



PELATIHAN *COPY WRITING* BAGI WIRAUSAHA MILENIAL DI KOTA MALANG

Saiful Rahman Y.¹, Gunawan Eko N², Zahroh Z A³, Endang Wi⁴, Nova Erlyasari⁵

^{1,2,3,4,5} Departemen Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Email: ¹saiful_r_y@ub.ac.id; ²gunawan_fia@ub.ac.id; ³zahrohza@ub.ac.id;

⁴wiendangfia@ub.ac.id; ⁵novaerlyfia@ub.ac.id

Abstract

Millennial Entrepreneurs can begin to change in generating their businesses and adapting to the new normal era by utilizing information technology (IT) in their business. However, efforts to integrate Millennial Entrepreneurs with the digital ecosystem require special skills that must be mastered by Millennial Entrepreneurs. One of the skills needed by Millennial Entrepreneurs to survive is by utilizing information technology through copywriting. Copywriting is used by Millennial Entrepreneurs not only to sell, but also to build brand value. Create content that can provide consumers with an understanding of the importance of the brand. To strengthen the brand, it is important for Millennial Entrepreneurs to learn copywriting, where good copywriting can increase turnover and make people more familiar with the character of the brand that we build. The problems that arise are as follows (1). Millennial Entrepreneurs do not understand the importance of copywriting, (2). Lack of preparation for long-term business continuity for Millennial Entrepreneurs And the objectives to be achieved in this activity are (1). Providing training for millennial entrepreneurs to understand the importance of copywriting. (2) Provide training for long-term business continuity for millennial entrepreneurs. The methods training used in community service activities are as follows: (a). Recording Millennial Generation Entrepreneurs, (b). Determine Education Schedule. (c). Determine the Training Practice Schedule. (d). Implementation of Education. (e). In the Implementation of Practice/Training. (f). Training Monitoring. (g). Training Evaluation. The outputs produced are in the form of attitudes and behavior of millennial entrepreneurs and their skills in copywriting, it is hoped that millennial entrepreneurs will develop expressions related to promotional activities and product introductions. It is hoped that in the long term their business can be recognized by the wider community with its uniqueness so that it can last a long time and be sustainable.

Keywords: *Copywriting, Sale, Millennial Entrepreneurs*

Abstrak

Wirausaha Milineal bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era new normal dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Namun upaya mengintegrasikan Wirausaha Milineal dengan ekosistem digital memerlukan keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh para Wirausaha Milineal. Salah satu

keahlian yang diperlukan oleh Wirausaha Milenial untuk bertahan dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui *copywriting*. *Copywriting* digunakan oleh Wirausaha Milenial bukan hanya untuk sekadar berjualan, tetapi juga membangun nilai brand. Membuat konten yang bisa memberikan pemahaman kepada konsumen tentang pentingnya brand tersebut. Untuk memperkuat brand, penting bagi Wirausaha Milenial untuk mempelajari *copywriting*, dimana *copywriting* yang baik bisa meningkatkan omzet dan membuat orang lebih familiar dengan karakter brand yang kita bangun. Permasalahan yang muncul adalah sebagai berikut (1) Wirausaha Milenial belum memahami pentingnya *copywriting*, (2) Kurangnya menyiapkan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang bagi Wirausaha Milenial. Serta tujuan yang hendak dicapai dalam kegiatan ini yakni (1).Memberikan pelatihan wirausaha milenial memahami pentingnya *copywriting*. (2).Memberikan pelatihan agar keberlangsungan usaha dalam jangka panjang bagi wirausaha milenial. Metode berupa Pelatihan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yakni sebagai berikut : (a). Mendata Wirausaha Generasi Milenial, (b). Menentukan Jadwal Edukasi. (c). Menentukan Jadwal Praktek Pelatihan. (d). Pelaksanaan Edukasi. (e). Pada Pelaksanaannya Prektek/Pelatihan. (f). Monitoring Pelatihan. (g).Evaluasi Pelatihan. Hasil Luaran yang dihasilkan adalah berupa sikap dan perilaku para wirausaha milenial serta ketrampilannya dalam hal *copywriting*, diharapkan para wirausaha milenial untuk menyusun ekspresi kaitannya dengan kegiatan promosi dan pengenalan produknya. Diharapkan dalam jangka panjang usaha mereka dapat dikenal masyarakat luas dengan keunikannya sehingga dapat berlangsung lama dan berkesinambungan.

Kata kunci: *Copywriting*, Penjualan, Pelaku Usaha Milenial

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Dewasa ini, Wirausaha Milenial mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik Negara berkembang maupun Negara maju. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, kemampuan wirausaha milenial untuk tetap bertahan di masa krisis ekonomi. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Usaha yang memiliki kemampuan bersaing atau keunggulan bersaing tidak hanya dapat menghasilkan posisi yang baik di pasar, namun terlebih lagi perusahaan yang di anggap unggul akan memiliki konsumen atau pun pelanggan



yang lebih banyak di banding perusahaan lain. Desain produk merupakan salah satu unsur daya tarik konsumen dalam bersaing dengan produk-produk lainnya terutama yang sejenis.

Sebagian wirausaha milineal di Kota Malang masih mempunyai berbagai kelemahan yang bersifat eksternal, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang strategis, kurang cekatan dalam peluang-peluang usaha, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan sebagai akibat resesi ekonomi yang berkepanjangan. Peranan desain produk dan kemampuan bersaing dalam sebuah organisasi dituntut agar dapat membawa perubahan dan perbaikan dalam mekanisme, wirausaha milineal itu sendiri sehingga dapat menghasilkan nilai superior bagi pelanggan, efisiensi dan efektivitas serta meningkatkan kompetitif pasar dan stabilisasi sistem ekonomi yang ada di Kota Malang.

Pengaruh pandemi virus Covid-19 cukup memberikan dampak utamanya di bidang ekonomi, seperti halnya para wirausaha milineal, yang dengan menurunnya produktivitas usaha, jangankan mendapatkan keuntungan, bahkan untuk mengembalikan modal saja belum tentu bisa. Pandemi telah menghancurkan sisi terpenting ekonomi yaitu supply dan demand. Dari sisi supply banyak wirausaha milineal mengalami pengurangan aktivitas karena adanya kebijakan pembatasan interaksi sosial yang berujung pada terhentinya proses produksi, dan dari sisi demand berkurangnya permintaan atas barang dan jasa mengakibatkan banyak wirausaha milineal yang tidak dapat memaksimalkan keuntungan. Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem digital, dengan cara digitalisasi pasar agar para pelaku usaha bisa tetap melakukan aktivitas usahanya. Wirausaha milineal bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era new normal dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Namun upaya mengintegrasikan wirausaha milineal dengan ekosistem digital memerlukan keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh wirausaha milineal. (Porter, 1994) Salah satu keahlian yang diperlukan oleh wirausaha milineal untuk bertahan di era pandemi dengan memanfaatkan teknologi informasi adalah melalui *copywriting*

Copywriting sendiri dapat digunakan oleh wirausaha milineal bukan hanya untuk sekadar berjualan, tetapi juga membangun nilai brand. (R.Jain, 2017) Membuat konten yang bisa memberikan pemahaman kepada konsumen tentang pentingnya brand tersebut. (Wheeler, 2018) Untuk memperkuat brand, penting bagi wirausaha milineal untuk mempelajari *copywriting*. *Copywriting* yang baik bisa meningkatkan omzet dan membuat orang lebih familiar dengan karakter brand yang kita bangun. *Copywriting* adalah seni dan ilmu penulisan untuk mempromosikan produk, bisnis, orang atau ide dengan hati-hati memilih, mengedit dan menyusun kata-kata sedemikian rupa sehingga dapat meyakinkan pembaca untuk mengambil tindakan spesifik dan terukur. (Berber, 2007) Dalam hal ini bisa saja membeli produk yang ditawarkan oleh *copywriting*. Istilah “keahlian menjual” tidak hanya merujuk pada penjualan akhir produk. Tujuan akhir dari *copywriting* tidak selalu untuk menjual produk dalam satu unggahan, tetapi untuk meyakinkan pembaca agar mengambil tindakan tertentu. (Bisoyi, 2013)

Sebagai pendukung pertumbuhan ekonomi, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) sudah seharusnya lebih banyak melibatkan generasi muda tanah air yang dikenal dengan istilah milenial. Pasalnya, generasi ini identik dengan jejaring pertemanan maupun penggunaan media sosial sebagai tanda eksistensi diri, sehingga diharapkan akan dapat menularkan jiwa wirausaha kepada yang lainnya. Millennial adalah sebutan untuk kelompok demografis atau generasi Y yang lahir setelah generasi X. Secara harfiah tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi ini. Beberapa ilmuwan dan pakar tetap menggolongkannya berdasarkan tahun lahir awal dan akhir.

Melihat besarnya jumlah wirausaha milineal di Kota Malang serta peran milenial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, tim pengabdian masyarakat dari Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya bermaksud untuk berkontribusi mengembangkan kapasitas wirausaha milineal di Kota Malang.

2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi diatas, maka permasalahan yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Pelaku Wirausaha Milineal belum memahami pentingnya *copywriting* ?



2. Kurangnya menyiapkan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang bagi wirausaha milenial ?

3. Solusi Yang Ditawarkan

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka solusi yang ditawarkan serta yang hendak dicapai dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pelatihan wirausaha milenial memahami pentingnya copywriting .
2. Memberikan pelatihan agar keberlangsungan usaha dalam jangka panjang bagi wirausaha milenial.

4. Target Luaran

Pelatihan yang diadakan untuk membantu para wirausaha milenial dalam mengembangkan usahanya dianggap penting, kemampuan copywriting dapat mendukung para wirausaha milenial dalam memajukan usahanya khususnya dalam hal penjualan.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat berupa pelatihan dengan beberapa langkah dibawah ini sebagai berikut :

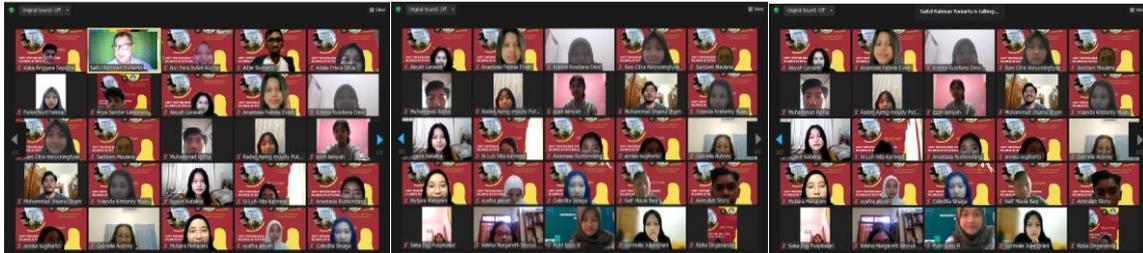
1. Mendata Wirausaha Generasi Milenial.
2. Menentukan Jadwal Edukasi.
3. Menentukan Jadwal Praktek Pelatihan.
4. Pelaksanaan Edukasi.
5. Pada Pelaksanaannya Prektek/Pelatihan.
6. Monitoring Pelatihan.
7. Evaluasi Pelatihan.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan meliputi lokasi dilakukan kegiatan pelatihan secara daring dengan waktu tanggal 8 Agustus 2022, jumlah peserta sebanyak 50 peserta

dengan latar belakang peserta adalah wirausaha generasi milineal, dengan pemateri Bapak Saiful Rahman, S.Sos, M.AB, dosen mata kuliah Kewirausahaan, Ibu Dr. Zahroh ZA, S.Sos, M.Si, Ibu Dr. Maria Goreti Endang Wi, S.Sos,M.Si, Bapak Dr. Gunawan Eko Nurtjahjono, S.Sos,M.Si, Ibu Nova Erlyasari,SE,M.Si.

Adapun foto-foto kegiatan yakni sebagai berikut :



Gambar 1. Foto Peserta Kegiatan Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Luaran yang dihasilkan adalah berupa sikap dan perilaku wirausaha milenial serta ketrampilannya dalam hal *copywriting*, diharapkan wirausaha milenial untuk menyusun ekspresi kaitannya dengan kegiatan promosi dan pengenalan produknya. Diharapkan dalam jangka panjang usaha mereka dapat dikenal masyarakat luas dengan keunikannya sehingga dapat berlangsung lama dan berkesinambungan.

Pembahasan

Implementasi Pelaksanaan Kegiatan diawali dengan pertemuan pertama dimana para peserta wirausaha milineal diberikan gambaran mengenai definisi *copywriting* yang akan disampaikan melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Gambaran tersebut diberikan secara singkat mengingat agenda untuk pertemuan pertama adalah memperkenalkan seluruh sub tema yang akan dibahas selama kegiatan pengabdian berlangsung, selanjutnya dibahas mengenai materi inti dan pengabdian serta pendampingan pembuatan *copywriting*, khususnya untuk tujuan promosi dan periklanan. Materi pembahasan mencakup persiapan yang perlu dipertimbangkan dan tujuan yang ingin dicapai ketika wirausaha milineal tersebut ingin melakukan branding dan promosi untuk produknya. Penyampaian pesan yang tepat dalam sebuah iklan dapat memberikan pengaruh kuat bagi pemasaran produknya, contoh secara konkret promosi produk dari tahun ke tahun juga diberikan untuk memberikan gambaran kepada para peserta wirausaha milineal



mengenai teknik promosi sehingga mereka memiliki pemahaman mengenai cara promosi yang tepat. (Robert, 2012)

Persiapan serta pembuatannya lebih dititik beratkan pada pemilihan kata-kata yang ingin disampaikan dan didukung oleh gambar atau potret tertentu yang dapat menggambarkan produknya. Dengan kata lain, mereka diajarkan untuk mengolah kata supaya kata-kata yang digunakannya, baik dalam menciptakan merek dagang atau memperkenalkan produknya akan memiliki ciri khas yang mampu melekat di hati para konsumen sehingga mereka akan memiliki kecenderungan untuk memilih produk tersebut. (Wheeler, 2018) Dalam *copywriting*, tahap ini disebut dengan tahap penulisan, dimana terdapat komponen yang menjadi pertimbangan ketika akan melakukan penulisan atau menciptakan *copywriting*. Selanjutnya perlu mempertimbangkan *attention*, kata untuk menstimulus dan menciptakan persepsi dibenak sasaran konsumen, hal ini menunjukkan betapa pentingnya ketrampilan berbahasa bagi para *copywriter*. (Yan,2011)

Kemudian menciptakan *Interest*, yaitu bagaimana wirausaha millennial menciptakan ketertarikan mengenai kata yang digunakannya. Kata yang menarik adalah kata yang singkat namun dapat terus diingat oleh para konsumennya. Selain itu, *copywriter* juga perlu membangun kredibilitas produknya sehingga konsumen memiliki keinginan untuk memiliki tindakan berupa pembelian produknya. Hal tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara komponen yang dipaparkan dalam tahap penulisan untuk mencapai tujuan dari pembuatan *copywriting*, khususnya dalam hal promosi. Untuk mendukung penulisan, para peserta juga diberikan gambaran mengenai iklan yang baik. Hal tersebut dilakukan guna menciptakan persaingan yang sehat antara sesama produsen yang mungkin memiliki produk sejenis. Hal ini juga dilakukan untuk meminimalisir adanya pelanggaran secara hukum dikarenakan hasil dari *copywriting* selanjutnya dapat diurus hak ciptanya. (Adiprasetio, 2019)

Strategi *copywriting* untuk menentukan keberhasilan dari tujuan para produsen dalam memasarkan produknya. Komponen dalam strategi juga memiliki keterkaitan antara satu dengan lainnya. Dalam hal ini, terdapat empat komponen

yang menjadi fokus pembahasan, yaitu pengetahuan produk, sasaran pemasaran, penelitian tentang konsumen, serta pikiran konseptual. Pembahasan masing-masing poin kemudian mengarahkan para peserta untuk melihat beberapa contoh iklan dan menganalisis tulisan yang dinyatakan dalam iklan tersebut mulai dari produk hasil usaha dimana diproduksi dalam skala besar hingga produk hasil usaha wirausaha milenial yang jumlah produksinya masih berada pada skala kecil hingga menengah. (Adiprasetio, 2019)

Materi dan contoh konkret dari penggunaan *copywriting* dalam membangun citra produk dan periklanannya dirasa cukup mampu menjadi landasan pengetahuan bagi para peserta untuk selanjutnya mereka menerapkan dan membuat sendiri *copywriting* produknya. Penerapan dilakukan pada sesi pelatihan *daring* untuk mengasah kemampuan mereka dalam hal promosi. (Yogantari, 2019)

Hasil pengabdian dapat terukur dimana instruktur pelatihan melakukan evaluasi pelatihan melalui kuesioner, ujian awal atau *pre-test* dan ujian akhir atau *post-test* serta pengamatan hasil produk oleh peserta pelatihan dan respon mitra didalam mengikuti kegiatan pelatihan ini dengan baik. Luaran dari implementasi pelaksanaan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan dapat memberikan pembekalan dan persiapan matang wirausaha milenial untuk membuat *copywriting* guna lebih membantu mereka. Serangkaian kegiatan tersebut menandai capaian kegiatan pengabdian yang dapat dikatakan berhasil sesuai dengan rencana yang telah disusun. Adapun faktor pendorong dalam pelaksanaan program pelatihan *copywriting* yakni antusias wirausaha milenial sebagai peserta selama mengikuti kegiatan pelatihan dan faktor penghambat pelaksanaan program manakala peserta pelatihan mengalami kendala gangguan sinyal karena pelatihan dilakukan secara *daring* dengan menggunakan zoom.

Adapun indikator keberhasilan dan capaian terhadap program pelatihan *copywriting* dapat ditampilkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

Indikator Keberhasilan	Uraian
1. Pengetahuan Terhadap Sebuah Produk	1. Peserta Pelatihan Memahami Pengetahuan Terhadap Sebuah Produk
2. Sasaran Pemasaran Produk	2. Peserta Pelatihan Memahami



	Khalayak Sasaran Dalam Pemasaran Produk
3. Karakteristik Konsumen	3. Peserta Pelatihan Memahami Karakteristik Konsumen
4. Ide Dasar Serta Konsep <i>Copywriting</i>	4. Peserta Pelatihan Bisa Membuat Ide Dasar Serta Konsep Mengenai <i>Copywriting</i>

Berikut link video presentasi salah satu peserta pengabdian,
<https://youtu.be/2ovQ1Dl2ggs>

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha milineal dapat memanfaatkan teknologi media sosial, dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di *instagram* dan juga mitra dapat membuat konten yang menarik di media sosial untuk promosi produk usaha. Penggunaan fitur-fitur *instagram* yang digunakan oleh pelaku wirausaha milenial diantaranya adalah *caption* yang jelas dan singkat, namun sangat informatif, dengan mencantumkan nomor kontak yang lengkap dan juga mencantumkan nama akun *instagram*, nomor *whatsapp*, dan akun *facebook*.

Kegiatan pengabdian dapat dilakukan mencapai sasaran yang tepat mengingat pengetahuan para peserta wirausaha millennial mengenai *copywriting* masih sangat kurang. Beberapa peserta bahkan baru mengenal hal tersebut. Hal tersebut menunjukkan betapa penting dan bermanfaatnya kegiatan pengabdian yang dilaksanakan bagi para peserta. Guna kebermanfaatannya yang berkelanjutan, peserta diharapkan terus mengasah kemampuannya dalam mengolah kata sehingga *copywriting* yang dihasilkan akan semakin baik. Selain itu, kegiatan dengan tema serupa masih dimungkinkan untuk dapat terus dilakukan mengingat wirausaha milineal yang selalu muncul di setiap waktu. Hasil yang lebih maksimal diindikasikan terjadi jika dilakukan secara tatap muka dan dalam kurun waktu yang sesuai dengan kebutuhan pelatihan.

Promosi melalui media sosial *instagram* cukup membantu wirausaha milenial dalam mempromosikan produk usaha. Tidak hanya mengandalkan keindahan foto,

namun mengemas satu foto dengan merangkai kata-kata pada *caption* foto, memerlukan sebuah teknik *copywriting* yang cukup baik, tentunya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram tersebut.

Saran

Berdasarkan analisis keberhasilan program dalam pelatihan ini, promosi melalui *instagram* memiliki potensi yang cukup besar untuk dikenal oleh semua *netizen* dari penjuru dunia. Oleh karenanya, diperlukan lebih dalam lagi bimbingan teknis terkait teknik *copywriting* kepada para wirausaha milenial, agar pemanfaatan teknologi di media sosial *instagram* dapat lebih maksimal sehingga menghasilkan satu bentuk promosi yang menarik, serta kegiatan pelatihan ini bisa berkesinambungan guna lebih meningkatkan keterampilan peserta pelatihan mengimplementasikan keterampilannya didalam *copywriting*, adapun kelemahan dimana peserta pelatihan belum memiliki inovasi didalam mengimplementasikan kegiatan ini maka diperlukan pelatihan yang berkesinambungan agar peserta dapat memahami lebih baik, serta pihak-pihak sebagai pemangku kepentingan dapat mendukung kegiatan pelatihan ini agar supaya dapat berkesinambungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk publikasi ilmiah pengabdian masyarakat, begitu juga kepada wirausaha milineal, kami juga mengucapkan terimakasih atas partisipasinya sebagai peserta pelatihan mengenai *copywriting*.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Robert, 2012, *Successful Copywriting*, The McGraw-Hill Companies, Inc.
A.Wheeler, 2018, *Designing Brand Identity: An Essential Guide For The Entire Branding Team*", John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.,
Berber, Aykut and Ibrahim Aksel, 2007, Strategic Approach To Product Design and Development Process, and Effectiveness of Industrial Design Practices. *Isletme Fakultesi Dergisi*. Vol. 8, No 1.



- C. Bisoyi, U. Barua, dan E. Guha, 2013 "Effective Communication of Product Information : *A Copy Writing Methodology*," Vol. 6, no. 4, hal. 1–3,
- J. Adiprasetyo, 2019, *Copy Writing Dan Jurnalisme : Kiat Memasarkan Berita*," .
- M. V. Yogantari dan N. K. A. Dwijendra, 2019, "Visual Content by Consumer in Promoting Sustainable Culinary Business," *Journal Social Politic Science*, vol. 2, no. 3.
- Porter, Michael E, 1994. *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Binarupa Asksara.
- R. Jain, 2017, "Basic Branding Concepts: Brand Identity, Brand Image and Brand Equity." *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, Vol. 7, Issue 4.
- Yan, Bingwen and Oluwole Daniel Makinde, 2011, Impact of continuous improvement on new product development within SMEs in the Western Cape, South Africa. *African Journal of Business Management*, Vol. 5(6).