Perlengkapan Acara seperti persiapan kunci ruangan yang akan digunakan sebagai tempat Praktek, Mempraktekan sebagai Karyawan yang melakukan interview kerja.
Riska Musdalifah	Membuat Pamflet dan BCan, Sebagai MC dan cameramen pada saat acara berlangsung, mempersiapkan konsumsi untuk panitia.

#### b) Pelaksanaan

Kegiatan Pelatihan Job Interview & Soft Skills Guna Memasuki Dunia Kerja dengan jumlah pendaftar sebanyak 28 peserta akan diadakan pada Hari Sabtu tanggal 10 April 2021, pelaksanaan kegiatan ini berlangsung dari pukul 10.00-12.00 WITA. Sebelum acara dimulai, panitia memberikan *Google Form* (Pra Test) untuk mengisi sebagai absen sekaligus melihat seberapa pengetahuan peserta tentang job interview dan ada namanya Pre Test yaitu sebelum menutup acara panitia memberikan *Google Form* (Pre Test) untuk melihat seberapa pengetahuan peserta lagi setelah mengikuti kegiatan ini dari awal sampai akhir. Berikut rangkaian kegiatan pelatihan:

**RUNDOWN ACARA**  
**“Pelatihan Job Interview dan Soft Skills Guna Memasuki**  
**Dunia Kerja”**

<b>JAM</b>	<b>KETERANGAN</b>
09.45-10.05	PERSERTA MASUK RUANG ZOOM
10.05-10.15	PEMBUKAAN OLEH MC & PEMBACAAN DOA
10.15-10.20	MENYANYIKAN INDONESIA RAYA
10.20-10.25	KATA SAMBUTAN DARI KETUA PANITIA
10.25-10.45	MATERI
10.45-11.25	PRAKTEK
11.25-11.50	DISKUSI (TANYA-JAWAB)
11.50-11.55	FOTO BERSAMA
11.55-12.00	PENUTUP

- Materi

Pemateri disampaikan oleh Bu Tuti Wediawati dengan menyampaikan materi menggunakan power point.

- Praktek

Setelah penyampaian materi maka dilanjutkan dengan praktek langsung yang dilakukan oleh Panitia. Dalam hal ini, panitia mempraktekkan bagaimana Body Language dan cara memasuki ruangan pada saat melakukan Interview Kerja.

- Sesi Tanya Jawab

Setelah Praktek kegiatan dilanjutkan dengan Sesi Tanya Jawab. Peserta memberikan 5 pertanyaan yang kemudian dijawab oleh Pemateri dengan lancar.

- Sesi Penutup dan Foto Bersama

Sebelum menutup, panitia meminta agar Peserta mengisi Google Form Pre Test untuk mengukur pemahaman Peserta setelah mengikuti kegiatan.

### c) Evaluasi

Kegiatan evaluasi setelah pelatihan selesai, keseluruhan rencana kegiatan akan dievaluasi dengan menyebarkan Google Formulir. Kemudian, setelah semua peserta telah mengisi google formulir evaluasi, panitia mengulas kembali hasil evaluasinya. Hasil penilaian diberikan secara online oleh Ketua Panitia Penyelenggara Acara melalui grup WhatsApp.

## **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan ini berlangsung dengan baik dan lancar dari awal hingga akhir kegiatan. Hal tersebut di tandai dengan tanggapan Peserta yang sangat antusias mengikuti kegiatan yakni dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang menunjang tercapainya keberhasilan kegiatan. Tidak hanya itu, Peserta juga terlihat memiliki daya tarik yang tinggi untuk menyimak materi yang telah dipaparkan pada saat sesi penyampaian materi maupun sesi praktek pelatihan wawancara kerja yang dipraktikkan langsung oleh Panitia. Di samping itu juga, Peserta diminta untuk mengisi *pre* dan *post test* sehingga menjadikan sistem kegiatan yang beragam tidak hanya terpaku satu konsep yakni menyimak dan bertanya. Namun, Pangusul membuat suatu konsep yang berbeda yang dimana Peserta lebih banyak berinterkasi dengan Kegiatan agar memudahkan Peserta untuk memahami secara menyeluruh tentang tujuan dan maksud dari kegiatan yang diselenggarakan. Selain itu juga, keaktifan Peserta di nilai pada saat sesi tanya jawab berlangsung yakni dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan menarik dan mengasah pemahaman yang luas mengenai dunia kerja.

Adapun pertanyaan yang telah di ajukan Peserta yakni sebagai berikut:

No.	Pertanyaan yang diajukan
1.	Bagaimana jawaban yang tepat jika <i>interview</i> bertanya mengenai “berapa gaji yang kamu inginkan, jika di terima”?
2.	Apakah pada saat di persilahkan perkenalkan diri kita bisa langsung menjelaskan semuanya seperti kekurangan dan kelebihan serta pengalaman- pengalaman atau apakah harus menunggu pertanyaan tersebut ditanyakan satu-persatu oleh <i>interview</i> ?
3.	CV seperti apakah yang tepat untuk kita berikan ke Perusahaan?
4.	Bagaimana cara mengatasi gugup seperti suara bergetar, tiba- tiba tidak fokus atau tidak bisa menjawab pertanyaan pada saat wawancara?
5.	Pertanyaan Pertama, saya dengar dari Teman yang sudah pernah melakukan wawancara. Dalam wawancara tersebut ada pertanyaan tentang “ Berapa jumlah Adik atau Kakak Pelamar “ Bagaimana cara kita menjawab pertanyaan tersebut? Pertanyaan Kedua, bagaimana sikap yang harus kita tunjukkan ketika melakukan wawancara secara Online seperti menggunakan Zoom ataupun Video call?

Sumber: data olahan

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa Peserta sangat membutuhkan materi yang telah di paparkan untuk menghadapi dunia kerja baik dari proses wawancara kerja hingga proses diterima kerja di dalam suatu Perusahaan. Sehingga, Pengusul dapat melakukan penilaian yang telah dilaksanakan baik evaluasi dari tanggapan Peserta hingga evaluasi *internal* kegiatan.

#### A. Penilaian Tingkat Pemahaman Peserta

Nama	Nilai Rata-Rata	Jumlah Peserta
Pre Test	28,8%	28
Post Test	72%	28
Nilai Beda	43,2%	28

Terdapat data dari 28 Peserta yang terdiri dari 27 Mahasiswa dan 1 Karyawan yang telah bersedia mengisi *Pre Test* dan *Post Test* baik berasal dari Jabodetabek ataupun luar Jabodetabek. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa hasil *pre test* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 28,8 % dan *post test* sebesar 72 %. Sedangkan perbedaan diantara keduanya yakni sebesar 43,2 %. Dari hal ini, maka mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang sedikit signifikan pengetahuan Peserta antara sebelum mengikuti pelatihan dan sesudah mengikuti pelatihan yang dimana Peserta sudah mengetahui dan memahami ilmu ataupun teknik di dalam melakukan *interview* kerja. Selain itu juga, pelatihan yang dilakukan dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan pengetahuan Peserta mengenai bekal persiapan kerja agar dapat di terima pada perusahaan yang diinginkan baik dari teknik melakukan *interview* kerja, teknik menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh HRD, *Body Language* pada saat melakukan *interview* kerja dan persiapan lain agar menjadi karyawan yang dapat meningkatkan *soft skill* Karyawan sehingga membangun *personal branding* yang ada di dalam diri masing-masing. Di samping itu, tidaklah mengherankan jika rata-rata pengetahuan Peserta pada saat *pre test* sangat rendah. Artinya, Peserta masih memiliki pengetahuan maupun pengalaman yang sangat sedikit mengenai persiapan kerja. Pada saat *post test*, rata-rata skor pengetahuan Peserta meningkat menjadi 72 % (rata-rata dapat menjawab dengan lebih baik dari persoalan sebelumnya). Hal

ini menunjukkan tingkat pemahaman Peserta semakin baik dan meluas dalam memahami materi yang telah diberikan.

#### A. Penilaian Hasil Kegiatan

Interaksi penilaian hasil kegiatan ini Pengusul tujukan berdasarkan penilaian dari Peserta untuk menentukan keberhasilan terselenggaranya kegiatan. Adapun kualitas penilaiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

*Tabel 5. Penilaian Hasil*

Nilai Rata-rata	Kualitas visual (teks, gambar, video) aplikasi Zoom		Manfaat kegiatan terhadap Audiens
	Keefektivitasan sesi tanya jawab		
	53,8%	100%	76,9%

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat menggambarkan bahwa penilaian keberhasilan kegiatan dapat di nilai dari 3 hal yakni Kualitas visual pada saat kegiatan berlangsung yang dimana memiliki tingkat persentase sebesar 53,8% (Baik), Keefektivitasan kegiatan baik dari Peserta maupun Pemateri pada saat sesi tanya jawab dan memiliki nilai rata-rata sebesar 100 % (Sangat Baik) dan manfaat kegiatan terhadap Peserta setelah mengikuti kegiatan dengan baik yang dimana memiliki nilai rata-rata sebesar 76,9 % (Baik). Dari hal tersebut, menunjukkan bahwa maka para Peserta merasa kegiatan ini sangat bermanfaat dan menarik untuk diikuti baik dari segi penyampaian materi hingga video praktik yang dilakukan secara langsung.

## **Kesimpulan**

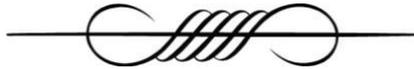
Kegiatan Pelatihan Job Interview & Soft Skills Guna Memasuki Dunia Kerja ini memiliki metode pelaksanaan yang dibagi dalam beberapa tahap, yakni Persiapan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Kegiatan pelatihan ini disambut dengan cukup antusias oleh para peserta dan mendapatkan respons positif. Kegiatan pelatihan ini memberikan banyak manfaat dan sangat membantu peserta dalam menambah wawasan sehubungan terkait dengan materi interview kerja dan soft skills yang disampaikan oleh pemateri. Dengan kegiatan pelatihan yang diadakan ini akan tersosialisasi wawasan keilmuan dengan memberikan pemahaman mengenai teknik wawancara yang baik dan benar serta seberapa pentingnya soft skills dalam membentuk personal branding pada saat memasuki dunia kerja, yang tentunya hal ini dapat dijadikan referensi oleh peserta dalam pengembangan kariernya ketika memasuki dunia kerja. Melihat ketertarikan dan antusiasme para peserta dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini serta keaktifan dan tanggapan-tanggapan positif yang diberikan oleh peserta, dapat diketahui bahwa kegiatan Pelatihan Job Interview & Soft Skills Guna Memasuki Dunia Kerja ini berjalan dengan baik dan lancar dari awal hingga akhir kegiatan. Terutama dengan adanya sesi penyampaian materi yang menarik, sesi praktik langsung, dan sesi diskusi yang menyenangkan membuat para peserta semakin memiliki daya tarik dan minat yang tinggi terhadap kegiatan ini. Pelatihan ini juga dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan pengetahuan peserta sehubungan terkait bekal persiapan kerja. Dengan demikian, peserta juga akan lebih siap dan memahami kondisi dalam menghadapi situasi wawancara kerja serta penerapan soft skills dalam pembentukan personal branding ketika memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

## Daftar Refrensi

Anggoro, D., Humisar Hasugian, dan Nofiyani, (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *JUPRIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(3), 384-391.

Ariestianie, R. Aprilia, (2019). Training "Upgrading Self Value" untuk Mempersiapkan Mahasiswa dan Alumni dalam Menghadapi Proses Seleksi. *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit IV*.

Turistiati, A. Tuti, Hafizh Faikar Agung Ramadhan, (2019). Pelatihan Soft Skills Dan Pendampingan Siswa-Siswi SMK Di Kota Bogor Untuk Persiapan Memasuki Dunia Kerja. *Jurnal Komunitas: Jurnal pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 01-08.



*CHAPTER Nine*  
**PELATIHAN DESAIN GRAFIS MENGGUNAKAN  
MICROSOFT POWERPOINT BAGI PELAJAR**

Arwin Sanjaya, Wira Bharata, Stefany Komala, Juwita Z, Setya  
Maulana Pratama, Muhammad Izharul Laily Salam, Dan Kurnia  
Himawan Sandy



**Abstrak**

Di Era Revolusi industri 4.0 hampir seluruh kegiatan didampingi dengan yang namanya teknologi, yang dimana teknologi tidak jauh dari yang namanya desain. Ilmu desain pun masih tergolong jarang atau awam untuk dipelajari karena beberapa orang masih menganggap mempelajari ilmu desain grafis adalah sebuah kegiatan yang rumit. Yang dimana nyatanya sekarang ini ilmu desain adalah sebuah kebutuhan skill yang dibutuhkan diberbagai kegiatan entah itu dari kegiatan formal hingga non-formal. Tujuan kegiatan untuk meningkatkan kapasitas pelajar membuat desain dengan menggunakan microsoft powerpoint. Selain itu, berupaya untuk merubah stigma masyarakat terhadap kegiatan desain yang bahwasanya kegiatan desain dapat dilakukan dengan mudah tanpa membutuhkan perangkat yang rumit. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu monologis yakni yang dimulai dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi dan laporan. Dan dari hasil laporan, kegiatan ini berjalan dengan baik dan memperoleh respon yang positif dari para peserta pelajarnya yang dimana ilmu desain ini adalah bekal ilmu yang berjangka panjang karena mengingat di era yang serba digital ini kepeahaman akan ilmu desain sudah menjadi sebuah kebutuhan untuk berkembang.

**Kata Kunci:** *Desain, Power point, Pelajar*

## Pendahuluan

Definisi pelatihan menurut mathis (2002) adalah suatu proses yang dilakukan untuk mencapai kemampuan tertentu dalam rangka membantu mencapai tujuan organisasi. Dalam penelitian lojo (2013) disebutkan bahwa pelatihan diperlukan guna meningkatkan efisiensi efektivitas dan produktivitas kerja yang terarah. Selain itu, Marwansyah (2012:156) mengemukakan bahwa kegiatan pelatihan memiliki tujuan untuk meningkatkan dan mengasah kemampuan individu dalam mengerjakan setiap Tugas atau pekerjaan tertentu secara memuaskan.

Di era revolusi industry 4.0 ini peranan IT semakin penting karena hampir semua pekerjaan dilakukan secara digital. Kesadaran menggunakan IT untuk kepentingan yang positif yang seharusnya dibarengi dengan update pengetahuan seiring dengan perkembangan IT di Indonesia (Rusman, 2012). Menurut Leni Rohida (2018) Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh era revolusi industri 4.0 terhadap kompetensi sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh industri saat ini adalah yang memiliki kompetensi dalam pemanfaatan teknologi digital. Kompetensi ini untuk mewujudkan pabrik cerdas (smart factories), seperti salah satunya Internet of Things (IoT). Era revolusi industri 4.0 membuka kesempatan bagi sumber daya manusia (SDM) untuk memiliki keahlian yang sesuai dengan perkembangan teknologi terkini. Untuk itu, diperlukan pelaksanaan program peningkatan keterampilan (*up-skilling*) atau pembaruan keterampilan (*reskilling*) para sumber daya manusia berdasarkan kebutuhan dunia industri saat ini, salah satu yang kompetensi yang dibutuhkan adalah sumber daya manusia yang memiliki talent, dikarenakan talent menjadi kunci atau faktor penting untuk kesuksesan implementasi industri 4.0.

Seperti dikatakan oleh Straubhaar & LaRose (2000:14-15) bahwa era internet adalah era masyarakat informasi di mana

individu lebih banyak menghabiskan waktu di belakang komputer dan mengubah bentuk media menjadi bentuk tertulis (computer-readable). Bentuk tertulis dalam media interaktif ini memungkinkan terjadinya pemahaman yang berbeda dengan kenyataan sesungguhnya. Salah satu fakta adalah munculnya suatu perubahan dalam sikap dan perilaku individu (Simangunsong, 2011)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah berkembang sangat pesat dan hampir telah mempengaruhi aspek kehidupan manusia. Di era reformasi industri 4.0 hampir semua hal visual yang kita lihat serba menggunakan teknologi yang dimana dengan ramainya penggunaan teknologi tidak jauh dari yang Namanya desain. Kami dari tim pengabdian masyarakat pun sadar bahwa ilmu desain masih minim di dalam hal pelaksanaan pelatihannya, yang dimana kebanyakan orang masih memahami maupun mempelajari ilmu desain dari inisiatif otodidak. PowerPoint kita bisa sertakan grafik gambar animasi maupun musik dan suara sehingga presentasi yang dibuat bisa dioptimalkan semaksimal mungkin titik bilamana diperlukan, diagram dari Excel bisa digabungkan ke dalam presentasi PowerPoint tersebut kusrianto 2006. Hasil karya mereka kemudian dikoreksi dan diberikan masukan-masukan oleh instruktur agar lebih menarik. Faktanya, desain grafis merupakan salah satu skill yang membanggakan dan sangat dibutuhkan di Era Digital. Seni desain grafis dapat menjadi peluang usaha atau profesi, melalui seni desain grafis, kita dapat berkomunikasi dengan orang lain dan menyampaikan pesan dengan kreativitas. Setiap karya yang kita hasilkan mendorong kita untuk selalu berpikir kreatif. Dari kami untuk masyarakat mempersembahkan pelatihan desain yang semaksimal mungkin untuk dapat dengan mudah dijangkau mulai dari akses, pelaksanaan, hingga mempraktikkannya. Dengan mengangkat tema “Pelatihan Desain Menggunakan Microsoft Powerpoint bagi Pelajar” kami Menyusun kegiatan ini dengan

mengutamakan sasaran peserta pelajar dan juga mengangkat tema desain praktis yang dimana mempraktikkannya menggunakan aplikasi Microsoft Powerpoint. Powerpoint kita tahu awalnya adalah hanya sebagai sebuah wadah untuk membuat dan menampilkan presentasi, dan kini kita kenalkan powepoint dapat juga menjadi sebuah wadah mendesain yang desain dapat dihasilkan dengan berbagai macam bentuk.

Pembuatan desain dengan memanfaatkan software Microsoft Powerpoint dapat digunakan untuk membuat desain grafis untuk berbagai keperluan flyer, poster, infografik, banner, kartu ucapan, srtifikat, presentsi dan lain-lain. Alasan kami memilih pelajar sebagai dampingan adalah melihat dari besarnya manfaat ilmu desain bagi pelajar. Dengan pelatihan desain dapat mendorong para pelajar untuk mengembangkan kreativitas, memecahkan masalah dan menjadi bekal ilmu dalam menghadapi era digitalisasi 4.0. Situasi pendidikan di masa pandemi Covid-19 menuntut pelajar untuk melakukan pembelajaran secara mandiri dan kemajuan teknologi turut serta membantu akses pembelajaran dari berbagai sumber bagi pelajar. Oleh karena kemajuan teknologi, kami dapat menjangkau para pelajar yang sedang melaksanakan belajar mandiri dan daring untuk bisa bergabung, berkontribusi dan menggali potensi melalui “Pelatihan Desain Menggunakan Microsoft Powerpoint bagi Pelajar”. Dengan terselenggaranya pelatihan tersebut diharapkan pelajar yang menjadi dampingan dapat memetik ilmu yang bermanfaat sebagai bekal menghadapi era digitalisasi 4.0.

## **Tujuan Pelatihan**

Tujuan dari pelatihan adalah individu maupun kelompok yang dilatih mempunyai penguasaan ketrampilan yang dapat dikuasai. Jenis pelatihan ada pelatihan wacana, ketrampilan, dan soft skill. Sedangkan ciri pelatihan antara lain terdapatnya suatu

proses untuk meningkatkan ketrampilan yang dimiliki, materi yang disampaikan merupakan ketrampilan tertentu yang diperlukan, pelatihan dalam jangka waktu tertentu, dan proses pelatihannya dilakukan dengan mempelajari dan mempraktekkan sehingga menjadi kebiasaan. (Budi, 2013) Kegiatan pelatihan sangat penting karena bermanfaat guna menambah pengetahuan atau keterampilan terutama bagi yang mempersiapkan diri memasuki lapangan pekerjaan (Anggun, 2013). Beberapa manfaat yang diperoleh dari program pelatihan diantaranya adalah (Simamora, 2004):

- 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas produktivitas.
- 2) Mengurangi waktu belajar yang diperlukan untuk mencapai standar kinerja yang dapat diterima.
- 3) Membentuk sikap, loyalitas, dan kerja sama yang lebih menguntungkan.
- 4) Memenuhi kebutuhan perencanaan sumber daya manusia.
- 5) Mengurangi frekuensi dan biaya kecelakaan kerja.

### **Metode Pelaksanaan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi metode monologis. Metode monolog merupakan kegiatan Bahasa yang diucapkan oleh pemateri dan lebih mementingkan isi komunikasi (Mauludi, 2016). Metode monologis dalam kegiatan ini berupa presentasi penyampaian materi pelatihan. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini antara lain:

1. Tahap Persiapan
  - a. Menentukan waktu pelaksanaan dan lama kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
  - b. Menentukan target kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
  - c. Menentukan Aplikasi yang digunakan dalam pelatihan desain yaitu Microsoft Powerpoint.

d. Menentukan opsi pemateri kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yaitu tahap pelatihan desain menggunakan Microsoft Powerpoint. Pada kegiatan ini para peserta pelatihan diajarkan cara menggunakan aplikasi Microsoft Powerpoint untuk membuat desain sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal pertama yang diajarkan adalah mengenalkan fitur yang ada di microsoft powerpoint. Tahap berikutnya pemateri mmengajarkan cara menggunakan fitur yang sudah diperkenalkan sebelumnya. Kemudian peserta diajarkan cara menyimpan desain yang sudah di buat di Microsoft Powerpoint.

## 3. Tahap Evaluasi dan Laporan

Pada tahap evaluasi, penyelenggara memberikan challenge kepada para peserta untuk membuat sebuah desain guna melihat sejauh mana pemahaman para peserta terhadap penggunaan aplikasi Microsoft Powerpoint untuk membuat desain. Sedangkan tahap pelaporan akhir untuk melaporkan bagaimana pelaksanaan dan hasil pelaksanaan kegiatan di lapangan.

**Tabel Rangkaian Susunan Kegiatan Pelatihan**

<b>WAKTU</b>	<b>KETERANGAN</b>
09.40 – 10.00	Peserta memasuki ruang zoom meeting
10.00 – 10.05	Pembukaan
10.05 – 10.25	Sambutan
10.25 – 10.30	Pembacaan doa
10.30 – 10.35	MC (Menjelaskan rangkaian acara dan memanggil pemateri)
10.35 – 12.05	Pemateri & membuka sesi tanya jawab
12.05 – 12.10	MC (menutup sesi tanya jawab dan

	menjelaskan challenge)
12.10 – 12.15	(Menutup acara dan mengarahkan sesi screenshot yang diarah

## **Perencanaan**

1. Analisis target peserta dan menentukan tema yang disesuaikan dengan peserta
2. Penyusunan materi dan konsep pelatihan
3. Mengundang pemateri yang disesuaikan dengan konsep kegiatan
4. Sosialisasi ke siswa – siswi tingkat SMA/SMK/MAN se Kalimantan Timur melalui Dirrect Message Instagram dan juga menyebarkan flyer terkait pelaksanaan kegiatan
5. Membuat sertifikat baik untuk peserta maupun pemateri
6. Mengadakan challenge untuk para peserta, yang dimana challenge tersebut diberlakukan sesuai dengan tema kegiatan
7. Menentukan jadwal dan waktu kegiatan

## **Tindakan**

1. Peserta digabung di dalam sebuah grup, yang dimana di dalam grup tersebut akan dibagikan informasi-informasi terkait kegiatan pelatihan
2. Peserta mendapatkan materi terkait bagaimana kita bisa memfungsikan micosoft powerpoint sebagai wadah desain baik itu desain logo, pamflet, animasi dan sebagainya
3. Setelah proses pelatihan, selanjutnya peserta akan diberikan challenge mendesain yang dimana desain tersebut hanya diperbolehkan menggunakan aplikasi powerpoint dan bagaimana desainnya itu dibebaskan sekreatif dari pesertanya sesuai denga apa yang dijelaskan oleh pemateri

4. Pembuktian keberhasilan terkait agenda pelatihan, diukur melalui link evaluasi yang disebar. Yang dimana dalam link tersebut peserta dapat menilai melalui pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan terkait bagaimana dari kualitas dari kegiatan tersebut berjalan

## **Observasi**

Pelaksanaan observasi telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana kegiatan pelatihan tersebut berjalan. Dari observasi ini dapat diketahui bagaimana kendala serta respon peserta terhadap kegiatan pelatihan tersebut.

## **Tahap Follow Up**

Setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan. Akan ada tahap follow up yang dimana dipantau melalui challenge yang diadakan, dari challenge ini kita dapat mengetahui sejauh apa para peserta memahami terhadap materi yang disampaikan melalui aksi yang mereka ikuti di challenge tersebut.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Pelaksanaan Kegiatan**

#### **1. Informasi Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung selama 1 hari pada tanggal 03 April 2021. Kegiatan dimulai pukul 10.00 – 12.15 WITA dan dihadiri 104 orang peserta, yang dimana pesertanya adalah pelajar SMA/SMK/MA maupun mahasiswa/i lainnya.

#### **2. Materi Pelatihan**

Kegiatan pelatihan berupa praktek penggunaan aplikasi Microsoft Powerpoint mulai dari pengenalan fitur fitur, menggunakan fitur fitur, sampai menyimpan desain yang dibuat dalam Microsoft Powerpoint.

### 3. Dokumentasi Kegiatan



### 4. Tampilan Challenge Hasil Desain Menggunakan Aplikasi Microsoft Powerpoint





**Respon peserta pelatihan**

**Tabel Hasil Evaluasi Yang Di isi Oleh Peserta**

VARIABEL	1	2	3	4	5
Tema Acara	-	-	1	7	32
Presentasi Jelas dan Tersusun	-	-	-	12	28
Tujuan Pembelajaran Jelas	-	-	-	9	31
Terstruktur Menggunakan Waktu Secara Efektif	-	-	4	20	26
Bagaimana Kesesuaian Ekspetasi Anda Terhadap Acara Ini	-	-	2	17	21

Rentang arti dari angka

- 1 = Sangat Kurang
- 2 = Kurang
- 3 = Biasa Saja
- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

Data ini diperoleh dari total jumlah 40 peserta yang mengisi link evaluasi. 80% dari peserta merasa bahwa tema acara yang diangkat sangat baik, karena menyesuaikan dengan era sekarang yang dimana serba digital, selanjutnya 70% dari peserta menilai peresentasi yang ditampilkan dalam kegiatan dapat dipahami dengan sangat jelas dan tersusun, dengan perolehan sebesar 77,5% menganggap tujuan pembelajaran sangat jelas dan bermanfaat untuk pembekalalan dalam menghadapi era digital ini, dan acara ini dirasa biasa saja dari segi struktur dalam menggunakan waktu secara efektif dengan diakui oleh 40% dari peserta, dan 52,5% menyatakan acara ini sesuai dengan ekspetasi mereka.

## **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan baik dan memperoleh respon yang positif dari peserta pelatihan. Kegiatan ini dihadiri oleh 104 peserta dari berbagai SMA/SMK yang ada di Kalimantan Timur. Tanggapan para peserta sangat positif dikarenakan peserta dapat merasakan manfaat dari pelatihan desain menggunakan microsoft powerpoint untuk bekal mereka saat lulus dan memilih untuk melanjutkan ke perguruan tinggi ataupun bekerja. Diharapkan pelatihan-pelatihan desain seperti ini dapat dilakukan kembali dengan peserta yang lebih banyak dan jangkauan pelajar yang lebih luas tidak hanya pelajar dari Kalimantan Timur saja, sehingga dapat membantu meningkatkan kemampuan pelajar dalam membuat desain khususnya menggunakan microsoft powerpoint. Bagian simpulan jawaban atas hipotesis, tujuan penelitian dan temuan penelitian serta saran terkait ide lebih lanjut dari penelitian. Simpulan disajikan dalam bentuk paragraf.

## **Daftar Refrensi**

- Rivai & Baharuddin, 2021. " PKM Peningkatan Pemahaman Mahasiswa mengenai Peranan Ombudsman dalam Pelayanan Publik ". Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat. Vol.2 No.1.
- Tri & Afrianty, 2018. " Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia di PT Beon Intermedia Cabang Malang ". Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.64 No.1.
- Munawar, 2016. " Pelatihan Penggunaan Power Point Untuk Membuat Presentasi Yang Menarik ". Jurnal Abdimas. Vol.2 No.2.
- Agustina, 2017. " Pelatihan Desain Grafis Untuk Perangkat Desa Dalam Rangka Peningkatan SDM di Desa Ngawonggo Kec. Tajinan Kab. Malang ". Jurnal Abdimas Unmer Malang. Vol.2 No.1.
- Rohida et al., 2018. " Pengaruh Era Revolusi Industri 4 0 terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia ". Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. Vol.6 No.1.
- Purwati & Perdanawanti, 2019. " Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya ". Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM). Vol.1 No.1.
- Arumi & Burhanuddin, 2018. " Peningkatan Kreativitas Siswa Sekolah Menengah Pertama dengan Pelatihan Corel Draw ". Jurnal Pengabdian "Dharma Bakti". Vol.1 No.2.

Uskono & Lassa, A. 2020. " Pelatihan Penggunaan Aplikasi Microsoft Powerpoint 2007 Sebagai Alat Presentasi Mahasiswa Fisipol Universitas Timor ". Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol.03 No.02.

Budiarto, 2019. " Pelatihan Desain Grafis dan Multimedia di Sekolah Menengah Kejuruan Persatuan Guru Republik Indonesia Banyuputih Situbondo ". Jurnal Pemberdayaan Masyarakat. Vol. 4 No. 1.

Suryani, Arwansyah, Hasyrif. 2021. " Pengembangan Soft Skill Guru SD melalui Pelatihan Aplikasi Perkantoran dan Desain Grafis di Polewali Mandar ". Jurnal Solma. Vol.10 No.1.



*CHAPTER Ten*  
**PELATIHAN DASAR *PUBLIC SPEAKING* SANTRI  
PONDOK PESANTREN HADIQOTUL ‘ULUM  
KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA**

Faries Althalets, Tuti Wediawati, Alya Meirisa Riyadi, Alya  
Andaniy, Arif Maulana Ramdhani, Fitri, Dan Laura Viviana  
Ardiansyah Iryanto



### **Abstrak**

*Public speaking* merupakan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi, berbicara di depan publik ataupun depan banyak orang dengan cara mempengaruhi atau menghibur. *Public speaking* tidak hanya tentang bagaimana cara kita berbicara lewat kata-kata tetapi juga bagaimana cara gestur tubuh kita berbicara dalam menyampaikan pesan. Pada era sekarang ini, *Public speaking* merupakan kunci sukses yang sangat dibutuhkan karena ketika kemampuan komunikasi rendah, kemungkinan relasi, kolega, dan kenalan sangat minim sehingga menyulitkan kita untuk bekerja. Pelatihan dilakukan pada Minggu, 11 April 2020. Tim pengabdian kepada masyarakat memberi pelatihan dasar *public speaking* kepada 30 peserta. Pelatihan berlangsung dengan durasi kurang lebih 2 jam. Sasaran pelatihan ini adalah para santriwan dan santriwati tingkat SMP hingga SMA. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai “Pelatihan Dasar *Public Speaking* Santri Pondok Pesantren Hadiqotul ‘Ulum” bertepatan di Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara. Kami memberikan pemahaman-pemahaman dasar mengenai *public speaking*, kami memberikan contoh praktek simple agar santri-santri bisa menyerap bagaimana cara melakukan *public speaking* yang baik.

**Kata Kunci:** *Public Speaking*, Pelatihan, Kemampuan

## Pendahuluan

*Public speaking* merupakan aktivitas lingkup kecil dimana kemampuan berkomunikasi kita yang sering dilakukan dalam kegiatan kehidupan sehari-hari. Bahkan 80% waktu kita sebagai makhluk sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dan sebagian besar aktivitas komunikasi itu terjadi dalam bentuk komunikasi lisan atau berbicara. Sebagai makhluk sosial tentunya sangat perlu menyampaikan pesan kepada mitra bicara dengan tepat. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa dibutuhkan juga strategi dalam menyampaikan pesan tersebut. Sesuai yang disampaikan oleh Tarigan (1998:15) bahwa berbicara adalah seni, karena bicara merupakan alat menyampaikan gagasan yang disusun sesuai kebutuhan. Jadi belajar berbicara di depan umum berarti belajar seni.

*Public speaking* merupakan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi, berbicara di depan publik ataupun depan banyak orang dengan cara mempengaruhi atau menghibur. *Public speaking* tidak hanya tentang bagaimana cara kita berbicara lewat kata-kata tetapi juga bagaimana cara gestur tubuh kita berbicara dalam menyampaikan pesan. Menurut Verywell Mind, kombinasi antara ekspresi wajah, gerak tangan, dan gerakan tubuh penting untuk diperhatikan karena dapat menyampaikan apa yang ada di dalam pikiranmu.

*Public speaking* tidak hanya fokus pada kata-kata yang diucapkan tetapi juga bahasa tubuh atau sering disebut bahasa non-verbal. Tidak semua hal bisa dijelaskan dengan kata-kata. Ada beberapa hal yang hanya bisa disampaikan dengan bahasa tubuh. Untuk itulah penggunaan bahasa tubuh dalam *public speaking* sangat diperlukan (Adha, 2016).

Pada era sekarang ini, memiliki kemampuan atau keahlian *public speaking* merupakan sebuah keharusan bagi para pelajar maupun pekerja. Karena apapun cita-cita dan profesi nantinya pasti

akan tampil di hadapan banyak orang atau umum. Juga , banyak kegiatan yang tidak terlepas dari *public speaking*. *Public speaking* merupakan kunci sukses yang sangat dibutuhkan pada era globalisasi saat ini yang segala sesuatunya penuh dengan persaingan. Ketika kemampuan komunikasinya rendah, kemungkinan relasi, kolega, dan kenalan sangat minim bahkan menjauh. Jika sudah seperti demikian, kita tidak akan memiliki banyak kesempatan dan peluang serta informasi akibat minimnya relasi karena komunikasi yang kita pakai kurang baik. Siswa merupakan generasi muda yang akan menjadi penerus *public speaker* dan tentunya sebagai *public speaker* harus mempunyai keberanian berbicara di depan umum. Namun, keterampilan berbicara di depan umum atau *public speaking* masih belum sepenuhnya dimiliki oleh para siswa. Keengganan tampil di depan publik ini akibat rendahnya rasa kepercayaan diri, dan minimnya penguasaan teknik berbicara di depan umum. Ketidakmampuan ini menyebabkan komunikasi para siswa atau pelajar menjadi sangat kurang.

Lebih lanjut dikatakan Wibawa, Sarwoko, Cahyono, & Suciska (2012) kebanyakan orang takut berbicara di depan umum, bahkan ketakutan berbicara di depan umum lebih besar daripada ketakutan terhadap ketinggian. Jika tidak dilakukan latihan maka akan menimbulkan gejala psikologis yang hebat pada seseorang yang belum terbiasa berbicara di depan umum. Oleh karenanya, memang perlu sekali dilakukan pelatihan.

Oleh karena itu, Pelatihan Dasar *Public Speaking* ini diadakan agar para santri di Pondok Pesantren Hodiqotul Ulum Tenggarong dapat mengetahui dasar- dasar *public speaking* sekaligus mempraktikannya secara langsung dihadapan teman-temannya semuanya dan juga membawa bekal nantinya dimasa yang akan datang buat mereka. Adanya pelatihan ini juga diharapkan menjadi sarana belajar dan juga latihan bagi para santri Pondok Pesantren Hadiqotul ‘Ulum lebih siap untuk berbicara di depan publik dan juga untuk menumbuhkan rasa kepercayaan diri.

## Metode

Pelatihan dilakukan pada Minggu, 11 April 2020 di Pondok Pesantren Hadiqotul ‘Ulum Mangkurawang, Tenggarong. Tim pengabdian kepada masyarakat memberi pelatihan dasar *public speaking* kepada 30 peserta. Pelatihan berlangsung dengan durasi kurang lebih 2 jam. Sasaran pelatihan ini adalah para santriwan dan santriwati tingkat SMP hingga SMA.

Kegiatan pelatihan dibuka dengan menyanyikan Indonesia Raya oleh seluruh panitia dan peserta pelatihan. Kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari perwakilan panitia oleh Alya Meirisa Riyadi dan sambutan dari perwakilan Pondok Pesantren Hadiqotul Ulum oleh Ustadz Ikhwan Al-Mustofa. Serta dilakukan pembacaan doa oleh Arif Maulana Ramdhani.

Setelah pembukaan, dilanjutkan ke sesi pemaparan materi oleh pemateri Laura Viviana. Diawali dengan menyapa dan perkenalan dengan para santri agar lebih akrab dan rileks dalam mengikuti pelatihan. Pemaparan materi dilakukan menggunakan proyektor sehingga peserta lebih dapat fokus menyimak. Sehabis pemaparan materi, dilakukan games tanya jawab yang dipandu oleh pemateri dan moderator. Pada sesi tanya jawab ini, bagi yang bisa menjawab akan mendapatkan hadiah. Hal ini bertujuan agar para santri kembali rileks setelah menyerap materi. Selain menjawab pertanyaan, beberapa dari mereka juga diminta mempraktikkan ulang bagaimana *public speaking* yang baik. Hal ini juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman para santri.

Sesi terakhir melakukan penyerahan sertifikat oleh perwakilan panitia kepada perwakilan Pondok Pesantren Hadiqotul ‘Ulum dan penutupan kegiatan acara pelatihan sekaligus foto bersama untuk dokumentasi kegiatan.

Berikut susunan kegiatan Pelatihan Dasar *Public Speaking*, meliputi:

NO	WAKTU	KEGIATAN	KETERANGAN
1.	07.30 – 08.00	Persiapan Panitia	Seluruh panitia
2.	08.01 – 08.05	<b>Pembukaan</b> a. Menyanyikan lagu Indonesia Raya	MC Panitia dan peserta
	08.06 – 08.10	b. Sambutan perwakilan panitia	Perwakilan panitia
	08.11 – 08.15	c. Sambutan pimpinan pondok pesantren atau yang mewakilkan	Sdr. Ikhwanul Mustafa
	08.16 – 08.25	d. Pembacaan Doa dan Penutupan pembukaan	Mc dan Arif Maulana
3.	08.26 – 09.00	Pemamparan Materi & Sesi Tanya Jawab	Pemateri
4.	09.01 – 09.10	Melakukan games atau challenge	Moderator dan panitia
5.	09.11 – 09.15	Moderator menyerahkan ke Mc	Mc dan moderator
6.	09.16 – 09.20	Penyerahan plakat	Mc dan perwakilan pondok
7.	09.20 – 09.30	Penutupan sekaligus dokumentasi	Panitia dan peserta

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai “Pelatihan Dasar *Public Speaking* Santri Pondok Pesantren Hadiqotul ‘Ulum” bertepatan di Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara. Pemateri memulai dengan memberikan pemahaman kepada santri-santri pondok pesantren mengenai apa itu *public speaking*, memberikan pemahaman mengenai pentingnya *public speaking* dalam kehidupan kita sehari-hari, kemudian jenis-jenis

profesi apa yang memerlukan *public speaking* yang baik hingga memberikan contoh tokoh-tokoh yang memiliki *public speaking* yang baik.

Setelah kami memberikan pemahaman-pemahaman dasar mengenai *public speaking*, kami memberikan contoh praktik sederhana agar santri-santri bisa menyerap bagaimana cara melakukan *public speaking* yang baik. Kami memberikan tantangan kepada para santri untuk mencoba berbicara di depan banyak teman-temannya sendiri untuk mempraktikkan menjadi *public speaker*. Setelah berani melakukan praktik tersebut kami memberikan *reward* sebagai apresiasi kita terhadap keberanian mereka untuk mempraktekan di depan teman-temannya.



Untuk memancing semangat para santri, kami membuat berbagai pertanyaan mengenai materi yang kita sampaikan. Dan membuat kami mengetahui juga, apakah para santri dapat memahami apa saja yang sudah kami sampaikan dengan sedemikian rupa tersebut. Dan kami mendapatkan hasil, dari pertanyaan yang kami ajukan dapat mereka jawab dengan baik dan benar, tidak lupa pula kita memberikan *reward* lagi sebagai bentuk apresiasi karena dapat menjawab pertanyaan dari kami dengan baik. Bahkan mereka bisa mempraktikkan *public speaking* sederhana di depan banyak orang.



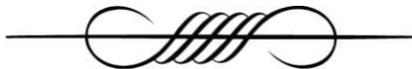
Pada kesempatan ini, kami selaku panitia menentukan Pondok Pesantren sebagai lokasi pelatihan dasar *public speaking*. Dari hasil kesepakatan, dipilihlah Pondok Pesantren Hadiqotul ‘Ulum Mangkurawang, Tenggarong. Pelatihan dilakukan pada Minggu, 11 April 2020. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai “Pelatihan Dasar *Public Speaking* Santri Pondok Pesantren Hadiqotul ‘Ulum” bertepatan di Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara.

Setelah pemaparan pemateri, para santri mendapatkan hasil dari pelatihan yang kami lakukan dari apa itu *public speaking* hingga mengetahui tokoh-tokoh yang memiliki *public speaking* yang baik. Kami juga memberikan kesempatan kepada para santri untuk mempraktikkan *public speaking* dari hal kecil, seperti maju kedepan untuk menceritakan apa saja tentang dirinya di hadapan teman-temannya agar mereka bisa mengasah kepercayaan diri sejak dini.

### **Daftar Refrensi**

Fauji, D. A. S., & Puspasari, I. D. (2019). LET’S SPEAK UP: PELATIHAN PUBLIC SPEAKING “PEMUDA PEMBENTUK PERADABAN DI ERA MILLENIAL”. Jurnal Abdi Masyarakat, 2(2).

Oktavianti, R., & Rusdi, F. (2019). Belajar Public Speaking sebagai Komunikasi yang Efektif. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, 2(1).



*CHAPTER Eleven*  
**PUBLIC SPEAKING UNTUK PELAJAR**

Tuti Widiawati, Arwin Sanjaya, Muhammad Irfan Shalahudin,  
Nadratul Naima, Trisna Pitaloka Wulandari, Dan Novan Fransa  
Nanda

---

**Abstrak**

Penelitian ini berjudul “Pelatihan Public Speaking Untuk Pelajar”. Adapun yang menjadi permasalahan terdapat dalam rumusan masalah adalah: (1) Metode apa yang digunakan dalam pelatihan Public speaking yang cocok untuk siswa pelajar dalam meningkatkan public speaking. (2) Hal apa yang sering dialami oleh siswa saat melakukan Public Speaking di depan umum. (3) Bagaimana cara peneliti untuk mengatasi masalah Public Speaking yang sering dialami oleh siswa pelajar. Tujuan penelitian ini adalah sebagai jalur pintas yang dapat digunakan agar para siswa nantinya tidak akan kesulitan melakukan public speaking di depan umum dan di kemudian hari. Metode yang digunakan ialah metode pelatihan, dimana pelatihan yang dilakukan berdampak pada apa yang ingin diketahui oleh pelajar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan Pelatihan Public Speaking Untuk Pelajar yang dilakukan oleh peneliti merupakan salah satu proses peningkatan kemampuan pelajar saat akan berbicara di depan public.

**Kata kunci:** Public Speaking, Siswa Pelajar, Tempat Umum

**Pendahuluan**

Setiap orang memang dapat berbicara, tetapi hanya beberapa yang mampu mencampurkan kata-kata menjadi retorika yang indah dan menarik perhatian pendengarnya. Dalam ilmu

komunikasi, keterampilan berbicara di depan umum merupakan bagian dari komunikasi yang efektif, yaitu menyampaikan pesan kepada khalayak dengan cara yang tepat dan menarik perhatian (Tamrin Fathoni, 2021). Tantangan dalam public speaking adalah mampu mengendalikan rasa takut dan menyampaikan informasi dengan percaya diri, mampu menyusun topik, materi dan gagasan, serta membuat pendengar mengingat dan melakukan perubahan atas gagasan yang diterimanya (Tri Mashudi, 2020). Public speaking merupakan kegiatan dimana seseorang melakukan kegiatan berbicara di hadapan orang banyak dan di muka umum untuk menyampaikan sebuah informasi public speaking juga dapat dikatakan membangun keterlibatan dengan audience saat berkomunikasi di hadapan umum. Berbicara di depan umum bukanlah tugas yang mudah. Perlu keterampilan berbahasa yang baik. Ketakutan dan kegelisahan menjadi masalah besar, terutama bagi pemula yang belum berpengalaman dalam public speaking (Dyah Nugrahani, 2012).

Konstruksi kekhawatiran komunikasi (CA) didasarkan pada asumsi bahwa informasi tentang kecenderungan seseorang untuk mengalami kecemasan dalam situasi komunikasi memberikan informasi yang unik, di luar yang diberikan dengan menilai kecenderungan orang tersebut untuk mengalami kecemasan secara umum, dalam memprediksi kecemasan ketika dipaksa untuk berkomunikasi (Michael J Beatty, 1985). Kekhawatiran atau kecemasan merupakan hal yang wajar bagi seorang speaker, hanya saja hal itu dapat di atasi dengan latihan dan tentu saja penguasaan teknik-teknik menjadi public speaker yang baik. Perkembangan Indonesia di mendatang tergantung pada peran pemudanya (Diyah Ayu Fauji, 2019). Keterampilan berbicara di depan umum atau public speaking masih belum sepenuhnya dimiliki oleh para siswa (Roswita Oktavianti, 2019). Pemuda Indonesia memiliki kesempatan untuk membuat aset yang berharga yaitu para pemuda yang berkualitas dengan meningkatkan Public Speakernya. Peran

pemuda sangat dibutuhkan pada perkembangan saat ini maupun masa yang akan datang, namun saat ini banyak pemuda yang masih malu dan tidak percaya diri untuk berbicara di depan umum, oleh karenanya dibutuhkan latihan tentang public speaking agar mereka mengetahui pentingnya keterampilan sehingga dapat terbiasa berbicara di depan umum (Miman Nurdiaman, 2020). Tidak sedikit orang-orang gagal ketikan akan melakukan public speaker karena tidak memiliki pengalaman serta pelajaran mendasar mengenai public speaking.

Pentingnya penyelenggaraan pelatihan ini ialah, dilihat dari banyaknya kasus dimana orang-orang banyak menghindari kegiatan tampil di depan umum, kurang percaya diri saat berbicara atau bahkan diperhatikan oleh banyak orang menjadikan peneliti mengangkat teman ini. Oleh karena itu penulis ingin memfokuskan pada bagaimana sistem pelatihan ini sebagai hal yang dapat meningkatkan kemampuan public speaking para siswa pelajar. Maka dari itu peneliti mengangkat judul “Pelatihan Public Speaking Untuk Pelajar”.

## **Metode**

Pendekatan pembelajaran menurut W. Gulo (2002) adalah suatu pandangan dalam mengupayakan cara siswa berinteraksi dengan lingkungannya. Melihat orang-orang dari usia muda sampai dewasa masih banyak yang kesulitan dalam melakukan public speaking menjadikan peneliti mengambil penelitian ini sebagai bahan materi PKM PM, dengan penerapan pendekatan pembelajaran yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan para siswa sebagai peserta pelatihan yang nantinya akan menjadi penerus bangsa. Topik pembicaraan bisa mengenai apa saja, banyak hal ataupun tentang topik khusus. Namun jelaslah bagi sebagian orang hal ini amatlah sulit, sementara bagi beberapa orang lainnya hal ini

akan sangat mudah dan sederhana (Poppy Fitrijanti Soeparan, 2020).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pelatihan. Metode pelatihan yang digunakan untuk para siswa kali ini dilakukan menggunakan via Zoom Meeting dikarenakan masa pandemi yang sedang mewabah di seluruh belahan dunia. Pelatihan dilakukan pada hari Minggu, 09 Mei 2021. Para peneliti memberikan pelatihan kepada 20 dengan estimasi waktu lebih kurang 2 jam, peserta juga berasal dari daerah Samarinda, Penajam Paser Utara, dan Enrekang. Kegiatan ini berisi pemberian materi public speaking, sesi diskusi dan tanya jawab serta yang terakhir adalah praktek public speaking yang dilakukan langsung oleh siswa pelajar. Dalam pelatihan ini pula dilakukan secara terbuka, yang artinya tidak ada batasan kepada siswa-siswa mana saja yang dapat mengikuti pelatihan ini. Metode pelatihan ini dilaksanakan dalam tahapan kegiatan melalui serangkaian penyampaian materi tentang public speaking, tips-tips untuk menjadi komunikator yang sukses, dan memberikan materi yang melibatkan peserta webinar secara aktif di sepanjang pemaparan materi berlangsung. Dalam Webinar Pelatihan Public Speaking Untuk Pelajar ini memiliki beberapa rangkaian kegiatan sebagai berikut:

1. Pembukaan acara yang dilakukan oleh Mc
2. Menyanyikan lagu indonesia raya
3. Sambutan dari ketua pelaksana
4. Pembacaan do'a
5. Penyampaian materi oleh nara sumber sekaligus diskusi dan tanya jawab
6. Acara door prize serta ice breaking
7. Dan yang terakhir adalah penutupan.

Adapun metode webinar tentang public speaking yang diselenggarakan adalah sebagai berikut:

1. Penyampaian materi yang dibutuhkan dalam webinar pelatihan Public Speaking.
2. Menyelenggarakan dan pelatihan public speaking dalam kegiatan PKM dengan memberikan penyampaian materi kepada siswa-siswa SMA.
3. Melibatkan para siswa-siswi selama pelaksanaan pelatihan PKM sedang berlangsung melalui Quick Test.
4. Acara door prize, dan games interaktif yang mengasah keberanian dan kepercayaan diri siswa-siswi saat berbicara di depan umum.

### **Hasil dan pembahasan**

Dale Carnegie (1991) mengungkapkan bahwa kurangnya pengalaman akan berujung pada kurangnya rasa percaya diri. Oleh karena itu berlatih, berlatih, dan berlatihlah selalu karena tidak dapat dipungkiri bahwa latihan secara terus menerus dan bersungguh-sungguh akan membentuk karakter kita menjadi karakter yang ingin belajar hal baru. Agar dapat menampilkan pidato dengan baik, seorang penyaji perlu melengkapi dirinya dengan informasi tentang audiens dan tata ruang yang akan dihadapinya. Melalui pemahaman atas audiens tersebut, setiap public speaker berpeluang untuk memiliki sensitivitas atmosfir yang dihadapinya sekaligus membangun kebersamaan (*build rapport*) dengan audiensnya (Mustamu, Ronny. 2012). Hal itu juga dilakukan agar para pendengar dapat menerima pesan yang disampaikan speaker dengan baik. Sedari kecil seorang anak harus diajarkan berbicara di hadapan orang banyak, minimal seorang anak harus di ajarkan mengeluarkan pendapatnya di rumah, yang pendengarnya ialah anggota keluarga. Keterampilan public speaking pada anak harus

dibina, dilatih dan dikembangkan secara terus-menerus (Prita S. Nurcandrani, 2020).

Pada saat kegiatan sedang berlangsung para peserta pelatihan sangat antusias menerima materi. Dimana saat sesi tanya jawab sedang berlangsung banyak pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh peserta mengenai materi yang disampaikan, tak hanya itu antusiasme peserta juga terlihat pada kegiatan praktek dimana peserta dengan sukarela melakukan praktek public speaking saat dipersilahkan oleh moderator. Saat acara sedang berlangsung juga dilakukan dengan lancar baik oleh panitia pelaksana dan juga oleh pemateri. Para peserta mendengarkan dan mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh panitia seperti berpakaian rapih, tidak berbicara atau bertanya sebelum dipersilahkan dan saat setelah pemateri menyampaikan materinya mereka sangat antusias dalam memberikan pertanyaan.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pelatihan dan analisis yang telah dilakukan, maka penelitian PKM PM yang berjudul Pelatihan Public Speaking Untuk Pelajar dapat diambil kesimpulan yaitu: Dengan diadakannya pelatihan ini para peserta menganggap bahwa kegiatan ini dapat membantu mereka nantinya saat akan berbicara di depan umum. Siswa siswi juga membagikan sedikit pengalaman saat melakukan public speaking di depan umum dan dikelas. Dan para peneliti berharap melalui penelitian ini permasalahan-permasalahan yang sering terjadi saat melakukan public speaking dapat teratasi sedikit demi sedikit.

## **Daftar Refrensi**

Diah Ayu Septi Fauji, I. D. (2019). *Let's Speak Up: Pelatihan Public Speaking "Pemuda Pembentuk Peradaban Di Era Millenial"*. Kediri: Fauji.

Dyah Nugrahani, I. K. (2012). *Peningkatan kemampuan public speaking melalui metode pelatihan anggota forum komunikasi remaja islam*. Semarang: FPBS IKIP PGRI Semarang.

Michael J Beatty, G. S. (1985). *Communicate Quarterly*.

Miman Nurdiaman, R. P. (2020). *Pelatihan Public Speaking*. Garut: Fisip Uniaga.

Mustamu, R. (2012). *Fenomena Public Speaker Antara Kebutuhan dan Tren*. Surabaya:

Asosiasi Profesi Dakwah Islam Indonesia.

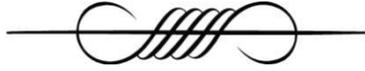
Prita S. Nurchandrani, B. A. (2020). *Pelatihan Public Speaking Untuk Membangun Kepercayaan Diri dan Keterampilan Berbicara pada Anak-anak Snggar Ar-Rosyid Purwokerto*. Purwokerto: Universitas Amikom Purwokerto.

Roswita Oktavianti, F. R. (2019). *Belajar Public Speaking Sebagai Komunikasi Ynag Efektif*. Journal Untar.

Soeparan, P. F. (2020). *Penguasaan Public Speaking Yang Baik Dalam Rangka Melatih Kemampuan Berbicara Di Depan Umum*.

Tamrin Fathoni, A. A. (2021). *Upaya Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pemuda Sragi Ponorogo*. Ponorogo: AMALEE.

Tri Mashudi, R. M. (2020). *Membangun kepercayaan diri remaja melalui pelatihan public speaking guna menghadapi era industri 4.0*. Surakarta: Abdi Psikonomi.



*CHAPTER Twelve*

**PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI MENDELEY  
BAGI MAHASISWA DALAM PEMBUATAN DAFTAR  
PUSTAKA**

Muhammad Fikry Arransyah, Wira Bharata, Putri Nur A, Atfal  
Muchlis A, Annisa Maulidia, Dita Ismaliana R, Dan Devianti  
Madareski T



**Abstrak**

Penulisan daftar pustaka menjadi kendala yang sering dihadapi mahasiswa dalam penulisan karya ilmiah. Untuk menghindari plagiarisme hal yang wajib dilakukan adalah mencantumkan daftar pustaka. Banyaknya referensi yang diperlukan mahasiswa dalam penulisan karya ilmiah tentu saja beberapa dari mereka akan kesulitan apabila membuat daftar pustaka secara manual. Oleh karena itu, diperlukannya aplikasi Mendeley untuk mempermudah dalam menyusun daftar pustaka secara otomatis. Namun, masih banyak mahasiswa yang belum paham dalam penggunaannya bahkan tidak mengetahui aplikasi Mendeley. Pelatihan ini diselenggarakan secara daring menggunakan aplikasi Zoom, dengan sasaran peserta adalah mahasiswa umum yang ingin mengetahui bagaimana cara mempergunakan aplikasi praktis bernama Mendeley agar mereka dapat membuat daftar pustaka yang otomatis. Pelatihan ini merupakan sebuah wadah kegiatan yang memiliki tujuan yakni membantu mahasiswa agar mereka secara mandiri dapat mengelola referensi dengan baik. Dengan begitu, diharapkan kualitas pendidikan di Indonesia juga turut mengalami peningkatan. Pelatihan ini juga diharapkan memberikan hasil maksimal diantaranya adalah menambah pengetahuan dan pemahaman peserta dalam menggunakan aplikasi Mendeley, serta

menambah keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi Mendeley untuk mengerjakan berbagai bentuk tulisan ilmiah seperti jurnal, skripsi, maupun tugas akhir.

**Kata Kunci:** Aplikasi Mendeley, Daftar Pustaka, Mahasiswa

## **Pendahuluan**

Pada awal tahun 2020 masyarakat dunia digemparkan dengan munculnya sebuah wabah penyakit yang memiliki tingkat kecepatan penyebaran yang tinggi. Virus ini menyerang sistem pernapasan manusia dan saat ini lebih dikenal dengan nama Covid-19. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk menangani hal ini. Salah satunya yakni kebijakan yang dikeluarkan oleh Presiden Joko Widodo selaku kepala negara Republik Indonesia pada tanggal 16 Maret. Kebijakan tersebut berisi imbauan agar masyarakat melakukan pembatasan aktivitas di luar rumah termasuk beribadah, belajar, dan bekerja, serta memindahkan berbagai kegiatan tersebut di rumah. Pemberlakuan pembatasan sosial ini menimbulkan dampak yang cukup besar dan melemahkan berbagai sektor, seperti sektor ekonomi, kesehatan, dan pendidikan (Rusli et al., 2020).

Dalam bidang pendidikan, dampak yang dirasakan akibat pemberlakuan pembatasan aktivitas yang disebabkan oleh Covid-19 ini diantaranya yakni beralihnya pembelajaran yang semula melalui tatap muka di institusi pendidikan menjadi pembelajaran yang dilakukan secara daring. Seperti pembelajaran biasanya, mahasiswa tetap akan mendapatkan beragam tugas, mulai dari karya tulis ilmiah sampai praktik lapangan. Semakin mahasiswa berada di tingkat akhir pendidikan, maka akan semakin akrab pulalah mereka dengan berbagai tugas yang melibatkan penulisan karya ilmiah seperti proposal, skripsi, tesis, atau disertasi, serta makalah (Perdana, 2020). Diharapkan hasil penelitian mahasiswa maupun dosen tidak berakhir di rak-rak pustaka, tetapi dapat

disebarluaskan melalui jurnal-jurnal nasional terakreditasi. Publikasi hasil penelitian telah menjadi tuntutan baik bagi dosen maupun mahasiswa selaku insan akademik. Bahkan nilai akreditasi sangat ditentukan oleh kualitas dan kuantitas publikasi dosen dan mahasiswanya. Lebih khusus kepada publikasi jurnal ilmiah terakreditasi SINTA (Risalah et al., 2013).

Beberapa kendala yang sering dialami mahasiswa dalam proses penulisan karya ilmiah adalah kurangnya ketelitian ketika mencantumkan kutipan, serta munculnya kesulitan-kesulitan ketika dihadapkan pada pengelolaan referensi. Ketika mencantumkan berbagai sumber referensi, maka isi kutipan yang ditulis harus sesuai dengan makna yang terdapat dalam sumber aslinya. Akan tetapi, banyak dari mahasiswa yang masih merasa kesulitan atau kebingungan ketika melakukan penyusunan karya ilmiah sebagai tugas akhir. Oleh sebab itu, demi menghindari berbagai hal yang mungkin dapat menjadi penghambat bagi mahasiswa saat mengerjakan tugas akhir, pelatihan penulisan karya ilmiah dirasa perlu dilakukan. Tidak hanya itu, pelatihan ini juga memberikan pengetahuan mengenai cara menggunakan aplikasi tambahan untuk mengurangi masalah-masalah yang dihadapi mahasiswa saat menyusun tugas akhir.

Penggunaan aplikasi Mendeley untuk membantu mahasiswa menyelesaikan karya tulis ilmiahnya seperti skripsi, artikel ilmiah, maupun jurnal merupakan hal yang sangat penting. Aplikasi Mendeley sangat mudah digunakan dan sifatnya online (Windarto et al., 2018). Penggunaan aplikasi ini dapat mempermudah proses pemformatan, penulisan, dan penyisipan sitasi atau dalam bahasa Inggris disebut *citation* (Aji, 2016). Aplikasi Mendeley merupakan jenis freeware yang diproduksi oleh Amerika. Aplikasi ini mampu melakukan berbagai hal, termasuk membuat sitasi secara otomatis serta melakukan pengelolaan referensi sumber rujukan. Oleh karena itu, jurnal, karya ilmiah, dan buku yang dijadikan referensi dapat didokumentasikan dengan baik dan benar. Tidak hanya itu,

aplikasi ini dapat diunduh bebas sehingga semua orang memiliki akses yang leluasa (Aransyah, n.d.).

Penulisan daftar pustaka dan sumber sitasi dalam sebuah karya tulis ilmiah bertujuan untuk menghindari perilaku penjiplakan terhadap pemikiran atau karya orang lain. Selain itu, kutipan juga bermanfaat untuk mendukung dan menguatkan argumentasi tulisan. Untuk itu, sumber kutipan perlu dicantumkan pada awal atau akhir kalimat yang dikutip dan ditulis secara ringkas. Kemudian, kutipan dituliskan lagi pada akhir penulisan, yakni pada bagian daftar pustaka secara lengkap yang biasanya mencakup penulis, tahun, judul tulisan, dan sebagainya.

*Citation* atau dalam bahasa Indonesia diartikan menjadi sitasi adalah suatu bagian yang krusial dalam proses penulisan sebuah karya ilmiah. Penggunaan sitasi dipakai untuk menambah analisis dan argumentasi dalam penulisan (Setiawan et al., 2019). Dalam penulisannya, terdapat beberapa gaya penulisan sitasi yang dapat dijadikan pedoman oleh mahasiswa ketika menulis sitasi. Gaya penulisan ini dikenal dengan sebutan gaya sitasi yang diterjemahkan langsung dari istilah bahasa Inggrisnya, yakni *citation style*. Pada saat menyusun karya ilmiah, seringkali mahasiswa melakukan plagiasi secara tidak sengaja karena kurangnya kehati-hatian ketika mencantumkan sebuah atau beberapa kutipan yang diambil dari sumber lain. Oleh sebab itu, adanya perangkat lunak yang memiliki fungsi sebagai pengelola sumber referensi dan sitasi dirasa penting.

Perangkat lunak ini dapat membantu mengidentifikasi orisinalitas dan kualitas referensi yang dicantumkan di dalam tulisan. Tidak hanya itu, aplikasi pengelola referensi dan sitasi juga dapat membantu untuk mengelola dokumen yang dijadikan rujukan referensi, melakukan *retrieve* metadata yang terdapat di dalamnya, serta mengelompokkannya ke dalam kategori-kategori tertentu (Supriyanto, 2017). Sitasi, sumber referensi, dan karya tulis ilmiah merupakan tiga entitas yang tidak dapat dipisahkan (Sijabat &

Riandari, 2021). Dengan adanya perangkat lunak yang bisa memudahkan proses penulisan sitasi, karya tulis ilmiah atau dokumen sumber rujukan dapat diolah dengan baik, serta dapat dikelompokkan berdasarkan kategori-kategori tertentu sesuai dengan aturan penulisan yang berlaku.

## Metode

Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada tanggal 03 April 2021 pukul 10.30 WITA secara daring (*online*) dengan menggunakan aplikasi Zoom, dengan sasaran peserta adalah mahasiswa umum yang ingin mengetahui bagaimana cara membuat daftar pustaka dengan mudah dan secara otomatis dengan menggunakan aplikasi Mendeley. Pelatihan ini dihadiri oleh 53 peserta dari 73 peserta yang mendaftar, dan berlangsung selama 2 jam. Beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan pada pelatihan, yakni:

### 1. Tahap persiapan

Pada tahap ini semua anggota tim melakukan persiapan matang diawali dengan membuat pamflet untuk memberikan informasi mengenai pelatihan yang akan kami laksanakan, membuat Google Formulir untuk mencatat jumlah peserta yang mengikuti pelatihan dan membuat *Whatsapp Group* sebagai sarana untuk membagikan materi dan memudahkan alur komunikasi, serta membuat E-sertifikat untuk dibagikan kepada pemateri, peserta dan juga panitia. Adapun pembagian tugas anggota tim sebagai berikut:

Nama	Tugas
Putri Nur Auliya	Membuat Google Formulir dan merekap peserta yang mendaftar serta menyediakan room zoom sekaligus berperan sebagai operator.
Atfal Muchlis Aufian	Berperan sebagai Moderator sekaligus MC dalam serta membuka acara.
Annisa Maulidia	Membuat pamflet acara dan membuat

	sertifikat untuk peserta, pemateri dan panitia.
Dita Ismaliana R	Menghubungi dosen pendamping, Ketua Prodi, dan pemateri serta melakukan dokumentasi.
Devianti Madareski T.	Membuat Whatsapp Group untuk peserta dan berperan sebagai kordinator peserta.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Dilakukan proses penyampaian materi yang dimulai dari bagaimana cara meng-*install* dan menggunakan aplikasi Mendeley. Penyampaian materi tidak hanya dilakukan dengan cara presentasi menggunakan *PowerPoint*, tetapi pemateri juga langsung mempraktikkan dan langsung menjabarkan langkah demi langkah dalam mengunduh dan menjalankan aplikasi Mendeley dalam *Microsoft Word*. Dan sebelumnya kami telah memberikan informasi kepada peserta melalui *WhatsApp Group* untuk mendownload aplikasi Mendeley terlebih dahulu di laptop masing-masing, agar saat pemateri menjelaskan materi para peserta dapat langsung mempraktekkan ilmu yang mereka dapat dengan mudah.

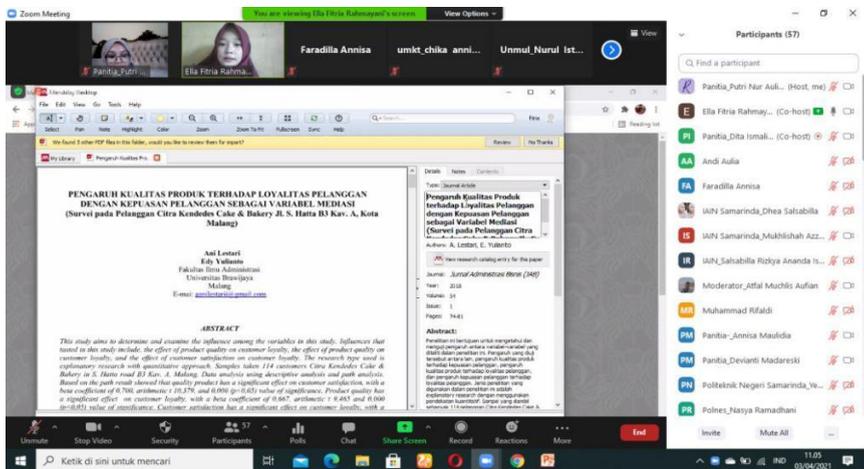
## Hasil dan Pembahasan

### 1. Pelatihan penggunaan aplikasi Mendeley

Berkat kerja sama dari banyak pihak, pelatihan ini dapat dilaksanakan dengan baik. Keberhasilan pelatihan juga merupakan hasil perencanaan acara yang mapan oleh tim pelaksana dan narasumber/pemateri. Perencanaan tersebut termasuk mengkoordinir peserta yang telah mendaftar sebelumnya untuk mengikuti pelatihan dan mengatur proses penyaluran materi dari narasumber kepada peserta melalui aplikasi Zoom. Beberapa peralatan dan perangkat yang dipergunakan dalam pelaksanaan pelatihan ini diantaranya yakni Google Form yang berisi format

pendaftaran, aplikasi Zoom sebagai media penghubung, laptop, dan sebagainya. Berikut garis-garis besar materi yang diberikan:

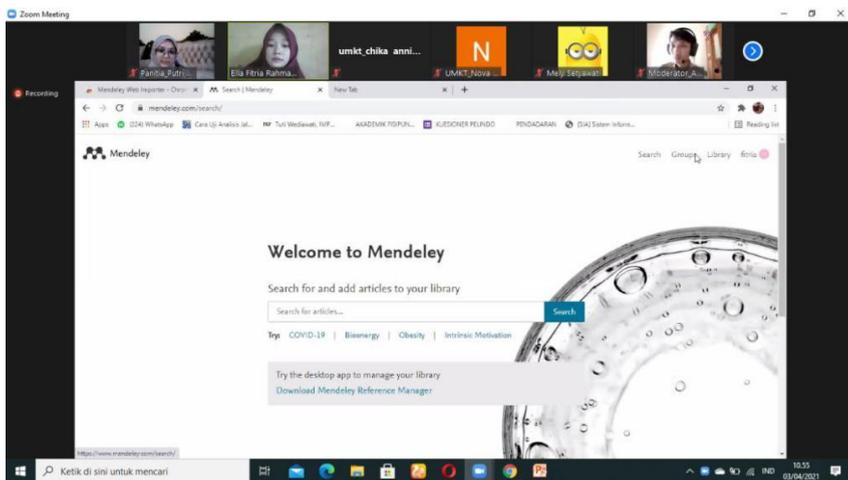
No	Materi Pelatihan
1.	Pengenalan aplikasi Mendeley.
2.	Cara mendownload dan menginstall aplikasi Mendeley
3.	Cara membuat akun dan registrasi akun
4.	Cara menginstall plugin untuk Microsoft Word
5.	Cara memasukan referensi dan mengutip sitasi
6.	Cara memasukkan daftar pustaka secara otomatis



Gambar 1. Peserta Menerima Materi

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan selama berlangsungnya acara, pelatihan penggunaan aplikasi Mendeley ini dapat dikatakan berhasil menimbang dari antusiasme para peserta pelatihan saat menyimak materi yang disampaikan oleh narasumber. Meskipun dilakukan secara daring, kegiatan berlangsung dengan baik dan tertib. Banyak mahasiswa yang terlihat sangat tertarik dengan materi yang diberikan. Bahkan, ada juga beberapa peserta yang aktif mengajukan berbagai macam

pertanyaan terkait hal-hal yang belum sepenuhnya dipahami mengenai penggunaan aplikasi Mendeley. Meskipun begitu, ada juga peserta yang terlihat masih berusaha mencerna cara penggunaan aplikasi ini dan diam menyimak selama proses penyampaian materi.



Gambar 2. Peserta Menyimak Materi

Pada sesi akhir, pemateri meminta peserta untuk mempraktekkan materi yang telah diberikan di laptop mereka masing-masing yang bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana peserta bisa menyerap dan mengimplementasikan materi yang telah diberikan. Peserta yang turut hadir dalam pelatihan ini juga mendapatkan E-sertifikat dari tim pelaksana sebagai tanda bahwa peserta telah mengikuti pelatihan ini dengan baik. Usai menerima pengetahuan dalam pelatihan ini, para peserta mendapatkan berbagai ilmu bermanfaat, diantaranya yakni meningkatnya wawasan, pengetahuan, dan keterampilan mereka dalam penulisan sitasi serta penyusunan daftar pustaka dengan menggunakan aplikasi Mendeley.



berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Ketertarikan mereka terhadap materi yang disampaikan.

### 3. Faktor Penunjang dan Penghambat

Adapun faktor-faktor yang menunjang keberhasilan pelaksanaan pelatihan ini adalah: (a) Adanya bantuan pendanaan dari pihak Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman. (b) Dukungan dari Dosen pengampu mata kuliah E-Commerce dan IT Bisnis yaitu Bapak Muhammad Fikry Arransyah, MBA., BBA. (c) Rasa peduli terhadap sesama mahasiswa mengenai masalah yang sering muncul pada saat menulis karya ilmiah baik itu jurnal, skripsi maupun tugas akhir. (d) Kerja sama yang baik antar anggota tim pelaksana dalam menyusun rangkaian kegiatan pelatihan.

Terlepas dari faktor penunjang, ada pula beberapa faktor yang menghambat pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diantaranya yakni; (a) Kurang maksimalnya jaringan internet yang dipakai oleh peserta ketika mengikuti kegiatan pelatihan dan kurangnya peralatan teknologi yang memadai seperti laptop. (b) Kurang panjangnya waktu pelaksanaan kegiatan yang dianggap terlalu singkat. (c) Tidak adanya pengetahuan dasar para peserta mengenai aplikasi Mendeley sebelum melakukan pelatihan ini.

### **Kesimpulan**

Pelatihan ini merupakan salah satu wujud kegiatan PKM. Pelatihan yang dilakukan secara daring ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada peserta mengenai penggunaan aplikasi Mendeley agar mahasiswa dapat membuat daftar pustaka secara otomatis dalam karya tulis ilmiah mereka. Hasilnya, pelatihan ini dapat dilaksanakan dengan lancar, baik, dan sesuai dengan perencanaan yang telah disiapkan sebelumnya. Walaupun dilaksanakan tanpa tatap muka secara langsung, para peserta yang

mengikuti pelatihan ini tetap menunjukkan antusiasnya karena pelatihan ini dapat membantu mereka dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah selama di perkuliahan dalam bentuk skripsi, tugas, maupun laporan akhir. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan, peserta diketahui telah dapat menerima informasi dengan baik dan telah memiliki kemampuan serta keterampilan dalam penggunaan aplikasi Mendeley untuk meningkatkan kualitas referensi karya tulis mereka. Tidak hanya itu, peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama berlangsungnya kegiatan pelatihan ini. Selain itu, pelatihan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membantu mahasiswa dalam melakukan pengelolaan sumber referensi secara baik dan benar untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia.

### **Daftar Referensi**

Aji. (2016). *Mendeley, Aplikasi Wajib Bagi Kamu Para Mahasiswa*.

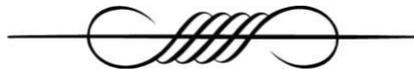
Macpoin.Com.<https://macpoin.com/13873/mendeley-aplikasi-wajib-bagi-kamu-para-mahasiswa/>

Aransyah, M. F. (n.d.). *Manajemen Referensi Pustaka Dengan Mendeley Dekstop*.

Perdana, F. J. (2020). Pelatihan Membuat Daftar Pustaka Otomatis Dengan Aplikasi Mendeley Desktop Bagi Mahasiswa Dalam Persiapan Penyusunan Tugas Akhir. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v2i1.6652>

Risalah, D., Sandie, Hodiyanto, & Irvandi, W. (2013). Pelatihan Karya Tulis Ilmiah Berbantuan Aplikasi Mendeley. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Rusli, D., Nio, S. R., Akbar, A., & Nurmina, N. (2020). Psikoedukasi Online Pendampingan Anak Belajar Daring Akibat Terdampak Pandemi Covid 19. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.30872/plakat.v2i2.4974>
- Setiawan, D., Hamzah, H., & Arlenny, A. (2019). Pelatihan Ms.Word & Mendeley Untuk Penulisan Karya Ilmiah Dosen Fakultas Teknik Unilak. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 172–179. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2215>
- Sijabat, P. I., & Riandari, F. (2021). Pelatihan Membuat Daftar Pustaka Otomatis Dengan Aplikasi Mendeley Di STMIK Pelita Nusantara. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 4(1), 14–20.
- Supriyanto, H. (2017). *Pengantar & Instalasi Mendeley*. Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. [http://lib.ugm.ac.id/ind/?page\\_id=336](http://lib.ugm.ac.id/ind/?page_id=336)
- Windarto, A. P., Hartama, D., Wanto, A., & Parlina, I. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Mendeley Desktop Sebagai Program Istimewa Untuk Akademisi Dalam Membuat Citasi Karya Ilmiah. *AKSIOLOGIYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 145. <https://doi.org/10.30651/aks.v2i2.1319>



*CHAPTER Thirteen*  
**WEBINAR PRIORITIZING YOUR MENTAL HEALTH  
DURING THE PANDEMIC**

Muhammad Zaini, Arwin Sanjaya, Diajeng Laily Hidayanti,  
Ayunda Ramadhani, Intan Thania Amelia, Fatma Azizah, Afifah,  
Murni, Dan Rahmayana



**Abstrak**

Pandemi Covid-19 telah melanda berbagai penjuru dunia selama lebih dari satu tahun sejak 2019 silam. Meskipun keadaan hingga saat ini belum menunjukkan titik terang yang pasti akan berakhirnya era pandemi ini, kita semua diwajibkan untuk terus berjuang dan menjalani hidup sebagaimana mestinya dengan beberapa penyesuaian serta adaptasi melalui kegiatan daring. Berbagai tatanan masyarakat khususnya pada sektor pendidikan, yakni kegiatan perkuliahan turut melakukan kegiatan pembelajaran melalui e-learning atau kuliah daring. Namun ternyata kegiatan perkuliahan secara daring dalam jangka waktu yang lama juga dapat menimbulkan rasa stres dan jenuh pada mahasiswa. Tak sedikit mahasiswa mengalami isu kesehatan mental di saat era pandemi ini seperti adanya rasa cemas, lelah, dan tidak memiliki motivasi. Kesibukan mahasiswa dalam menjalankan tugas dan kewajiban beserta ketidakondusifannya pandemi membuat mahasiswa lupa untuk memprioritaskan kesehatan mental mereka. Maka dari itu untuk menyikapi hal tersebut, pengadaan sebuah webinar tentang kesehatan mental mahasiswa melalui metode pengabdian masyarakat dengan pendekatan edukatif, yakni diskusi ilmiah yang dilakukan bersama narasumber pada media zoom meeting sesuai dengan tema yang telah ditetapkan. Adapun dari kegiatan webinar yang dilaksanakan berhasil memperoleh

pendaftar sejumlah 154 mahasiswa/i yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia khususnya domisili Samarinda dengan presentase jumlah perempuan sebesar 82,5% dan laki-laki sebesar 17,5%. Hasil kegiatan ini menyimpulkan bahwa para peserta merasa terbantu untuk mengelola kesehatan mental mereka dan mendapatkan ilmu baru terkait pentingnya menjaga kesehatan mental terutama pada saat menjalani perkuliahan di era pandemi.

**Kata kunci:** Pandemi Covid-19, Kesehatan Mental, Mahasiswa

## **Pendahuluan**

### **A. Isu dan Fokus Pengabdian**

Tak terasa sudah terhitung satu tahun lamanya sejak Indonesia terkonfirmasi kasus *Covid-19* pada tanggal 2 Maret 2020. Akibatnya, pemerintah pun mulai bergerak untuk mengambil keputusan dengan membatasi ruang gerak masyarakat sebagai salah satu upaya untuk memutus penyebaran mata rantai *Covid-19*. Dalam hal ini, Mendikbud juga mengeluarkan surat edaran pada 24 Maret 2020 terkait pelaksanaan kebijakan pendidikan dalam masa darurat penyebaran *Covid-19* yang berisikan bahwa kegiatan belajar akan dilaksanakan dari rumah melalui pembelajaran daring untuk memberikan pembelajaran yang bermakna bagi siswa maupun mahasiswa dan belajar dari rumah dapat difokuskan pada pendidikan kecakapan hidup. Terkait dengan hal tersebut, tatanan dunia pendidikan pun sedikit demi sedikit mulai beralih pada sistem *online/daring*, yakni sebuah metode pembelajaran yang dimana kita memerlukan jaringan internet dalam proses penerapannya (Saifuddin, 2017). Meskipun sistem pendidikan daring ini bukanlah suatu hal yang baru di dalam dunia pendidikan, namun dikarenakan oleh pandemi mengakibatkan seluruh tenaga didik dan mahasiswa dituntut untuk menyesuaikan diri beradaptasi pada perkembangan teknologi. Fakta di lapangan pun berbicara bahwa pendidikan daring telah memvirtualkan bahan pengajaran,

fasilitas belajar, dan penetrasi jaringan internet. Kebijakan pendidikan daring ini juga didukung oleh bantuan subsidi kuota gratis bagi setiap pelajar, mahasiswa dan tenaga didik yang diharapkan dapat menjadi penunjang keberlangsungan dalam pembelajaran daring.

Awalnya, kegiatan belajar daring menjadi sebuah pengalaman baru yang menyenangkan bagi kalangan mahasiswa meskipun banyak diantara mereka yang masih belum terbiasa dengan kehadiran metode belajar seperti ini, namun seiring berjalannya waktu, keadaan pembelajaran daring ini menimbulkan rasa jenuh dan stres. Di samping itu, para dosen pun tidak dapat mengetahui serta mengawasi secara langsung proses pembelajaran yang diterima oleh mahasiswa (Sadikin & Hamidah, 2020). Berdasarkan artikel berita dari *Kompas.com* yaitu Gareth Hughes, dosen dan psikoterapis yang memimpin penelitian untuk kesehatan mental mahasiswa di University of Derby menyampaikan, “Ada peningkatan pada mahasiswa yang sakit mental secara signifikan. Mayoritas mencari bantuan untuk depresi atau kecemasan”. Hal tersebut didukung oleh data yang dilansir oleh *Tirto.id* dimana di dalamnya menyebutkan hasil riset yang berjudul "Gambaran Psikologis Mahasiswa Dalam Proses Pembelajaran Selama Pandemi *Covid-19*" yang termuat di Jurnal Keperawatan Jiwa (Agustus, 2020) terbitan Universitas Muhammadiyah Semarang, memperlihatkan dampak kuliah daring pada psikologis mahasiswa. Kesimpulan dari laporan tersebut ialah "Masalah psikologis yang paling banyak dialami mahasiswa karena pembelajaran *online* adalah kecemasan,". Dengan sampel 190 mahasiswa, hasil penelitian itu menunjukkan 41,58% responden mengalami kecemasan ringan dan 16,84% merasakan kecemasan sedang akibat kuliah daring.

## **B. Alasan memilih Dampingan**

Alasan kami memilih mahasiswa sebagai dampingan dilatar belakangi oleh beberapa faktor yaitu *Pertama*, adanya fakta di lapangan terkait beberapa kasus mengenai kesehatan mental mahasiswa dan isu-isu terkait terganggunya mental yang dihadapi mahasiswa di tengah pandemi *Covid-19*. *Kedua*, tingginya tingkat kejenuhan dari mahasiswa itu sendiri dalam hal pembelajaran daring yang masih terus berlangsung hingga saat ini. *Ketiga*, gejala *psikosomatik* yang merupakan salah satu dampak psikologi yang timbul akibat pandemi ialah suatu gangguan pikiran yang menimbulkan keluhan fisik tanpa adanya penyakit. Tentu hal semacam ini membawa pengaruh pada kesehatan mental seperti memicu rasa cemas, serangan panik bahkan hingga stres.

## **C. Kondisi Dampingan saat ini**

Di dalam pembelajaran daring ini tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat banyak kendala yang terjadi, diantaranya adalah tidak adanya fasilitas penunjang belajar seperti *WIFI* dan alat elektronik yang memadai, kondisi dan letak rumah yang tidak kondusif juga jauh dari jangkauan jaringan (Anhusadar, 2020), kurangnya pemahaman keluarga dalam mendukung kegiatan belajar daring di rumah, serta kurangnya daya serap mahasiswa dalam memahami materi yang diterima saat pembelajaran daring berlangsung (Annur & Hermansyah, 2020). Kendala-kendala tersebutlah yang mengakibatkan para mahasiswa mengalami hambatan yang sangat besar jika dibandingkan dengan pembelajaran luring, sehingga tidak jarang mereka mengalami *physical disorder* seperti *overthinking* yang menyebabkan rasa cemas, stress, dan tertekan (Sofia et al., 2020). Akibat dari hal tersebut berimbas pada performa mahasiswa dalam belajar yang dimana berdampak pada nilai mereka menjadi merosot jauh dibandingkan dengan perkuliahan luring.

Di sisi lain, menurut Harahap et al. (2020), selama perkuliahan daring ini banyaknya tugas yang dibebankan kepada mahasiswa juga merupakan salah satu pengaruh pada pola perilaku mahasiswa yang membuat mereka mengalami stres akademik dan memprioritaskan terpenuhinya segala tugas-tugas tersebut dibanding dengan kesehatan yang semestinya dijaga. Hal ini, tentu dipengaruhi oleh pola makan yang tak teratur, jam tidur yang berkurang, aktivitas daring yang padat dan tidak adanya waktu untuk berolahraga serta waktu istirahat yang tidak mencukupi tubuh tetap prima. Kondisi perkuliahan daring juga membuat mereka tidak dapat bersosialisasi bersama teman seperti biasanya, sehingga hal ini pun berkaitan dengan segi psikologi mahasiswa yang mana memicu timbulnya rasa tertekan, cemas, *down*, dan merasa *useless*.

#### **D. Kondisi Dampungan yang Diharapkan**

Webinar dengan tema “*Mental Health*” ini dibuat sebagai salah satu bentuk kepedulian dan langkah dalam mengatasi keresahan mental yang dialami oleh mahasiswa-mahasiswi dengan judul “*Prioritizing Your Mental Health During the Pandemic*” dimana kegiatan ini bersifat diskusi ilmiah yang diberikan secara *online* dengan materi yang disampaikan oleh dua narasumber yang ahli di bidangnya. Dengan terlaksananya webinar ini, harapannya dapat memberikan edukasi terkait pentingnya menjaga mental health di masa pandemi sehingga dapat meminimalisir terganggunya kesehatan mental mahasiswa dan juga mampu memberikan secercah motivasi untuk lebih dapat berpikir positif pada situasi dan kondisi sekarang.

#### **Metode**

Kegiatan Webinar dengan tema “*Mental Health*” ini kami laksanakan menggunakan metode pengabdian masyarakat dengan

pendekatan edukatif, yaitu pendekatan yang dalam program maupun pelaksanaan pengabdianya mengandung unsur pendidikan yang dapat mendinamisasikan masyarakat. Hal tersebut didasarkan pada konsep webinar yang kami selenggarakan bersifat diskusi ilmiah yang dilakukan secara *online* dengan narasumber sesuai dengan tema yang sudah ditetapkan. Dimana kegiatan ini bertujuan sebagai wadah edukasi untuk membantu dan menyadarkan mahasiswa akan pentingnya suatu kesehatan mental bagi diri sendiri terlebih di masa pandemi saat ini.

## **Hasil dan Pembahasan**

Webinar bertema “*Mental Health*” dengan judul “*Prioritizing Your Mental Health During the Pandemic*” ini diselenggarakan secara daring melalui platform digital, *Zoom Meeting Cloud* pada tanggal 10 April 2021 pukul 10.00 WITA. Peserta yang menjadi target adalah mahasiswa-mahasiswi di seluruh Perguruan Tinggi pada umumnya, dan mahasiswa-mahasiswi yang berdomisili di daerah Samarinda, Kalimantan Timur pada khususnya. Di dalam webinar ini diisi dengan dua narasumber yaitu Dosen Prodi Bimbingan Konseling Islam, Ibu Diajeng Laily, M.Si., IAIN Samarinda dan Dosen Prodi Psikologi, Ibu Ayunda Ramadhani, M.Psi., Psikolog., Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Adapun tahapan-tahapan dalam merancang hingga menyelenggarakan kegiatan webinar ini yaitu:

### **1. Tahapan persiapan**

Tahapan ini dimulai dengan merancang dan menentukan tema kegiatan webinar, melakukan koordinasi antara tim pelaksana dengan dosen pembimbing, menghubungi pemateri atas kesediaannya untuk mengisi kegiatan webinar, lalu membuat pamflet, *background zoom*, formulir *google form* pendaftaran dan daftar hadir kegiatan webinar. Kemudian melakukan penyebaran

pamflet webinar, proses registrasi peserta webinar, membuat grup *whatsapp* untuk peserta webinar sebagai media koordinasi antara peserta dan tim pelaksana webinar. Selain itu juga tim pelaksana membuat desain *e-certificate* bagi pemateri dan peserta webinar sebagai bentuk apresiasi dan terakhir tim panitia mempersiapkan *room zoom* untuk diberlangsungkannya kegiatan webinar ini.

## 2. Tahapan pelaksanaan

Memberikan *reminder* kepada peserta di dalam grup *Whatsapp* pada H-1 sebelum pelaksanaan kegiatan dengan tujuan mengingatkan kembali para peserta. Kemudian, pada hari H-acara tim pelaksana mengirimkan *link zoom* baik kepada peserta maupun pemateri. Selanjutnya, pelaksanaan kegiatan yang dimana tim pelaksana berkoordinasi dengan kedua pemateri dan ditengah acara berlangsung tim pelaksana juga memberikan *link* daftar hadir kepada peserta. Dan juga adanya pemberian *e-certificate* kepada pemateri oleh moderator.

## 3. Tahapan Pasca Kegiatan

Memberikan *e-certificate* kepada peserta yang hadir melalui email masing-masing yang telah terdaftar pada H+1 kegiatan webinar berlangsung. Selanjutnya, pada H+1 kegiatan juga tim pelaksana memberikan cinderamata kepada pemateri berupa plakat sebagai bentuk apresiasi yang dilakukan dengan memberikan secara langsung kepada pemateri.

Pelaksanaan kegiatan webinar dengan judul “*Prioritizing Your Mental Health During the Pandemic*” terlaksana dengan sangat baik yang dimana kegiatan ini dibuka oleh Ketua Prodi Administrasi Bisnis, Dr. M. Zaini., M.Si dan pemberian sambutan oleh Dosen Pembimbing Tim Pelaksana, Arwin Sanjaya., S.Pd., M.AB.



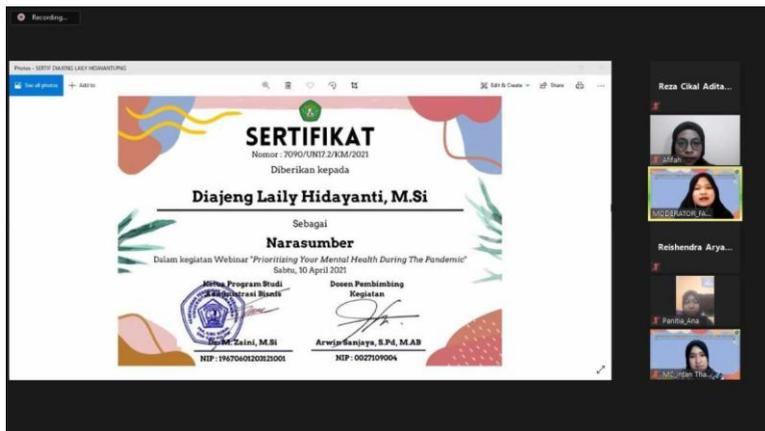
Gambar 2. Pembukaan Acara oleh Ketua Prodi Administrasi Bisnis

Kemudian, dilanjutkan dengan penyampaian materi pertama oleh Ibu Diajeng Laily, M.Si., selaku Dosen Prodi Bimbingan Konseling Islam, IAIN Samarinda dengan tema materi “Menjaga *Mental Health* dalam Perkuliahan Daring di Masa Pandemi bagi Mahasiswa”. Saat materi berlangsung, peserta menyimak dengan baik di atas pemaparan pemateri yang sangat *fun* dengan penyampaian secara 2 arah dengan peserta membuat suasana webinar menjadi baik.



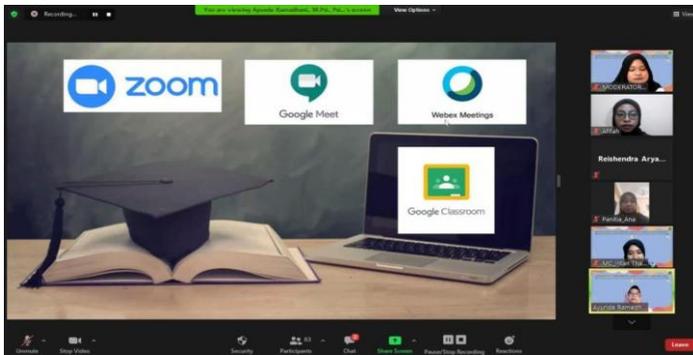
Gambar 3. Penyampaian Materi I

Selepas penyampaian materi, adanya sesi diskusi atau tanya jawab antar peserta dengan pemateri pun berlangsung dengan baik karena banyaknya pertanyaan-pertanyaan dari para peserta yang begitu tertarik pada tema *Mental Health* kali ini. Namun, disebabkan keterbatasannya waktu sehingga hanya 3 pertanyaan saja yang dapat dijawab oleh pemateri pada sesi diskusi Materi pertama.

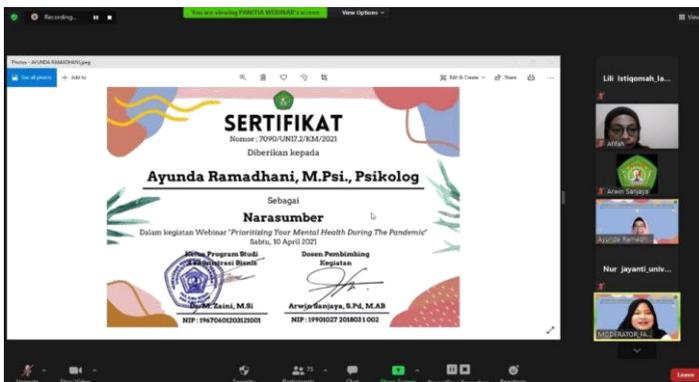


Gambar 4. Pemberian *E-Certificate* kepada Pemateri Pertama

Selanjutnya, masuk pada sesi penyampaian materi kedua oleh Ibu Ayunda Ramadhani, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Prodi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman dengan tema materi “Pengaruh dan Dampak Berkelanjutannya Perkuliahan Daring dalam aspek Psikologis Mahasiswa beserta Cara Mengatasinya”. Pada sesi kedua ini pun peserta tetap menunjukkan antusiasme mereka dengan memperhatikan pemateri berbicara. Saat penyampaian materi pun, pemateri membawakannya dengan sangat lugas dan santai sehingga sangat mudah untuk dipahami. Pemateri pun membawakan penyampaian secara 2 arah baik itu terkadang berbincang dengan moderator ataupun kepada para peserta webinar.

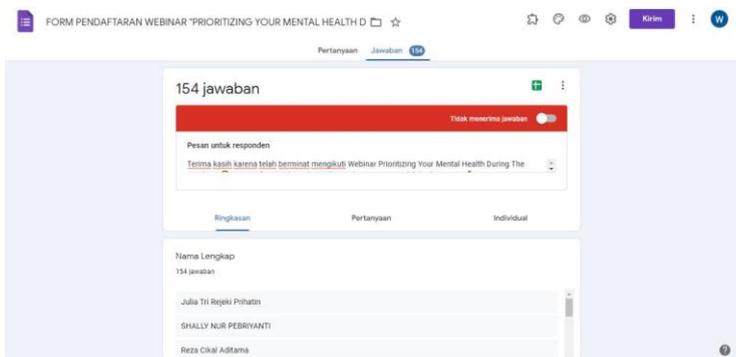


Gambar 5. Penyampaian Materi II



Gambar 6. Pemberian *E-Certificate* kepada Pemateri Kedua

Berdasarkan dari kegiatan webinar yang telah berlangsung terdapat sebanyak 154 peserta yang mendaftar dengan persentase 82,5% perempuan dan 17,5% laki-laki dari berbagai daerah, seperti Batam, Jakarta Timur, Aceh, Ternate, Daerah Istimewa Yogyakarta, Medan, dan masih banyak lagi terutama mahasiswa-mahasiswi yang berasal dari daerah Samarinda. Namun, tidak semua peserta yang mendaftar dapat hadir pada hari acara berlangsung dikarenakan terdapat beberapa kendala yang tidak dapat dihindari.



Gambar 7. *Form* Pendaftaran Peserta Webinar

Kemudian, terkait dengan presensi kehadiran peserta yang dimana terdapat bagian kesan dan pesan untuk diisi memberikan hasil yang sangat positif. Setiap peserta secara keseluruhan merasa sangat terbantu dari segi mental mereka, baik itu dari cara menjaga kesehatan mental, pengaruh dan dampak kuliah daring pada segi mental, serta mengatur waktu dengan baik dalam kegiatan perkuliahan daring sehingga mental dapat tetap terjaga.

Alhamdulillah setelah saya mengikuti webinar ini saya bisa mengetahui bagaimana cara menjaga kesehatan mental kita dalam kuliah online ini dan sangat asyik sekali mudah dipahami saya tambah semangat dalam kuliah online ini dan saya lebih mengetahui pengaruh dan dampak dari kuliah online ini dan cara bagaimana kita tetap bisa menjaga kesehatan mental kita dalam perkuliahan online ini dan bisa mengatur waktu dengan baik dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah sekian terimakasih

Kesannya mengikuti webinar ini sangat membantu karena materinya juga relate banget sama keadaan mahasiswa saat ini yg kebanyakan mengalami stres akademik saat pandemi, dan cara cara mengelolanya dari pemateri juga mudah dipahami dan mudahan bisa di aplikasikan ke semua orang, pesannya smoga prodi administrasi bisnis kedepannya bisa mengadakan webinar yang berkaitan dengan topik kesehatan mental yg lain, ataupun topik-topik di luar kesehatan mental, semangat terus yaa:)

Acaranya sangat bermanfaat sekali karena sesuai dengan kondisi saat ini dimana covid sudah setahun dan hal tersebut berpengaruh terhadap mental, lalu bagaimana cara mengatasinya agar kita tetap bisa positif walaupun ditengah pandemi

Terimakasih kepada panitia telah mengadakan webinar ini. Dengan webinar ini, saya bisa mengetahui bagaimana manajemen stress. Semoga kita semua bisa baik? saja dalam perkuliahan daring ini. tentunya juga semoga kita sehat selalu ditengah pandemi ini. Semangat, mahasiswa Indonesia! Salam dari Unhas!:)

## Gambar 8. Salah satu *Feedback* Kesan dan Pesan Partisipan Webinar

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat melalui kegiatan webinar dengan tema “*Mental Health*” yang berjudul “*Prioritizing Your Mental Health During the Pandemic*” diperoleh kesimpulan bahwa webinar yang telah dilaksanakan ini mampu membantu mahasiswa-mahasiswi dalam mengelola kesehatan mental mereka. Hal ini dibuktikan dari kesan pesan peserta yang secara keseluruhan mengatakan bahwa *impact* dari webinar ini memberikan pengetahuan serta pemahaman terhadap *mental health* terlebih pada masa pandemi saat ini.

### Daftar Referensi

Anhusadar, L. (2020). Persepsi Mahasiswa PIAUD terhadap Kuliah Online di Masa Pandemi Covid 19. *KINDERGARTEN: Journal of Islamic Early Childhood Education*, 3(1), 44. <https://doi.org/10.24014/kjiece.v3i1.9609>

- Annur, M. F., & Hermansyah, H. (2020). ANALISIS KESULITAN MAHASISWA PENDIDIKAN MATEMATIKA DALAM PEMBELAJARAN DARING PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Paedagogia: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Kependidikan*, 11(2), 195–201. <https://doi.org/10.31764/paedagogia.v11i2.2544>
- Enggar Harususilo, Y. (2020, January 11). *Kesehatan Mental Mahasiswa Jadi Isu Utama Global, Lalu Apa Solusinya?* KOMPAS.com; Kompas.com.<https://edukasi.kompas.com/read/2020/01/11/09554991/kesehatan-mental-mahasiswa-jadi-isu-utama-global-lalu-apa-solusinya?Page=all>
- Harahap, A. C. P., Harahap, D. P., & Harahap, S. R. (2020). Analisis Tingkat Stres Akademik Pada Mahasiswa Selama Pembelajaran Jarak Jauh Dimasa Covid-19. *Biblio Couns: Jurnal Kajian Konseling Dan Pendidikan*, 3(1), 10–14. <https://doi.org/10.30596/bibliocouns.v3i1.4804>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020, March 24). *24 Maret 2020: Mendikbud Terbitkan SE tentang Pelaksanaan Pendidikan dalam Masa Darurat Covid-19 – bersama hadapi korona.* [Kemdikbud.go.id.https://bersamahadapikorona.kemdikbud.go.id/24-maret-2020-mendikbud-terbitkan-se-tentang-pelaksanaan-pendidikan-dalam-masa-darurat-covid-19/](https://bersamahadapikorona.kemdikbud.go.id/24-maret-2020-mendikbud-terbitkan-se-tentang-pelaksanaan-pendidikan-dalam-masa-darurat-covid-19/)
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020, March 24). *SE Mendikbud: Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Covid-19.* Kementerian

Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi.  
<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/03/se-mendikbud-pelaksanaan-kebijakan-pendidikan-dalam-masa-darurat-penyebaran-covid19>

Rustiani, A., & M Idhom, A. (2021, March 5). *Data Riset: Kesehatan Mental Mahasiswa saat Pandemi & Kuliah Online*. Tirto.id; Tirto.id. <https://tirto.id/data-riset-kesehatan-mental-mahasiswa-saat-pandemi-kuliah-online-gaEc>

Sadikin, A., & Hamidah, A. (2020). Pembelajaran Daring di Tengah Wabah Covid-19. *BIODIK*, 6(2), 109–119. <https://doi.org/10.22437/bio.v6i2.9759>

Saifuddin, M. F. (2018). E-Learning dalam Persepsi Mahasiswa. *Jurnal VARIDIKA*, 29(2), 102–109. <https://doi.org/10.23917/varidika.v29i2.5637>

Sofia, L., Ramadhani, A., Trialisa Putri, E., & Nor, A. (2020). Mengelola Overthinking untuk Meraih Kebermaknaan Hidup. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 2(2), 118–129. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/plakat/article/view/4969/pdf>



**PELATIHAN MANAJEMEN WAKTU BAGI PELAJAR SMP  
& SMA DALAM PRODUKTIF DI MASA PANDEMI**

Muhammad Zaini, Arwin Sanjaya, Achmad Junaidi, Aolia Putri,  
Madinah Mahupe, M. Shidqi Athallah, Dan Prajna Dyah K



**Abstrak**

Manajemen waktu adalah kemampuan yang idealnya harus sudah dimiliki oleh pelajar SMP dan SMA. Proses belajar selama pandemi COVID-19 tentu mempengaruhi kualitas manajemen waktu pelajar. Tujuan pelatihan ini adalah untuk mengidentifikasi kemampuan manajemen waktu yang ditujukan pada pelajar SMP di Kabupaten Penajam Paser Utara serta SMA yang dilaksanakan secara umum untuk seluruh daerah di Kalimantan Timur, selama pandemi COVID-19 di mana proses pembelajaran dilakukan dengan metode dalam jaringan (daring). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan simple random sampling, merupakan alat ukur berbentuk kuesioner dengan metode pengumpulan data melalui google form. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelajar SMP dan SMA yang aktif belajar pada tahun ajaran ini di Provinsi Kalimantan Timur dan bersedia menjadi responden dengan mengisi kuesioner yang disediakan di google form dalam waktu yang ditentukan oleh peneliti sehingga diperoleh sampel sebesar 55 orang. Hasil penelitian menunjukkan manajemen waktu mahasiswa keperawatan berada pada kategori cukup baik yaitu sejumlah 37 orang (68%). Dari hasil penelitian disarankan mahasiswa mampu mengatur waktunya dengan baik sehingga akan berdampak pada pencapaian hasil belajar yang maksimal.

**Kata Kunci:** Manajemen, Waktu, Pelajar, Pandemi, Produktif

## **Pendahuluan**

Pandemi COVID-19 yang telah berlangsung selama lebih dari 1 tahun telah memberikan dampak kepada masyarakat dalam berbagai aspek. Seperti proses pembelajaran hingga berbagai aktivitas luar ruangan, ini menjadi kendala tersendiri mengingat segala kegiatan sedikit banyaknya mengalami perubahan yang cukup signifikan. Salah satu masalah selama pandemi, yakni mengenai waktu yang dirasa oleh seluruh lapisan masyarakat menjadi sangat tak terkendali. Aktivitas yang telah direncanakan semakin tak tersusun secara sistematis.

Dalam penyelesaian masalah ini, maka diharuskan untuk dapat memahami bagaimana cara manajemen waktu yang baik, terkhusus bagi para generasi muda yang kesehariannya cenderung berhubungan dengan alat media di masa ini. Melihat berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) bahwa sebesar 77,8% responden yang terdiri dari kalangan pelajar di 20 Provinsi mengeluhkan metode pembelajaran secara online dengan waktu tak menentu yang otomatis akan mengganggu kegiatan-kegiatan yang lain dari pelajar. Manajemen waktu sendiri ialah suatu proses pengendalian waktu berdasarkan kegiatan yang telah direncanakan yang kemudian harus dilakukan pengontrolan agar prosesnya dapat berjalan maksimal. Manajemen waktu sendiri berangkat dari pemikiran bahwa waktu adalah uang (*time is money*). Maka dari peribahasa ini dapat diartikan bahwa waktu adalah hal yang berharga. Kemudian, pengaturan waktu yang baik tentu akan membantu seseorang bekerja lebih efektif serta berkesempatan memiliki lebih banyak waktu untuk melakukan hal yang lebih penting (MTD Training, 2010).

Mengacu pada permasalahan yang tengah dialami oleh pelajar saat ini, pihak yang terlibat/partnership melaksanakan pelatihan dengan tema kegiatan “**Pelatihan Manajemen Waktu**

**Bagi Pelajar SMP & SMA Dalam Pemanfaatan Waktu Lebih Produktif & Positif Di Masa Pandemi'.** Kegiatan ini dikhususkan bagi pelajar yang masih aktif dalam tahun ajaran saat ini. Pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan responden yang berstatus sebagai pelajar aktif tingkat menengah pertama dan atas.

## **Metode**

Pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan metode *service learning*, yang mana pada kegiatan pelatihan ini para pihak yang terlibat memberikan sebuah materi dan teori kepada seluruh responden. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi Zoom pada tanggal 24 April 2021 di jam 09:00-11:00 WITA dan 25 April 2021 di jam 13:00-14:30 WITA, dengan target sasaran responden adalah pelajar SMPN 2 PPU dan pelajar SMA dari berbagai daerah dengan total keseluruhan responden 55 orang. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

### 1. Persiapan awal

Dalam persiapan awal ini dimulai dengan pembuatan flyer berupa pamflet dan link pendaftaran.

### 2. Pendaftaran responden

Pendaftaran para responden dilakukan melalui link google form yang telah disebar oleh partnership di media sosial.

### 3. Pelaksanaan kegiatan

Pada tahapan ini para responden SMA menerima materi dan teori yang diberikan oleh pemateri yakni Sdr. Ikzan Nopardi selaku ketua BEM FISIP Universitas Mulawarman melalui ruang zoom pada tanggal 24 April 2021 di jam 09:00-11:00 WITA. Serta responden SMPN 2 PPU menerima materi dan teori yang diberikan oleh pemateri yakni Sdr. Achmad Junaidi yang merupakan salah satu mahasiswa di program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman melalui ruang zoom pada tanggal 25 April 2021 di jam 13:00-14:30 WITA.

#### 4. Pengimplementasian materi dan teori

Setelah tahapan pemberian materi dan teori, partnership memberikan arahan kepada responden untuk mengaplikasikan materi yang telah diberikan dengan langkah-langkah:

1. Mendata kegiatan-kegiatan yang ingin dilakukan dalam 1 hari.
2. Mengubah dan merinci kegiatan yang tidak bermanfaat di waktu-waktu tertentu dalam 1 hari.
3. Melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan tersebut dengan waktu yang telah ditetapkan dalam perencanaan kegiatan.
4. Mengidentifikasi kegiatan yang telah dilakukan dan belum dilakukan sesuai dengan perencanaan kegiatan yang telah dibuat, kemudian membuat jurnal evaluasi untuk mengetahui pembelajaran serta peningkatan yang dialami dalam 1 hari terutama mengenai manajemen waktu.
5. Responden mengisi form evaluasi hasil kegiatan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pelatihan manajemen waktu yang dilaksanakan pada tanggal 24-25 April 2021 oleh kalangan pelajar tingkat SMP & SMA dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif, dimana pihak yang terlibat akan melakukan pendekatan dengan metode service learning dengan persentase tingkat keaktifan 68% dari 55 responden. Maka didapat hasil bahwa kegiatan manajemen waktu telah memberikan dampak yang cukup baik bagi pelajar dalam mengatur waktu pada kegiatan sehari-hari. Berikut merupakan persentase responden dalam pengaplikasian manajemen waktu, serta dokumentasi kegiatan pemberian materi dan teori dari narasumber.



## Dokumentasi Pelatihan Kepada Pelajar SMA



## Dokumentasi Pelatihan Kepada Pelajar SMPN 2 PPU

### Kesimpulan

Hasil kegiatan menunjukkan manajemen waktu pada pelajar SMP dan SMA berada pada kategori cukup baik (68%). Manajemen

waktu merupakan faktor penentu keberhasilan dalam memaksimalkan kegiatan menjadi lebih produktif, maka pelajar dapat mengatur waktunya dengan baik yang akan berdampak pada pencapaian hasil kegiatan yang optimal. Tujuan dari kegiatan yang dilakukan ialah agar responden dapat mencapai titik keaktifan waktu per-harinya dengan kegiatan yang produktif dan positif tanpa harus memberatkan pihak dari responden itu sendiri. Selain itu, saran yang disepakati oleh seluruh pihak yang terlibat ialah agar pelaksanaan kegiatan pelatihan seharusnya dapat dilaksanakan untuk periode-periode seterusnya. Melihat bahwa kegiatan ini memiliki manfaat yang cukup baik bagi pelaksana. Pihak yang akan melaksanakan kegiatan pelatihan pun diharapkan dapat mempersiapkan secara lebih matang lagi dengan memberikan tambahan ragam kegiatan yang harus diimplementasikan di masa yang akan datang dan dapat membuka pelatihan tersebut secara umum guna tak hanya kalangan pelajar aktif tetapi juga kalangan lain yang dapat menerapkann hasil dari garis besar materi & teori mengenai manajemen waktu.

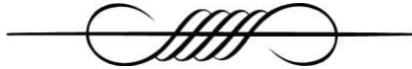
### **Daftar Referensi**

- Nani, S., Husna, H., & Naria, F. (2020). Manajemen waktu selama pandemi COVID 19 pada mahasiswa keperawatan di kotamadya banda aceh. *Idea Nursing Journal*. 11(1). 6-11. <https://doi.org/10.52199/inj.v11i1.19792>
- Cinthia Annisa, V.,& Rosita. (2020). Pelatihan manajemen waktu pada stres akademik pekerja penuh waktu. *Jurnal Bisnis Darmajaya*. 6(1). 20-28. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/1668/1046>

- Rosa, L., Nardi, S. & Muliahadi, T. (2020). Pelatihan manajemen dalam meningkatkan motivasi siswa dan guru sdn 84 rejang lebong. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*. 1(2). 105-112. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/4805/3528>
- Paridah. (2019). Pola pengelolaan waktu dan hasil belajar siswa yang sekolah sambil bekerja. *Artikel penelitian*.
- Kusnul, I., S. & As'ad, M., D. (2013). Manajemen waktu, efikasi-diri, dan prokrastinasi. *Jurnal Psikologi Indonesia*. 2(3). 217-222. <https://doi.org/10.30996/persona.v2i3.140>
- Veta. L., D., P., Risza. P., E., Eko. S., & Gina., F. (2019). Penggunaan manajemen waktu terhadap peningkatan prestasi belajar di smp araisyah. *Jurnal ABDIMAS*. 1(1). 84-91. <https://doi.org/10.32493/ABMAS.v1i1.p84-91.y2019>
- Rizqon. H., S., A. (2020). Dampak covid-19 pada pendidikan di indonesia: sekolah, keterampilan, dan proses pembelajaran. *Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*. 7(5). 395-402. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15314>
- Kompas. (2021). Manajemen Waktu Kunci Keseimbangan Karir Dan Kegiatan Sosial. <https://money.kompas.com/read/2021/04/16/153500026/mana-jemen-waktu-kunci-keseimbangan-karier-dan-kegiatan-sosial?page=all>. (Diakses Pada 20 April 2021)
- Kompas. (2020). 6 Tips Mengajarkan Manajemen Waktu Pada Anak Selama Masa Karantina. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/05/05/204350720/6->

tips-mengajarkan-manajemen-waktu-pada-anak-selama-masa-karantina?page=all. (Diakses Pada 18 April 2021)

Kompas. (2020). Tips Manajemen Waktu Agar Tetap Produktif Dan Terhindar Dari Stres. <https://edukasi.kompas.com/read/2020/04/20/070000671/di-rumah-aja-ini-tips-manajemen-waktu-agar-tetap-produktif-dan-terhindar?page=all>. (Diakses Pada 18 April 2021)



## CHAPTER Fifteen

# PELATIHAN DASAR DALAM PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING BISNIS

Lailatul Hijrah, Wira Bharata, Noriza Yuan Agdenada, Aulia Tazkia Faradillah, Pingki, Meilia Burnia Dani, Dan Tira Siya Fajar Rahayu

### Abstrak

*Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dengan perkembangan sosial media yang pesat, para pebisnis online mulai menggunakannya sebagai media pemasaran. Pemasaran atau Marketing merupakan hal yang penting dalam bisnis sehingga perlu dioptimalkan. Dengan adanya media sosial tentu pemasaran dapat dilakukan dengan mudah. Ada banyak media sosial yang bisa digunakan dan tentunya bisa menggunakan lebih dari satu sosial media untuk promosi bisnis yang dijalankan. Dalam memanfaatkan sosial media tentu diperlukan adanya pemahaman terhadap media tersebut. Pelatihan ini bertujuan untuk memberi penjelasan lebih lanjut tentang bagaimana mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai teknik promosi kepada masyarakat yang ingin memulai bisnis atau bahkan sudah memulai bisnisnya. Metode yang digunakan adalah metode community development yang bertujuan untuk meningkat wirausahawan yang berkualitas di Indonesia. Dengan pelatihan yang sudah dilakukan, para peserta sudah cukup paham dengan penyampaian materi yang diberikan dan diharapkan dapat menerapkan materi yang sudah diberikan.*

**Kata Kunci:** Media Sosial, Pemasaran, Pelatihan

## **Pendahuluan**

Pemasaran adalah kegiatan pemenuhan kebutuhan manusia dan sosial (Kotler and Keller, 2012). Definisi lain dari pemasaran ialah sebuah proses *managerial* yang dimana orang-orang yang berada di dalamnya memperoleh apa yang mereka inginkan atau mereka butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk-produk yang ditawarkan dan nilai produknya kepada orang lain (Kotler & Armstrong). Menurut American Marketing Association, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemasaran adalah merupakan proses, cara, kegiatan dalam memasarkan barang dagangan; perihal menyebarluaskan di kalangan masyarakat pada umumnya. Pemasaran adalah kegiatan mempromosikan dan menjual produk atau jasa yang di dalamnya ada proses panjang untuk menentukan siapa target promosi dan seperti apa bentuk promosi yang akan dilakukan. Dengan strategi pemasaran, suatu bisnis bisa mempromosikan produk atau jasanya dengan lebih efektif. Semakin berkembangnya zaman kegiatan pemasaran pun mengalami perubahan tren, seperti saat ini dimana teknologi selalu terlihat dalam setiap kegiatan kita begitu pula dengan kegiatan pemasaran yang marak dilakukan di media sosial.

Media sosial adalah media yang penggunaanya mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds dengan avatar/karakter 3D (Antony Mayfield: 2008). Menurut Philip dan Keller (2012) bahwa pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut

Marjorie Clayman (2013) pengertian media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.

Banyak media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran atau promosi sebuah produk atau jasa. Media sosial yang sering digunakan untuk pemasaran atau promosi di antaranya Facebook, Instagram, dan Twitter. Melalui media sosial, suatu perusahaan atau brand dapat melakukan promosi yang tertata dan tepat sasaran.

Menurut Adrian Permana pada artikel Pemasaran Melalui Media Sosial: Solusi Pemasaran Digital Bisnis Anda, pemasaran dengan media sosial tidak selalu berhubungan dengan jual-beli secara langsung. Dalam pemasaran ini, kita harus memasarkan konten dalam bentuk postingan di web, gambar atau video. Konten yang dipasarkan melalui media sosial ini berhubungan dengan produk yang akan dijual.

Selain memasarkan konten, teknik pemasaran ini juga digunakan untuk memasarkan merek. Yang dimaksud memasarkan merek adalah mengenalkan merek secara umum ke masyarakat secara menyeluruh atau yang sering disebut dengan *brand awareness*. Dengan mengenalkan merek dan memberi kesan yang baik, maka rasa percaya masyarakat akan meningkat dan bisa meningkatkan ketertarikan dalam promosi penjualan.

## **Metode**

Kegiatan pelatihan ini diadakan secara daring (online) yang dilakukan pada tanggal 10 April 2021 pukul 10:00 WITA, dengan sasaran peserta umum (siswa SMA, Mahasiswa, dan lain-lain). Dengan adanya pelatihan ini harapannya peserta bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana marketing dengan baik. Pelatihan ini dihadiri oleh 31 peserta dan berlangsung selama 2 jam.

Tahapan- tahapan kegiatan:

1. Tahap persiapan

Di Tahapan ini semua panitia (anggota tim) melakukan persiapan, dari pencarian Informasi dan memberikan informasi, pembuatan Google Formulir untuk pendaftaran peserta, pembuatan link Zoom, pembuatan absen, pembuatan list evaluasi kegiatan serta pembuatan pamflet. Dan kami juga menyediakan grup Whatsapp untuk memudahkan melakukan komunikasi terhadap peserta kegiatan serta membuat E-sertifikat yang akan dibagikan setelah peserta mengisi evaluasi kegiatan pelatihan nantinya.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan ini pemateri yang merupakan mahasiswi Universitas Negeri Islam Malang dan merupakan owner Kado Box Samarinda menyampaikan materi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat marketing kepada peserta. Penyampaian materi di lakukan melalui Powerpoint serta memberikan tips dan trik secara langsung dalam pembuatan sosial media (IG, WA Business, Shopee, & Tokopedia) sebagai sarana marketing dalam berbisnis. Selain itu pemateri dan panitia memberikan doorprize kepada peserta penanya terbaik agar suasana pelaksanaan kegiatan tidak monoton.

## **Hasil dan Pembahasan**

Hasil dari kegiatan Pelatihan Dasar Dalam Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Bisnis yakni terdapat beberapa dinamika kegiatan berupa penyampaian materi dari narasumber kepada peserta, tanya jawab dan diskusi antara peserta dan narasumber, serta pengisian formulir evaluasi kegiatan.

Pada sesi penyampaian materi disampaikan langsung oleh pelaku *marketing* pada media sosial yakni Rosita Shofi (Owner Kado Box Samarinda). Melalui media virtual yakni *Zoom Meeting*. Dimana materi yang diberikan berupa pengenalan media sosial

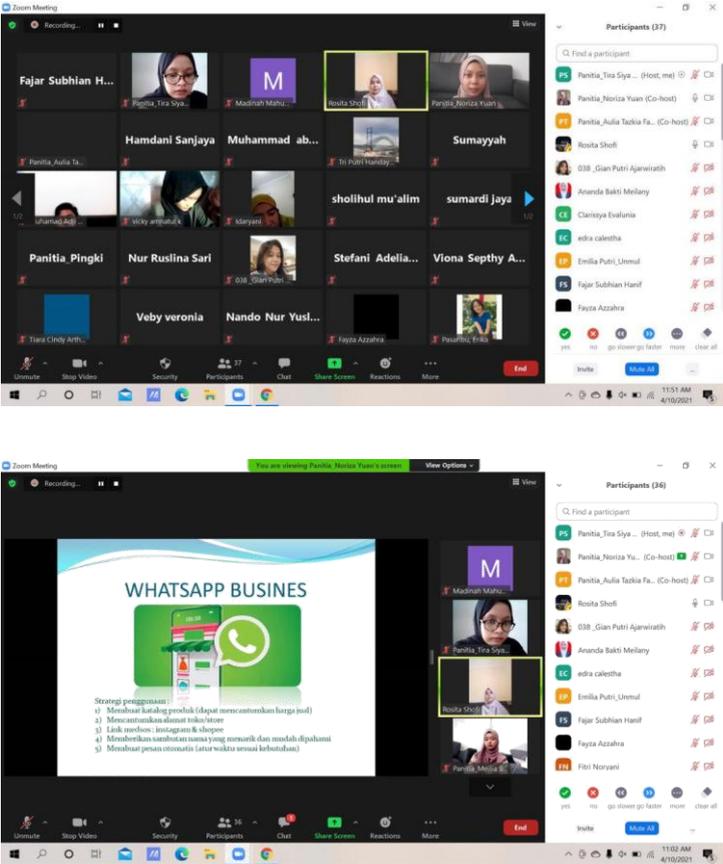
kepada peserta dan aplikasi umum yang digunakan para pelaku *marketing* pada media sosial, cara pemanfaatan media sosial yang efektif dalam proses *marketing*. Dalam penyampaian materi ini para peserta menunjukkan antusias mereka dalam mengikuti pelatihan, hal ini menunjukkan bahwa peserta mendapatkan sesuatu yang baru, penting dan bermanfaat dari apa yang disampaikan narasumber. Antusias ini menjadi hasil yang diharapkan dimana peserta yang sebelumnya memiliki pengetahuan yang standar dalam penggunaan media sosial atau bahkan belum mengenal sama sekali dengan hal tersebut mendapat pengetahuan yang baru dan bermanfaat dari penggunaan media sosial sebagai kegiatan *marketing*.

Pada sesi tanya jawab dan diskusi dimana dalam kurun waktu 35 menit terdapat 5 buah pertanyaan dari peserta. Bentuk pertanyaan dominan terkait hal praktik dan pengalaman peserta yang ingin diperbaiki setelah mengikuti pelatihan. Terdapatnya pertanyaan ini menunjukkan bahwa peserta kurang memahami penggunaan media tersebut. Dengan begitu terdapat hal-hal yang perlu dijelaskan oleh seorang pakar atau seorang yang memiliki pengalaman terkait *marketing* di media sosial. Pada sesi tanya jawab dan diskusi tentunya terjawab langsung oleh narasumber yang memang berpengalaman pada *marketing* di media sosial. Peserta yang bertanya memberikan respon paham terhadap jawaban yang diberikan narasumber.

Pengisian formulir evaluasi yang disediakan panitia dilakukan oleh peserta, dengan tujuan sampai mana kegiatan yang diadakan dapat memberi peningkatan atau perubahan kepada peserta. Berdasarkan hasil dari formulir evaluasi yang mana data bersumber dari 43 orang menunjukkan 100% merasa bahwa dengan mengikuti pelatihan yang diadakan mereka mendapatkan materi yang dibutuhkan secara jelas. Begitu pula peningkatan pemahaman peserta dalam strategi *marketing* pada media sosial 100% mengatakan mengalami peningkatan. Dengan diadakannya

penyampaian materi yang aktif melalui sesi tanya jawab dan diskusi peserta memberi respon 100% merasa mudah dalam memahami materi pelatihan yang diberikan. Peserta juga memberikan respon berupa kesan dan pesan dalam mengikuti pelatihan dimana dapat disimpulkan peserta merasa terbantu dan bahkan diantaranya memberikan ucapan terima kasih. Dan beberapa diantara peserta mengharapkan kegiatan pelatihan serupa dapat dilaksanakan kembali agar dapat membantu lebih banyak pelaku usaha pada media sosial.

**Gambar 2.** Dokumentasi Kegiatan



## Kesimpulan

Berdasarkan pelatihan yang sudah dilaksanakan dapat disimpulkan dalam beberapa poin, diantaranya yaitu:

1. Acara pelatihan dilaksanakan dengan lancar dan sukses dengan dihadiri sebanyak 31 peserta yang terdiri dari wirausahawan, mahasiswa, dan masyarakat yang memiliki minat di bisnis.
2. Peserta aktif dalam bertanya dan peserta juga antusias serta mendengarkan secara seksama disaat jawaban diberikan.
3. Peserta dianggap paham dengan materi yang disampaikan oleh Rosita Shofi sebagai pemateri.
4. Peserta memberikan saran yang membangun untuk para panitia agar kedepannya dapat membuat pelatihan yang lebih baik lagi.

## Daftar Refrensi

Andrian, P. (2019). Pemasaran Melalui Media Sosial: Solusi Pemasaran Digital Bisnis Anda. Diakses pada 20 Mei 2021, dari <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/>

Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep). Qiara Media.

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Bisnis Terapan, 1(01), 25-32.

Kallio, K. (2015). *The Effectiveness of Social Media as a Marketing Communication Tactic, Case Gina Tricot Ltd.* (Tesis Magister, Universitas Vaasa Ilmu Terapan, 2015). Diakses Dari [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/98146/Kallio\\_Kira.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/98146/Kallio_Kira.pdf?sequence=1)

- Paquette, Holly. (2013). *Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review*. Major Papers by Master of Science Students. Paper 2.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Resta Handika, M., & Sri Darma, G. (2018). *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015.(Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal komunikasi*, 8(2), 123-138.
- Widyaningrum, P. W. (2016). *Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*. *Jurnal Al Tijarah*, 2(2), 230-257.
- Wirapraja, A, et al. (2021). Manajemen pemasaran perusahaan. Yayasan Kita Menulis.



*CHAPTER Sixteen*  
**PELATIHAN PENGGUNAAN CANVA BAGI SISWA DI  
SAMARINDA**

Lailatul Hijrah, Muhammad Fikry Arransyah Khanaya Putri, Novia  
Arija, Muhammad Hafizh Firnanda, Dan Rini Kurniawati Putri



**Abstrak**

Canva adalah aplikasi desain grafis yang menjembatani penggunaannya agar dengan mudah merancang berbagai jenis material kreatif secara *online*. Mulai dari mendesain kartu ucapan, poster, brosur, infografik, hingga presentasi. Canva saat ini tersedia dalam beberapa versi, yaitu pada versi web, iPhone, dan Android. Di masa seperti sekarang ini, lembaga pendidikan memberikan pelajaran tentang bagaimana mendesain suatu hal untuk mendukung kegiatan belajar mengajar, salah satunya adalah Perguruan Tinggi. Salah satu fungsi dari Perguruan tinggi ialah berperan sebagai wadah dalam menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengkajian di berbagai bidang ilmu pengetahuan, teknologi, sosial, budaya, ekonomi dan lain-lain serta memberikan pengabdian kepada masyarakat yang bermanfaat bagi manusia yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan di berbagai bidang kehidupan. Salah satu contoh pengabdian yang dibuat oleh Perguruan Tinggi ialah memberikan pelatihan kepada masyarakat atau lebih tepatnya adalah para pelajar sebagai bentuk praktik terhadap ilmu yang telah diberikan. Pelatihan yang diselenggarakan ini sekiranya dapat membantu pelajar agar mempersiapkan dan memberi pembekalan terhadap pelajar atau siswa di Samarinda khususnya penggunaan aplikasi Canva. Kegiatan pelatihan ini juga bertujuan agar siswa dapat lebih matang dan siap untuk menuangkan ide karya mereka dan membawa nama baik pribadi,

lembaga ataupun sampai ke tingkat Universitas dan siswa yang berkualitas baik dalam menggunakan aplikasi Canva sebagai pendukung kegiatan acara di sekolah.

**Kata Kunci:** *Canva, Pelatihan, Perguruan Tinggi*

## **Pendahuluan**

Menurut Ihsan (2005: 1) menjelaskan bahwa dalam pengertian yang sederhana dan umum makna pendidikan sebagai “Usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat dan kebudayaan”. Pendidikan merupakan sebagian dari kehidupan masyarakat yang tidak lepas dari perkembangan dan perubahan, pendidikan akan terus mengalami perkembangan dan perubahan dari masa ke masa mengikuti perkembangan teknologi yang ada. (John, 2018)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah berkembang sangat pesat dan hampir telah mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Dalam era teknologi informasi ini ditandai dengan kecepatan dan kemudahan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Perkembangan yang terjadi juga sangat berpengaruh terhadap kegiatan belajar mengajar dalam aspek pendidikan. Semakin maju teknologi maka akan semakin maju pula perkembangan pendidikan. Perkembangan yang terjadi menuntut terciptanya pendidikan yang menghasilkan lulusan yang berkualitas dan memiliki daya saing yang kuat.

Salah satu bagian kesenian yang penerapannya berbentuk dua atau tiga dimensi, dikenal dengan istilah seni rupa. Seni rupa merupakan ungkapan gagasan dan perasaan manusia yang diwujudkan melalui pengolahan media dan penataan elemen (yang meliputi unsur titik, garis, warna, bidang, tekstur, gelap terang) serta prinsip-prinsip desain. Seni rupa merupakan realisasi dari sebuah imajinasi tanpa batas dan tidak ada batasan, sejatinya,

dalam berkarya seni tidak akan kehabisan ide dan imajinasi. (Prawiro, 2018)

Seni merupakan salah satu dari bagian pendidikan yang memiliki peran dalam pengembangan kreatifitas dan keterampilan serta pengembangan bakat seni. Seni memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri, imajinasi, daya cipta, dan mampu mengembangkan ide. Sekarang ini seni merupakan salah satu hal yang penting, semua hal mulai bergantung pada keindahan seni. Seni yang sedang di gandrungi oleh masyarakat saat ini adalah mendesain pamflet, template, brosur, dll. Hal itu dilakukan untuk menarik perhatian karena pada masa sekarang ini yang diperhatikan adalah bentuk desainnya. Hal seperti itu seringkali dimanfaatkan dalam membantu para pebisnis kecil ataupun pelajar yang ingin mendesain tugas mereka agar terlihat menarik.

Menurut Hamalik (2003) pembelajaran merupakan suatu hal yang terdiri dari unsur-unsur yang bersifat manusiawi, fasilitas atau perlengkapan, dan mekanisme proses yang saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain guna mencapai tujuan dari pembelajaran itu sendiri.

Menurut Rohani dan Ahmadi (1991) pembelajaran adalah suatu kegiatan yang terstruktur yang di dalamnya terdapat unsur-unsur dimana masing-masing unsur tersebut, bersifat menyatu dan berjalan secara teratur, saling tergantung, saling melengkapi dan berkelanjutan, sedangkan pembelajaran dapat pula didefinisikan sebagai proses belajar yang mempunyai hal penting yaitu bagaimana mengupayakan agar siswa dapat aktif dalam menjalani proses belajar dari materi pelajaran yang diberikan agar mampu dipahami dan dikuasi dengan baik. Berdasarkan jurnal “Pembelajaran Ramah Anak Berbasis Multiple Intelligence” bahwa pendidikan merupakan hal yang penting bagi anak-anak untuk membantu mengembangkan dirinya. Pendidikan merupakan modal bagi anak agar mampu berhasil dan meraih kesuksesan dalam kehidupannya. (Mukti, Sujoko, Shanty, & Yuniati, 2020)

Maka dari itu dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pengembangan kreatifitas pelajar dalam mendesain dengan menggunakan canva, diperlukan adanya pelatihan yang relevan. Pelatihan ini diselenggarakan secara daring menggunakan aplikasi *Zoom Meeting*.

## Metode

Metode yang digunakan ialah dengan penyampaian materi, praktek dan tanya jawab. Materi yang diberikan yaitu penggunaan canva dimulai pembuatan logo, brosur, pamflet, dsb. Tahapan pelaksanaan kegiatan digambarkan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

**Gambar 1.** Langkah Pelaksanaan Kegiatan



Sasaran kegiatan pelatihan ini ialah siswa di Samarinda. Pelatihan yang dihadiri 28 siswa yang dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi *Zoom Meeting*.

## Hasil dan Pembahasan

Pengabdian pada masyarakat bagi siswa di Samarinda dilaksanakan pada hari/tanggal Jumat, 02 April 2021, pukul 09.00 – 11.00 WITA. Pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan secara daring (online) menggunakan aplikasi Zoom Meeting. Hasil yang diperoleh dari pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Peserta yang hadir dalam kegiatan pengabdian masyarakat sejumlah 28 orang siswa/i. Materi yang disampaikan pada kegiatan ini mengenai canva yang meliputi pengenalan canva, cara mendaftar canva, cara membuat poster, brosur, curriculum vitae (cv), template, pamflet, tips dan trik untuk membuat canva yang menarik.
2. Kegiatan ini ditujukan bagi siswa agar dapat mengenali dan mempelajari desain dengan menggunakan aplikasi Canva.
3. Pada akhir acara kami meminta peserta untuk membuat desain hasil karya sendiri yang nantinya akan kami seleksi untuk mendapatkan hadiah.

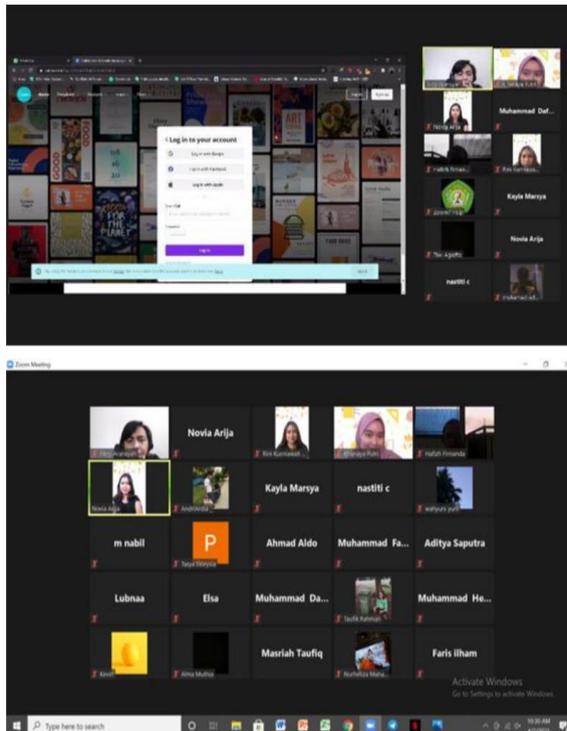
Hasil pengabdian menjelaskan tentang dinamika proses pendampingan meliputi: ragam kegiatan yang dilaksanakan, bentuk-bentuk aksi yang bersifat teknis atau aksi program untuk memecahkan masalah di masyarakat.

Sedangkan diskusi hasil pengabdian meliputi diskusi teoritik yang relevan dengan temuan hasil pendampingan.

Gambar 2. Pamflet Acara



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 4. Hasil Karya Peserta



Secara umum kegiatan ini berjalan dengan lancar dimulai dari penyusunan rencana, pelaksanaan kegiatan hingga dalam penyusunan jurnal ini. Hanya satu kendala yang terjadi yaitu sulitnya mendapatkan dan mengumpulkan siswa yang tertarik untuk mengikuti pelatihan. Namun terlepas dari hal itu, berdasarkan hasil survey yang kami lakukan menghasilkan para peserta merasa puas dengan pelatihan ini dan ada pula yang memberikan saran dalam pelaksanaan pelatihan tersebut akan lebih menarik jika diiringi dengan *ice breaking* atau *games*.

## Kesimpulan

Berdasarkan uraian pelaksanaan pengabdian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan ini dapat dikategorikan berhasil dengan peserta sejumlah 28 orang siswa/i di Samarinda.
2. Peserta yang hadir merasa puas dan senang atas materi yang disampaikan dan hadiah yang mereka dapatkan.

3. Peserta turut aktif dan tertarik dalam kegiatan ini yang ditunjukkan dari pertanyaan yang mereka berikan pada saat tanya jawab.
4. Peserta turut memberikan saran agar kedepannya dapat melaksanakan kegiatan seperti ini lagi dengan menambahkan *ice breaking* dan *games* agar lebih menarik.

### **Daftar Referensi**

Bakri, N. F., Simaremare, E. S., Lingga, I. S., & Susilowaty, R. A. (2021). Pelatihan Pembuatan Materi Presentasi Dan Video Pembelajaran Menggunakan Aplikasi Canva Kepada Guru di Kota Medan Dan Jayapura Secara Online. *JURNAL ILMIAH PRO GURU*.

John, D. (2018, April 12). *Pengertian Pendidikan dan Makna Pendidikan Menurut Para Ahli*. Retrieved April 21, 2021, from Silabus:  
<https://www.silabus.web.id/pengertian-pendidikan-dan-makna-pendidikan/>

Mukti, P., Sujoko, Shanty, P., & Yuniati, R. (2020). Pembelajaran Rumah Anak Berbasis Multiple Intelligence. *PLAKAT*, 2.

Prawiro, M. (2018, September 03). *Seni Rupa: Pengertian, Unsur-Unsur, Fungsi, dan Jenisnya*. Retrieved April 21, 2021, from Maxmanroe.com:  
<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/seni-rupa.html>

Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H. (2020). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat SMK di SMKN 1 Gunung Putri Bogor. *PLAKAT*.

*CHAPTER Seventeen*

**OPTIMASI USAHA BUMDES MULYA BERSAMA  
MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK UKM  
MASYARAKAT DESA MULAWARMAN**

Finnah Furqoniah, Adietya Arie Hetami, Hera, Tri Handayani,  
Syafitri, Windy DaraDinanti, Dan Ayu Fil Akhirati



**Abstrak**

Seiring dengan lahirnya Permendesa PD TT Nomor 4 Tahun 2015 semakin memberikan peluang bagi desa dalam mengembangkan potensi ekonomi melalui BUMDes. Badan Usaha Milik Desa merupakan badan usaha yang didirikan dengan tujuan untuk membantu perekonomian dan mensejahterakan kehidupan masyarakat desa. Dalam mencapai tujuan tersebut, BUMDes harusnya memiliki pengelolaan yang profesional agar mampu bersaing dengan badan usaha lainnya. Salah satunya, BUMDes Mulya Bersama yang terletak di Desa Mulawarman Kabupaten Kutai Kartanegara. Melalui dukungan dari pemerintah desa, BUMDes ini mulai menjalankan kegiatan operasionalnya pada beberapa industri rumahan yang potensial untuk dikembangkan. Permasalahan Administrasi dan Pemasaran masih menjadi kendala dalam mengembangkan bisnis karena pengetahuan terkait hal tersebut masih relatif rendah. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan BUMDes dengan memberikan pelatihan Administrasi dan Pemasaran dengan mitra sasaran BUMDes Mulya Bersama, PKK Desa Mulawarman. Output yang diharapkan dari kegiatan ini adalah agar para pengurus BUMdes dapat memahami mengenai administrasi dan pemasaran serta memiliki keahlian untuk mengimplementasikan secara langsung dalam kegiatan BUMDes.

**Kata Kunci:** BUMDes, Desa, Industri Rumahan

## **Pendahuluan**

Pembangunan pedesaan Kehadiran Undang-undang desa semakin membuka peluang dalam mengembangkan potensi guna kesejahteraan masyarakat desa. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah inovasi penting dan patut untuk diapresiasi di tengah kondisi sekarang dimana desa selalu menjadi daerah tertinggal (Sahdan, 2007). Keberadaan BUMDes sangat diperlukan untuk menggeakkan potensi desa dalam upaya mengurangi kemiskinan (Sayutri, 2011). Hal tersebut juga didukung oleh (Hardijono, 2014) bahwa pendirian BUMDes adalah jalan untuk menciptakan ekonomi pedesaan yang mandiri. Diharapkan dengan hadirnya BUMDes dapat menjadi terobosan terbaru untuk meningkatkan lajunya pertumbuhan di bidang ekonomi agar lebih merata, sehingga masyarakat desa bisa sejahtera layaknya masyarakat di perkotaan.

Sumber Daya Alam yang berlimpah di daerah pedesaan dapat mendorong desa menjadi lebih baik. BUMDes sendiri beroperasi sebagai wadah untuk menampung aspirasi kegiatan-kegiatan kemasyarakatan dalam sebuah badan usaha yang dikelola secara profesional, namun tetap mengacu pada potensi asli yang ada di desa (Zulkarnaen, 2016). Pemerintah desa harus mampu menggerakkan perekonomian melalui upaya efektif untuk memajukan kegiatan ekonomi masyarakat desa. Kesiapan pemerintah tidak hanya fokus pada dana yang diterima, melainkan lebih tertuju kepada peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat desa.

Dengan terbitnya PP Nomor 47 Tahun 2015 semakin mendorong adanya desa yang mandiri dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki sehingga BUMDes diharapkan dapat berperan dalam setiap aspek untuk peningkatan perekonomian desa

(Prasetyo, 2016). Dampak diciptakannya Peraturan yang mengatur tentang desa tidak hanya sekedar meningkatkan posisi desa, namun juga memberikan pengaruh yang besar bagi pemberdayaan masyarakat desa. Dengan adanya kebijakan pendanaan untuk desa dianggap dapat memperkuat posisi desa dari berbagai ancaman dari luar. Pada dasarnya APBN adalah sumber daya dan hak untuk seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali penduduk desa. Adanya hukum pedesaan menjadi jembatan desa untuk mendapatkan anggaran yang selama ini sulit dijangkau. Pada akhirnya anggaran negara hanya dirasakan oleh mereka yang memiliki kekuatan (Hu, 2008).

Tahun 2020 dari data Kementerian Desa tercatat jumlah BUMDes aktif berjumlah lebih dari 47.500 unit, namun hanya 41.833 yang terdaftar secara online (Sumber Direktorat Pengembangan Usaha Ekonomi Desa, 2021). Hal ini tidak lepas dari Permendes yang menyatakan bahwa pendirian, pengembangan dan pengelolaan BUMDes merupakan salah satu dari berbagai prioritas penggunaan dana desa yang tertera dalam Permendes No. 21 Tahun 2015 pasal 9. BUMDes yang dibuat sebagai tonggak kebangkitan perekonomian di desa ternyata tidak berjalan mulus karena rendahnya partisipasi masyarakat dalam proses pelaksanaannya. Pada tahun 2020, Datin Kemendesa Kutai Kartanegara mencatatkan 187 BUMDes dengan keaktifan persentasenya 46,52% dari jumlah yang ada yaitu 87 BUMDes. Hal ini tentunya dapat memberikan gambaran bagaimana perkembangan pengelolaan desa yang masih kurang baik, sehingga perlu adanya penyelesaian masalah yang tepat dan layak bagi desa.

Pengembangan BUMDes wajib dilakukan agar BUMDes yang telah hadir bisa berjalan sesuai dengan peranannya. Tujuan dan target BUMDes bisa tercapai jika dikelola secara tepat dan profesional karena pada hakikatnya BUMDes merupakan penyelesaian atas kasus-kasus yang terjadi di desa (Ramadana, Ribawanto, & Suwondo, 2013). Kesadaran akan pentingnya

peningkatan keterampilan dalam mengurus BUMDes sangat diperlukan. Umumnya permasalahan yang dialami oleh BUMDes adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan dan pemahaman SDM yang kurang memadai dalam kegiatan administrasi berupa surat-menyurat dan kearsipan.
2. Tidak pernah mendapat bimbingan tentang pengembangan usaha sehingga belum memahami secara jelas bagaimana cara pemasaran yang benar.

Salah satu BUMDes yang mengalami permasalahan tersebut adalah BUMDes Mulya Bersama Desa Mulawarman, Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara. Potensi yang dimiliki oleh Desa Mulawarman yaitu pada bidang pertanian dan perkebunan. Sehingga BUMDes Mulya Bersama melakukan kerja sama dengan UKM kelompok usaha Radja Keripik, PT KPUC dan PT Jembayan Muara Bara. Adapun kendala yang menghambat perkembangan BUMDes Mulya Bersama adalah dalam kegiatan administrasi seperti, pembuatan dokumen niaga, pengarsipan, dan pengoperasian perangkat elektronik seperti komputer yang masih sederhana. Sedangkan dalam kegiatan pemasaran, kendalanya yaitu pada kemasan yang belum memenuhi standar serta sulitnya melakukan perluasan ke ritel-ritel modern seperti Indomaret, Eramart, Lotte, dan sejenisnya.

Produk yang dihasilkan dari BUMDes Mulya Bersama adalah keripik pisang, keripik nangka, dan kerupuk nasi. Namun sistem pemasaran yang kurang luas serta pemanfaatan teknologi internet yang kurang memadai, membuat produk-produk ini hanya dikenal oleh kalangan Desa Mulawarman saja. Selain dari sistem pemasaran maupun kurangnya pemanfaatan teknologi internet, mereka juga dihadapkan dengan permasalahan dalam surat-menyurat dan pengarsipan. Hampir segala bentuk usaha industri rumahan produk-produk tersebut hanya dipasarkan dan dijual biasa

saja tanpa memperhatikan aspek-aspek lainnya, seperti branding, jalur pemasaran, packaging, surat-menyurat, dan kearsipan. Padahal branding merupakan salah satu aspek yang sangat penting, dimana branding ini dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian atas produk yang telah ditawarkan, di masa kini maupun di masa mendatang.

Pada era teknologi yang serba cepat seperti saat ini menuntut para pegiat industri bisnis mampu mengelola bisnis mereka sesuai dengan kebutuhan pasar yang kini selalu menginginkan pelayanan yang serba cepat. Keberadaan teknologi yakni internet tentunya memiliki peranan cukup besar dalam membantu pegiat bisnis dan wirausaha, salah satunya adalah dengan melakukan branding produk yang dimiliki serta memperkenalkannya kepada masyarakat melalui teknologi (Boer, Wibowo, & Arsyad, 2019). Untuk memperluas jalur pemasaran, sebaiknya pengusaha membuka sebuah situs/website/e-commerce dan mengirimkan surat-surat penawaran kepada waralaba untuk mendekatkan jarak antara produsen dengan konsumennya. Dalam surat-menyurat dibutuhkan kemampuan kearsipan untuk mengatur dan mengelola surat tersebut. Selanjutnya, Packaging merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam suatu produk agar produk tersebut memiliki pematik dan brandnya tersendiri. Selain peningkatan branding, jalur pemasaran dan packaging yang menarik, dibutuhkan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia yang terlatih dan bersaing.

## **Metode**

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan melalui beberapa tahap, sehingga diharapkan akan menghasilkan kegiatan yang bermanfaat dan membantu BUMDes berkembang dengan baik.

Memberikan seminar mengenai edukasi seputar administrasi, dan pemasaran yang terdiri dari:

1. Mengenai surat-menyurat
2. Mengenai pengarsipan
3. Mengenai branding
4. Mengenai jalur pemasaran
5. Mengenai packaging

Memberikan pelatihan tentang administrasi dan pemasaran.

1. Memberikan edukasi dalam bidang administrasi, seperti surat-menyurat dan kearsipan yang mudah diterapkan.
2. Memberikan edukasi dalam bidang pemasaran dengan bahan pemasaran produk secara umum dan intensif. Pada saat memberikan pelatihan tidak hanya membahas tentang teori saja, akan tetapi lebih terhadap pembahasan masalah yang mereka hadapi selama ini.

Pada proses pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode presentasi dan metode tanya-jawab. Lokasi pelaksanaan kegiatan berada di Balai Desa Mulawarman. Peserta pada kegiatan berjumlah 35 orang yang terdiri dari aparatur pemerintah desa, BUMDes, dan UKM di Desa Mulawarman. Adapun pihak eksternal yang mendukung kegiatan ini adalah PT KPUC dan PT Jembayan Muara Bara. Dalam mensinkronisasikan CSR-nya yang wilayah perusahaan itu masuk dalam daerah Desa Mulawarman.

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pelaku UKM rumahan yang dikelola oleh BUMDes Mulya Bersama mampu memahami dan menerapkan kegiatan administrasi berupa surat-menyurat dan kearsipan dengan baik. Selain itu, mereka juga telah mampu dalam menghasilkan berbagai macam keripik dengan mutu yang tinggi untuk meningkatkan kualitas produk. Hal ini dibuktikan dengan

keikutsertaan para masyarakat desa dalam pembuatan keripik, dimana ketertarikan mereka dalam mengembangkan bisnis industri rumahan ini dapat dilihat dari observasi dan sesi tanya jawab yang antusias pada saat pelatihan berlangsung. Hasil yang dicapai melalui kegiatan pengabdian yang terlaksana yaitu:

1. Mengadakan pelatihan dengan memberikan pemahaman mengenai surat-menyurat dan kearsipan dalam rangka membuat surat penawaran dan pengelolaan dokumen yang tepat untuk kegiatan internal selama berjalannya BUMDes.
2. Pelatihan Branding, pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para peserta mengenai sistem branding, pembuatan logo dan slogan, serta jalur pemasaran, seperti pemasaran melalui media sosial dan toko, sistem reseller, serta iklan promosi.
3. Pelatihan Packaging, pelatihan ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman mengenai kemasan akan menjadikan suatu produk menjadi menarik, kemasan sebagai alat informasi bagi para konsumen, serta kemasan dapat dijadikan sebagai daya saing suatu produk.
4. Mengadakan edukasi terkait potensi dari BUMDes Mulya Bersama dengan produk berupa keripik pisang, keripik nangka dan kerupuk nasi yang dihasilkan dengan tema
5. Pelatihan BUMDes Mulya Bersama, hal ini dalam rangka untuk menemukan pemecahan yang tepat dalam meningkatkan kualitas produk UKM masyarakat desa yang telah bekerja sama juga dengan PT. KPUC dan PT. Jembayan Muarabara sebelumnya.

## **Evaluasi Kegiatan**

Berdasarkan hasil pelatihan yang diadakan tanggal 27 Maret 2021 pada Desa Mulawarman, Kecamatan Tenggara

Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara dapat dijelaskan indikator-indikator evaluasi, yaitu:

**Tabel 1 Indikator-indikator Evaluasi**

No	Program Kegiatan	Penilaian Peserta				Kriteria
		Jumlah peserta (orang)	Tidak Setuju	Setuju	Persentase	
1.	Pelatihan BUMDes Mulya Bersama Desa Mulawarman	35	2	33	94	Sangat baik
	Waktu pelaksanaan menyesuaikan jadwal, narasumber terlatih, materi dan informasi yang pelatihan sangat membantu peserta untuk menambah wawasan, serta pelatihan ini perlu adanya kelanjutan di masa mendatang					
2.	Seminar dan sesi tanya jawab	35	2	33	94	Sangat baik
	Seminar mengenai administrasi dan pemasaran memberikan pengetahuan, membantu meningkatkan kemampuan dalam suratmenyurat, kearsipan, serta mengenai kegiatan					

	pemasaran antara lain branding, dan packaging.					
--	--	--	--	--	--	--

Dilihat dari tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa penilaian peserta sangat baik terhadap kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Mulawarman berkaitan dengan Pelatihan BUMDes Mulya Bersama Desa Mulawarman.

Berikut dokumentasi kegiatan pengabdian yang telah dilakukan:



**Gambar 1. Peserta Pelatihan BUMDes**



**Gambar 2. Jenis produk Raja Keripik**



**Gambar 3. Alat produksi**



**Gambar 4. Kunjungan ke salah satu rumah produksi**

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pelatihan dan seminar yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan administrasi meliputi surat-menyurat dan kearsipan sudah cukup baik. Dalam kegiatan produksinya sendiri menggunakan alat yang modern, bahan baku yang berkualitas, dan higienis, sehingga menghasilkan cita rasa yang dapat bersaing dengan produk lainnya. Namun sebaliknya, dilihat dari segi pemasaran produk masih terdapat kendala yaitu branding dan packaging. Sehingga perlu adanya pendampingan intensif guna meningkatkan mutu dari produk tersebut.

## **Daftar Referensi**

Boer, K. M., Wibowo, S. E., & Arsyad, A. W. (2019). Edukasi Pemasaran Dan Branding Dalam Meningkatkan Skill

Kewirausahaan. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 39-40.

Hardijono. (2014). Economic Independence of The Village Through Institutional Village Enterprises (BUMDes). *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)* 3(2), 21-30.

Hu, Z. (2008). Power to the People? Villagers self-rule in a North China village from the local's point of view. *Journal of Contemporary China* 17(57), 611-631.

Prasetyo, R. A. (2016). Peranan BUMDes Dalam Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat di Desa Pejamban Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Dialektika*, 10 (1) 86-100.

Ramadana, C. B., Ribawanto, H., & Suwondo. (2013). Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai Penguatan Ekonomi Desa (Studi Di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1068-1076.

Sahdan. (2007). Membebaskan Desa dari Jeratan Kemiskinan. *Mudik VIII*.

Sayutri, M. (2011). Pelembagaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai penggerak Potensi Ekonomi Desa dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan di Kabupaten Donggala. *Jurnal ACADEMICA Fisip Untad* 3(2), 717-728.

Sumber Direktorat Pengembangan Usaha Ekonomi Desa. (2021, Maret 28). *Daftar Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. From <http://datin.kemendes.go.id>

Zulkarnaen, R. (2016). Pengembangan Potensi Ekonomi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Pondok Salam Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Dharmakarya*, 5(1).

