

Sosialisasi *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis

¹Yusi Irensi Seppa, ²Siti Syarifah Wafiqah Wardah, ³Maya Kasmita,
⁴Andi Muhammad Rivai, ⁵Dyan Paramitha Darmayanti.

yusi.irensi.seppa@unm.ac.id, syarifah.wafiqah@unm.ac.id, mayakasmita@unm.ac.id,
andi.rivai@unm.ac.id, dyanparamitha@unm.ac.id

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Makassar,

ARTICLE INFO

Article History

Received : 15 Maret 2024

Accepted : 20 April 2024

Published: 24 April 2024

Corresponding author:

Email: yusi.irensi.seppa@unm.ac.id
DOI: <https://doi.org/10.61220/sipakatau>
Copyright © 2024 The Authors



This is an open access article under the CC BY-SA license

ABSTRACT

Kesuksesan sebuah bisnis sangat bergantung dari bagaimana cara mengelolanya, inovasi serta modifikasi yang dilakukan agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat terus bersaing dan menjadi pilihan para pelanggan dan salah satunya dapat diwujudkan dengan adanya pemanfaatan *Content Marketing*. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis terkait *Content Marketing* Untuk Pemula dalam mengembangkan usaha. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada materi Sosialisasi *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis, khususnya mahasiswa Angkatan 2023 fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar. Dari hasil evaluasi ini terlihat bahwa sebagian besar peserta sosialisasi sangat setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi dan bisa merasakan manfaatnya dengan sangat baik. Pemahaman akan pemanfaatan *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha secara optimal akan memberikan manfaat bagi mahasiswa.

Kata Kunci: Sosialisasi, Marketing, Content Marketing, Pemula, Usaha

ABSTRACT

The success of a business really depends on how it is managed, the innovations and modifications made so that the products or services offered can continue to compete and become the choice of customers and one of these can be realized by using Content Marketing. This Community Service aims to provide knowledge and understanding to Business Administration Study Program students regarding Content Marketing for Beginners in developing businesses. This service activity focuses on Content Marketing Socialization material for Beginners in Developing Businesses for Business Administration Students, especially Class of 2023 students, Faculty of Social Sciences and Law, Makassar State University. From the results of this evaluation, it can be seen that the majority of socialization participants strongly agree with the evaluation results of socialization activities and can feel the benefits very well. Understanding the optimal use of Content Marketing for Beginners in Developing a Business will provide benefits for students.

Keywords: Socialization, Marketing, Content Marketing, Beginner, Business

1. PENDAHULUAN

Pemasaran sangat penting dalam bisnis karena dapat menentukan keberhasilan perusahaan. Saat ini, perspektif kemasyarakatan lebih cocok untuk pemasaran karena pemasaran memiliki hubungan yang luas dengan masyarakat. Pandangan kemasyarakatan terhadap pemasaran adalah dasar dari banyak kegiatan pemasaran bisnis kontemporer. Proses manajemen pemasaran juga sangat terkait dengan perkembangan teknologi (Abdullah &

Francis, 2019).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan internet menjadi sangat penting untuk melakukan aktivitas sehari-hari, baik untuk komunikasi maupun untuk kebutuhan lain seperti belajar, membantu pekerjaan, dan masih banyak lagi. Perkembangan teknologi digital menjadi kekuatan besar dalam mentransformasi aktivitas bisnis, khususnya pada proses pemasaran (Kamuri, 2021). Banyak persaingan, yang biasanya berasal dari perusahaan lain yang sebanding, adalah masalah saat ini yang dihadapi perusahaan. Jumlah persaingan yang meningkat membuat pelanggan lebih dimanjakan oleh beragamnya pilihan produk, yang tentunya membuat mahasiswa lebih cerdas dan selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan anggaran mahasiswa. Fokus pemasaran konsumen adalah kepuasan pelanggan. Usaha di bidang mana pun harus melakukan berbagai hal untuk tetap eksis dalam pemasaran. Membuat strategi promosi yang unik dan berbeda dengan mengikuti perkembangan teknologi, seperti promosi *online* yang bertujuan untuk menyampaikan pesan promosi yang menarik dan gampang diingat oleh pelanggan, adalah salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan.

Marketing memegang peranan sangat penting dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan atau pebisnis sangat penting untuk memiliki strategi yang tepat dan efisien guna merebut pasar selalu melangkah dan juga harus mengembangkan metode strategi sebagai kerangka acuan untuk mengembangkan usahanya (Ayesha et al., 2022). Kerangka acuan diperlukan untuk menentukan kebenaran tindakan yang sudah diambil. Keberlangsungan bisnis sangat bergantung pada bagaimana perusahaan dapat menguasai pasar dan merebut hati pelanggan. Semakin besar sebuah perusahaan, semakin banyak masalah internal dan eksternal yang dihadapinya. Untuk mencapai hal ini, organisasi harus mampu memahami berbagai kemungkinan dan risiko yang muncul dari lingkungan tersebut. Mahasiswa harus memahami kekuatan dan kelemahan mahasiswa untuk membuat keputusan yang baik. Perusahaan harus memperhatikan pola dan preferensi konsumen yang sangat berubah. Masyarakat saat ini dengan adanya internet dan teknologi yang semakin canggih banyak yang menggunakan media sosial dalam menjalankan proses pemasaran bisnisnya. Melalui perkembangan teknologi, banyak pelaku bisnis mulai meninggalkan model pemasaran tradisional dan beralih ke pemasaran modern berbasis teknologi digital karena dianggap lebih efektif dan dapat menjangkau konsumen dalam skala yang luas dengan berbagai situasi dan kondisi (Ridwan et al., 2019).

Menciptakan dan menjalankan usaha secara online untuk mendapatkan keuntungan adalah kemampuan yang dimiliki oleh para pengusaha yang menggunakan teknologi internet. Teknologi baru sangat membantu mendapatkan data dengan cepat. Manusia lebih kreatif dalam pemasaran dan penjualan berkat teknologi. Dengan menggunakan teknologi terkini, pemasaran produk telah berkembang. Teknologi membantu manusia menyelesaikan tugas lebih cepat. Di era digital saat ini, *content marketing* sangat penting untuk menjalankan bisnis, terutama untuk menarik minat konsumen. Pemasaran digital identik dengan iklan konten yang menarik. Jadi, untuk menampilkan konten yang menarik, para bisnis, terutama pengelola konten, akan membutuhkannya. Untuk menampilkan konten yang mudah untuk menggugesti pelanggan, proses editing foto dan video dapat digunakan. Bisnis pemasaran konten dirancang untuk memenuhi kebutuhan target konsumen. Seringkali pemula memiliki banyak rencana tetapi tidak ada satu pun yang direalisasikan, tidak mempunyai langkah apa pun untuk memulai. Sebagai seorang pebisnis, jangan pernah takut rugi. Kesuksesan sebuah bisnis sangat bergantung dari bagaimana cara mengelolanya, inovasi serta modifikasi yang dilakukan agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat terus bersaing dan menjadi pilihan para pelanggan dan salah satunya dapat diwujudkan dengan penggunaan teknologi digital dengan adanya *Content Marketing*.

Dengan mempertimbangkan semua hal di atas, diputuskan bahwa melakukan kegiatan yang berfokus pada *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis, khususnya mahasiswa Angkatan 2023 fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar adalah langkah penting. Melalui PkM ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa untuk dapat mengetahui bagaimana *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha.

2. METODE

Metode yang digunakan terstruktur memiliki empat bagian utama, meliputi perencanaan, pelaksanaan kegiatan, observasi, dan evaluasi.

2.1 Perencanaan

Adapun kegiatan pertama adalah:

- a. Materi pelatihan menyesuaikan berdasarkan target capaian PkM
- b. Sosialisasi rencana PkM pada mahasiswa
- c. Kesepakatan jadwal dan sosialisasi bersama

2.2 Pelaksanaan Kegiatan

- Peserta kegiatan diuji tentang pemahaman mahasiswa tentang fungsi *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha. Mahasiswa juga akan diuji cara tepat dalam memantau mahasiswa terkait pelaksanaan kegiatan pemasaran bagi pemula.
- Pemaparan materi mengenai fungsi *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha
- Evaluasi hasil pemberian materi melalui Post test/Kuesioner

2.3 Observasi

Selama proses sosialisasi observasi tambahan untuk mengawasi reaksi dan keterlibatan peserta dalam materi sosialisasi.

2.4 Evaluasi

Setelah sosialisasi, akan ada proses tindak lanjut dan pemantauan untuk memantau bagaimana sikap mahasiswa setelah PKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PkM ini berfokus pada materi Sosialisasi *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis, khususnya mahasiswa Angkatan 2023 fakultas Ilmu Sosial dan Hukum UNM.



Gambar 1 Pelaksanaan PKM Secara Daring

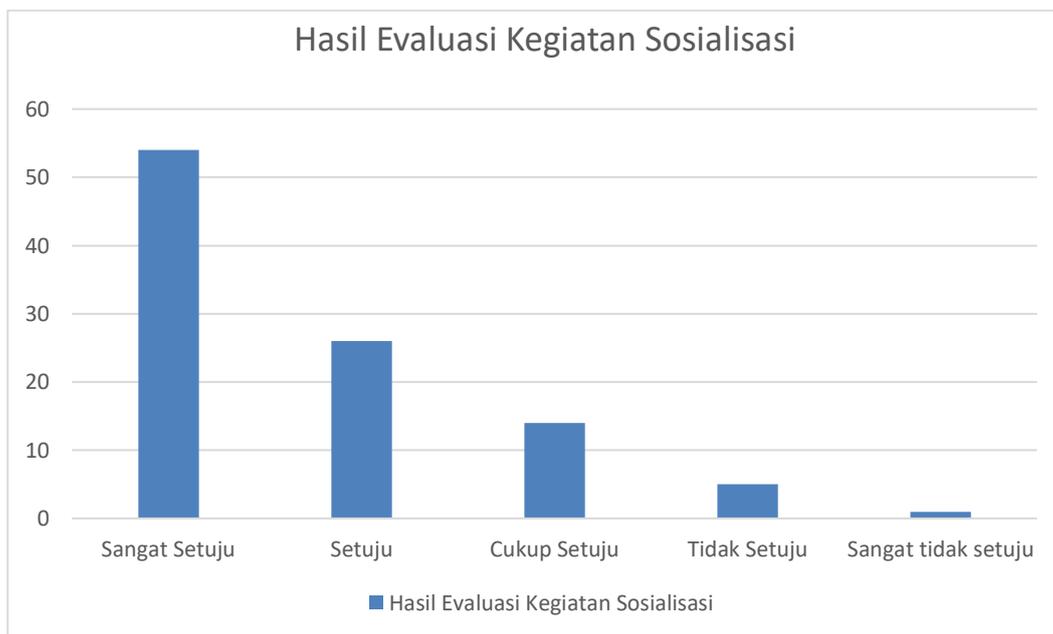


Gambar 2 Pelaksanaan PKM Secara Luring

Bentuk sosialisasi yang dilakukan adalah sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung. Sosialisasi langsung merupakan tahap sosialisasi yang dilakukan secara tatap muka tanpa menggunakan media atau perantara komunikasi sedangkan sosialisasi tidak langsung merupakan bentuk sosialisasi dengan menggunakan perantara atau alat komunikasi. Sosialisasi tidak langsung pada zaman yang serba canggih ini sering menggunakan media

komunikasi seperti zoom. Materi yang disampaikan dalam sosialisasi ini terkait pemahaman mahasiswa terkait *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha. Salah satu caranya yaitu dengan memperkenalkan jenis-jenis *content marketing* dan manfaatnya,

Gambar 3 dibawah ini merupakan gambar hasil presentase evaluasi kegiatan sosialisasi yang didapatkan setelah peserta mengisi dan menjawab pertanyaan evaluasi melalui *google form* yang disebar. Peserta menjawab pertanyaan evaluasi dan diperoleh hasil sebesar 54% menjawab sangat setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi, sebesar 26% menjawab setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi, sebesar 14% menjawab cukup setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi, sebesar 5% menjawab tidak setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi, dan sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi. Dari hasil evaluasi ini terlihat bahwa sebagian besar peserta sosialisasi sangat setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi dan bisa merasakan manfaatnya dengan sangat baik.



Gambar 3 Hasil Evaluasi Kegiatan Sosialisasi

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam rangka sosialisasi kepada mahasiswa terkait *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha Bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis, khususnya mahasiswa Angkatan 2023 fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar maka diperlukan pemahaman yang baik kepada mahasiswa terkait *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini maka baik dosen dan mahasiswa akan memiliki pemahaman yang lebih mendalam lagi terkait *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha. Dari hasil evaluasi ini terlihat bahwa sebagian besar peserta sosialisasi sangat setuju dengan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi dan bisa merasakan manfaatnya dengan sangat baik. Pemahaman akan pemanfaatan *Content Marketing* Untuk Pemula Dalam Mengembangkan Usaha secara optimal akan memberikan manfaat bagi mahasiswa.

Saran yang diusulkan terkait pelaksanaan PkM ini adalah PkM selanjutnya untuk dapat berkolaborasi dengan melibatkan mitra atau praktisi ahli sebagai narasumber langsung dan dilengkapi dengan fasilitas yang sangat memadai untuk menunjang kelancaran kegiatan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam Pelaksanaan sosialisasi, dimulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan tidak akan terlepas dari

rahmat dan hidayah Allah SWT, selain itu kami juga menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan banyak bantuan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terselenggara. Untuk itu, kami menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada: Rektor Universitas Negeri Makassar (UNM), Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum UNM, Ketua jurusan Ilmu Administrasi UNM, Ketua Prodi Administrasi Bisnis UNM, para dosen, dan tentunya para mahasiswa, dan tenaga kependidikan yang ada di prodi Administrasi Bisnis Universitas Negeri Makassar (UNM).

REFERENSI

- Abdullah, T., & Francis, T. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Depok.
- Ayesha, I. et al. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT. Global Eksekutif Teknologi. Padang.
- Dharmawan, A., & Ibrahim, N. 2019. Dampak Sosial Media terhadap MLM X. *Jurnal STRATEGI*. 1(November), pp. 595–604. Available at: <http://strategi.it.maranatha.edu/index.php/strategi/article/view/118%0Ahttps://strategi.it.maranatha.edu/index.php/strategi/article/download/118/38>.
- Fahimah, M., & Ningsih, L.A. 2022. Strategi Content Marketing dalam Membangun Customer Engagement. *Benchmark*. 3(1), pp. 43–52. Available at: <https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i1.283>.
- Indriarti, R. and Rachmawati Chaidir, N. 2021. Penerapan Quantitative Strategic Planning Matrix (Qpsm) Untuk Merumuskan Strategi Bisnis, *Jurnal MANAJERIAL*, 20(1), pp. 159–170. Available at: <https://doi.org/10.17509/manajerial.v20i1.41179>.
- Kamuri, K.J. 2021. Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), pp. 225–238. Available at: <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4784>.
- Seppa, Y.I. et al. 2024. Faktor Sosial Dalam Analisis Perilaku Konsumen Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk., *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (JADBISFISH)* Vol. 3, No. 1, Januari 2024, Pages 83-92 Homepage: <http://ojs.unm.ac.id>
- Sugiharsono., & Wahyuni, D., 2019. *Dasar-Dasar Ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.