



**LAPORAN KEGIATAN
PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (PPM) DOSEN**

**SEMINAR EKSPOR DAN IMPOR UMKM
FORUM BISNIS JAWA TENGAH**

OLEH:

RIANA SUSANTI, M.SI., DBA

NIDN: 0311017304

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS IPWIJA**

2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kegiatan **Seminar Ekspor dan Impor UMKM Forum Bisnis Jawa Tengah** yang dilaksanakan secara daring pada tanggal 9 Maret 2025.

Kami mengucapkan terima kasih kepada **Universitas IPWIJA** yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk berperan serta sebagai narasumber dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PPM) sebagai wujud implementasi Tridharma Perguruan Tinggi.

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas IPWIJA
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas IPWIJA
3. Kaprodi Studi Magister Manajemen Universitas IPWIJA
4. Kepala LP2M Universitas IPWIJA
5. Forum Bisnis Jawa Tengah
6. Serta berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan demi kelancaran kegiatan ini.

Kami berharap laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kegiatan yang telah dilakukan, sekaligus menjadi sarana evaluasi untuk perbaikan pada kegiatan serupa di masa yang akan datang. Semoga laporan ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang terkait.

Bogor, 10 Maret 2025

Riana Susanti, M.Si., DBA.

NIDN: 0311017304

SURAT PERMOHONAN NARA SUMBER



FORUM BISNIS JAWA TENGAH

Jalan Raya Bambu A13 RT.004/08 Kel. Rawa Bambu, Kec. Pasar Minggu,
Jakarta Selatan – DKI Jakarta. 12520

Jakarta, 3 Maret 2025

No. : 01/FBJT/III/2025
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Narasumber (Dosen)**

Kepada
Yth. **Kepala LP2M**
Universitas IPWIJA
Di tempat

Perihal: Permohonan Narasumber untuk Seminar

Dengan hormat,

Bersama ini, kami dari Forum Bisnis Jawa Tengah dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu Rektor Universitas IPWIJA untuk menugaskan dua narasumber dari Universitas IPWIJA dalam kegiatan Seminar Export Import UMKM yang akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Minggu, 9 Maret 2025
Waktu : 09:00 – 12:00 WIB
Tempat : Secara Daring (Online)

Seminar ini diselenggarakan sebagai wadah pembelajaran dan penguatan kapasitas bagi para pelaku UMKM Jawa Tengah, khususnya dalam memahami prosedur serta strategi ekspor-impor secara praktis dan berdaya saing.

Kami sangat berharap narasumber dari Universitas IPWIJA dapat berbagi pengetahuan, pengalaman, serta perspektif akademis yang relevan, sehingga peserta seminar memperoleh manfaat nyata untuk pengembangan usaha mereka.

Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan informasi terkait narasumber yang akan ditugaskan, sehingga kami dapat mempersiapkan agenda seminar secara optimal.

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, besar harapan kami agar permohonan ini dapat dipenuhi. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Dr. H, Slamet Sutrisno, S.E., M.M., M.Si.
Ketua Umum Forum Bisnis Jawa Tengah

UCAPAN TERIMA KASIH



SERTIFIKAT

Seri No.05/012/FBJT/03/2025



Diberikan kepada :

Riana Susanti, M.Si., DBA

Sebagai :

NARASUMBER

Pada “SEMINAR EKSPOR DAN IMPOR UMKM FORUM BISNIS JAWA TENGAH” yang
Diselenggarakan Secara online pada Hari Minggu Tanggal 9 Maret 2025

Ketua Umum Forum Bisnis
Jawa Tengah

DR.H.SLAMET SUTRISNO.S.E.,M.M.,MSI.



Sekretaris Umum

BRIG JEND (PURN) DR.H.MARKUM .M.PD

MATERI PELATIHAN

Digital Marketing Sebagai Peluang dan Tantangan di Era Ketidakpastian Politik

Oleh:
Dr. RIANA SUSANTI, M.Si.
santihoesodo@gmail.com



Definisi Digital Marketing

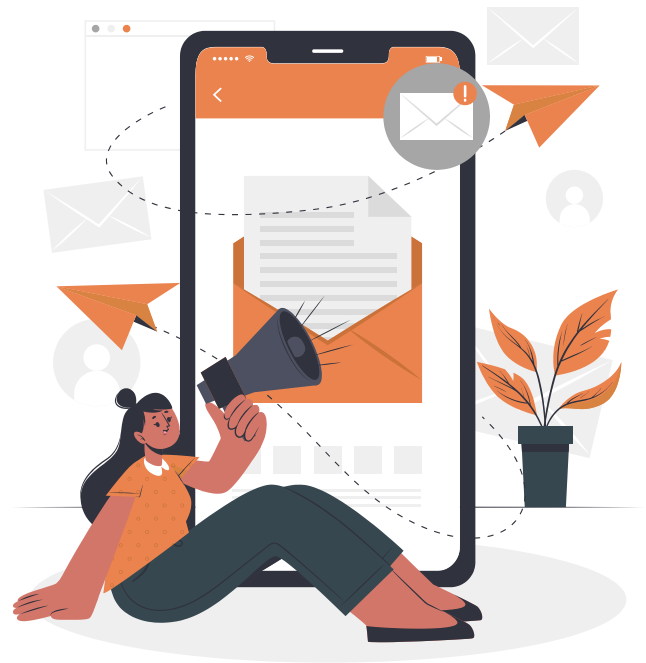
adalah serangkaian kegiatan pemasaran yang memanfaatkan platform digital dan teknologi internet untuk mencapai konsumen.

Berbagai teknik digunakan seperti :
SEO, SEM, media sosial, email marketing, dan konten pemasaran.



Relevansi Digital Marketing bagi UMKM

- **Menjangkau Pasar yang Lebih Luas:** Tidak terbatas oleh lokasi geografis, UMKM dapat menjangkau pelanggan di berbagai daerah bahkan global.
- **Mengoptimalkan Biaya Pemasaran:** Dibandingkan dengan pemasaran konvensional, digital marketing lebih hemat biaya dengan efektivitas yang lebih tinggi.



Relevansi Digital Marketing bagi UMKM

- **Meningkatkan Interaksi dengan Pelanggan:** Media sosial, email marketing, dan chatbot memungkinkan komunikasi langsung dan personal dengan pelanggan.
- **Memanfaatkan Data dan Analitik:** UMKM dapat menggunakan data pelanggan untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan meningkatkan konversi.
- **Menyesuaikan Strategi dengan Cepat:** Dalam kondisi pasar yang berubah-ubah, digital marketing memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan cepat berdasarkan tren dan respons pelanggan.



Pengaruh Ketidakpastian Politik terhadap Dunia Usaha

Ketidakpastian politik dapat berdampak signifikan terhadap dunia usaha, termasuk UMKM.

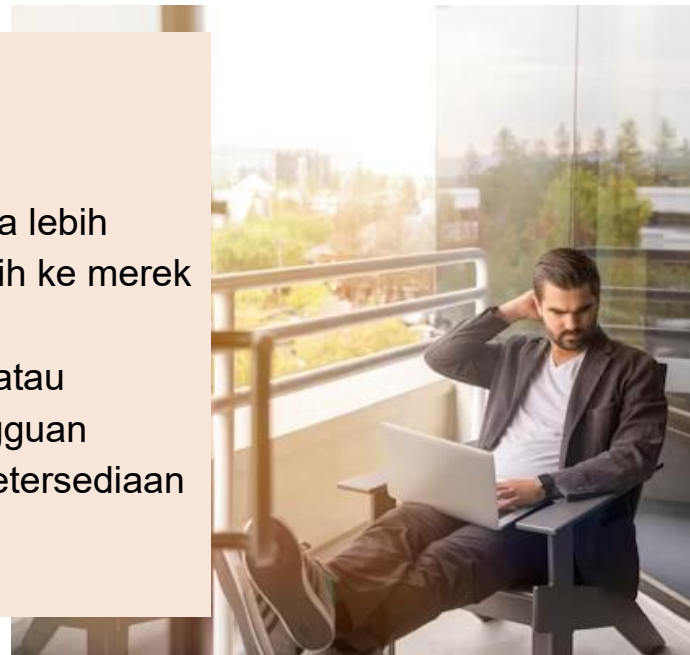
Beberapa pengaruh utama meliputi:

- **Fluktuasi Kebijakan Ekonomi:** Perubahan kebijakan fiskal dan moneter dapat mempengaruhi harga bahan baku, suku bunga, dan inflasi, yang berdampak pada daya beli konsumen dan biaya operasional bisnis.
- **Perubahan Regulasi Digital:** Kebijakan baru terkait pajak digital, perlindungan data, dan aturan e-commerce dapat mempengaruhi strategi pemasaran digital UMKM.



Pengaruh Ketidakpastian Politik terhadap Dunia Usaha

- **Penurunan Kepercayaan Konsumen:** Ketidakpastian politik dapat mengurangi kepercayaan konsumen, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam pengeluaran dan beralih ke merek yang lebih stabil.
- **Gangguan Rantai Pasok:** Konflik politik atau ketidakstabilan dapat menyebabkan gangguan logistik dan distribusi, berdampak pada ketersediaan produk dan waktu pengiriman.



Peluang Adaptasi

Meskipun menantang, UMKM yang mampu beradaptasi dengan cepat, seperti memanfaatkan strategi pemasaran digital yang fleksibel, tetap dapat bertahan dan bahkan berkembang dalam kondisi ini.



Peran Teknologi dalam Mendukung Bisnis UMKM

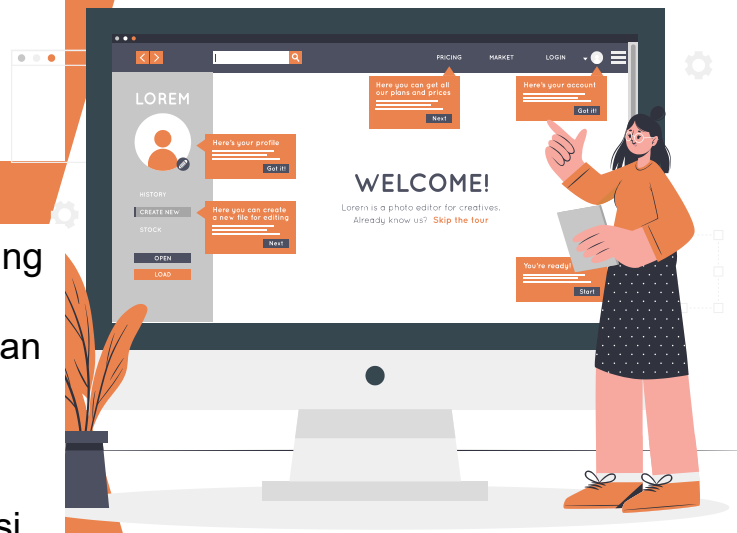
Peran Teknologi dalam Mendukung Bisnis UMKM

- Teknologi dapat meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan menghadapi tantangan bisnis.
- Teknologi seperti e-commerce, media sosial, analitik data, kecerdasan buatan (AI), serta sistem pembayaran digital memungkinkan UMKM untuk beroperasi lebih efektif dan bersaing dengan bisnis yang lebih besar.
- Teknologi juga membantu dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, mengoptimalkan strategi pemasaran, serta mengurangi biaya operasional melalui otomatisasi.



Tantangan Digital Marketing di Era Ketidakpastian Politik

- Perubahan kebijakan pemerintah yang memengaruhi iklan digital.
- Perubahan algoritma media sosial dan mesin pencari.
- Menyesuaikan strategi dengan tren konsumen yang dinamis.
- Ancaman keamanan data dan privasi pengguna.



Tantangan Digital Marketing di Era Ketidakpastian Politik

❑ **Perubahan kebijakan pemerintah yang memengaruhi iklan digital.**

Kebijakan pemerintah dapat berdampak besar pada strategi iklan digital, terutama dalam hal regulasi data, pajak digital, dan batasan iklan tertentu.

Contoh di Indonesia:

- **Peraturan Perlindungan Data Pribadi (UU PDP 2022):** Undang-Undang ini mengatur bagaimana data pribadi dikumpulkan, digunakan, dan disimpan oleh perusahaan, termasuk platform digital dan pengiklan. Perusahaan harus lebih transparan dalam penggunaan data untuk personalisasi iklan.
- **Pajak Digital:** Pemerintah Indonesia menerapkan pajak PPN 10% untuk layanan digital seperti Google Ads dan Facebook Ads sejak 2020. Hal ini meningkatkan biaya beriklan bagi bisnis lokal.
- **Pembatasan Iklan Produk Tertentu:** Misalnya, larangan iklan rokok di platform digital dan pengawasan ketat terhadap iklan minuman beralkohol atau obat-obatan.

Tantangan Digital Marketing di Era Ketidakpastian Politik

❑ **Perubahan Algoritma Media Sosial dan Mesin Pencari**

Platform digital sering memperbarui algoritmanya, yang memengaruhi bagaimana konten dan iklan muncul di feed pengguna atau hasil pencarian.

Contoh di Indonesia:

- **Facebook & Instagram (Meta):** Meta mengurangi jangkauan organik untuk brand dan meningkatkan prioritas pada konten dari teman dan keluarga. Bisnis harus beralih ke strategi berbasis komunitas dan meningkatkan anggaran iklan berbayar.
- **Google Search & SEO:** Google sering memperbarui algoritma pencariannya, seperti memperketat persyaratan konten berkualitas tinggi dan memperkenalkan fitur AI seperti "Search Generative Experience (SGE)" yang mengubah tampilan hasil pencarian.
- **TikTok & Reels:** Algoritma TikTok lebih mengutamakan engagement (like, komentar, durasi tontonan) daripada jumlah pengikut, sehingga brand harus fokus pada kreativitas konten agar tetap relevan.

Tantangan Digital Marketing di Era Ketidakpastian Politik

Menyesuaikan Strategi dengan Tren Konsumen yang Dinamis

Preferensi konsumen terus berubah, dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan teknologi.

Contoh di Indonesia:

- **Tren Belanja Online & Live Shopping:** Konsumen semakin tertarik pada belanja live-streaming di Shopee Live atau TikTok Shop, sehingga brand perlu mengadopsi format ini untuk meningkatkan konversi.
- **Kesadaran Lingkungan:** Merek yang menekankan keberlanjutan dan produk ramah lingkungan lebih diminati, seperti kampanye "Go Green" dari beberapa brand lokal.
- **Hyper-Personalization:** Konsumen ingin konten yang lebih personal, sehingga strategi berbasis AI dan data analytics semakin penting dalam pemasaran digital.

Tantangan Digital Marketing di Era Ketidakpastian Politik

Ancaman Keamanan Data dan Privasi Pengguna di Indonesia

1. Peretasan (Hacking)

Peretasan terjadi ketika pihak tidak berwenang mengakses sistem atau data pribadi pengguna tanpa izin.

Contoh: Pada tahun 2022, terjadi kebocoran data yang diduga berasal dari BPJS Kesehatan, di mana 279 juta data pribadi warga Indonesia dijual di forum gelap. Data yang bocor termasuk NIK, nama, alamat, hingga informasi kesehatan.

2. Serangan Phishing

Phishing adalah metode penipuan di mana penyerang berpura-pura sebagai entitas tepercaya untuk mencuri informasi pribadi pengguna seperti username, password, atau data kartu kredit.

Contoh: Banyak pengguna e-commerce dan mobile banking di Indonesia menerima email atau pesan WhatsApp palsu yang mengaku dari bank atau marketplace, meminta mereka memasukkan data login di situs palsu.

Tantangan Digital Marketing di Era Ketidakpastian Politik

3. Kebocoran Data dari Institusi

Seringkali, kebocoran data terjadi karena pengelolaan data yang kurang aman oleh institusi atau perusahaan.

Contoh : Pada 2023, dugaan kebocoran data pelanggan dari salah satu operator telekomunikasi besar di Indonesia mengungkapkan informasi sensitif seperti nomor HP, NIK, dan KK.

4. Penyalahgunaan Data oleh Aplikasi Pihak Ketiga

Beberapa aplikasi meminta akses yang tidak perlu ke data pribadi pengguna dan menyalahgunakannya.

Contoh : Beberapa aplikasi pinjaman online ilegal di Indonesia diketahui menyalahgunakan akses ke kontak dan galeri pengguna untuk mengancam mereka jika terlambat membayar pinjaman.

5. Serangan Ransomware

Ransomware adalah serangan di mana data pengguna atau perusahaan dienkrpsi oleh penyerang, lalu mereka meminta tebusan untuk mengembalikan aksesnya.

Contoh : Pada 2021, serangan ransomware terhadap rumah sakit di Indonesia menyebabkan sistem informasi pasien tidak bisa diakses, mengganggu pelayanan medis.

Konsep VUCA dalam Digital Marketing

- **Volatility (Volatilitas):** Perubahan kebijakan ekonomi dan regulasi digital
- **Uncertainty (Ketidakpastian):** Tren pasar yang sulit diprediksi
- **Complexity (Kompleksitas):** Beragamnya kanal digital dan algoritma yang berubah
- **Ambiguity (Ambiguitas):** Tidak ada kepastian strategi mana yang paling efektif

Volatility (Volatilitas)

- Volatility merupakan sebuah kondisi atau situasi yang tidak dapat diprediksi. Pada saat ini kita tidak dapat menemukan sebuah usaha yang dapat dijalankan secara stabil, hal ini dikarenakan semakin berkembangnya dunia teknologi.
- Volatility ini salah satunya dipengaruhi oleh banyaknya inovasi yang didasarkan pada teknologi yang cepat dan terus mengalami perubahan

Uncertainty (Ketidakpastian)

- Uncertainty dapat diartikan sebagai ketidakpastian. Uncertainty menggambarkan bahwa tidak ada yang dapat dipastikan dalam menjalankan sebuah usaha.
- Dalam sebuah kondisi yang penuh dengan ketidakpastian, perubahan bisa datang dengan cepat pada tingkatan yang berbeda. Ketidakpastian ini disebabkan salah satunya yaitu karena minimnya informasi memadai yang diperoleh

Complexity (Kompleksitas)

- Complexity yaitu situasi yang kompleks dan ditunjukkan dengan banyaknya bagian yang saling berhubungan antara yang bagian satu dengan bagian yang lain.
- Kondisi bisnis saat ini berbeda dengan kondisi pada era sebelumnya dimana dulu fokus perusahaan hanya pada profit atau keuntungan.
- Berbeda pada masa sekarang dimana banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang dalam menghadapi kerasnya dalam persaingan industry

Ambiguity (Ambiguitas)

- Ambiguity merupakan situasi dimana terdapat keraguan terkait sifat hubungan sebab akibat.
- Salah satu hal yang menjadi perhatian utama dalam ambiguity adalah penggambaran sekat-sekat yang berada dalam sebuah usaha semakin lama semakin tidak nampak.
- Pada masa sekarang banyak bermunculan usaha-usaha baru. Sektor bisnis yang berbeda yang awalnya tidak bersinggungan, pada saat ini dapat mengekspansi sektor bisnis yang berbeda. Hal ini dikarenakan tidak adanya sekat antar satu bisnis dengan bisnis yang lain. Dalam situasi yang tidak pasti ini kita juga tidak dapat memprediksi apa yang akan terjadi ke depannya, oleh karena itu wajib bagi kita untuk memiliki informasi yang memadai dalam menghadapi ketidakpastian

Peluang Digital Marketing bagi UMKM

Keuntungan Digital Marketing

- **Akses Pasar Lebih Luas**
- **Biaya Pemasaran yang Lebih Efisien** dibandingkan pemasaran konvensional
- **Segmentasi Pasar yang Lebih Spesifik** dengan data dan analitik
- **Adaptasi Cepat** dalam merespons perubahan tren
- **Pemanfaatan Tren Lokal dan Komunitas** untuk memperkuat branding
- **Peluang Kolaborasi dengan Influencer dan Mitra Strategis**



**Strategi Menghadapi
Tantangan Digital
Marketing dalam Situasi
VUCA**

- ❑ **Membangun kehadiran digital yang kuat di berbagai platform**
 - ✓ Menggunakan berbagai saluran pemasaran digital seperti media sosial, website, marketplace, dan email marketing agar bisnis lebih mudah dijangkau.
 - ✓ Memastikan brand tetap relevan dengan audiens melalui konten yang konsisten dan interaktif.
- ❑ **Fleksibilitas dalam strategi pemasaran dan inovasi produk**
 - ✓ Beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi pelanggan.
 - ✓ Mencoba berbagai pendekatan pemasaran seperti kampanye digital yang lebih personal, influencer marketing, atau iklan berbasis AI.

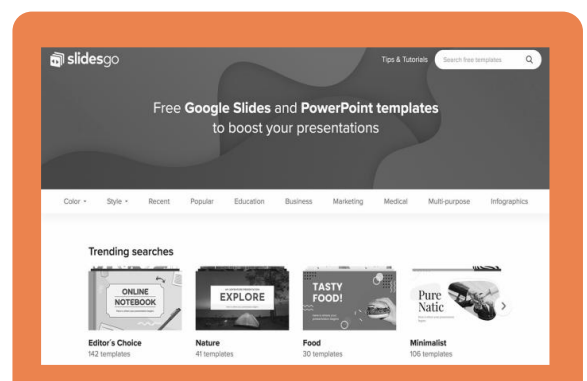
- ❑ **Menggunakan data analytics untuk memahami perilaku pelanggan**
 - ✓ Memanfaatkan tools analitik seperti Google Analytics, Meta Insights, dan CRM untuk memahami kebutuhan dan kebiasaan pelanggan.
 - ✓ Menggunakan data untuk membuat keputusan berbasis fakta dalam strategi pemasaran.
- ❑ **Menerapkan strategi pemasaran berbasis komunitas**
 - ✓ Membangun keterlibatan pelanggan melalui komunitas online seperti grup media sosial, forum diskusi, dan program loyalitas.
 - ✓ Meningkatkan brand advocacy dengan mendorong pelanggan menjadi bagian dari pertumbuhan bisnis.
- ❑ **Menjaga kepercayaan pelanggan melalui transparansi dan layanan yang baik**
 - ✓ Memberikan informasi produk/jasa yang jelas dan jujur.
 - ✓ Respon cepat terhadap keluhan atau pertanyaan pelanggan untuk membangun loyalitas jangka panjang.

Teknik Digital Marketing yang Efektif

- ✓ SEO dan SEM untuk meningkatkan visibilitas di pencarian Google
- ✓ Pemanfaatan Media Sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk promosi
- ✓ Email Marketing dan Chatbots untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan
- ✓ Penggunaan AI dan Otomasi dalam pemasaran digital
- ✓ Strategi Konten Berkualitas dan Storytelling untuk menarik pelanggan

Kesimpulan dan Rekomendasi

- **Digital marketing tetap menjadi peluang besar bagi UMKM di tengah ketidakpastian politik**
- **Memahami dan mengatasi tantangan VUCA dapat meningkatkan daya saing UMKM**
- **UMKM harus terus berinovasi, beradaptasi, dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal**
- **Pentingnya edukasi dan pelatihan bagi UMKM dalam memahami tren digital marketing**





**THANK
YOU**

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kegiatan Seminar Ekspor dan Impor UMKM yang diselenggarakan oleh Forum Bisnis Jawa Tengah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Para peserta memperoleh wawasan serta keterampilan baru yang bermanfaat dalam memahami proses ekspor dan impor. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa topik ini relevan dengan kebutuhan mereka, serta mendukung pengembangan kapasitas UMKM dalam menghadapi perdagangan internasional.

B. Saran

Agar kegiatan serupa lebih optimal di masa mendatang, disarankan:

1. Durasi seminar diperpanjang agar materi dapat dibahas lebih mendalam.
2. Ditambahkan sesi praktik langsung atau simulasi ekspor-impor sehingga peserta dapat lebih memahami proses secara nyata.
3. Perlu adanya tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan dengan materi yang lebih spesifik agar peserta dapat mendalami topik sesuai kebutuhan.