

PENGEMBANGAN STRATEGI INOVASI PEMASARAN DIGITAL

Tim Penulis

Editor:

Lathiif Wendar Ariifarahman
Widarta, SE., M.M.

Pengembangan Strategi Inovasi Pemasaran Digital

©Tim Penulis, 2024

160 hlm.; 17 x 24,5 cm.

QRCBN: 62-675-0509-741

Tim Penulis: Septi Nugrahanta, Lathiif Wendar Ariifarahman, Mita Millenia, M. Deisry Faturrohman, Dewiana Nur Hidayati, Krisdayanti Daeli, Rizky Bagaskara Drestanto, Lyssia Putri Lestari, Viona Berliana, Eva Nurjanah, Muhammad Keprinal, Tiara Farah Pratama, Aurora Ratri Pramesti¹, Sri Paulus, Arista Amara Putri, Pristy Purnantika, Tri Agustina, Awan Santosa, S.E, M.Sc., Rina Dwiarti, S.E., M.Si., Dr. Asep Rochyadi PS, SE., M.Si., Dr. Audita Nuvriasari, SE., M.M., Shadrina Hazmi, SE., M.Sc., Widarta, S.E., M.M. CDMP., Dr. Dorothea Wahyu Ariani S.E, M.M., Titik Desi Harsoyo, SE., M.Si., Drs. Subarjo, M.Si., Dr. Hamzah Gunawan, MM, Dra. Sumiyarsih, MM.

Editor: Lathiif Wendar Ariifarahman, Widarta, S.E., M.M. CDMP.

Desainer Sampul: Bayu Aribowo

Penata Letak: Amin Fadlillah

Diterbitkan oleh:

Penerbit Galuh Patria

Kaliajir Lor, Gg. Sadewo No. 18, Rt. 02/11 Kalitirto, Berbah, Sleman.

Web: www.galuhpatria.id

Email: penerbitgaluhpatria@gmail.com

Tlp/WA: 082265550883

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, atas segala rahmat karunia-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan buku yang berjudul "*Pengembangan Strategi Inovasi Pemasaran Digital*" dengan baik. Buku ini dibuat bertujuan untuk memenuhi tugas Ujian Tengah Semester mata kuliah Workshop Manajemen dari bapak Widarta, SE, MM., CDMP. pada Program Studi Manajemen. Kegiatan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Yogyakarta ini merupakan sebuah implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi dan bertujuan untuk menerapkan pengetahuan dan kecakapan sesuai bidang peminatan Pemasaran.

Buku ini menjadi sebuah bentuk pertanggungjawaban kami sebagai mahasiswa selama kegiatan magang berlangsung. Di antara halaman-halaman buku ini, pembaca akan mengenal lebih dalam tentang pemasaran digital yang dapat diterapkan dalam beragam sektor bisnis. Mereka tidak hanya menghadapi tantangan teknologi, tetapi juga merangkul kreativitas dalam pengembangan bisnisnya, membuka pintu gerbang menuju pasar global kepada pelanggan melalui pemasaran digital.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu Dosen baik pengampu mata kuliah Workshop Manajemen maupun pembimbing Magang serta kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga dapat diterbitkannya buku ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan segala kerendahan hati tim penulis menyadari bahwa penulisan buku ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis berharap saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan buku ini.

Yogyakarta, 27 Maret 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	3
Daftar Isi.....	5
Peningkatan Penjualan Produk Melalui Inovasi Pemasaran di Umkm Bambu Runcing Vapestore	
<i>Septi Nugrahanta, Awan Santosa, S.E, M.Sc.....</i>	7
Optimalisasi Pemasaran Digital dan Kualitas Layanan Guna Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan di PT. Bimo Transport Indonesia	
<i>Lathiif Wendar Ariifarahman, Rina Dwiarti, S.E., M.Si.....</i>	15
Program Peningkatan Daya Tarik Pemasaran Melalui Media Sosial, Pengukuran Kepuasan Pelanggan dan Hospitality di Mumus Pudding Jogja	
<i>Mita Millenia, Dr. Asep Rochyadi PS, S.E., M.Si.....</i>	23
Inovasi Strategi Pemasaran Digital dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Keunggulan Bersaing di Astajava Coffee And Roastery	
<i>M. Deisry Faturrohman, Dr. Audita Nuvriasari, SE., M.M.....</i>	32
Optimalisasi Digital Marketing dan Kualitas Layanan Guna Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan Koperasi Simpan Pinjam LKMA Sumber Makmur	
<i>Dewiana Nur Hidayati, Shadrina Hazmi, SE., M.Sc.....</i>	41
Optimalisasi Pemasaran Digital Melalui Periklanan Menggunakan Sosial Media di PT. Mandocajaya Citra Sejati	
<i>Krisdayanti Daeli, Dr. Asep Rochyadi PS, SE., M.Si.....</i>	50
Optimalisasi Pemasaran Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Total Outsource Development (TOD) Yogyakarta dengan Konten Digital untuk Menarik Minat Calon Peserta Didik Mengikuti Program Pelatihan Kerja Pasca Pandemi Covid-19	
<i>Rizky Bagaskara Drestanto, Widarta, S.E., M.M. CDMP.....</i>	60

Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengelolaan Administrasi Keuangan Guna Meningkatkan Kinerja Bisnis di Toko Tip Top Podomoro	
<i>Lyssia Putri Lestari, Dr. Audita Nuvriasari, SE., MM.....</i>	71
Perbaikan Sistem Transaksi Jual Beli di Toko Pak Slamet	
<i>Viona Berliana, Dr. Dorothea Wahyu Ariani S.E, M.M.....</i>	79
Pendampingan Tata Kelola Keuangan dan Pemasaran Digital di Toko Bangunan Dini Logam	
<i>Eva Nurjanah, Awan Santosa, SE., M.Sc.....</i>	85
Penerapan Kecerdasan Buatan Terhadap Efisiensi Kerja dan Kedisiplinan Pada Perusahaan Jogja Synergy Office	
<i>Muhammad Keprinal, Titik Desi Harsoyo, SE., M.Si.....</i>	92
Customer Service Online: Mengoptimalkan Program Express dan Katalog Produk untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Byrequest Craft	
<i>Tiara Farah Pratama, Drs. Subarjo, M.Si.....</i>	101
Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Tajzu Kopi Yogyakarta	
<i>Aurora Ratri Pramesti1, Widarta, SE, MM., CDMP.....</i>	109
Strategi Pemasaran dan Distribusi Produk di PT. Lingkar Organik Indonesia	
<i>Sri Paulus, Dr. Hamzah Gunawan, MM.....</i>	117
Program Pengembangan Strategi Pemasaran dalam Upaya Memperluas Sasaran Anggota Koperasi Karyawan PT Yoga Presisi Tehikatama Industri	
<i>Arista Amara Putri, Dra. Sumiyarsih, MM.....</i>	124
Penerapan Bauran Pemasaran Produk Simpan Pinjam di KSP Semarak Dana	
<i>Pristy Purnantika, Rina Dwiarti, SE., M.Si.....</i>	133
Program Peningkatan Pelanggan Melalui Promosi Digital dan Hospitality Malindo Aesthetic Center By Dr Rila Zulma, Dipl. Ciptac Kabupaten Kebumen	
<i>Tri Agustina, Dr. Hamzah Gunawan, MM.....</i>	143
Biodata Penulis	151

STRATEGI PROMOSI DIGITAL DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI TAJZU KOPI YOGYAKARTA

Aurora Ratri Pramesti1, Widarta, SE, MM., CDMP

TAJZU KOPI YOGYAKARTA

Tajzu Kopi merupakan tempat makan enak yang cukup hits di Yogyakarta yang sudah ada sejak 10 April 2021. Berada di Slasar Malioboro, Jl. Ps. Kembang, Sosromenduran, Gedong Tengen, Yogyakarta. Mas Nanda adalah pemilik dari angkringan tajzu kopi beliau mendirikan Tajzu Kopi pada saat masa pandemi covid, beliau memutuskan untuk membuka usaha angkringan dengan modal yang sangat terbatas, meskipun terasa nekat, karena beliau ingin tetap produktif dan berkontribusi pada perekonomian lokal. Setelah melalui beberapa proses riset dalam persiapan pembukaan usaha akhirnya angkringan tajzu kopi dapat beroperasi. Pada awalnya, tajzu kopi hanya memiliki 3 karyawan, namun sekarang jumlah karyawannya telah bertambah menjadi 12 orang. Tajzu kopi menjual beragam menu mulai dari aneka sate-satean hingga nasi bungkus bisa di nikmati di tajzu kopi. Selain komplet menu makanan di tajzu kopi juga untuk harga tergolong murah dengan cita rasa yang enak. Tajzu kopi memiliki tempat yang tidak terlalu besar dipinggir jalan namun karena berada di Slasar Malioboro, tajzu kopi ini banyak peminatnya karena tempatnya yang cukup strategis dan tajzu kopi buka dari jam 09.00-24.00. Tajzu kopi hanya melayani pemesanan langsung ditempat, belum terdaftar dalam aplikasi penyedia makanan online. Hal ini menjadi salah satu keluhan pelanggan karena ketika ingin menikmati makanan tajzu kopi harus datang langsung ke tempat langsung.

Teknologi digital saat ini telah mengubah banyak aspek dalam kehidupan manusia, terutama dalam hal komunikasi dan internet. Dalam era digital, manusia dapat melakukan banyak kegiatan tanpa

harus bertemu secara langsung atau pergi ke tempat tertentu. Dengan adanya internet, manusia dapat berkomunikasi dengan orang jauh, membaca buku digital, mencari informasi, dan bahkan berbelanja secara online. Hal ini telah mempengaruhi cara pemasaran dari yang konvensional menjadi digital, dan meningkatkan minat beli secara online.

Digital marketing merupakan salah satu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui digital dengan memanfaatkan berbagai sarana, seperti jejaring sosial. Faktor penyebabnya adalah karena dunia maya tidak hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, melainkan juga orang dengan orang lain di seluruh dunia (Tabroni & Komarudin, 2021).

Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan (Syahputra, 2019). Untuk mempertahankan pelanggan dan diharapkan pelanggan melakukan pembelian ulang. Selain promosi, produsen juga harus memberikan pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasan pelanggan (Suyono et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis akan mengangkat judul magang yaitu “Strategi Promosi Digital Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Tajzu Kopi Yogyakarta”. Tujuan utama dari kegiatan ini yaitu untuk mengetahui strategi promosi digital dalam menarik minat beli konsumen di Tajzu Kopi Yogyakarta. Tujuan lain dari kegiatan magang tentunya untuk dapat memperoleh pengalaman kerja yang lebih luas dan untuk dapat mengembangkan kompetensi diri. Adanya kegiatan magang tentunya memberi manfaat bagi para mahasiswa yang ingin mendapatkan pengalaman serta keterampilan dibidang yang diminati. Dengan adanya kegiatan magang ini tentunya akan memberikan akses kemudahan untuk dapat melihat mengenai tantangan serta situasi yang dihadapi dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Selain itu dengan adanya magang akan dapat menambah soft skill yang dimiliki oleh para mahasiswa karena tentunya akan diajarkan mengenai bagaimana cara berkomunikasi, bersikap serta penyelesaian masalah yang baik dalam dunia kerja.

OPTIMALISASI PROGRAM KERJA

Kegiatan magang dilaksanakan di Tajzu Kopi Yogyakarta. Kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis dari jam 09.00-17.00 WIB, waktu kerja 8 jam sehari dan enam hari kerja dalam satu minggu

dengan mengambil libur satu hari di weekday. Kegiatan utama yang dilakukan adalah pengecekan produk, kasir, berhubungan dengan konsumen, merekap data dan pembuatan realisasi penjualan, data keuangan, data biaya dan penjualan produk di Tajzu Kopi. Tetapi tidak semua kegiatan dilakukan oleh penulis tetapi dibantu dengan crew atau pegawai yang ada di Tajzu Kopi saat menjalani kegiatan magang. Hal ini dikarenakan dibutuhkan hardskill atau keterampilan dalam mengerjakan suatu hal tersebut, yang bila tidak memiliki hal tersebut maka akan memperlambat kerja sehingga waktu yang selalu dituntut untuk cepat dan efisien tidak tercapai.

Penulis selama magang melakukan kegiatan yaitu diawal buka untuk persiapan penulis melakukan pengecekan dan penginputan produk dari kualitas hingga kuantitas produk, kemudian pengecekan tempat untuk penataan produk dan kebersihan tempat Tajzu Kopi. Saat sudah mulai buka beroperasi, penulis bertugas menjadi kasir.

Saat bekerja sebagai kasir, penulis juga merapikan serta memantau beberapa display yang kurang rapi karena mungkin tersenggol konsumen. Agar tata letak tetap tampak rapi sehingga lebih enak dipandang dan memudahkan konsumen untuk mengambil produk yang diinginkan.

Penulis juga bertugas untuk memantau pembelian online dan menginfokan kepada pegawai lain saat terdapat pesanan secara online agar pemesanan dapat disiapkan sebelum driver datang ketempat. Karena penulis bekerja di shift pagi maka sebelum selesai bertugas, penulis juga melakukan pengecekan hasil sebagai laporan pendapatan.

Dari hasil yang ditemukan adanya kendala adalah strategi promosi digital harus konsisten dibuat dan memerlukan inovasi-inovasi agar strategi yang digunakan mampu berhasil. Digital marketing membantu Tajzu Kopi dalam memasarkan produk, sehingga dapat mudah dijangkau konsumen yang tengah mencari produk tersebut. Digital marketing merupakan pemanfaatan dari internet sebagai suatu teknologi yang menghubungkan komunikasi dua arah antara penjual dengan pembeli. Digital marketing digunakan untuk memperluas pemasaran dari cara konvensional menjadi serba digital untuk dijangkau konsumen secara tepat waktu dan fleksibel. Digital marketing telah mengalami evolusi dari kegiatan pemasaran yang menggunakan sarana online menjadi proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, promosi produk, pemeliharaan

konsumen dan peningkatan penjualan

Tajzu Kopi sebelumnya menjual atau memasarkan produknya secara offline. Penjualan secara offline dilakukan di Slasar Malioboro Yogyakarta. Setelah itu Tajzu Kopi melakukan penjualan secara online dilakukan melalui aplikasi GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

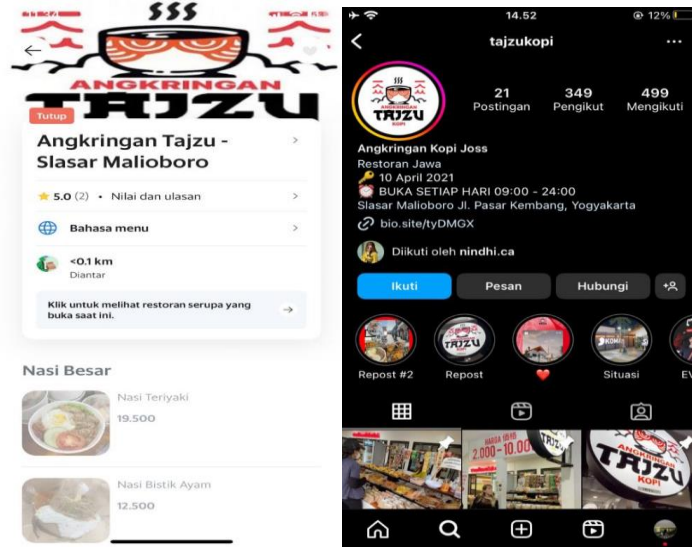
Dalam proses promosi Tajzu Kopi memilih melalui Sosial Media marketing. Salah satu media yang paling digunakan yaitu Aplikasi Instagram. Proses promosi yang dilakukan di media social dan lebih memfokuskan untuk pembuatan video content dalam. Tajzu Kopi juga terbuka untuk para konten creator dari tiktok untuk mempromosikan Tajzu Kopi di bidang kuliner dan terdapat beberapa konten di tiktok yang sudah mengunggah tempat Tajzu Kopi.

Strategi yang digunakan dalam proses promosi adalah menggunakan konten yang menarik. Dengan pembuatan konten yang menarik dapat mengenalkan Tajzu Kopi kepada masyarakat. Konten di upload dalam akun sosial media yaitu aplikasi instagram @tajzukopi. Promosi yang digunakan di Instagram yaitu dengan membuat feed Instagram, reels Instagram, dan story Instagram.

Dalam membuat konten marketing tentunya memiliki jadwal konten yang harus dibuat untuk menjadikan target dalam waktu satu bulannya. Tujuan dalam pembuatan jadwal konten marketing yang dibuat adalah agar content yang dibuat rapi dan teratur dalam pembuatannya, juga untuk mentargetkan setiap bulannya.

Pembuatan konten marketing dilakukan setiap harinya. Untuk target setiap harinya adalah untuk membuat story di Instagram agar konsumen selalu update dengan produk yang ditawarkan dan selebihnya menyesuaikan jadwal. Pembuatan video konten marketing dilakukan setiap hari juga namun untuk jadwal upload vidionya sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Tidak lupa untuk mengupload video testimoni pelanggan agar konsumen makin percaya untuk membeli produk tersebut karena kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang utama bagi Tajzu Kopi.

Gambar Promosi Sosial Media



Gambar Kegiatan Penjualan Produk Tajzu Kopi



Berikut ini adalah uraian tentang strategi pemasaran Tajzu Kopi:

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Beberapa pembagian segmen pasar konsumen menurut Kotler dan Armstrong.

1. Segmentasi geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti kebangsaan, regional, negara, negara bagian, kota dan bahkan lingkungan. Dalam hal ini perusahaan

sangat memperhatikan lokasi dimana akan didirikan usaha sesuai dengan pangsa pasar yang ada di lokasi atau daerah tersebut. Angkringan Tajzu Kopi mengincar segmen masyarakat dari berbagai daerah karena lokasi Angkringan tajzu kopi yang berada di tempat wisata yaitu malioboro. angkringan tajzu kopi sudah mempunyai segmenting geografis, demografi, tingkah laku. segmenting geografis di angkringan tajzu paling banyak dari luar daerah yogyakarta dengan presentasi 60%, kemudian untuk daerah yogyakarta adalah 40%, hal ini disebabkan pengunjung malioboro mayoritas dari luar daerah Yogyakarta.

2. Segmentasi demografi

Segmenting demografi pada angkringan tajzu kopi rata-rata yaitu anak-anak 15%, dewasa 65%, orangtua 20%, segmenting demografi banyak dewasa dikarenakan angkringan tajzu kopi memiliki fasilitas yang cukup memadai yang dibutuhkan orang dewasa dari segi tempat yang nyaman dengan adanya live music untuk hiburan dan makanan dengan harga yang terjangkau.

3. Segmentasi psikografis

Segmentasi psikologi merupakan segmen yang membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Saat ini konsumen menjadikan makanan atau minuman sebagai salah satu gaya hidup mereka. Fokus segmentasi Angkringan tajzu kopi adalah konsumen yang ingin menikmati suasana malioboro dengan hiburan live music dan mencoba makanan dengan harga terjangkau dan rasa yang bisa diterima semua kalangan. Angkringan tajzu kopi tidak membedakan konsumen berdasarkan kelas sosial, siapapun bisa datang ke Angkringan tajzu kopi.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi perilaku mengelompokkan pelanggan berdasarkan pengetahuan, sikap, dan tanggapan terhadap produk. Maka, fokus segmentasi Angkringan tajzu kopi adalah menyediakan produk yang memiliki cita rasa sesuai dengan keinginan pembeli dan mempermudah pembeli dalam mengkonsumsi produk.

Hasil dari melakukan promosi melalui digital marketing sangat bagus karena pendapatan dan konsumen pada Tajzu Kopi meningkat.

Dalam penjualan online pun sudah mulai berjalan dengan baik. Tajzu Kopi juga mendapatkan respon yang baik dan positif dari konsumen karena mereka merasa puas dengan makanan enak, tempat yang nyaman dan harga yang terjangkau di Tajzu Kopi ditambah adanya live musik menjadi daya kepuasan tersendiri bagi konsumen. Pengunjung di media sosial dengan meninggalkan komentar pada konten yang diunggah. Serta rating di aplikasi onlinepun mendapatkan bintang 5.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan magang yang dilakukan penulis di Tajzu Kopi Yogyakarta penulis telah mencapai tujuan yang telah dirumuskan yaitu penulis telah melakukan berbagai kegiatan sesuai yang diinstruksikan oleh pembimbing lapang dan dapat menyelesaikannya, selain itu dalam pelaksanaan kegiatannya juga penulis mempelajari sistem manajemen dalam praktik nyata dunia kerja, manajemen atau strategi promosi disuatu perusahaan khususnya dalam bidang makanan sangatlah penting untuk mendapatkan banyak konsumen hingga kepuasan konsumen menjadi tujuan utama. Selain itu penulis mendapatkan pengalaman bagaimana suasana dunia kerja yang sesungguhnya, wawasan dan keterampilan baru yang nantinya dapat dimanfaatkan dalam dunia kerja. Pengalaman tersebut sebagian besar tidak didapatkan di perkuliahan di mana di dunia kerja lebih banyak praktiknya. Dalam menghadapi dunia kerja di masa depan penulis menyimpulkan dibutuhkan softskill dan hardskill. Softskill dibutuhkan untuk menjadi sumberdaya yang kompeten nantinya adalah kepemimpinan, pemecahan masalah, manajemen waktu, manajemen organisasi, berpikir kritis, kerjasama tim, kemampuan analisa dan percaya diri. Sedangkan untuk hardskill yang perlu dimiliki adalah mampu dalam melakukan pekerjaan sesuai dengan bidang keilmuannya.

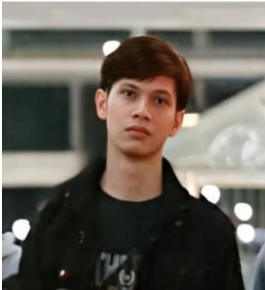
B. Saran

Berdasarkan pengamatan data yang diperoleh penulis di Tajzu Kopi yaitu Tajzu Kopi memiliki segmentasi pasar yang bagus, hanya perlu konsisten dan update tentang konten untuk mengenalkan secara luas Tajzu kopi kepada konsumen dan dapat menarik konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Suyono, S., Purwati, A. A., & Cutan, M. (2020). Peran Kualitas Pelayanan, Total Quality Management dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 45- 56. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.36>
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83-88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid'19 Berdasarkan Keputusan Konsumen.

Biodata Penulis



Septi Nugrahanta atau sering dipanggil Septin, Lahir di Temanggung Pada tanggal 16 September 1998 adalah salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi, Program studi Manajemen di Universitas Mercu buana Yogyakarta Angkatan 2020. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Lulusan dari SMK Negeri 1 Temanggung. Ia melanjutkan kuliah di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan mengambil jurusan Manejemen konsentrasi Pemasaran. Pengalaman kerja yang pernah ia rasakan adalah bekerja sebagai Audit internal di PT.Sumber Abadi Tirta Santosa (SATS) Di Kelapa Gading Jakarta Utara, QC Filed PT. Torabika Eka Semesta di Cikupa Tangrang kemudian, dan terakhir bekerja sebagai Administrasi Keuangan di sebuah perusahaan, serta beberapa freelancer di bidang data administrasi. Mempunyai kemampuan di bidang foodproses dan administrasi yang telah diasah selama beberapa tahun serta mempunyai hobi bermain basket sejak kecil.



Lathiif Wendar Ariifarahman atau Lathiif lahir di Purworejo pada tanggal 12 September, merupakan anak kedua dari dua bersaudara, merupakan Marketing Excecutive disalah satu perusahaan penyedia layanan jasa monitoring kendaraan Easygo GPS Indonesia. Sebagai pekerja, tidak hanya bekerja, Lathiif saat ini juga sedang menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan program studi Manajemen Pemasaran. Lathiif sangat antusias dengan perkembangan teknologi informasi khususnya Transportation Management System (TMS) dan senang bercengkerama. Dari kegiatan dan kesibukan

yang begitu padat, semua terasa begitu variatif dan penuh tantangan. Berkomunikasi dengan orang-orang baru yang hebat, membuat hidup tetap bersemangat dan terpacu untuk meraih kesuksesan dimasa muda.



Krisdayanti Daeli merupakan seorang anak perempuan yang lahir di Lolowau pada tanggal 27 Maret, Krisdayanti merupakan anak terakhir dari 5 bersaudara dimana dia memiliki 2 orang abang dan 2 orang kakak, krisdayanti besar di pulau nias tepatnya di nias selatan bersama dengan keluarganya. pada tahun 2012 dia menyelesaikan pendidikan SD dan lanjut ke SMP sampai pada tahun 2018 dia

lulus di SMK Negeri 1 Lolowau. Krisdayanti merupakan wanita mandiri, karena kemandiriannya setelah lulus SMK akhirnya dia mengambil langkah untuk pergi merantau ke pulau jawa dan saat ini krisdayanti sedang menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan mengambil jurusan manajemen dan lebih fokus ke pemasaran. Krisdayanti kesehariannya merupakan salah satu karyawan di perusahaan start-up dengan posisi yang sesuai dengan jurusan yang dia ambil yaitu di bidang marketing, selama bekerja di perusahaan tersebut krisdayanti merupakan salah satu karyawan yang cukup berprestasi dimana dia diberi Apresiasi sebagai “Shanning Spartan” dan sebagai “Best Achivement Akuisisi”. selain kesehariannya sebagai karyawan dia juga aktif dalam berbagai komunitasnya dan sering mengikuti kegiatan yang berbaur positif. saat ini krisdayanti terus berjuang untuk masa depannya, ada satu kalimat yang selalu menjadi motivasinya “lakukan apa yang harus kamu lakukan sampai kamu dapat melakukan apa yang ingin kamu lakukan”.



M. Deisry Faturrohman atau yang sering dipanggil Fatur atau Deisry, lahir di Putussibau pada tanggal 07 agustus 2000 adalah salah satu mahasiswa dari Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen di Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2020. Merupakan anak pertama dari 5 bersaudara. Lulusan dari SMAN 2 Putussibau pada tahun 2018 dan melanjutkan

kuliah di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran. Sejak masih kecil Fatur memiliki hobi berbeda dari teman-teman seusianya dengan memiliki hobi berjualan di sekolah. Hal ini menjadikan saat ini Fatur mengambil langkah menempuh pendidikan jurusan Pemasaran. Sejak sekolah Fatur sangat aktif mengikuti berbagai organisasi kegiatan sekolah karena menurutnya ilmu tidak hanya didapatkan saat sekolah dan membaca buku. Namun, dengan berinteraksi dengan banyak orang Fatur dapat memiliki pengalaman menarik bahkan ilmu yang positif. Fatur memiliki sifat yang ramah, murah senyum dan cekatan. Memiliki hobi memasak, membaca dan berpergian mengunjungi tempat-tempat baru menjadikan Fatur memiliki cita-cita sebagai pengusaha muda. Prinsip dalam hidupnya “Tanpa ada lelah untuk membantu, menolong sesama dan jadikan kehidupan muda menjadi cerita indah di masa tua. Semangat masa muda yang akan membantu meniti pengalaman untuk masa yang akan datang”



Viona Berliana atau sering di panggil Viona Lahir di Kuningan pada tanggal 20 Agustus 2001 adalah salah satu mahasiswi Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen di Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2020. Merupakan anak ke 4 dari 5 bersaudara. Lulusan dari Smk Negeri 3 Wonosari pada tahun 2020. Ia melanjutkan kuliah di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan mengambil jurusan Manajemen konsentrasi pemasaran. Saat ini Viona bekerja disalah satu perusahaan di Yogyakarta.



Mita Millenia atau yang biasa dipanggil Mita, lahir di Sleman pada tanggal 4 Desember 2000. Merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Saat ini sedang menempuh pendidikan S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan tahun 2020. Aktivitas Mita saat ini bekerja sebagai *baker* salah satu *store* di Yogyakarta. Mita memulai pekerjaan dibidang F&B Product sebagai *baker* dan *cook helper* pada tahun 2019 hingga saat ini. Ketertarikannya dalam dunia kuliner

membuat Mita mengambil konsentrasi Manajemen pemasaran dalam perkuliahannya untuk menunjang cita-citanya sebagai *entrepreneur*. Meskipun dengan banyaknya kegiatan tidak menyurutkan semangat Mita untuk menyelesaikan pendidikannya.



Dewiana Nur Hidayati lahir di Sleman 17 Januari. Nama sapaan yang kerap diutarakan oleh teman-temannya yaitu Dewi, ya sangat mainstream sekali. Saat ini Dewi memiliki dua aktivitas yang dikerjakan secara bersamaan yaitu sebagai mahasiswa dan bekerja sebagai staff admin. Setelah lulus SMA Dewi melanjutkan Pendidikan di Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan jurusan Manajemen.

Alasan Dewi akhirnya memutuskan untuk melanjutkan Pendidikan karena ingin mencari pengalaman baru, relasi baru, dan tentunya dengan adanya ilmu yang di dapat, Dewi berharap dapat bekerja di perusahaan yang lebih baik dan dapat bermanfaat untuk lingkungan sekitar. Dewi percaya bahwa semua proses yang dilalui tidak terjadi secara instan, yang dilakukan sekarang pasti akan ada hasilnya, entah besok, lusa atau suatu saat nanti. Hargai setiap proses yang sedang dijalani dan percayalah bahwa setiap mimpi yang diinginkan akan tercapai suatu saat nanti.



Rizky Bagaskara Drestanto yang merupakan anak pertama dari tiga bersaudara ini memiliki pembawa'an karakter yang sangat menyukai petualangan dan juga ingin selalu dekat dengan suasana alam serta jauh dari hiruk pikuk kegiatan manusia. Hal ini selaras dengan kegemarannya dalam bersepeda yang dimana dalam melakukan aktivitas tersebut ia selalu mencari destinasi sisi - sisi 'terluar' Yogyakarta yang notabene

masih belum banyak dijamah oleh orang kebanyakan. Menurut pria kelahiran Madiun 25 November 1996 itu, kegiatan tersebut dilakukan agar aktivitas olahraga tidak terasa membosankan sembari juga menambah wawasan akan tempat-tempat menarik di kota gudeg yang telah ditinggalinya selama lebih dari 20 tahun lamanya. Namun kegemaran pria yang juga akrab disapa Rizky oleh teman-temannya

tersebut tak berhenti hanya sampai disitu saja. Rizky juga diketahui sangat menggemari berbagai hal yang berhubungan dengan Ilmu Pengetahuan Teknologi (IPTEK) mengenai transportasi umum yakni kereta api dan pesawat terbang. Mulanya kegemaran akan transportasi tersebut hanya ia tuangkan kedalam kegemarannya dalam menciptakan karya fotografi pada dua jenis angkutan masal tersebut. Namun berkat dukungan yang kuat oleh keluarganya khususnya dalam hal ini almarhum ayahnya akan hal tersebut, ia akhirnya berhasil berkontribusi secara langsung dengan menjadi *ground staff* (kru darat) divisi *airside* bagi maskapai baru milik Lion Air Group yang bernama Super Air Jet dengan penempatan di *New Yogyakarta International Airport* (NYIA) selama satu tahun lamanya, atau tepatnya pada medio 21 Desember 2021 hingga 23 Maret 2023.

Karirnya di bandara harus berlangsung singkat karena baktinya pada sang bunda yang pada saat itu mengalami penurunan kondisi kesehatan, dimana disaat bersamaan ia sebenarnya menerima mandat untuk ditempatkan di bandara Kertajati di Majalengka Jawa Barat. Meskipun kini sudah tidak bertugas di bandara lagi, kegemaran Rizky pada dunia penerbangan tidak pernah padam. Hal ini kemudian ia salurkan pada kegiatan pembuatan artikel secara *freelance* mengenai penerbangan pada website salah satu lembaga kursus & pelatihan transportasi bernama LKP Total Outsource Development (TOD) Yogyakarta dengan sesekali menjadi asisten pengajar juga disana. Pembuatan artikel yang ia lakoni tersebut didukung dengan pengalaman serta pengetahuannya mengenai kebandarudaraan yang ia dapatkan saat bekerja di NYIA serta pengalaman lain saat ia melakoni kegiatan *On The Job Training* (OJT) di PT. Garuda Angkasa di kawasan bandara Adisucipto Yogyakarta.

Kegiatan OJT tersebut ia lakoni pada medio 10 Oktober hingga 10 November 2018 dalam rangka membuat laporan ilmiah mengenai kualitas pelayanan di area *check in* pada perusahaan yang tergabung dalam grup Maskapai Garuda Indonesia itu. Laporan ilmiah tersebut sendiri disusun untuk memenuhi syarat mutlak agar dirinya dapat lulus dari satuan pendidikan D3 Manajemen Perusahaan yang dienyamnya saat itu di Universitas Islam Indonesia. Rizky kemudian berhasil lulus dan diwisuda pada 30 Maret 2019 silam. Saat ini Rizky yang merupakan mahasiswa transfer aktif angkatan 2021 prodi Manajemen konsentrasi pemasaran di Universitas Mercubuana Yogyakarta tersebut tengah menempuh semester akhir. Pada kesempatan semester akhir atau semester 6 bagi dirinya tersebut, ia berkomitmen untuk

melakukan penelitian mengenai penerbangan kembali. Dimana hal tersebut ia lakukan untuk mewujudkan visi dan misinya yang ingin turut serta mendedikasikan nilai - nilai pengetahuan bisnis dari sisi manajerial yang ia dapatkan selama kuliah bagi proses pertumbuhan dan perkembangan dunia penerbangan yang ada di tanah air.



Lyssia Putri Lestari atau yang biasa dipanggil Lyssia, lahir di Purbalingga pada tanggal 3 November 1998. Tinggal di Yogyakarta mulai tahun 2013. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Saat ini menempuh pendidikan S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan tahun 2020. Saat ini bekerja sebagai *Sales Consultant* di Yogyakarta. Lyssia memulai pekerjaan sebagai *sales* pada tahun 2016 hingga saat ini. Ketertarikannya dalam dunia pemasaran membuat Lyssia mengambil konsentrasi Manajemen pemasaran dalam perkuliahannya. Meskipun dengan banyaknya kegiatan tidak menyurutkan semangat Lyssia untuk menyelesaikan pendidikannya.



Eva Nurjanah, atau akrab dipanggil Eva, lahir di Bantul pada tanggal 15 Agustus. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Saat ini Eva menempuh pendidikan S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan tahun 2020. Aktivitas sehari-harinya selain menjadi mahasiswa, Eva juga bekerja sebagai *Sales Promotion Girls* di Yogyakarta. Eva memulai pekerjaan sebagai *sales* pada tahun 2021 hingga saat ini. Ketertarikannya dalam dunia pemasaran membuat Eva mengambil konsentrasi Manajemen pemasaran dalam perkuliahannya. Meskipun dengan banyaknya kegiatan tidak menyurutkan semangat Eva untuk menyelesaikan pendidikannya. Ada sebuah kalimat motivasi yang Eva yakini, "Tidak ada proses yang mudah untuk tujuan yang indah, tetap fokus pada tujuan, karena masih dalam zona berjuang. Takdir milik Allah, tapi doa dan usaha milik kita. Semangat!"



Muhammad Keprinal, biasa dipanggil Kepri oleh teman-teman terdekat. Lahir di sebuah pulau kecamatan kecil di Provinsi Kepulauan Riau pada 11 Agustus 1995, Saat ini sebagai seorang mahasiswa S1 jurusan Manajemen Pemasaran di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Selain kuliah, juga bekerja sebagai freelance copywriter di sebuah perusahaan pengembang web, di mana juga Keprinal menyalurkan minat kreatifnya dalam dunia desain digital dan editing video. Hobi nya yang paling mendalam adalah traveling, menjelajahi tempat-tempat baru, merasakan keanekaragaman budaya, dan bertemu dengan berbagai orang. Semangat petualangan ini juga tercermin dalam keterlibatan Keprinal dalam komunitas sosial dan NGO yang fokus pada pengabdian masyarakat, terutama di desa-desa 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar). Meskipun terkesan cukup melelahkan memiliki peran ganda sebagai seorang mahasiswa dan pekerja, tetapi keyakinannya adalah bahwa keberagaman kehidupan membentuk peta jalan yang menarik. Dedikasinya terhadap pendidikan, keterampilan kreatif, dan semangat sosial membantu Keprinal menjalani kehidupan yang dinamis dan menyenangkan. Dengan setiap langkah dan pengalaman baru, Keprinal terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik, berkontribusi pada masyarakat, dan menjelajahi potensi diri dalam setiap kesempatan yang diberikan kehidupan.



Tiara Farah Pratama, atau yang akrab dipanggil Farah, lahir di Blitar pada tanggal 4 Juni. Dia adalah asli warga Blitar, Jawa Timur, namun keluarganya adalah perantau yang memutuskan untuk beralih domisili dari Blitar ke Jogja pada tahun 2003. Sejak saat itu, Farah dan keluarganya menjadi bagian dari warga Jogja. Sebelumnya, di Blitar, Farah menuntut ilmu dan meraih pendidikannya di sana, bahkan sempat bekerja di sebuah koperasi simpan pinjam setelah menamatkan SMA. Keputusan beranjak ke Jogja Bersama orangtuanya membawa Farah kembali dimana tempat keluarganya menetap. Pada tahun 2020, ia meneruskan pendidikannya di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Dengan mengambil jurusan Manajemen. dan di tengah kesibukannya sebagai mahasiswi, Farah juga memutuskan untuk merambah ke

dunia pekerjaan. Sejak tahun 2022, ia telah menjadi bagian dari tim customer service dan penerima pesanan di perusahaan berbasis kreasi bernama Byrequestcraft. Di perusahaan ini, kreasi-kreasi mahar, kotak perhiasan, tempat uang, serta hadiah-hadiah unik lahir dari tangan-tangan kreatif. Sebelumnya, pengalaman serupa juga pernah ia raih di Omah Kreasi di Bantul. Melalui perjalanan hidupnya, Farah percaya bahwa “tak ada yang terlambat dan setiap individu memiliki prosesnya sendiri. Hargai setiap Langkah yang diambilnya, dan sikap hormat ini akan tercermin dalam perlakuan dari hal-hal di sekitarnya.”



Sri Paulus atau sering dipanggil Paul, lahir di Gunung Kidul pada tanggal 29 November 1990. Paul merupakan mahasiswa semester 7 pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2020 dan fokus mengambil konsentrasi Pemasaran. Paul merupakan anak ke tiga dari tiga bersaudara. Pendidikan terakhir SMA pada SMA Negeri 1 Semanu. Saat ini bekerja di PT.

Lingkat Organik Indonesia yang merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang pangan organik sebagai kepala seksi gudang marketing. Sebagai kepala seksi gudang, paul mendalami jobdesnya dengan terus meningkatkan kemampuan SDM & pemahaman tentang manajemen gudang. Selain bekerja, Paul juga aktif bergabung bersama Rumah Anak Pintar Indonesia (RAPI) dalam kegiatan sosial untuk mendampingi dan memberikan bimbingan gratis bagi anak-anak bantaran kali code hidup. Motto Hidup adalah “kerjakanlah hal kecil yang berdampak untuk sesama”.



Pristi Purnantika atau biasa di panggil pristy, lahir di Temanggung pada 26 Desember 1998. Merupakan anak kedua dari dua bersaudara, saat ini sedang menempuh pendidikan S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan tahun 2020. Keseharian pristy saat ini hanya menjadi mahasiswa aktif di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Ketertarikan mengambil konsentrasi manajemen pemasaran dalam kuliahnya untuk

menunjang cita- cita nya ingin menjadi *entrepreneur* dan berencana untuk mengembangkan bisnis keluarganya. “Orang lain nggak akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya saja. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun nggak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini” adalah motto hidup pristy saat ini.



Aurora Ratri Pramesti Lahir pada tanggal 02 Oktober 2001, Aurora Lahir di Temanggung Jawa Tengah Indonesia merupakan anak kedua dari 3 bersaudara bertemu orang asing adalah kegiatan favorite yang menyenangkan baginya mengasah public speaking yang baik dan bagus. Untuk menjadi marketing yang baik aurora harus berkomunikasi yang bagus untuk usaha keluarganya agar berkembang menjadi lebih pesat di kalangan saat ini. Usaha kuliner keluarganya saat ini sudah mendapatkan pasaran marketing dikalangan semua usia. Disamping aurora bekerja di salah satu usaha keluarganya aurora juga menempuh pendidikan Strata Satu di salah satu Universitas Mercubuana Yogyakarta dengan jurusan yang diambil yaitu Ekonomi Manajemen. Salah satu alasan aurora mengambil jurusan tersebut agar ilmu marketing nya lebih baik dan bisa digunakan untuk kemajuan usaha keluarganya agar berkembang pesat. Menjadi orang yang sukses dan selalu bersyukur adalah moto hidup saat ini aurora saat ini.



Tri Agustina, saya adalah anak terakhir dari 3 bersaudara yang lahir di Kebumen 11 Agustus 2001. Biasa saya dipanggil Gustin, Tintin atau kerap dipanggil Anya karena katanya mirip dengan Anya geraldin. Umur saya sekarang 23th tapi sudah banyak pengalaman. Saya pribadi yang sangat bekerja keras. Saya sekarang bekerja di salah satu bank ternama di dunia akan keamanannya, dan sangat dikenal akan keramahannya. Iya saya bekerja di Bank BCA sebagai customer service. Selain itu saya juga ada kesibukan sebagai influencer dan juga salah satu Brand Ambassador disalah satu clinic kecantikan.

Saya juga mempunyai usaha kuliner di kota Yogyakarta. Hobby saya perawatan, shopping, travelling. Hidup harus terus berjalan jangan pernah merasa menyerah dan kalah, berjuang untuk mencapai segala list hidup yang udah di cita-citakan, memang tidak ada sesuatu hal yang mudah tapi kita harus berani mencoba segala hal yang belum pernah kita coba untuk bisa tahu batas kemampuan kita. Ketika saya merasa gagal dan tidak bisa, saya tidak menyerah saya terus mencari ide dan cara baru untuk menyelesaikannya. Pandai-pandailah untuk membagi waktu, jangan biarkan sedikit waktu kamu terbuang sia-sia karena itu sangat berharga.



Arista Amara Putri biasa dipanggil Arista mahasiswi aktif Universitas mercu buana yogyakarta lahir di Sleman, 19 April. Arista juga merupakan lulusan dari SMK N 1 Depok jurusan Administrasi Perkantoran. Saat ini Arista menempuh pendidikannya sekaligus bekerja di salah satu perusahaan manufacturing Yogyakarta sebagai Marketing. Tentu dua hal yang dijalankan secara bersamaan yakni kuliah dan bekerja memiliki efek yang sangat berguna untuk pembentukan mental nya, dengan komitmen bekerja dan kuliah Arista mencoba balance untuk untuk keduanya, hal ini yang membuat dirinya menjadi pribadi yang disiplin serta selalu fisioner dalam berfikir. Pun ditempat Arista bekerja kuliah menjadi salah satu nilai tambah yang dapat menyokong perkembangan karir nya, sekali mendayung dua tiga pulau terlampaui bukan?. Tidak muluk-muluk cita-cita nya ingin menjadi orang berkecukupan secara finansial maupun pengalaman sehingga dapat membantu orang sekitar yang memang membutuhkan.

Tim Penulis:

Septi Nugrahanta, Lathiif Wendar Ariifarahman, Mita Millenia, M. Deisry Faturrohman, Dewiana Nur Hidayati, Krisdayanti Daeli, Rizky Bagaskara Drestanto, Lyssia Putri Lestari, Viona Berliana, Eva Nurjanah, Muhammad Keprinal, Tiara Farah Pratama, Aurora Ratri Pramesti1, Sri Paulus, Arista Amara Putri, Pristy Purnantika, Tri Agustina, Awan Santosa, S.E, M.Sc., Rina Dwiarti, S.E., M.Si., Dr. Asep Rochyadi PS, SE., M.Si., Dr. Audita Nuvriasari, SE., M.M., Shadrina Hazmi, SE., M.Sc., Widarta, S.E., M.M. CDMP., Dr. Dorothea Wahyu Ariani S.E, M.M., Titik Desi Harsoyo, SE., M.Si., Drs. Subarjo, M.Si., Dr. Hamzah Gunawan, MM, Dra. Sumiyarsih, MM.



Penerbit
GALUH PATRIA
Jl. Kaliagir Lor No. 18
Rt. 02/11, Kalitirto, Berbah
Sieman, D.I. Yogyakarta
HP: 0822-6555-0883
www.galuhpatria.id
penerbitgaluhpatria@gmail.com



02-679-2079-731