

MENUMBUHKAN KREATIFITAS, INOVASI DALAM MANAJEMEN PEMASARAN MELALUI TEKNOLOGI DAN KOMUNIKASI DI KALANGAN MAHASISWA UIN ANTASARI

Irma Sucidha¹, Ika Irayana², Adista Anjar Diany³, Yuliani⁴

^{1,3}STIE Pancasetia Banjarmasin

²UIN Antasari Banjarmasin

⁴ASMI Citra Nusantara Banjarmasin

*E-mail: irmasucidha@gmail.com

ABSTRAK

Sebagai seorang mahasiswa yang unggul, diperlukan kemandirian dalam mengembangkan keilmuan yang didapatnya, terutama untuk bisa memberikan manfaat ke lingkungan sekitar. Salah satunya dengan mengembangkan jiwa kewirausahaan. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pelatihan kewirausahaan yang dilakukan pada mahasiswa-mahasiswi program studi PIAUD di UIN Antasari mengenai peningkatan peran mereka dalam pengembangan bisnis. Agar berjalan dengan baik, diperlukan manajemen pemasaran yang tepat dengan menumbuhkan kreatifitas serta inovasi yang tepat dalam kegiatannya. Dan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK), maka mahasiswa akan lebih mudah menganalisis bisnis serta memutuskan beberapa hal penting terkait bisnis, konsumen yang dituju serta pemasaran yang tepat guna mendukung bisnis yang akan dijelankannya.

Kata kunci: kewirausahaan, bisnis, kreatifitas, inovasi, teknologi informasi, komunikasi

GROWING CREATIVITY, INNOVATION IN MARKETING MANAGEMENT THROUGH TECHNOLOGY AND COMMUNICATION AMONG UIN ANTASARI STUDENTS

ABSTRACT

As an excellent student, independence is needed in developing the knowledge he has acquired, especially to be able to provide benefits to the surrounding environment. One of them is by developing an entrepreneurial spirit. This research provides an overview of the entrepreneurship training carried out for students of the PIAUD study program at UIN Antasari regarding the importance of increasing their role in business development. In order for it to run well, proper marketing management is needed by fostering appropriate creativity and innovation in its activities. And with the development of information and communication technology (ICT), it will be easier for students to analyze business and decide several important things related to business, target consumers and appropriate marketing to support the business they will run.

Keywords: *entrepreneurship, business, creativity, innovation, information technology, communication*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, ilmu kewirausahaan menjadi hal yang penting bagi mahasiswa. Dimana ilmu ini akan membantu mahasiswa dalam mengembangkan karir serta memberikan banyak pengalaman baru yang bersifat praktis dan membentuk jaringan profesional yang dapat mereka manfaatkan. Dengan adanya jiwa kewirausahaan, menjadikan mahasiswa lebih unggul karena dinilai memiliki keunggulan tersendiri dalam pengalaman kewirausahaan. Namun jika hanya memiliki jiwa kewirausahaan namun tidak memiliki kepekaan dalam mengembangkan usahanya seperti pemahaman mengenai bagaimana memasarkan produk olahannya, ataupun produk orang lain yang dipasarkannya.

Keterlibatan dalam metode pemasaran guna mendukung proses kewirausahaan yang dilaksanakan dimana banyak keterlibatan pihak dalam membangun jaringan bisnis yang akan

dijalani. Keterlibatan beberapa pihak seperti investor, rekan bisnis dan bimbingan mentor tentu menjadi point tersendiri dalam proses pengembangan bisnis. Apalagi adanya dukungan berbagai kemajuan teknologi dan komunikasi yang dapat dimanfaatkan dalam memperluas jaringan bisnis yang dijalankan. Tidak mudah menjalankan sebuah usaha atau bisnis, diperlukan pengetahuan khusus serta kemauan dan kerja keras agar bisnis yang direncanakan berjalan sebagaimana mestinya.

Kemajuan teknologi dan komunikasi tidak hanya menjadikan bisnis semakin berkembang, namun juga membuka peluang para mahasiswa dalam mencari pekerjaan serta memiliki atau menjalani karir yang bagus. Ini menjadi hal yang penting mengingat perkembangan dan persaingan antar mahasiswa dalam era globalisasi dewasa ini semakin meningkat seiring tuntutan akan menjadi sumber daya manusia yang unggul. Tidak hanya sebagai kunci kesuksesan dalam hubungan pendirian sebuah bisnis, ilmu kewirausahaan dewasa ini menjadi point penting sebagai keterampilan khusus yang membantu mahasiswa dalam mencapai kesuksesan melalui ide kreatif dan tingkat inovasi dalam berbagai bidang.

Berbicara mengenai peluang usaha, para pelaku usaha setidaknya tidak hanya mampu memanfaatkan ilmu kewirausahaannya, namun juga dituntut untuk bisa memahami karakteristik konsumennya. Apa yang mereka inginkan, dan apakah bisnis yang dijalankan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Untuk hal tersebut, tampaknya pelaku usaha dewasa ini akan lebih mudah memahami konsumennya bahkan bisa mempertahankan pelanggan, apabila bisa memanfaatkan kemajuan teknologi dan komunikasi yang saat ini berkembang.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam pelatihan ini adalah mahasiswa-mahasiswa fakultas tarbiyah dan keguruan program studi Program studi PIAUD di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang saat ini berada di semester 5.

Tujuan Pelatihan

Bagi mahasiswa di jurusan PAUD misalnya, ilmu kewirausahaan dapat membantu dalam pengembangan diri, bisa dalam menciptakan lapangan kerja seperti membuka tempat kursus membaca, daycare, pembuatan games edukasi dan sebagainya. pengembangan lainnya juga bisa membangun dan menyalurkan semangat kewirausahaan seperti kreatifitas dalam menyelenggarakan market day dalam membantu penjualan produk hasil kreasi anak, pendidik maupun orang tua murid. Atau juga bisa menyelenggarakan jasa penyewaan kostum, make up anak ataupun kegiatan makan bersama di lingkungan sekolah.

Tujuan Pelatihan

METODE

Penyajian materi pada kegiatan pengabdian kali ini dilakukan dengan ceramah dan diskusi interaktif dengan para peserta yang merupakan mahasiswa fakultas tarbiyah dan keguruan program studi Program studi PIAUD di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin pada tanggal 18 Agustus 2024 selama 1 hari. Paparan disajikan dalam 2 materi yaitu materi pertama memaparkan tentang kreatifitas dan inovasi yang berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi saat ini. kemudian dilanjutkan dengan paparan mengenai teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Selain memaparkan materi, para mahasiswa juga diajak berdiskusi mengenai peluang dan tantangan bisnis pendidikan saat ini, serta bagaimana TIK dapat membantu mereka dalam mengembangkan bisnis mereka. Total pertemuan dilakukan dalam 3 jam sejak pukul 09.00 sampai 12.00 wita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Kreatifitas dan inovasi adalah kekuatan pendorong dalam dunia pemasaran. Mereka membantu bisnis menonjol dari persaingan dan menjangkau target pasar dengan cara yang baru dan menarik. Kreatifitas juga disebut sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan orisinal. Inovasi adalah penerapan ide-ide baru untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan bernilai. Sebagai seorang mahasiswa, sangat lah penting menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan banyak ide, kreatifitas dan inovasi.

Pentingnya Kreatifitas dan Inovasi dalam Pemasaran, dimana lhal ini akan berguna untuk memenangkan persaingan, menarik perhatian pelanggan, dan membangun citra merek yang kuat. Pemahaman lebih harus dititik beratkan pada beberapa hal seperti memahami keunggulan kompetitif yaitu membedakan bisnis yang dijalankan dengan pesaing. Hal lainnya seperti keterlibatan pelanggan dengan menarik perhatian serta berguna dalam membangun koneksi bisnis. Serta jangan lupakan adanya citra merek yang dapat digunakan untuk membangun identitas yang kuat dan unik.

Dalam dunia bisnis kreatifitas juga digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi peluang pasar yang dituju. Sebagai mahasiswa PIAUD, pasar apa yang dituju harus dengan tepat ditelaah agar bisnis yang dirancang akan berjalan dengan baik. Apalagi bisnis pendidikan menjadi bisnis yang dapat menjanjikan untuk dikembangkan dimasa yang akan datang. Sebelum memulai bisnis alangkah bagusnya dimulai dengan melakukan riset pasar. Dimana kegiatan ini merupakan kegiatan kita dalam melakukan analisis dan pemetaan terhadap kebutuhan pelanggan. Misalnya, dalam membuka kursus belajar membaca misalnya, apakah lingkungan sekitar kita memerlukan jenis pelatihan tersebut atau tidak. Salah satu nya dengan melihat juga apakah terdapat keberadaan TK atau paud di sekitar tempat kita tersebut. Setelah riset pasar, maka perlu melakukan pemahaman mengenai adanya pesaing yang disebut analisis kompetitif. Analisis ini bertujuan memahami kekuatan dan kelemahan pesaing. Terakhir lakukan ideasi dengan membangkitkan ide-ide baru dan inovatif.

Membuka suatu bisnis berarti menjual produk atau jasa tertentu, dan dalam perjalanannya sangat penting untuk dapat mengembangkan produk atau jasa yang inovatif. Membuat produk atau jasa yang inovatif, memberikan nilai tambah kepada pelanggan, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Terdapat beberapa kegiatan dalam pengembangan produk atau jasa yaitu

1. Fase ideasi yaitu Membangkitkan dan mengembangkan ide-ide baru
2. Prototipe yaitu Membuat versi awal produk atau jasa
3. Pengujian yaitu Menguji dan memperbaiki produk/jasa
4. Peluncuran yaitu Meluncurkan produk/jasa ke pasar

Pengembangan strategi pemasaran yang kreatif akan membuat pesan pemasaran yang unik, menarik, dan relevan dengan target pasar, dengan menggunakan pendekatan yang kreatif dan inovatif. Ada berbagai cara mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif, misalnya yang saat ini sedang marak terjadi yaitu dengan membuat konten pemasaran yang menari, informative dan menghibur. Pemanfaatan pemasaran secara digital juga bisa disebut sebagai salah satu strategi yang kreatif. Dimana kegiatan ini dilakukan dengan Memanfaatkan media sosial, email, dan platform digital. Selain digitalisasi yang dilakukan, penting pula menjalin hubungan masyarakat baik secara langsung maupun terhubung melalui media elektronik ataupun dengan pemanfaatan kehadiran influencer.

Berhasil atau tidaknya atas adanya inovasi dalam pemasaran dilakukan agar bisa mengukur dampak kegiatan pemasaran terhadap keberhasilan bisnis yang dijalankan. Pengukuran tersebut bisa dilakukan dengan mengukur melalui :

1. Tingkat konversi yaitu persentase pengunjung yang melakukan pembelian. Hal ini dimaksudkan agar dapat meningkatkan penjualan
2. ROI pemasaran yakni tingkat keuntungan yang diperoleh dari investasi pemasaran yang dilakukan. Hal ini dimaksudkan untuk dapat meningkatkan efisiensi keuangan atas aktivitas pemasaran
3. Kepuasan pelanggan, yaitu pengukuran dari tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk/jasa. Dimana hal ini akan dilakukan untuk membangun loyalitas pelanggan itu sendiri, agar selalu memakai produk ataupun jasa yang kita jual

Digitalisasi pemasaran, tidak terlepas dari adanya peranan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah merubah cara kita hidup, bekerja, dan berinteraksi. TIK mencakup berbagai teknologi, dari komputer dan internet hingga perangkat mobile dan media sosial. Dalam sejarahnya perkembangan TIK melalui beberapa tahap yaitu:

1. Era Awal (1940-an) yang ditandai Munculnya komputer pertama, ENIAC, membuka jalan bagi revolusi teknologi.
2. Era Komputerisasi (1950-an-1970-an) dimana Perkembangan transistor dan mikroprosesor memungkinkan komputer menjadi lebih kecil dan terjangkau, membuka akses bagi lebih banyak orang.
3. Era Internet (1980-an-sekarang) dimana Kehadiran internet mengubah dunia menjadi sebuah jaringan global yang saling terhubung, mendorong pertumbuhan pesat teknologi informasi.

Untuk mendukung TIK dalam kegiatannya, diperlukan pemahaman akan beberapa komponen utama dari TIK yaitu:

- a. Perangkat keras, yaitu Komponen fisik TIK, seperti komputer, smartphone, server, dan jaringan.
- b. Perangkat lunak, yaitu Program dan instruksi yang memberi tahu perangkat keras apa yang harus dilakukan, seperti sistem operasi, aplikasi, dan database.
- c. Jaringan, dimana Sistem yang menghubungkan berbagai perangkat dan memungkinkan komunikasi dan berbagi data, seperti internet, jaringan lokal, dan jaringan nirkabel.

Dengan pemahaman adanya komponen TIK, maka mahasiswa PIAUD lebih bisa memahami peranan TIK dalam kehidupan sehari-hari seperti pada:

- a. Kegiatan komunikasi, dimana TIK memfasilitasi komunikasi jarak jauh yang mudah dan cepat melalui berbagai platform seperti telepon, email, dan media sosial
- b. Keberadaan akses informasi, dimana TIK memberikan akses mudah ke berbagai informasi, baik melalui mesin pencari, situs web, dan basis data.
- c. Sebagai media penyedia hiburan seperti music, film, game dan media streaming online
- d. Media Pendidikan, dimana dewasa ini TIK memberikan akses ke berbagai sumber belajar, seperti e-learning, pembelajaran online, dan platform pendidikan digital.

Sehingga kehadiran TIK diberbagai bidang melalui berbagai aplikasi diketahui memiliki peran penting. Seperti pada beberapa bidang berikut:

- a. Di bidang bisnis, diketahui bahwa TIK membantu dalam efisiensi operasional, pemasaran online, analisis data, dan manajemen rantai pasokan.

- b. Di bidang pendidikan, diketahui TIK dapat meningkatkan kualitas pendidikan melalui pembelajaran online, sumber belajar digital, dan kolaborasi jarak jauh.
- c. Di bidang kesehatan, keberadaan TIK digunakan dalam diagnosa penyakit, monitoring pasien, penyimpanan data medis, dan telemedicine.
- d. Di bidang pemerintahan, adanya TIK mempermudah layanan publik, transparansi informasi, dan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan.

Sebagai mahasiswa yang peka terhadap perubahan teknologi komunikasi yang dewasa ini semakin massif. Diperlukan pengetahuan untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi berbagai tantangan dan isu-isu dalam pemanfaatan TIK. Misalnya mengenai pengamanan data. Dimana data memegang peranan penting dalam setiap informasi. Perlu pengamanan data untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti ada kejahatan siber ataupun disalahgunakan untuk transaksi illegal. Selain itu juga akan ada kesenjangan digital, yaitu terdapat TIK mempermudah layanan publik, transparansi informasi, dan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. Sehingga perlu pemahaman dan dan upaya membentuk etika dan privasi dalam penggunaan TIK yang bertanggung jawab serta etis, diiringi pula adanya perlindungan privasi data pengguna.

Dengan berbagai pengembangannya, TIK yang berkembang di masyarakat memiliki dampak – dampak baik secara positif maupun secara negative. Secara singkat dampak positif dan negative dari adanya TIK di lingkungan masyarakat yaitu antara lain:

Tabel 1 Perbandingan Dampak TIK pada masyarakat

| Dampak positif | Dampak negatif |
|---|--|
| Peningkatan akses informasi dan komunikasi | Ketergantungan pada teknologi dan isolasi sosial |
| Kemudahan dalam mendapatkan pendidikan dan hiburan | Penurunan interaksi sosial dan kemampuan komunikasi tatap muka |
| Peningkatan efisiensi dan produktivitas dalam berbagai bidang | Resiko kecanduan dan gangguan kesehatan mental |

Terlepas dari adanya dampak positif dan negative dari keberadaan TIK, setidaknya mahasiswa dapat memahami akan adanya prospek dan tern masa depan dari keberadaan TIK yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Keberadaan TIK memungkinkan komputasi awan (cloud) yang dapat meningkatkan penggunaan layanan komputasi dan penyimpanan data berbasis cloud, sehingga database akan lebih banyak dapat disimpan.

Selain itu, keberadaan kecerdasan buatan (artificial intelligence/AI) atau teknologi yang sengaja dirancang untuk membuat komputer atau mesin dapat berfikir dan atau bekerja sama seperti manusia. Kemampuannya yang mampu meniru kecerdasan dan pemikiran seperti manusia dalam memecahkan masalah dan belajar seperti mengenali gambar, bentuk, menulis, membuat prediksi berbasis data dan informasi sebagai asas membuat keputusan, dan lainnya. AI dapat digunakan mahasiswa untuk menganalisa bisnis yang dijalankan serta membantu memproyeksi perkembangan bisnisnya di masa yang akan datang. Termasuk menganalisa pelanggan dan mengadakan pelayanan pelanggan yang optimal

Selain AI, TIK dalam jangka panjang akan mengedepankan prinsip internet of things (IoT) dimana Konektivitas perangkat dan sensor yang saling terhubung untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas hidup. Dalam dunia bisnis, IoT merujuk pada otomatisasi dan pengumpulan data dalam operasional bisnis yang lebih efisien. Konsep ini mengandalkan jaringan perangkat terhubung yang dapat berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain.

Dengan sistem manajemen pusat, IoT memberikan insight yang berharga untuk pengambilan keputusan. Dengan pemanfaatan IoT, bisnis dapat memonitor kinerja operasional secara real-time. Setiap bisnis pasti dirancang untuk melakukan perluasan daerah bisnis, untuk dapat memperoleh keuntungan yang besar, oleh karena itu dukungan IoT diharapkan mampu membuka jalan untuk analisis prediktif dan pemeliharaan prediktif sehingga mengurangi downtime dan meningkatkan efisiensi operasional

Terakhir, keberadaan TIK akan mengubah pola hidup masyarakat termasuk pola konsumsi dan lain sebagainya. Adanya TIK juga ditandai dengan penggunaan Penggunaan VR (Realitas Virtual) dan AR (Realitas Tambahan) dalam hiburan, pendidikan, dan pelatihan. Dan dalam bisnis, *Augmented reality* bermanfaat untuk meningkatkan *customer experience, engagement*, dan penjualan. Sedangkan penggunaan teknologi *Virtual Reality* (VR) membantu konsumen untuk melihat detail keseluruhan suatu tempat seolah mereka benar-benar berada di sana. Salah satu contoh penggunaannya seperti adanya IKEA Place, Pokemon go, dan lain sebagainya.

SIMPULAN

Dengan pelatihan yang sudah dijalankan, maka mahasiswa mampu memahami beberapa hal seperti:

1. Kreatifitas dan inovasi penting untuk sukses dalam dunia pemasaran yang kompetitif. Bisnis harus terus beradaptasi, berinovasi, dan mencari cara baru untuk menjangkau target pasar.
2. Melakukan riset dan analisis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan tren pasar, melakukan pengembangan ide untuk membangkitkan dan mengembangkan ide terbaru.
3. Melakukan strategi pasar yang kreatif dan inovatif serta lakukan pengukuran dan evaluasi agar analisis hasil kegiatan dapat diketahui serta keberhasilan kegiatan dapat terukur.
4. Memanfaatkan adanya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dinilai akan mampu mempermudah bisnis dan menganalisa keberhasilannya.
5. Dengan memahami TIK dan memanfaatkannya secara tepat, akan membuat pelaku bisnis ataupun calon pebisnis lebih mudah mendapatkan gambaran ekonomi atas bisnis yang dikelolanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ella, Elliyana, dkk., 2022 Dasar-dasar Pemasaran. Malang: Ahli Media Press
Ella, Elliyana, dkk., 2022 Perilaku Konsumen. Malang: Ahli Media Press
Naerul, Edwin, K.A., 2021. Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Bisnis. International Journal Administration, Business and Organization, Vol. 2 (1), hlm 8-15
Rusyadi, Fauzan, Dkk. 2023. Manajemen Ritel. Padang: Global Eksekutif Teknolgi
Tjiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPFE.
Wahid, Fathul. 2007. Teknologi Informasi dan Pendidikan. Yogyakarta: Ardana Media
Yuliani, Dkk., 2023. Manajemen Inovasi Bisnis. Makasar: Tohar Media