

**LAPORAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN  
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGEMBANGKAN USAHA  
KECIL MENENGAH DI INDONESIA MELALUI DIGITAL  
MARKETING DI PT.ARGIA ACADEMI INDONESIA KOTA BLITAR**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir

Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Oleh :

**IKA DIANA AKUSTIK**

NIM. 12405173184

Dosen Pembimbing Lapangan :

**MOCHAMMAD CHOBIR SIRAD, M.Pd.I**

**NIDN : 20290481202**

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**

2020

**HALAMAN PENGESAHAN/PERSETUJUAN  
PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN**

Laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan manajemen Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung ini telah di setujui dan disahkan pada :

Hari :Jumat

Tanggal :21 Februari 2020

Di :Tulungagung

Judul Laporan :Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Menengah di Indonesia Melalui Digital Marketing di PT.Argia Akademi Indonesia Kota Blitar

**MENYETUJUI**

DOSEN PAMONG

DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN

**FILDA FEBRINITA,M.Pd.**

**MOCHAMAD CHOBIR SIRAD, M.Pd.I**

NIP : 0706028602

NIDN : 20290481202

**MENGESAHKAN**

a.n DEKAN

KEPALA LABORATORIUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**SISWAHYUDIANTO, M.M.**

NIDN. 2015068402

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah yang dilaksanakan di Argia Academy Indonesia dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Menengah di Indonesia Melalui Digital Marketing di PT.Argia Akademi Indonesia”**.

Sholawat serta salam semoga selalu teriring untuk baginda Rasul Muhammad SAW, dengan selalu mengikuti dan menjalankan ajaran beliau, semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan *syafa'atul 'udzma fi yaum al mahsyar*.

Penyusunan laporan akhir ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag., selaku Rektor IAIN Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
3. Nur Aziz Muslim, M.H.I, selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.
4. Siswahyudiyanto, M.M., selaku kepala laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
5. Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I, selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Praktik Pengalaman Lapangan di Argia Academy Indonesia.
6. Arif Handono., selaku Pimpinan Argia Academy Indonesia.
7. Filda Febrinita, M.Pd. selaku Dosen Pamong yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan selama Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Argia Academy Indonesia.

8. Seluruh staff di Argia Academy Indonesia yang telah membantu dan membimbing kami selama proses Praktik Pengalaman Lapangan (PPL).
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan PPL ini.

Penulis berharap semoga Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini dapat berguna dan bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi semua pihak yang membutuhkannya untuk pengembangan di masa-masa yang akan datang. Penulis menyadari bahwa Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh Karena itu kritik dan saran diharapkan demi sempurnanya Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Tulungagung, 21 Februari 2020

Penulis

**Ika Diana Akustik**

NIM. 12405173184

## DAFTAR ISI

|                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                | <b>i</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN/PENGESAHAN .....</b>               | <b>ii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                    | <b>v</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                  |            |
| A. Dasar Pemikiran .....                                  | 1          |
| B. Tujuan dan Kegunaan .....                              | 2          |
| C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....                      | 3          |
| <b>BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK</b>                         |            |
| A. Profil Lembaga .....                                   | 4          |
| B. Pelaksanaan Praktik .....                              | 5          |
| C. Permasalahan di Lapangan.....                          | 6          |
| <b>BAB III PEMBAHASAN</b>                                 |            |
| A. Kajian Teori.....                                      | 7          |
| B. Temuan Di Tempat Praktik Pekerjaan Lapangan (PPL)..... | 10         |
| C. Analisa Temuan Studi.....                              | 11         |
| <b>BAB IV PENUTUP</b>                                     |            |
| A. Kesimpulan.....                                        | 13         |
| B. Saran .....                                            | 14         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                | <b>15</b>  |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Dasar Pemikiran**

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Persaingan sekolah bisnis digital marketing juga sudah semakin ketat khususnya di Argia Academy Indonesia mengadakan berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Argia Academy Indonesia mengutamakan Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggam smartphone.<sup>1</sup>

Survei yang dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu. Survei yang dilakukan APJII pada 2014 hanya ada 88 juta pengguna internet. “Penyebabnya adalah perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan smartphone atau perangkat genggam.”<sup>2</sup>

### **B. Tujuan dan Kegunaan**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penyusunan laporan penelitian ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan UKM di Indonesia Melalui Digital Marketing di Argia Academy Indonesia” yaitu, untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan untuk pemasaran dalam mengembangkan UKM di Indonesia melalui digital marketing

---

<sup>1</sup> Chaffey, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston dan Fiona Ellis-Chadwick, 2016, Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice, Pearson Education Limited, London, England.

<sup>2</sup> Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. JIBEKA Vol. 11 No. 2 Februari 2017: 46-53

## **2. Kegunaan Penelitian**

### **a. Kegunaan Teoritis**

Laporan hasil Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan bagi para pelajar maupun mahasiswa mengenai strategi pemasaran dalam mengembangkan UKM di Indonesia melalui digital marketing. Dan dapat menambah literatur atau referensi dan menambah wawasan bagi para pembisnis.

### **b. Kegunaan Praktis**

#### **1. Untuk Almamater IAIN Tulungagung**

Sebagai bahan referensi mahasiswa IAIN Tulungagung untuk penelitian di bidang bisnis di masa yang akan datang dan sebagai referensi perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung. Selain itu, sebagai salah satu media menyampaikan informasi yang bermanfaat untuk penyelarasan kurikulum dengan perkembangan bisnis di lapangan dan sebagai media sosialisasi untuk penyebarluasan informasi kepada masyarakat.

#### **2. Untuk Argia Academy Indonesia**

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi Argia Academy Indonesia dalam menjalankan Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan UKM di Indonesia Melalui Digital Marketing secara efektif dan tepat.

#### **3. Untuk Penelitian Selanjutnya**

Dengan adanya laporan hasil Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur atau referensi para peneliti baru yang akan membahas atau mengkaji lebih dalam lagi dan mengungkap fenomena baru yang mungkin terjadi di masa depan mengenai Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan UKM di Indonesia Melalui Digital Marketing

#### **4. Untuk Mahasiswa**

Menambah wawasan keilmuan dan tidak hanya memahami secara teori saja, namun juga mengetahui secara langsung praktek secara teori saja, namun juga mengetahui secara langsung praktek yang diterapkan di Dunia persaingan bisnis digital marketing saat ini mengenai Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan UKM di Indonesia serta mengetahui cara kerja professional untuk bekal ketika terjun langsung ke dalam dunia bisnis yang sesungguhnya.

## **C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

### **1. Waktu Pelaksanaan**

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan IAIN Tulungagung gelombang I ini dilaksanakan pada hari Selasa, 07 Januari 2020 sampai dengan Jum'at, 07 Februari 2020. Kegiatan PPL berlangsung setiap hari Senin s/d Jumat. Jam kerja untuk hari Senin s/d Jumat yaitu pukul 07.30-17.00 WIB.

### **2. Tempat Pelaksanaan**

Tempat atau lokasi pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) ini di Kampus Argia Academy Indonesia, dengan alamat Bengawan Solo Regency Kav 3-4, Jl. Bengawan Solo Kota Blitar 66122.



## **BAB II**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK**

#### **A. Profil Lembaga**

Argia Academy pada awalnya merupakan salah satu divisi usaha dari CV Argia Teknologi Nusantara yg dibentuk pada akhir tahun 2017 yang berfokus pada jasa pendidikan dan pelatihan Facebook Marketing, pembuatan website, SEO, hingga Google Ads. CV Argia Teknologi Nusantara sendiri didirikan pada 11 Agustus 2011 dengan bidang usaha utamanya konsultan perangkat lunak dan konsultan pemasaran online.

Seiring waktu berjalan, permintaan pada jasa pendidikan dan pelatihan digital marketing mengalami peningkatan terutama dari pihak rekanan perusahaan CV Argia Teknologi Nusantara. Mayoritas rekanan mengeluhkan sulitnya mencari talenta pemasar digital yang dapat membantu menangani kebutuhan digital marketing mereka.

Melihat kebutuhan tersebut, akhirnya, pada awal tahun 2019 ini, Argia Academy dikembangkan menjadi Lembaga Pendidikan dan Pelatihan dibawah PT Argia Akademi Indonesia guna lebih menjadi lembaga yang profesional dan lebih kredibel.

Program Kuliah Digital Marketing 1 Tahun adalah program kuliah satu tahun langsung kerja yang berfokus pada keahlian bisnis digital atau digital marketing secara lengkap, mulai dari materi *digital marketing fundamentals, web development, SEO, social media marketing, google ads, content marketing, digital marketing strategy* hingga *budgeting*. Pada program ini mahasiswa kami yang telah dibekali dengan kemampuan digital marketing akan dihubungkan dengan mitra perusahaan Argia Academy yang membutuhkan SDM profesional di bidang digital marketing melalui program magang kerja bergaji selama enam bulan. Mereka pun setelah lulus akan langsung bisa berkarir di perusahaan tersebut ataupun membuka usaha sendiri.

Visi, misi dan tujuan merupakan rumusan dan landasan suatu lembaga organisasi yang bisa melayani masyarakat untuk mengangkat UKM di Indonesia.

1. Visi Argia Academy Indonesia  
Menjadi salah satu lembaga pendidikan dan pelatihan digital marketing yang terbaik di Indonesia
2. Misi Argia Academy Indonesia

Adapun misi dari Argia Academy Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Menyediakan layanan pendidikan dan pelatihan kerja di bidang digital marketing.
- b. Menjadi bagian dalam menciptakan tenaga tenaga pemasar digital terbaik.
- c. Terlibat aktif dalam ikut mengembangkan UKM di Indonesia melalui digital marketing.<sup>3</sup>

## **B. Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan di Argia Academy Indonesia**

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang I yang diselenggarakan IAIN Tulungagung untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berlangsung mulai hari selasa, tanggal 07 Januari 2020 sampai tanggal 07Februari 2020. Diawali dengan perkenalan dengan pimpinandan seluruh karyawan di Argia Academy Indonesia. Kami juga diberi penjelasan mengenai teknis kegiatan secara umum dan budaya seperti apa yang ada di Argia Academy Indonesia. Siang harinya kami melakukan pembukaan bersama dengan mahasiswa yang PPL di Argia Academy Indonesia bertempat di Bengawan Solo Regency Kav 3-4, Jl. Bengawan Solo Kota Blitar 66122. Hari berikutnya kegiatan PPL dimulai, adapun kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Sebelum memulai kegiatan selalu tilawah rutin setiap pagi, membersihkan kantor, seperti menyapu, mengelap meja, merapikan meja-meja, kursi, dan lain sebagainya.
2. Berdoa bersama.
3. Mengisi presensi kehadiran pribadi dan kolektif.
4. Briefing oleh dosen pamong dan ketua Argia Academy Indonesia dan diberi tugas individu dan kelompok.
5. Melakukan pekerjaan lapangan (Roadshow dibeberapa sekolah dibilitar).
6. Menyebarkan brosur-brosur ditempat Roashow beberapa sekolah Tulungagung an Blitar.
7. Melaporkan setiap kegiatan harian di lapangan kepada ketua Argia Academy Indonesia.
8. Evaluasi bersama yang dilaksanakan setiap hari Jumat pukul 14.00 s.d selesai.
9. Penutupan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) bersama mahasiswa dari Argia Academy Indonesia yang dihadiri pimpinan lembaga dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL).

## **C. Permasalahan di Lapangan**

Permasalahan yang ditemukan dan dihadapi selama kegiatan Praktik Pekerjaan Lapangan (PPL) berlangsung, terdapat problematika yang paling sering dalam

---

<sup>3</sup> <https://argiaacademy.com/visi-misi/>

mempromosikan Argia Academy Indonesia ke beberapa sekolah diTulungagung dan Blitar dan mendapat Sponsor UKM khususnya di Blitar.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Strategi Pemasaran di Argia Academy Indonesia**

###### **a. Argia Academy Ajak UKM Bertransformasi Jadi Go-Digital**

Dijaman sekarang berbisnis dengan cara lama pasti akan tergantikan oleh pebisnis yang berani merubah cara berbisnisnya. Dari penghasilan yang pas – pasan, dan sudah menghabiskan puluhan juta untuk cara lama dan tidak berbuah omzet yang meningkat. Argia Academy memberikan wadah bagi para UKM se-Karisidenan Kediri dengan menyelenggarakan event pelatihan UKM Go- Digital Rahasia tembus omzet minimal 100 juta perbulan dengan Digital Marketing yang diadakan dua gelombang.

Sabtu 3/08/19 hingga Minggu 4/08/19 di Kelas Executive Argia Academy Jalan Bengawan Solo, Pakunden Kota Blitar pukul 08.00- 16.00 WIB sebanyak 50 peserta mengikuti pelatihan digital marketing. Gelombang pertama diadakan selama dua hari, dan gelombang kedua akan diadakan pada 24-25 Agustus 2019. Event ini di isi oleh trainer yang sudah berpengalaman selama belasan tahun di dunia digital marketing sekaligus sebagai founder Argia Academy yakni Kurniawan Subiantoro,A.Md.

Founder Argia Academy sekaligus Trainer, Kurniawan Subiantoro, A.Md mengatakan bahwa apa yang saat ini diselenggarakan oleh Argia Academy ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UKM yang masih belum melek teknologi menjadi Go-Digital dan meningkatkan omzet minimal 100 juta perbulan dengan cara modern.

“Dalam dua hari ini seluruh peserta mempelajari dasar digital marketing, strategi digital marketing yang tepat, praktek foto produk, praktek google my business, praktek bikin web sederhana, praktek optimasi mesin pencari (SEO), praktek google ads, dan kami juga memberikan bonus seperti optimasi youtube, dan optimasi instagram,tambahnya”.

Dilain tempat salah satu peserta saat diwawancarai oleh salah satu wartawan Argia Academy mengatakan bahwa acara ini sangat membantu para UKM

untuk meningkatkan kemampuan dalam pemasaran sekaligus meningkatkan omzet dengan cara – cara yang tepat.<sup>4</sup>

## 2. Strategi Digital Marketing

Digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang terdapat pada internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen. Pada dasarnya digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform digital yang berada di internet. Dalam pembentukan strategi digital marketing dan memperkenalkan produk baru, mempromosikan event, dan mempromosikan kampanye tertentu Living Space menggunakan internet advertising dengan menggunakan media sosial yaitu Instagram. Media sosial ini banyak dimanfaatkan sebagai media promosi online barang/jasa melalui berbagai fitur aplikasinya yaitu foto, video, snapgram dan berbagai fitur lainnya. Living Space melakukan promosi dengan cara melalui foto iklan menggunakan kata-kata, dan penjelasan terperinci untuk media promosi.

Platform Instagram diutamakan dalam melakukan penyebaran informasi serta melakukan kegiatan branding Living Space, dengan menggunakan platform Instagram ini konten yang disampaikan pun cukup lengkap. Mulai dari video, foto dan juga adanya personal chat yang juga pengguna platform ini sangat banyak dan tetap stabil dibandingkan platform yang lainnya.

Selain sebagai media pemasaran online, dalam Instagram Living Space menampilkan profil perusahaan, alamat, contact person dan link menuju situs sister brand Living Space, serta informasi-informasi mengenai produk baru, promo produk, dan event. Fungsi utama Instagram Living Space merupakan media yang digunakan sebagai referensi kepada konsumen mengenai gaya hidup dan gaya berbusana dengan menggunakan produk Living Space, itulah mengapa konten postingan Instagram Living Space didominasi oleh konten yang berisikan foto-foto produk IKM khususnya di Blitar dengan berbagai latar belakang dan kondisi.<sup>5</sup>

## 3. Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UKM

Perkembangan UKM atau Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia terus berkembang dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat. Perkembangan ini tentunya menuntut pelaku UKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif. Sebuah UKM akan sulit untuk berkembang jika

---

<sup>4</sup> <https://argiaacademy.com/argia-academy-ajak-ukm-bertransformasi-jadi-go-di>

<sup>5</sup> Hadari Nawawi. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif. Gadjah Mada University Press : Yogyakarta.

pelaku usahanya tidak mengetahui bagaimana cara memasarkan suatu produk dengan efektif. Di bawah ini adalah beberapa strategi yang dapat Anda gunakan untuk memasarkan bisnis UKM sebagai berikut :

**a. Membuat Produk yang Unik**

Buatlah produk yang unik dan memiliki kelebihan dibandingkan produk lain yang sejenis. Pesaing tentu ada di mana-mana, jika produk atau jasa yang Anda tawarkan tidak memiliki kelebihan, maka akan sulit untuk bersaing. Bukan hanya itu, selain unik dan berkualitas, produk yang ingin Anda jual juga harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, kebutuhan konsumen pun ikut berubah, oleh karena itu, inovasi harus selalu Anda lakukan secara berkala. Hal ini untuk membantu Anda dalam persaingan pasar dan membuat pelanggan Anda loyal terhadap produk yang dijual.

**b. Menjadi Networker**

Networker adalah seseorang yang memiliki jaringan yang sangat luas dan memiliki sifat optimis dalam menjalankan bisnis. Jika Anda bukanlah seorang networker yang kompeten, maka sekarang adalah waktu yang tepat untuk belajar menjadi seorang networker. Jika kurang percaya diri, Anda bisa mempekerjakan seorang tenaga pemasaran yang bisa diandalkan sebagai ujung tombak untuk perluasan jaringan UKM sendiri.

**c. Menentukan STP**

STP adalah singkatan dari segmenting, targeting, dan positioning. Di mana tiga hal tersebut saling berhubungan satu sama lainnya. Untuk memasarkan UKM, Anda harus menentukan segmentasi pasar (segmenting) yaitu dengan menempatkan konsumen dalam sub-kelompok di pasar produk, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan. Jika telah menentukan segmentasinya, Anda harus menentukan pasar (targeting), di mana Anda harus mengevaluasi berbagai segmen tersebut untuk memutuskan siapa yang menjadi target market Anda.

Setelah menentukan segmenting dan targeting, sekarang Anda menentukan posisi (positioning) produk yang merupakan kombinasi kegiatan pemasaran yang dilakukan manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap pasar sasaran. Ketiga strategi tersebut harus dilakukan dengan baik untuk mencapai pemasaran yang sukses.

**d. Memanfaatkan E- commerce**

Dengan memanfaatkan e-commerce, bisnis memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang luas bahkan global. E-commerce dalam dunia bisnis dapat mendukung pemotongan rantai distribusi, sehingga konsumen dapat memperoleh suatu produk dengan harga murah. Pemasaran produk dengan e-commerce memiliki beberapa manfaat antara lain, murah dan efisien, memiliki akses tanpa batas, dan memperpendek jarak distribusi produk.

**e. Konsisten**

Konsistensi dalam menjalankan strategi pemasaran merupakan hal penting. Selain kreatif, pelaku UKM juga dituntut untuk bisa terus konsisten dalam menjalankan strategi pemasaran yang dipilih. Hal ini penting karena kepercayaan konsumen akan terbangun apabila Anda konsisten di bidang usaha yang digeluti dan menjadi seorang ahli didalamnya.<sup>6</sup>

Itulah beberapa strategi pemasaran yang dapat Anda lakukan untuk mengembangkan bisnis UKM. Dalam sebuah bisnis, selain melakukan strategi pemasaran, Anda juga perlu membuat laporan keuangan yang tidak kalah penting. Kini, Anda dapat membuat laporan keuangan dengan menggunakan software akuntansi. Jurnal adalah software akuntansi online yang membantu membuat laporan keuangan dengan mudah, cepat, dan realtime.<sup>7</sup>

**B. Temuan Di Tempat Praktik Pekerjaan Lapangan (PPL)**

**a. Program Job Connector**

Job Connector adalah program magang dengan jaringan pekerjaan di perusahaan-perusahaan yang bekerjasama dengan Argia Academy selama masa studi. Dapatkan kesempatan cashback biaya pendidikan selama ikut program magang. Dengan bergabung dalam program kami, siswa berkesempatan ikut magang di perusahaan dan mendapatkan honor perbulan.

Melalui program Job Connector ini Anda akan mendapatkan koneksi pekerjaan dan pengalaman kerja sehingga Anda menjadi lebih siap menghadapi tantangan kerja setelah lulus nanti.

---

<sup>6</sup> Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi. Penerbit Rajawali Pers, Jakarta.

<sup>7</sup>Azharsyah Ibrahim dan Arinal Rahmati, *Analisis Solutif Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah: Kajian Pada Produk Murabahah di Bank Muamalat Indonesia Banda Aceh*. Iqtishadia, Volume 10 Nomor 1, 2017, hlm. 79

## C. Analisis Temuan Studi

### a. UKM di Blitar Siap Go Online Tiap Tahun

Usaha mikro, kecil, dan menengah terus bertumbuh di Indonesia. Bukan hanya di kota besar seperti DKI Jakarta atau Surabaya, potensi besar juga hadir Blitar. Menangkap euforia masyarakat di sana untuk berwirausaha, Pemerintah Kabupaten Blitar punya program besar. Bertajuk *Gerakan 999 UKM Go Online*, Pemkab Blitar menargetkan 999 UKM di sana agar bisa *go online* setiap tahunnya. Menurut Wakil Bupati Blitar Marhaenis Urib Widodo, di Blitar ada sekitar 255.622 UKM. “Dari total UKM yang ada di Blitar, 219.221 di antaranya adalah usaha mikro,” jelas Marhaenis saat membuka Kampung Wirausaha Online di Desa Gogolatar, Blitar beberapa waktu lalu.

Marhaenis pun melihat jumlah ini harus dikembangkan. Selain itu, kapasitas diri dan keterampilan warga Blitar soal bisnis *online*, khususnya di *marketplace* pun harus dikembangkan. Pemkab Blitar pun berkolaborasi dengan Bukalapak dalam hal ini dan mendukung pembukaan Kampung Wirausaha Online di sana. Program Kampung Wirausaha Online ini sendiri merupakan program yang diinisiasi oleh Bukalapak bersama komunitas mereka di Blitar.

“Diharapkan, Kampung Wirausaha Online ini bisa mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat,” ujar Marhaenis.

Marhaenis melihat perkembangan teknologi di era *industry 4.0* kini, mengkonversikan aktivitas kita ke ranah digital. Di sini, kaum milenial lah yang cepat melakukan adaptasi dan mendorong generasi sebelumnya untuk adaptif. Pemkab Blitar pun cukup bersyukur transformasi ini telah masuk ke Blitar dan pemerataannya berjalan mulus.

“Peran kaum milenial di sini memaksa kami yang para orang tua untuk mengikuti tren digital ini. Kami pun mendapat laporan bahwa UKM di Blitar tidak ketinggalan untuk memanfaatkan teknologi digital,” imbuh Marhaenis.

Diharapkan, kanal penjualan online, seperti Bukalapak dapat meningkatkan omzet usaha Dan membuka akses pasar yang lebih luas untuk UKM di sana. Bukalapak pun melihat semangat besar yang ditunjukkan para UKM di Blitar akan teknologi



digital. Bahkan, tidak sedikit UKM yang rela pergi ke desa lain untuk belajar soal *e-commerce*. Salah satunya ke Kampung Wirausaha Online yang terletak di Desa Gogolatar.

“Di Bukalapak sendiri, UKM di Blitar yang tergabung dalam komunitas kami adalah komunitas teraktif Dan memegang omzet terbesar di wilayah Jawa Timur dalam Liga UKM Bukalapak,” ujar Muhammad Fikri, Head of Community Management Bukalapak.

Penetrasi UKM yang *go online* pun sudah cukup baik. Menurut data Bukalapak, UKM di Blitar yang sudah berjualan online di Bukalapak sudah mencapai 40 ribu dan 100 di antaranya tergabung dalam komunitas Bukalapak Blitar. Sebab itu, Blitar dan komunitas pelapak di sana yang dipilih untuk bekerjasama membangun Kampung Wirausaha Online. Sentra para UKM untuk belajar *online* ini pun nantinya akan menjadi prototipe untuk dikembangkan ke daerah lainnya. Ekosistem ini pun diperkuat dengan budaya dan pergaulan antarUKM di sana. Tidak sedikit dari UKM yang sudah *go online* lebih dulu untuk mengajak dan memicu UKM lainnya untuk *go online* dan meningkatkan omzet penjualan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Persaingan sekolah bisnis digital marketing juga sudah semakin ketat khususnya di Argia Academy Indonesia mengadakan berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Argia Academy Indonesia mengutamakan Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit.
2. Digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang terdapat pada internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen. Pada dasarnya digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform digital yang berada di internet.
3. Usaha mikro, kecil, dan menengah terus bertumbuh di Indonesia. Bukan hanya di kota besar seperti DKI Jakarta atau Surabaya, potensi besar juga hadir Blitar. Menangkap euforia masyarakat di sana untuk berwirausaha, Pemerintah Kabupaten Blitar punya program besar.

#### **B. Saran**

##### **1. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pengelola praktik, diharapkan selalu menjaga hubungan baik dengan instansi/lembaga tempat Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) umumnya, dan Argia Academy Tulungagung khususnya, sehingga dapat terjalin hubungan kerjasama yang berkelanjutan, memberikan pengarahan yang lebih jelas dan terstruktur kepada mahasiswa Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), dan berkenan untuk menerima mahasiswa Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) yang selanjutnya.

##### **2. Untuk Argia Academy Indonesia**

Untuk, pihak Argia Academy Indonesia bisa menjadi lembaga/ sekolah bisnis digital marketing yang menjadi unggulan,terbaik, dan bisa mengangkat UKM di indonesia khususnya di Blitar, karena di generasi milenial sudah merajah dunia Go-Onlen, dan harapan kedepan Argia Academy indonesia bisa banyak mengajarkan

kepada generasi milenial untuk selalu berfikir inovatif jangan sampai ketinggalan zaman yang maju yang berkembang dengan pesat saat ini

### **3. Untuk Mahasiswa**

Untuk mahasiswa sebagai peserta Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), lebih mempersiapkan diri dalam melakukan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), serta diharapkan lebih giat dan profesional dalam praktik di lapangan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh dari kegiatan PPL.

## DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston dan Fiona Ellis-Chadwick, 2016, *Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice*, Pearson Education Limited, London, England.

Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *JIBEKA* Vol. 11 No. 2 Februari 2017: 46-53

<https://argiaacademy.com/visi-misi/>

<https://argiaacademy.com/argia-academy-ajak-ukm-bertransformasi-jadi-go-di>

Hadari Nawawi. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif*. Gajah Mada University Press : Yogyakarta.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Penerbit Rajawali Pers, Jakarta.

Azharsyah Ibrahim dan Arinal Rahmati, *Analisis Solutif Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah: Kajian Pada Produk Murabahah di Bank Muamalat Indonesia Banda Aceh*. *Iqtishadia*, Volume 10 Nomor 1, 2017, hlm. 79

**BERITA ACARA HARIAN INDIVIDUAL**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG I**  
**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG**  
**TAHUN 2020**

Pada minggu ini mulai tanggal 7 sampai 10 bulan Januari Tahun 2020, bertempat di lembaga Argia Academy, telah dilaksanakan PPL Gelombang I Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Tahun 2020 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama/NIM/Jurusan : Ika Diana Akustik/12405173184/MBS

Bentuk kegiatan adalah : Selasa, 7 Januari 2020

1. Pengenalan tempat PPL Argia Academy
2. Pengenalan dengan lembaga oleh komisaris Argia Academy
3. Pemberian tugas mengenai SOSTAC
4. Diskusi bersama mengenai tugas SOSTAC
5. Pembagian tugas masing-masing mahasiswa sesuai point SOSTAC
6. Pengerjaan tugas masing-masing mahasiswa sesuai point SOSTAC

Rabu, 8 Januari 2020

1. Mengerjakan tugas SOSTAC mengenai detail program Argia Academy
2. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow

Kamis, 9 Januari 2020

1. Pengenalan staf-staf karyawan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow
4. Pemberian tugas tambahan yaitu menulis artikel tentang kuliah digital marketing di blog masing-masing
5. Pembuatan akun blog oleh masing-masing mahasiswa
6. Pembuatan akun google ads oleh masing-masing

7. Meriset kata kunci di keyword planner
8. Mempelajari cara cepat belajar SEO (*Search Engine Optimization*)

Jumat, 10 Januari 2020

1. Tilawah rutin harian
2. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow

Tulungagung, 10 januari 2020

MENGETAHUI :

Pembimbing/DosenPamong

---

**BERITA ACARA HARIAN INDIVIDUAL**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG I**  
**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG**  
**TAHUN 2020**

Pada minggu ini, tanggal 13-17 bulan Januari Tahun 2020, bertempat di lembaga ARGIA ACADEMY INDONESIA, telah dilaksanakan PPL Gelombang I Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Tahun 2020 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama/NIM/Jurusan : Ika Diana Akustik/12405173184/Manajemen  
Bisnis Syariah

Bentuk kegiatan adalah :

- Senin 13 Januari 2020
  1. Tilawah rutinan
  2. Piket pagi
  3. Mencari sponsor untuk acara “Sharing Event Explore Your Creativity”
  
- Selasa 14 Januari 2020
  1. Tilawah rutin harian
  2. Mendisplay barang UMKM
  3. Kunjungan dosen pembimbing lapangan
  4. Merekap barang UMKM
  
- Rabu 15 Januari 2020
  1. Tilawah rutinan
  2. Piket pagi

3. Mengarahkan para tamu dan peserta
4. Menyebarkan informasi terkait acara “Explore Your Creativity” yang akan diadakan pada tanggal 26 Januari melalui akun media sosial masing-masing.
5. Membantu event “Bimbingan Teknis Fasilitator Pendidikan dan Pelatihan UMKM

➤ Jumat 17 Januari 2020

1. Tilawah rutin harian
2. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow
3. Menginput nomor telepon siswa yang mengikuti Roadshow
4. Mengikuti rapat untuk persiapan acara Pesta Wirausaha di Universitas Islam Balitar

Tulungagung, 17 januari 2020

MENGETAHUI :  
Pembimbing/Dosen Pamong

---



**BERITA ACARA HARIAN INDIVIDUAL**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG I**  
**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG**  
**TAHUN 2020**

Pada minggu ini mulai tanggal 21 sampai 24 bulan Januari Tahun 2020, bertempat di lembaga Argia Academy, telah dilaksanakan PPL Gelombang I Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Tahun 2020 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama/NIM/Jurusan : Ika diana Akustik/12405173184/Manajemen  
Bisnis Syariah

Bentuk kegiatan adalah :

Selasa, 21 Januari 2020

1. Membersihkan ruangan dan halaman Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Mengantarkan brosur untuk acara Roadshow di SMKN 1 Blitar
4. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow

Rabu, 22 Januari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow
4. Menginput data sponsor untuk acara Explore Your Creativity

Kamis, 23 Januari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Menginput nomor siswa SMA di Hp Argia Academy
4. Menginput data sponsor untuk acara Explore Your Creativity
5. Membuat tugas artikel tentang kuliah bisnis digital

Jumat, 24 Januari 2020

1. Tilawah rutin harian
2. Membuat tugas artikel tentang kuliah bisnis digital
3. Persiapan untuk acara Explore Your Creativity

Tulungagung, 24 Januari 2020

MENGETAHUI :

Pembimbing/DosenPamong

---

**BERITA ACARA HARIAN INDIVIDUAL**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG I**  
**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG**  
**TAHUN 2020**

Pada minggu ini mulai tanggal 27 sampai 31 bulan Januari Tahun 2020, bertempat di lembaga Argia Academy, telah dilaksanakan PPL Gelombang I jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Tahun 2020 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama/NIM/Jurusan : Ika Diana Akustik/12405173184/Manajemen  
Bisnis Syariah

Bentuk kegiatan adalah :

Senin, 27 Januari 2020

1. Membersihkan ruangan dan halaman Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Pengawasan Ujian mahasiswa Argia Academy
4. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow
5. Membuat konten Foto Instagram Argia Academy

Selasa, 28 Januari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Menginput data absensi Argia Academy Roadshow
4. Membuat konten Foto Instagram Argia Academy
5. Mengawasi Ujian Mahasiswa Argia Academy

Rabu, 29 Januari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Mendata barang IKM Blitar
4. Mendisplay Barang IKM Blitar di Galery Argia Academy
5. Melanjutkan tugas artikel tentang kuliah bisnis digital

Kamis, 30 Januari 2020

1. Piket ritun setiap pagi di Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Membuat tugas artikel tentang kuliah bisnis digital

Jumat, 31 Januari 2020

1. Membersihkan halaman Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Membuat tugas artikel tentang kuliah bisnis digital

Tulungagung, 31 Januari 2020

MENGETAHUI :  
Pembimbing/DosenPamong

---

**BERITA ACARA HARIAN INDIVIDUAL  
PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL) GELOMBANG I  
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG  
TAHUN 2020**

Pada minggu ini mulai tanggal 03 sampai 07 bulan Februari Tahun 2020, bertempat di lembaga Argia Academy, telah dilaksanakan PPL Gelombang I Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Tahun 2020 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama/NIM/Jurusan : Ika Diana Akustik /12405173184/Manajemen  
Bisnis Syariah

Bentuk kegiatan adalah :

Senin, 03 Februari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Membuat tugas tentang SOSTAC

Selasa, 04 Februari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Melanjutkan tugas tentang SOSTAC

Rabu, 05 Februari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Melanjutkan tugas tentang SOSTAC

Kamis, 06 Februari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Menyelesaikan tugas tentang SOSTAC

Jumat, 07 Februari 2020

1. Membersihkan ruangan Argia Academy
2. Tilawah rutin harian
3. Penutupan PPL

Tulungagung,07 Februari 2020

**MENGETAHUI :**

**Pembimbing/DosenPamong**

## LAMPIRAN FOTO KEGIATAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN







