

The business development of "Generasicendekia" an online training platform startup with operations based on Meta Ads

Pengembangan Usaha "Generasicendekia" Star-Up Bisnis Platform Pelatihan Online Dengan Operasional Berbasis Meta Ads

**Dhimas Wicaksono^{1*}, Muhammad Luqman Bukhori², Hodi³, Erwhin Irmawan⁴,
Ferry Setiawan⁵, Ririn Zuhairini⁶**

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan^{1,2,3,4,5}
Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta⁴
Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta⁵
dhimas.wicaksono@sttkd.ac

Disubmit : 3 Januari 2025, Diterima : 18 Januari 2025, Terbit: 20 Februari 2025

ABSTRAK

Startup Generasicendekia merupakan platform pelatihan online berbasis teknologi yang menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran, operasional, dan manajemen keuangan. Pemasaran yang kurang efektif melalui media sosial gratis, sistem pelatihan manual yang membatasi kapasitas operasional, serta pengelolaan keuangan yang belum terstruktur menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha ini. Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan startup melalui strategi pemasaran digital berbasis Meta-Ads, optimalisasi operasional menggunakan teknologi, dan perbaikan manajemen keuangan. Metode yang digunakan melibatkan pendekatan partisipatif, kelompok, dan individual, dengan fokus pada pelatihan pemasaran digital, pengembangan modul pelatihan berbasis proyek, dan pelatihan pengelolaan keuangan. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan solusi yang diterapkan berjalan efektif. Hasil program menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek: jumlah peserta pelatihan meningkat hingga 161,76%, efisiensi operasional bertambah dengan integrasi teknologi yang memungkinkan pelaksanaan lebih banyak kelas, serta sistem keuangan yang lebih baik memberikan kemampuan untuk menentukan harga pelatihan yang kompetitif dan meningkatkan margin keuntungan. Program ini berhasil memberikan dampak positif dalam mengatasi kendala utama Generasicendekia dan menunjukkan potensi besar untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha di sektor pelatihan daring.

Kata Kunci : Pengabdian Masyarakat, Startup Pendidikan, Pelatihan Online, Digital Marketing, Meta Ads.

ABSTRACT

Startup Generasicendekia is a technology-based online training platform that faces various obstacles in marketing, operations, and financial management. Ineffective marketing through free social media, manual training systems that limit operational capacity, and unstructured financial management are the main obstacles to the development of this business. The purpose of this service program is to improve the performance and sustainability of startups through Meta-Ads-based digital marketing strategies, operational optimization using technology, and improved financial management. The methods used involve participatory, group, and individual approaches, with a focus on digital marketing training, project-based training module development, and financial management training. Evaluations are carried out periodically to ensure that the implemented solutions are effective. The results of the program showed significant improvements in various aspects: the number of trainees increased by up to 161,76%, operational efficiency increased with the integration of technology that allows the implementation of more classes, as well as a better financial system providing the ability to set competitive training prices and increase profit margins. This program has succeeded in having a positive impact in overcoming the main obstacles of GenerationScholar and shows great potential to increase competitiveness and business sustainability in the online training sector.

Keywords : Community Service, Education Startup, Online Training, Digital Marketing, Meta Ads.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong berbagai inovasi di sektor pendidikan, salah satunya adalah pelatihan berbasis daring yang memanfaatkan platform teknologi. Platform pelatihan *online* sangat efektif dalam pengembangan profesional, menawarkan keterampilan terkini yang relevan dengan bidang tertentu (Sulasari et al., 2023). Platform ini memungkinkan diferensiasi instruksional, mengadaptasi konten untuk memenuhi kebutuhan siswa individu (de Cássia da Costa et al., n.d.). Platform digital menyediakan akses kapan saja, di mana saja ke sumber daya pendidikan, meningkatkan peluang belajar bagi siswa yang mungkin menghadapi kendala geografis atau waktu (Zhao, 2024). Generasicendekia hadir sebagai startup pendidikan yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan akses pelatihan yang fleksibel, efisien, dan berbasis teknologi dengan menyediakan pelatihan berbasis *online*. Pelatihan berbasis *online* dalam pendidikan, akan meningkatkan partisipasi dan kolaborasi siswa sambil memberikan pengalaman belajar inovatif dan terintegrasi teknologi yang selaras dengan tantangan era Industri 4.0. (Irhamni & Ashari, 2023). Dengan target pasar meliputi siswa SMA/SMK, mahasiswa, profesional, dan masyarakat umum, startup ini bertujuan menyediakan pelatihan berbasis keterampilan sesuai kebutuhan pasar kerja (Faiz, 2023). Pelatihan berbasis keterampilan sangat penting untuk menyelaraskan kemampuan pencari kerja dengan tuntutan industri (Karthikeyan R, 2024). Namun, di tengah potensi besar yang dimiliki, Generasicendekia menghadapi tantangan signifikan yang dapat menghambat pengembangan usahanya. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan strategi pemasaran (Chairina et al., 2022). Kendala dan kesulitan seperti ketidakmampuan sumber daya dalam mengimplementasikan strategi pemasaran, kesulitan dalam permodalan, keterbatasan dan hambatan yang ada serta implementasi strategi pengembangan belum terlaksana, hal ini dikarenakan masih banyaknya UMKM yang belum berkembang di Indonesia (Kang et al., 2023). Selama ini, pemasaran dilakukan secara manual dan terbatas pada media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook, yang mengandalkan metode promosi gratis. Pendekatan ini membatasi jangkauan audiens dan mengurangi efektivitas pemasaran dalam menarik peserta baru dari berbagai wilayah.

Selain itu, operasional pelatihan yang masih manual menjadi tantangan lain yang signifikan. Pelaksanaan pelatihan daring membutuhkan pengelolaan kelas yang efisien, namun kapasitas kelas di Generasicendekia masih terbatas pada satu pelatihan per bulan, dengan empat sesi pertemuan per pelatihan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya integrasi teknologi dalam sistem operasional. Operasional manual juga menyulitkan startup dalam menjamin kualitas pengalaman belajar yang konsisten bagi peserta. Hal ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan berpotensi mengurangi minat peserta di masa depan (Suryapermana, 2024).

Manajemen keuangan yang belum optimal menjadi tantangan lain yang memengaruhi keberlanjutan usaha (Prastowo, 2024). Pengelolaan keuangan yang belum terstruktur menyebabkan kesulitan dalam menentukan harga pokok pelatihan (HP), yang merupakan elemen penting dalam strategi penentuan harga dan profitabilitas (Fajri Ramadhan et al., 2024). Saat ini, harga pelatihan ditentukan berdasarkan perbandingan dengan kompetitor tanpa analisis mendalam mengenai biaya produksi dan potensi margin keuntungan. Kondisi ini mengakibatkan sulitnya startup untuk mengidentifikasi dan mengatasi pengeluaran yang tidak efisien, yang pada akhirnya memengaruhi profitabilitas usaha secara keseluruhan. Dalam jangka panjang, pengelolaan keuangan yang kurang baik dapat menghambat kemampuan startup untuk berinvestasi dalam pengembangan layanan dan infrastruktur teknologi (Astarani et al., 2023).

Mitra dalam program ini adalah Generasicendekia, sebuah startup pendidikan berbasis teknologi yang menyediakan layanan pelatihan *online*. Startup ini didirikan dan dikelola oleh alumni serta mahasiswa aktif Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan (STTKD) Yogyakarta. Mitra ini memiliki fokus utama pada pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan berbasis keterampilan praktis yang dapat diakses secara daring tanpa batasan geografis.

Mitra memiliki target pasar yang luas, mencakup pelajar SMA/SMK, mahasiswa, profesional, dan masyarakat umum yang ingin meningkatkan kompetensi mereka. Dengan dukungan dari Pusat Inovasi dan Inkubasi Bisnis (PII) STTKD, Generasicendekia berupaya meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan mengelola bisnis secara lebih profesional untuk mencapai keberlanjutan dan profitabilitas yang lebih baik.

Prospek usaha mitra ini sangat bagus karena memiliki prospek yang sangat menjanjikan di sektor pendidikan dan pelatihan berbasis teknologi. Berikut adalah beberapa aspek prospek yang mendukung keberlanjutan dan potensi pengembangan usaha ini. Kebutuhan yang Terus Bertumbuh untuk Pelatihan *Online*, permintaan terhadap pelatihan berbasis daring terus meningkat, terutama di era pasca-pandemi COVID-19. Banyak individu dari berbagai kalangan, termasuk pelajar, mahasiswa, dan profesional, memilih pelatihan daring karena fleksibilitas waktu dan lokasi. Generasicendekia memiliki potensi besar untuk memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan program pelatihan yang relevan, terjangkau, dan dapat diakses dari seluruh penjuru Indonesia. Minimnya Kompetitor Lokal dengan Spesifikasi yang Sama, di pasar pelatihan daring lokal, masih sedikit platform yang fokus pada pengembangan keterampilan teknis dan profesional berbasis proyek. Dengan keunggulan pada pelatihan berbasis keterampilan seperti desain CAD, teknik pemrograman, dan bahasa Inggris, Generasicendekia memiliki posisi yang unik untuk bersaing dan menarik perhatian pasar yang membutuhkan pelatihan spesifik dan aplikatif. Potensi Penggunaan Teknologi yang Meningkat, dengan berkembangnya teknologi digital, Generasicendekia dapat memanfaatkan alat pemasaran modern seperti Meta-Ads dan Google Trends untuk meningkatkan jangkauan pasar. Selain itu, teknologi seperti platform Learning Management System (LMS) dan aplikasi video konferensi memungkinkan pengelolaan kelas yang lebih efisien dan kapasitas pelatihan yang lebih besar.

Kendala-kendala yang dihadapi oleh mitra Generasicendekia, antara lain: Strategi Pemasaran yang Kurang Efektif, Promosi hanya dilakukan melalui platform media sosial gratis seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram menggunakan desain flayer sederhana. Strategi ini membatasi jangkauan iklan, sehingga hanya menjangkau komunitas internal seperti mahasiswa dan alumni STTKD. Desain Promosi yang Kurang Menarik, poster dan konten promosi tidak cukup menarik untuk memikat audiens yang lebih luas, sehingga mengurangi minat calon peserta. Minimnya Brand Awareness, kurangnya upaya strategis untuk meningkatkan pengenalan merek membuat Generasicendekia kesulitan bersaing dengan platform pelatihan daring lainnya (Amali et al., 2025).

Operasional Manual, Sistem pelatihan masih dilakukan secara manual, yang menyebabkan keterbatasan dalam kapasitas kelas dan efisiensi operasional. Saat ini hanya ada satu kelas per bulan dengan empat sesi pertemuan per kelas. Kurangnya Integrasi Teknologi: Tidak adanya platform otomatisasi untuk mengelola pendaftaran, jadwal, dan komunikasi peserta. Hal ini menyebabkan proses operasional menjadi lambat dan kurang efisien. Keterbatasan Sumber Daya Manusia: Jumlah tenaga kerja yang terbatas membatasi kemampuan startup untuk meningkatkan jumlah pelatihan yang ditawarkan (Hidayat et al., 2024).

Pengelolaan Keuangan yang Tidak Terstruktur, Tidak ada sistem pencatatan keuangan yang terorganisir, sehingga sulit untuk melacak biaya dan pendapatan secara akurat. Kesulitan dalam Menentukan Harga Pokok Pelatihan (HPP): Penentuan harga pelatihan hanya didasarkan pada intuisi dan perbandingan dengan kompetitor tanpa analisis biaya yang mendalam. Hal ini dapat menyebabkan penetapan harga yang tidak kompetitif atau tidak menguntungkan. Kurangnya Analisis Keuangan: Tidak adanya perencanaan keuangan strategis menyebabkan startup kesulitan dalam mengidentifikasi pengeluaran yang tidak efisien dan peluang investasi untuk pertumbuhan jangka panjang (Irhamni & Ashari, 2023).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan solusi untuk mengatasi permasalahan mitra dibagi dalam tiga bidang, yaitu bidang pemasaran, bidang operasional, dan bidang keuangan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan solusi untuk mengatasi masalah di bidang pemasaran antara lain:

- a. Menggunakan Google Trends untuk menganalisis kebutuhan pasar.
- b. Membuat kampanye digital berbasis Meta-Ads yang terarah dan menarik.
- c. Membuat website sebagai platform informasi dan pendaftaran pelatihan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan solusi untuk mengatasi masalah di bidang manajemen antara lain:

- a. Menyusun modul pelatihan berbasis studi kasus dan proyek akhir.
- b. Mengintegrasikan teknologi dalam pelatihan, seperti Zoom dan WhatsApp.
- c. Melatih tim manajemen dalam penggunaan teknologi pendukung operasional.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan solusi untuk mengatasi masalah di bidang keuangan antara lain:

- a. Memberikan pelatihan pencatatan keuangan dan penyusunan HPP.
- b. Meningkatkan keterampilan tim dalam membuat laporan keuangan yang akurat.
- c. Menetapkan wilayah pasar yang potensial sebagai tempat promosi.

Program ini menghasilkan beberapa luaran diantaranya yang pertama adalah luaran ilmiah berupa artikel yang menjelaskan implementasi program, metode yang digunakan, serta dampaknya terhadap mitra Generasicendekia. Luaran kedua berupa luaran operasional yang berupa modul pelatihan, menghasilkan modul pelatihan berbasis proyek yang dapat digunakan secara berkelanjutan oleh mitra untuk pelatihan daring. Modul ini dirancang untuk relevan dengan kebutuhan peserta dan mendukung keterampilan aplikatif. Strategi pemasaran digital, diterapkan strategi pemasaran digital berbasis Meta-Ads yang dapat digunakan mitra untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan efektivitas promosi. Keluaran yang ketiga adalah luaran manajerial berupa sistem pencatatan keuangan yang Terstruktur. Program ini membantu mitra menyusun sistem pencatatan keuangan yang lebih baik, mencakup analisis Harga Pokok Pelatihan (HPP) dan laporan keuangan yang rapi. Integrasi Teknologi Operasional, Mitra mendapatkan sistem operasional berbasis teknologi, seperti penggunaan Learning Management System (LMS) untuk meningkatkan efisiensi pelatihan.

2. Metode

Metode pendekatan yang diterapkan dalam kegiatan ini meliputi pendekatan partisipatif, pendekatan kelompok, pendekatan individual, metode ceramah dan metode diskusi. Pendekatan partisipatif digunakan agar mitra ikut berpartisipasi secara aktif terhadap semua kegiatan mulai dari awal sampai akhir selama kurun waktu 1 (satu) tahun. Pendekatan kelompok digunakan untuk melaksanakan pelatihan pembukuan pada tahap awal, kemudian pendalamannya dilakukan dengan pendekatan individual. Metode ceramah digunakan untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan materi atau informasi dalam melaksanakan pendekatan kelompok. Metode diskusi digunakan untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan materi atau informasi dalam melaksanakan pendekatan kelompok maupun individu yang membutuhkan umpan balik antara pelaksana dengan mitra.

Mitra diharapkan selalu ikut berpartisipasi aktif selama kegiatan ini berlangsung. Upaya untuk menumbuhkan partisipasi mitra yaitu: (1) menumbuhkan kesadaran mitra untuk benar-benar memahami permasalahan usaha yang dihadapinya, (2) menumbuhkan kesadaran mitra untuk memahami kebutuhan nyata yang harus segera dipenuhinya, dan (3) menumbuhkan kesadaran mitra untuk dapat memecahkan permasalahan yang dihadapinya.

Partisipasi mitra yang diharapkan selama kegiatan yaitu:

- a. Mitra mampu memahami dan menyelesaikan permasalahannya sendiri.
- b. Mitra mampu mengenali kebutuhan yang diperlukan oleh usahanya.
- c. Mitra berusaha mencari solusi guna memecahkan permasalahannya.
- d. Mitra mengetahui jenis-jenis produk yang laris di pasaran sesuai dengan segmen pasarnya masing-masing.

- e. Mitra ikut mengembangkan produk-produknya sendiri.
- f. Mitra bersedia membenahi pembukuan usahanya.
- g. Mitra berkomitmen untuk meningkatkan usahanya. Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program.

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan secara bertahap sesuai program yang telah direncanakan dalam solusi penyelesaian masalah. Evaluasi program dilakukan dengan melihat indikator-indikator capaian sesuai target luaran yang diharapkan. Keberlanjutan program ini adalah mitra diharapkan dapat menjalin kerjasama berkelanjutan sebagai tempat magang bagi para mahasiswa Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan dalam upaya melatih keterampilan berwirausaha.

3. Hasil Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan di kantor baru Generasi Cendika yang berada di Jl. Sisingamangaraja No. 27, Brontokusuman, Mergansan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Diawali dengan kegiatan audiensi sejak Juni 2024 sampai dengan kegiatan pendampingan pada desember 2024. Adapun secara detil tahapan pelaksanaan kegiatan Program PMP adalah:

1. Tahap Audiensi/Pendekatan dengan Pencetus pelatihan *online* generasi cendekia. Tim Pelaksana dari STTKD melakukan pertemuan dengan pemilik usaha Tujuan dari audiensi ini adalah untuk menginformasikan rencana kegiatan/program PMP dan menyusun jadwal pertemuan dengan karyawan untuk mensosialisasi atau melakukan musyawarah.
2. Tahap Sosialisasi/Musyawarah dan Pelaksana Kegiatan dengan pertemuan yang dihadiri oleh seluruh tim generasi cendekia dan Tim Pelaksana dari STTKD untuk mensosialisasi setiap kegiatan yang akan diadakan dalam PMP.
3. Tahap Pelatihan, meliputi pengelolaan bisnis dan digital marketing meta Ads menggunakan social media, website dan loops.id sebagai sarana untuk digital marketing. Selain itu juga memberikan pelatihan dengan metode praktik/workshop (experiential learning). Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan pengoperasian website wordpres dan perhitungan biaya HPP menggunakan bussines manajemen.
4. Tahap Pendampingan, untuk menjamin keberlanjutan program/kegiatan, tim generasi cendekia masih perlu dilakukan pendampingan oleh tim pelaksana STTKD. Dalam pendampingan ini kegiatan yang dilakukan adalah mengontrol dan mengevaluasi hasil kegiatan pelatihan.
5. Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program. Upaya untuk menumbuhkan partisipasi mitra adalah dengan menumbuhkan kesadaran mitra untuk benar-benar memahami permasalahan yang dihadapinya. Selan itu, partisipasi mitra dalam kegiatan ini adalah menumbuhkan kesadaran mitra untuk memahami kebutuhan nyata yang harus segera dipenuhinya, dan menumbuhkan kesadaran intra dalam memecahkan permasalahan yang dihadapinya.



Gambar 1. Rapat Audensi Untuk Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat

Tim Pelaksana Pengabdian STTKD melakukan sosialisasi program kerja kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Pemula pada Senin, 3 November 2024 bertempat di rumah Pohon Bantul yogyakarta yang bertujuan untuk;

1. Informasi Rencana Kegiatan/Program : Tim Pelaksana Pengabdian menyampaikan rencana kegiatan program Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) kepada pemilik usaha. Selain itu juga menguraikan tujuan dan manfaat dari kegiatan tersebut, yaitu meningkatkan daya saing produk melalui efisiensi produksi dan pemasaran berbasis digital serta menjelaskan metode dan strategi yang akan digunakan dalam pelaksanaan program, serta peran pemilik usaha dan karyawan dalam proses ini.
2. Penyusunan Jadwal Pertemuan :Tim pelaksana Pengabdian dan mitra generasi cendekia menyusun jadwal pertemuan dengan tim untuk mensosialisasi program secara lebih rinci. Tim pelaksana pengabdian dan mitra juga mengatur waktu dan tempat yang sesuai untuk musyawarah dengan tim, serta memastikan kehadiran semua pihak terkait.
3. Diskusi dan Persetujuan :Pada kegiatan sosialisasi ini tim pelaksana dan mitra berdiskusi mengenai waktu, format, dan detail pelaksanaan kegiatan, serta mengatasi pertanyaan atau kekhawatiran yang mungkin muncul dari pemilik usaha. Tim pelaksana pengabdian juga meminta persetujuan dan dukungan dari pemilik usaha untuk melanjutkan ke tahap berikutnya.

Dengan adanya audiensi ini, diharapkan dapat tercipta kerjasama yang efektif antara tim pelaksana dan tim generasi cendekia, serta memastikan bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat ini berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Gambar 2 adalah kegiatan Sosialisasi yang dilakukan Tim Pelaksana Pengabdian dengan Tim Generasi Cendekia.



Gambar 2. Sosialisasi Program Kerja Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Pemula

Pada tahap pelaksanaan, tim pelaksana pengabdian melakukan pelatihan kepada mitra. Namun sebelum kegiatan pelatihan. Tim pelaksana pengabdian membuat website yang nanti akan digunakan untuk workshop/pelatihan pemasaran digital. Penggunaan website terbukti membantu meningkatkan branding UMKM di kalangan generasi muda (Chairina et al., 2022). Lucyantoro mendefinisikan pemasaran digital sebagai promosi suatu merek melalui media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, personal, dan relevan (Lucyantoro & Rachmansyah, 2017). Digital marketing atau pemasaran digital berfungsi untuk membina hubungan pribadi dengan konsumen dengan cara mendengarkan keluhan atau saran, informasi ini akan bermanfaat bagi pertumbuhan perusahaan, khususnya reputasi merek. Selanjutnya, Tim pelaksana pengabdian kemudian membuat logo merek baru untuk Generasi Cendekia agar positioning product menjadi lebih bersaing.

Setelah pembuatan logo baru. Kemudian Tim Pelaksana Pengabdian melakukan pembuatan konten pemasaran digital baik berupa flyer maupun video. Flyer dan video tersebut juga disusun menjadi katalog website generasi cendekia untuk kepelatihan kedepannya.



Gambar 3. Logo Baru Star Up Generasi Cendekia

Tim Pelaksana STTKD memberikan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis dan keuangan melalui pembukuan dan digital marketing menggunakan meta ads sebagai sarana untuk digital marketing. Gambar 4 menunjukkan kegiatan pelatihan di kantor baru generasi cendekia. Dengan pemberian bekal pengetahuan dan keterampilan tentang pengelolaan bisnis dan keuangan serta digital marketing, diharapkan pelatihan ini mendapatkan posisi di hati masyarakat dan memperluas pasar. Himawan et al. (2015) mengatakan bahwa pemasaran secara *online* dapat memperluas dan menjangkau konsumen lebih banyak. Kemudian, Tim Pelaksana STTKD juga mengarahkan untuk membuat pembukuan menggunakan bussines manajemen. Laporan keuangan dapat memberikan dampak positif dalam perkembangan tersebut. Melalui Laporan Keuangan, Generasi cendekia dapat memperoleh data dan informasi yang sistematis atas usahanya sehingga membantu dalam hal pengambilan keputusan. Dalam laporan keuangan, masalah – masalah yang terjadi dalam suatu usaha dapat diidentifikasi dengan jelas sehingga sangat membantu untuk melakukan pengendalian terhadap masalah yang timbul (Dewi et al., 2023).

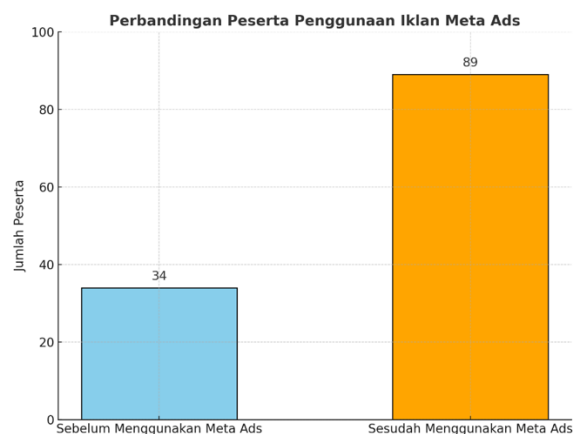
Pemasaran *online* menjadi elemen penting bagi keberhasilan bisnis, terutama bagi startup seperti Generasi Cendekia yang ingin bersaing dan berkembang. Salah satu platform yang efektif untuk mendukung hal tersebut adalah Meta Ads, layanan iklan dari Facebook dan Instagram. Dengan jangkauan audiens yang luas dan biaya iklan yang fleksibel, Meta Ads menawarkan solusi canggih untuk memaksimalkan pemasaran digital. Namun, banyak pelaku startup yang belum memahami cara memanfaatkan potensi platform ini secara optimal (Irhamni & Ashari, 2023). Untuk menjawab tantangan tersebut, Tim Pengabdian Masyarakat STTKD hadir

melalui program Pelatihan Meta Ads yang ditujukan khusus untuk Generasi Cendekia. Program ini dirancang untuk membekali para startup dengan kemampuan menguasai strategi pemasaran digital secara praktis dan aplikatif. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek penting, seperti: Cara membuat iklan yang menarik dan efektif, Teknik pengelolaan anggaran iklan secara efisien, analisis performa iklan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Dengan pelatihan ini, Generasi Cendekia tidak hanya memahami dasar-dasar pemasaran digital tetapi juga mampu mengimplementasikannya untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka.



Gambar 4. Kegiatan pelatihan operasional Meta- Ads

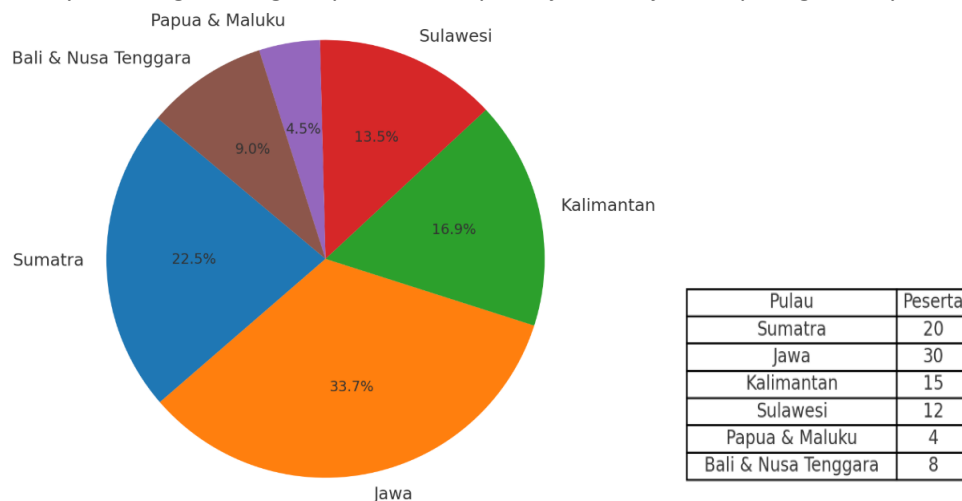
Pelaksanaan iklan menggunakan Meta Ads terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap jumlah peserta. Sebelum menggunakan Meta Ads, jumlah peserta tercatat hanya 34 orang, namun setelah iklan dijalankan, jumlah peserta melonjak menjadi 89 orang. Peningkatan ini mencapai sekitar 161,76%, yang menunjukkan efektivitas Meta Ads dalam memperluas jangkauan audiens dan menarik lebih banyak peserta. Manfaat utama dari penggunaan Meta Ads adalah kemampuannya untuk menargetkan audiens secara lebih tepat, memperbesar visibilitas, serta meningkatkan partisipasi dalam acara atau kegiatan yang diiklankan. Dengan hasil ini, Meta Ads menjadi alat yang sangat efektif untuk mencapai tujuan pemasaran.



Gambar 5. Perbandingan Peserta Sebelum Dan Sesudah Penggunaan Iklan Meta Ads

Grafik di atas menggambarkan perbandingan jumlah peserta yang aktif sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan Meta Ads. Sebelum pelatihan, jumlah peserta yang aktif hanya mencapai 34 orang. Namun, setelah pelatihan dilakukan, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah peserta yang aktif, yaitu menjadi 89 orang. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan Meta Ads memiliki dampak positif dalam meningkatkan partisipasi peserta. Hal ini dapat disebabkan oleh peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menggunakan platform Meta Ads setelah pelatihan.

Iklan melalui Meta Ads terbukti mampu menjangkau seluruh wilayah Nusantara dengan efektif. Dengan kemampuan penargetan yang tepat, iklan dapat dipersonalisasi untuk audiens di berbagai daerah, mulai dari Sabang hingga Merauke. Hal ini memungkinkan pesan iklan tersebar luas, mencakup berbagai kalangan, usia, dan lokasi. Keunggulan Meta Ads terletak pada fleksibilitasnya dalam menyesuaikan konten iklan sesuai dengan karakteristik audiens di setiap wilayah, menjadikan kampanye lebih relevan dan menarik. Sebagai hasilnya, penggunaan Meta Ads memberikan dampak yang lebih besar, memperluas jangkauan dan partisipasi peserta dari seluruh penjuru tanah air. Hasil pemetaan asal peserta dari kuisioner yang ditampilkan peserta bahkan berasal dari Indonesia timur seperti Papua dan Maluku, meskipun jumlahnya belum banyak hanya 4 orang, sedangkan peserta dari pulau Jawa berjumlah paling besar yaitu 30 orang.



Gambar 6. Peta Sebaran Peserta Pelatihan Solidworks Setelah Penggunaan Meta Ads

Distribusi peserta ini menunjukkan bahwa pelatihan Meta Ads memiliki daya tarik yang beragam di berbagai wilayah, dengan dominasi peserta berasal dari daerah-daerah di Pulau Jawa. Jumlah peserta yang lebih rendah dari wilayah lain, seperti Papua, dapat disebabkan oleh faktor geografis atau aksesibilitas terhadap program pelatihan. Visualisasi data melalui peta ini memberikan gambaran yang jelas tentang daerah-daerah dengan potensi pengembangan lebih lanjut untuk menjangkau peserta dari wilayah yang belum berpartisipasi. Dengan informasi ini, strategi pemberdayaan dapat difokuskan pada wilayah yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan jumlah peserta di masa mendatang.

Selain itu, hasil ini juga mencerminkan efektivitas metode pelatihan yang digunakan, yang berhasil memotivasi peserta untuk lebih aktif terlibat dalam aktivitas pemasaran digital melalui Meta Ads. Dengan adanya peningkatan ini, pelatihan serupa dapat dipertimbangkan untuk diadakan secara berkala guna meningkatkan kompetensi dan keterlibatan lebih banyak peserta di masa depan.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap kualitas berbagai aspek pelatihan, ditemukan adanya kepuasan peserta yang cukup baik, namun juga terdapat beberapa area yang perlu perhatian lebih agar kualitas pelatihan dan pelayanan dapat terus berkembang. Evaluasi dan rekomendasi perbaikan berikut bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelatihan dan kepuasan peserta secara keseluruhan. Setelah pelatihan solidworks dilakukan survei kepuasan

peserta yang dapat di lihat pada tabel 1. hal ini dilakukan untuk evaluasi dan perbaikan pelaksanaan pelatihan yang dilakukan star up Generasi Cendekia.

Tabel 1. Survey kepuasan peserta pelatihan Solidworks

Point Survey	Sangat puas	Puas	Kurang puas
Kualitas Mentor	20	50	19
Metode Pembelajaran	25	40	24
Fasilitas Pelatihan	30	35	24
Peningkatan Pengetahuan	20	45	24
Pelayanan Generasi Cendekia	15	55	19

Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program, dilakukan melalui pendampingan selama proses pelatihan dan setelah pelatihan berlangsung. Evaluasi program dilakukan dengan melihat indikator-indikator capaian sesuai target luaran atau tujuan pembelajaran yang diharapkan. Secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan sudah cukup efektif dalam banyak aspek, namun masih terdapat beberapa area yang memerlukan perbaikan agar dapat mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Untuk meningkatkan kualitas pelatihan dan kepuasan peserta, beberapa langkah yang dapat diambil antara lain peningkatan kualitas mentor melalui pelatihan tambahan, penyesuaian metode pembelajaran dengan berbagai gaya belajar peserta, perbaikan fasilitas pelatihan, peningkatan materi untuk hasil pembelajaran yang lebih mendalam, serta peningkatan kualitas pelayanan yang lebih responsif dan personal.

5. Penutup

Program pemberdayaan melalui pelatihan untuk meningkatkan keterampilan generasi cendekia dapat meningkatkan keterampilan dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran berbasis digital. Selain pelatihan pemasaran digital. Tim Pelaksana Pengabdian STTKD juga memberikan pelatihan pengelolaan bisnis atau manajemen usaha melalui bussines manajemen. Dengan melakukan pencatatan hasil usaha dengan baik, Generasi cendekia dapat mengetahui berapa harga pokok periklanan dan keuntungan yang diperoleh.

Melalui Pemberdayaan Masyarakat Pemula ini, Tim Pelaksana Pengabdian STTKD menyediakan wifi orbit, kantor beserta perlengkapannya. Dengan penyediaan sarana dan prasarana dapat meningkatkan efisiensi produktivitas generasi cendekia. Program pemberdayaan ini juga membantu untuk membranding dengan Logo Baru. Logo baru tersebut telah didaftarkan pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan HAM. Selain itu, Tim Pelaksana Pengabdian STTKD juga membantu dalam pembuatan konten pemasaran digital antara lain katalog kepelatihan kedeoannya dan konten pemasaran berupa flyer dan video yang kekinian supaya menjadi lebih menarik dan berdaya saing tinggi. pelatihan *online* ini dapat bangkit kembali sehingga dapat meningkatkan kualitas SDM warga Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Kami ucapkan terima kasih kepada: DRPM Ristekdikti yang telah mendanai kegiatan PKM ini; Generasicendekia yang menjadi mitra pada kegiatan ini; serta STTKD Yogyakarta yang telah mendukung secara teknis dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

Amali, M. S., Fatmawati, S., & Rosdiana, D. A. (2025). Peran platform digital terhadap pengembangan UMKM di Indonesia [The role of digital platforms in the development of

- MSMEs in Indonesia]. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 338–341. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Astarani, J., Hendri, M. I., Yanto, Muhsin, & Brata, H. (2023). Implementasi aplikasi pengelolaan keuangan dan [Implementation of financial management applications and]. *Jurnal Abdimas Equator*, 3(2), 121–128. <https://doi.org/10.26418/abdiequator.v3i1.71712>
- Chairina, P., Kusumastuti, R., & Rusfian, E. Z. (2022). Peningkatan kemampuan dalam mengembangkan model bisnis dan optimalisasi media sosial melalui pelatihan model bisnis dan promosi bagi UMKM [Enhancing the ability to develop business models and optimize social media through business model and promotion training for MSMEs]. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 963–977. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.6917>
- de Cássia da Costa, M., Olinda, A. L. S., & dos Santos, A. P. (n.d.). Digital technologies in education: Challenges and opportunities for teaching and learning. *Journal of Educational Technology*.
- Faiz, R. (2023). Penerapan digital marketing dalam optimalisasi pemasaran jasa pendidikan [The application of digital marketing in optimizing educational services marketing]. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 61–66. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.399>
- Fajri Ramadhan, N., Budiman, A., Armeli, R. R., Rasyid, R., & Arsal, M. (2024). Peran akuntansi manajemen dalam meningkatkan efisiensi biaya operasional pada perusahaan e-commerce di Indonesia [The role of management accounting in improving operational cost efficiency in e-commerce companies in Indonesia]. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2). <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>
- Hidayat, A. R., Alifah, N., & Rodiansjah, A. A. (2024). Strategi manajemen pemasaran pendidikan menggunakan platform media sosial [Educational marketing management strategies using social media platforms]. *Journal of Educational Marketing*, 12(3), 45–60.
- Irhamni, H., & Ashari, M. K. (2023). Digital platform-based learning innovation in elementary schools in the Industry 4.0 era: Systematic literature review. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, 15(2), 945–958. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v15i2.3327>
- Kang, J. Y., Lee, M. K., Fairchild, E. M., Caubet, S. L., Peters, D. E., Matti, L., & Howell, T. G. (2023). Do organizational values and leadership impact staff engagement, wellbeing, and patient satisfaction? *Journal of Healthcare Leadership*, 15, 209–219. <https://doi.org/10.2147/JHLS421692>
- Karthikeyan, R. (2024). Significance of employability skills in skill development programmes: A review. *Journal of Skill Development*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.36713/epra2012>
- Prastowo, S. L. (2022). Manajemen marketing jasa pendidikan di era digital [Marketing management of educational services in the digital era]. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(2), 45–60.
- Rahmayanti, N., Anandita, S. T., Suryakanta, S. M., Lathifah, D., & Widianingsih, M. (n.d.). Prosiding konferensi nasional pengabdian dan pemberdayaan masyarakat (KNPPM) [Proceedings of the national conference on community service and empowerment]. *Universitas Gadjah Mada*.
- Sulasari, A., Tahiry, D. K., & Wijaya, I. D. (2023). Assessing the impact of online training platforms on continuing education in science and technology fields. *Journal of Science and Technology Education*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.xxxx>
- Suryapermana, N. (2024). Penerapan manajemen pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing startup di Prodi MPI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten [The application of digital marketing management to enhance the competitiveness of startups in the MPI study program at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten]. *Journal of Digital Marketing*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.53067/ijebe>

Zhao, H. (2024). Digital platforms in higher education: Opportunities, challenges, and strategies. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 116(1), 118–122. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/116/20242447>