



**PELATIHAN PERANCANGAN PROTOTYPE APLIKASI PEMASARAN UNTUK  
MENDUKUNG KEIKUTSERTAAN GEN Z PADA FESTIVAL INOVASI DAN  
KEWIRAUSAHAAN SISWA INDONESIA (FIKSI)**

*Marketing Application Prototype Design Training To Support Gen Z Participation In  
Indonesian Students' Innovation And Entrepreneurship Festival (Fiksi)*

**Endra Rahmawati<sup>1</sup>, Ayouvi Poerna Wardhanie<sup>\*2</sup>, Sri Hariani Eko Wulandari<sup>3</sup>,  
Pradita Maulidya Effendi<sup>4</sup>**

*Program Studi Sistem Informasi Universitas Dinamika, Surabaya<sup>1,2,3,4</sup>*

*Jalan Kedung Baruk No. 98 Surabaya, 60298, Indonesia*

*\*Alamat Korespondensi : ayouvi@dinamika.ac.id*

*(Tanggal Submission: 31 Maret 2023, Tanggal Accepted : 22 Mei 2023)*



**Kata Kunci :**

*Pelatihan dan  
Pendampingan,  
FIKSI,  
Pemasaran  
Produk,  
Prototype  
Aplikasi,  
Generasi Z*

**Abstrak :**

Dalam rangka mencari talenta muda wirausaha yang kreatif dan memiliki gagasan yang dapat diwujudkan, pemerintah melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi mengadakan sebuah ajang bernama Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI). Kegiatan FIKSI khususnya di tahun 2022 ini bertujuan untuk membentuk relasi dan jaringan komunitas bagi siswa/siswi SMA/MA yang dapat mendukung kegiatan wirausaha mereka serta kemandirian sosial sampai dengan ekonomi. Namun, banyaknya bidang yang ditawarkan pada festival ini menimbulkan rasa cemas pada siswa/siswi untuk menentukan minat dan kompetensi apa yang mereka miliki. Dengan melihat kondisi dari tren bisnis yang ada, banyak kegiatan wirausaha yang dimulai dari kegiatan pemasaran produk yang didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi. Berdasarkan hal tersebut, dibutuhkan adanya kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Untuk Mendukung Keikutsertaan Generasi Z Pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) di Era Digital ini. Metode dari pelatihan dan pendampingan ini dibagi menjadi tiga tahapan yaitu persiapan yang terdiri atas Persiapan materi, tools dan pengaturan konsep pendampingan, Pelaksanaan yang meliputi pengenalan, proses penyampaian materi, praktik dan tanya jawab dan Evaluasi Akhir yaitu feedback dari peserta. Hasil dari kegiatan ini adalah pelatihan dilaksanakan pada Selasa/ 2 Agustus 2022 dimulai pukul 09.00-15.00 WIB di Kelas M503 dan Laboratorium Komputer Universitas Dinamika, dengan jumlah peserta 22 siswa perwakilan SMAN di Surabaya. Hasil evaluasi akhir menunjukkan bahwa 85.11% peserta dapat memahami dan

menerima materi kegiatan Pelatihan dan Pendampingan FIKSI ini, dan kegiatan ini juga dapat membantu para siswa dalam mempersiapkan bisnisnya dengan merancang bisnis model canvasnya dan pembuatan mockup.

**Key word :**

*Training and Assistance, FIKSI, Product Marketing, Application Prototypes, Generation Z*

**Abstract :**

FIKSI 2022 activities aim to form community relations and networks for high school students who can support entrepreneurial activities. The number of fields offered at FIKSI creates anxiety for SMA/MA students to determine their interests and competencies. By looking at the conditions of existing business trends, many entrepreneurial activities begin with product marketing using information technology. Therefore, there is a need for Training and Assistance in Product Marketing Application Prototype Design Analysis as an Effort to Support Generation Z's Participation in the Indonesian Student Innovation and Entrepreneurship Festival (FIKSI) in this Digital Age. This training and mentoring activity is divided into 4 sessions, namely introduction of resource persons, delivery and presentation of material, practical use of tools, and a final evaluation session. The results of the final evaluation showed that 85.11% of high school students could understand and accept the material for this FIKSI Training and Assistance activity.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Rahmawati, E., Wardhanie, A. P., Wulandari, S. H. E., & Effendi, P. M. (2023). Pelatihan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Untuk Mendukung Keikutsertaan Gen Z Pada Festival Inovasi Dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (Fiksi). *Jurnal Abdi Insani*, 10(2), 1002-1011. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i2.939>

## PENDAHULUAN

Generasi muda diharapkan dapat menjadi acuan yang berkesinambungan untuk meningkatkan taraf hidup bermasyarakat. Hal ini dikarenakan masa depan sangat bergantung pada keberhasilan para generasi muda untuk merancang dan membentuk kehidupan selanjutnya. Di era digital, generasi yang sedang tumbuh dan berkembang adalah yang masuk pada kategori post millennial. Kondisi ini berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi post millennial yang dikenal sebagai Generasi Z merupakan orang-orang yang cenderung berperan aktif dalam melakukan perubahan, fasih teknologi, peka sosial, dan multitasking (Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi, 2022). Di sisi lain, Kegiatan Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) yang merupakan salah satu kegiatan dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam mencari talenta muda wirausaha yang kreatif memiliki ide dan gagasan bisnis yang dapat diwujudkan, kini pada tahun 2022 sudah memasuki pelaksanaan yang ke-7, dimana kegiatan FIKSI ini merupakan pengembangan dari festival sebelumnya yang telah berlangsung sejak tahun 2016. Adapun sasaran dari pelaksanaan kegiatan FIKSI ini adalah siswa/siswi SMA/MA yang memiliki semangat, jiwa dan sikap kewirausahaan yang tinggi.

Kegiatan FIKSI Tahun 2022 bertujuan untuk membentuk relasi dan jaringan komunitas bagi siswa/siswi SMA/MA yang dapat mendukung kegiatan wirausaha yang diajukan, khususnya untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya. Kegiatan ini juga diharapkan dapat membangun rasa empati, kepekaan sosial dan bermasyarakat, daya inovasi, dan sikap tanggung jawab, serta kemandirian sosial dan ekonomi kreatif (Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi, 2022). Dikarenakan tahun 2022 Indonesia masih berada dalam situasi pandemi COVID-19, maka



pelaksanaan FIKSI 2022 akan dilaksanakan secara daring. Siswa/siswi diharapkan tetap dapat menjaga dan melaksanakan protokol kesehatan demi pencegahan COVID-19 pada saat persiapan hingga pelaksanaannya. Banyaknya bidang yang ditawarkan pada FIKSI menimbulkan rasa cemas pada siswa/siswi SMA/MA untuk menentukan minat dan kompetensi yang dimiliki.

Dengan melihat kondisi dari tren bisnis yang ada, banyak kegiatan berwirausaha yang dimulai dengan pemasaran produk dengan pemanfaatan teknologi informasi (Amalia, 2020). Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) menjadi metode baru yang memiliki peran dan kualitas yang baik dalam memasarkan sebuah produk. Jenis bisnis yang dapat dilakukan dengan metode pemasaran digital diantaranya bisnis jual beli online untuk semua jenis produk (pakaian, makanan dan minuman, sayur dan buah segar, peralatan kebutuhan kantor dan sekolah, dll) sampai dengan bisnis penyedia layanan jasa dan transportasi. Pemasaran Digital dapat meningkatkan dan mempertahankan reputasi dan kepercayaan pemilik bisnis serta masyarakat untuk dapat bertransaksi secara online melalui berbagai jenis platform digital.

Hal tersebut diatas telah dirasakan keuntungannya oleh masyarakat saat terjadi Pandemi Covid-19. Kondisi ini mengarahkan para penggiat bisnis dan masyarakat untuk bertahan dan berinovasi dalam dunia pemasaran digital demi memenuhi kebutuhan ekonomi saat itu. Pandemi menggiring para pelaku usaha untuk terus meningkatkan ide-ide kreatifnya dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya sesuai dengan prosedur dan protokol kesehatan. Oleh karena itu, tidak heran apabila opsi pemasaran digital menjadi satu hal utama untuk mempertahankan bisnis saat itu. Pada umumnya digital marketing dibagi menjadi 3 bagian yaitu penggunaan media digital, promosi transaksi dan pembayaran online, serta pemberian *feedback/review* dari transaksi yang telah dilakukan. Hal ini dapat digunakan sebagai acuan terhadap pengelolaan bisnis digital selanjutnya.

Pasar toko luring kini mulai tergerus sejak hadirnya model bisnis toko daring yang lebih efektif dan efisien. Kemampuan masyarakat dalam beradaptasi dengan internet meningkatkan kemampuan usaha melalui media tersebut, sehingga semua orang bisa membuat toko daring (Universitas Ahmad Dahlan, 2022). Di sisi lain, minat generasi muda di Indonesia akan berwirausaha memiliki angka yang cukup tinggi (mediaindonesia.com, 2022). Dari 64% total penduduk muda di Indonesia, setidaknya terdapat 73% yang tertarik untuk berwirausaha. Oleh sebab itu untuk menyamakan kompetensi dasar siswa/siswi sekolah menengah atas, maka dibutuhkan pelatihan dasar dan pendampingan proses pembuatan karya FIKSI berupa produk/jasa dari ide-ide kreatif para siswa/siswi tersebut.

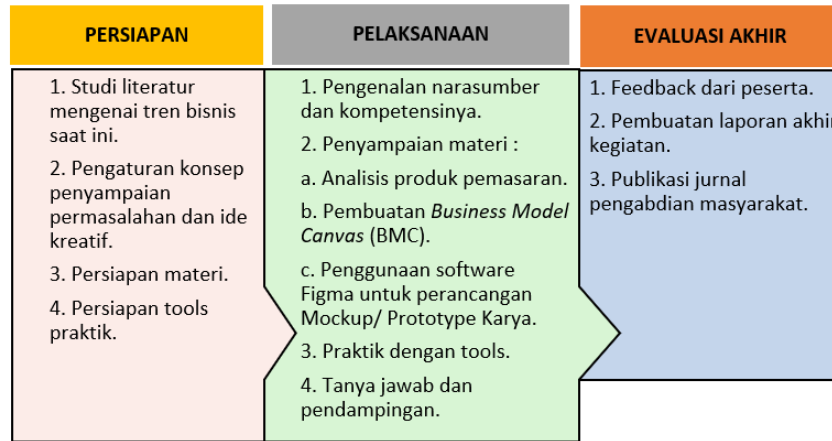
Pelatihan ini dapat dijadikan bekal awal siswa/siswi SMA/MA untuk dapat menghasilkan karya-karya kreatif dan inovatif yang dapat digunakan sebagai modal bisnis awal dalam menghadapi masa depan yang lebih baik. Adapun tujuan dari kegiatan ini antara lain:

1. Membangun semangat dan jiwa kewirausahaan pada siswa.
2. Memberikan bekal pengalaman, pengetahuan dan pembinaan kewirausahaan agar siswa kelak dapat memulai serta mengakselerasi usahanya.
3. Mengenalkan materi analisis perancangan prototype aplikasi pemasaran produk dengan detail materi diantaranya :
  - Analisis Produk Pemasaran.
  - Pembuatan Business Model Canvas-BMC.
  - Penggunaan Software Figma untuk Perancangan Mockup/Prototype Karya.
4. Menambah wawasan penggunaan prototype aplikasi pada Bidang Lomba FIKSI 2022, khususnya Bidang Desain Grafis Antar Muka (Interface) dan Bidang Game-Aplikasi & Video Animasi.

Dengan adanya kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam merancang prototype aplikasi pemasaran produk ini diharapkan dapat membantu para siswa SMA/MA di Surabaya dalam menghirilasi dan memutakhirkan ide dan gagasan mereka dalam menginisiasi model dan rencana bisnisnya ke depan dimana relevan dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat di masa kini dan mendatang.

## METODE KEGIATAN

Adapun metode pelaksanaan Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Analisis Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Untuk Mendukung Keikutsertaan Generasi Z Pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan FIKSI 2022.

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa metode pelaksanaan kegiatan pelatihan FIKSI 2022 dibagi menjadi 3 tahapan besar yaitu :

a. Persiapan

Pada tahap Persiapan, seluruh kegiatan dilakukan oleh tim pelaksana. Kegiatan tersebut diawali dengan studi literatur mengenai tren bisnis saat ini. Studi literatur yang dilakukan bersumber dari buku, jurnal, maupun sumber media elektronik lainnya yang memiliki informasi terkait dengan perkembangan bisnis yang sedang *membooming* saat ini. Kemudian dilanjutkan dengan Pengaturan konsep penyampaian permasalahan dan ide kreatif dari peserta. Bagaimana peserta dapat menyampaikan ide-ide kreatifnya saat pelatihan nanti menjadi pemikiran tersendiri untuk tim pelaksana. Hal ini dikarenakan tidak mudah menemukan/menyampaikan ide kreatif. Pada akhirnya tim pelaksana memutuskan untuk penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) dan Pembuatan prototype desain UI/UX menggunakan *Crazy-8*. Berdasarkan hal tersebut, maka tim pelaksana menyiapkan materi-materi yang dibutuhkan saat pelatihan. Untuk tools yang digunakan dipilih menggunakan aplikasi FIGMA untuk pembuatan prototipe aplikasi.

b. Pelaksanaan

Pada tahap Pelaksanaan, dibagi menjadi 3 kegiatan yaitu :

1. Pengenalan narasumber dan kompetensinya. Hal ini dikarenakan tim pelaksana kegiatan terdiri dari beberapa orang dengan berbagai kompetensi yang berbeda, ada yang bisnis manajemen, ada yang fokus pada pengembangan system informasi.
2. Penyampaian materi dikategorikan menjadi 3 yaitu (1) Analisis Produk Pemasaran, (2) Pembuatan *Business Model Canvas* (BMC), dan (3) Penggunaan software FIGMA untuk perancangan mockup/prototipe karya. Oleh karena itu, 3 materi yang berbeda ini akan disampaikan oleh orang yang berbeda kompetensinya.
3. Praktik dengan tools. Kegiatan ini sebenarnya membutuhkan waktu yang cukup lama dikarenakan para peserta harus mendesain aplikasi hingga jadi. Namun, dikarenakan pelaksanaan kegiatan hanya berlangsung 1 hari saja, maka peserta hanya mendapatkan tips dan trik pada penggunaan tools. Untuk proses penyelesaian desain prototipe dapat dilakukan dan diteruskan di rumah masing-masing kemudian dapat dilaporkan saat proses pendampingan berlangsung.

4. Tanya Jawab dan Pendampingan. Kegiatan ini dilakukan secara periodic setiap 2-3x dalam seminggu melalui media komunikasi dan diskusi secara daring/online, seperti Whatapps atau Google Meeting. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan peserta dan perkembangan progress/kemajuan pengerjaan desain prototipe karya. Jika peserta dapat menunjukkan progress yang berarti, maka kegiatan pendampingan dapat berjalan dengan mudah.
- c. Evaluasi Akhir.  
Pada tahap Evaluasi Akhir dilakukan penyebaran kuisisioner untuk mendapatkan *feedback* dari peserta. Hasil dari pengisian kuisisioner ini akan digunakan sebagai bahan pendukung pembuatan laporan akhir kegiatan. Kemudian, Langkah terakhir adalah publikasi kegiatan pelatihan yang dikemas dalam bentuk publikasi jurnal pengabdian masyarakat.

Kegiatan ini dilakukan secara offline tatap muka langsung pada Hari Selasa 2 Agustus 2022 pukul 09.00-15.00 WIB di Laboratorium Komputer (Lab B) dan Kelas M503 Universitas Dinamika. Jumlah peserta dari kegiatan ini adalah 22 siswa/siswi perwakilan salah satu dari SMA Negeri di Surabaya. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dibagi menjadi 4 sesi yaitu pengenalan narasumber, penyampaian dan presentasi materi, praktik penggunaan tools, dan sesi evaluasi akhir. Pada Gambar 1 menunjukkan detail proses kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Selain itu, terdapat indikator keberhasilan dari kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Untuk Mendukung Keikutsertaan Generasi Z Pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) di Era Digital ini yaitu (1) tingkat penerimaan (3) hasil analisis produk (Firmansyah, 2019), pembuatan BMC (Pramularso et al., 2022), dan perancangan prototype dari aplikasi pemasaran produk (Wardhanie & Rahmawati, 2022). Indikator ini nantinya akan didapatkan dari penyebaran kuisisioner pada sesi akhir pelatihan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Untuk Mendukung Keikutsertaan Generasi Z Pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) di Era Digital ini dilakukan secara offline tatap muka langsung pada Hari Selasa 2 Agustus 2022 pukul 09.00-15.00 wib di Laboratorium Komputer (Lab B) dan Kelas M503 Universitas Dinamika. Jumlah peserta dari kegiatan ini adalah 22 siswa/siswi perwakilan salah satu dari SMA Negeri di Surabaya. Untuk detail materi yang disampaikan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Detail Materi Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan FIKSI 2022.

<b>Materi 1 : Analisis Produk Pemasaran</b>	<b>Materi 2 : Pembuatan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)</b>	<b>Materi 3 : Penggunaan Software Figma untuk Perancangan Mockup/ Prototype Karya</b>
a. Menentukan jenis produk yang akan dibuat, contoh Penjualan Ikan Bandeng Juwana (Yuliantiningsih & Rahardjo, 2016).	a. Menentukan Key Partners.	a. Menentukan Jenis Produk dan Tema Aplikasi Pemasaran, misalnya tentang Travel Online, Toko Kosmetik, Penjualan UMKM (Sahlan et al., 2022) (Dwi Aulia et al., 2022)(Santoso, 2014) (Sidiq & Rohayati, 2023).
b. Menentukan detail produk seperti bahan baku, proses produksi, varia, target pasar dan keunikan produk (Fernanda & Choiriyah, 2018) (Fadhilah, 2021)(Wibowo et al., 2015).	b. Menentukan Key Activities.	b. Menentukan fitur aplikasi.
	c. Menentukan Value Propositions.	c. Membuat Desain Awal menggunakan Crazy-8.
	d. Menentukan Customer Relationship and Channels.	d. Membuat Mockup.
	e. Menentukan Customer Segments (Awaluddin 2021).	e. Membuat Prototype Aplikasi Pemasaran dalam
c. Membuat desain packaging sederhana dari produk.	f. Menentukan Cost Structure dan Revenue Streams.	



- d. Membuat Analisis SWOT, baik dari sisi faktor internal maupun faktor eksternal (Fauzani *et al.*, 2018) (Wicaksono, 2018).

bentuk Web dan Mobile Prototype dengan Tools yang telah ditentukan, seperti FIGMA (Wardhanie & Rahmawati, 2022).

**Hasil Akhir :** Ide Berwirausaha, BMC, dan Prototype Aplikasi Pemasaran.

Adapun dokumentasi dari Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Untuk Mendukung Keikutsertaan Generasi Z Pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) di Era Digital ini, dapat dilihat pada Gambar 2 sampai dengan Gambar 5.

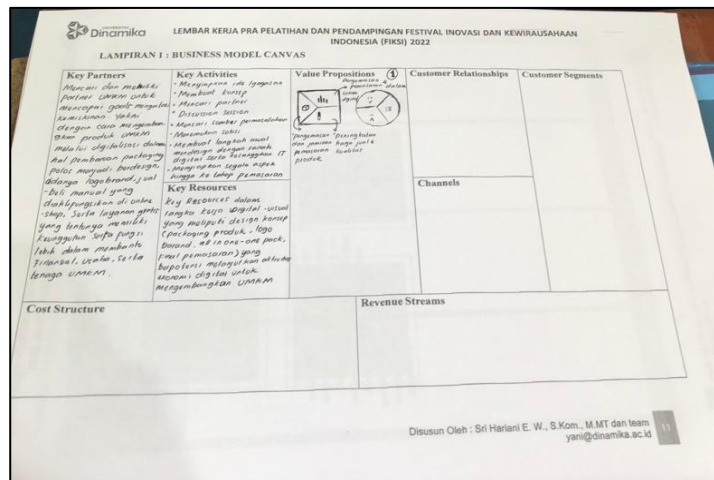


Gambar 2. Materi Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan FIKSI 2022



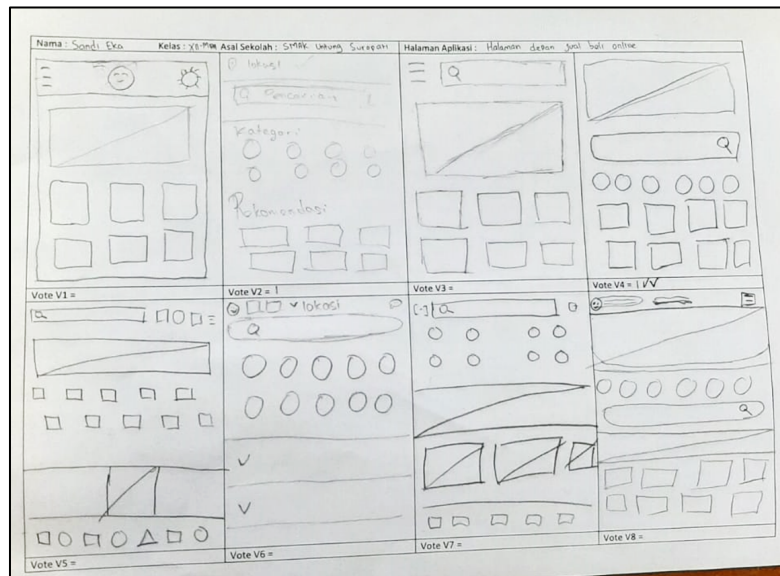
Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan FIKSI 2022

Berdasarkan gambar 3 diatas, kegiatan pelatihan dan pendampingan FIKSI 2022 ini dilakukan dengan dua tahap yaitu saat di kelas para siswa SMA/MA diajak untuk mengidentifikasi peluang-peluang bisnis yang ada disekitar dengan bantuan Bisnis Model Canvas, selanjutnya setelah para siswa selesai menentukan ide bisnis yang akan dilakukan, mereka diajak untuk ke laboratorium komputer untuk melakukan praktik bagaimana merancang prototype aplikasi pemasaran produk dengan tools Figma.



Gambar 4. Hasil BMC Peserta pada Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan FIKSI 2022

Berdasarkan gambar 4 diatas, dapat dilihat bahwa para peserta siswa SMA/MA sudah dapat melakukan identifikasi empat elemen dari total sembilan elemen penting yang ada pada *Business Model Canvas*. Adapun empat elemen tersebut antara lain *Key Partners* yang merupakan siapa mitra yang dapat diajak kerjasama, *Key Activities* adalah apa saja aktivitas-aktivitas penting dalam bisnis yang akan dilakukan, *Key Resource* adalah apa saja fasilitas yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan bisnis, dan *Value Proposition* adalah hal unik apa yang dimiliki bisnis kita dibandingkan dengan para kompetitor yang ada.



Gambar 5. Hasil Perancangan Desain UI Crazy-8 Peserta Pelatihan

Pada Gambar 5 menunjukkan hasil Perancangan Desain UI menggunakan Crazy-8. Teknik Crazy-8 ini dikerjakan secara berkelompok, dimana setiap anggota kelompok dapat menggambarkan 1-2 desain UI dalam bentuk sketsa. Crazy-8 dilakukan selama  $\pm 8$  menit untuk 8 sketsa dari 1 (satu) halaman aplikasi, contoh halaman Katalog Produk pada aplikasi Jual Beli Online. Dari 8 sketsa yang dihasilkan, anggota tim akan berdiskusi dan mengambil kesepakatan desain/sketsa mana yang akan dipilih dan dilanjutkan dengan pembuatan prototype aplikasi.

Setelah seluruh proses kegiatan dilalui, untuk mengetahui apakah peserta dapat memahami dan menerima materi yang telah disampaikan, perlu dilakukan proses penyebaran kuisioner sederhana dengan skala kriteria pada Tabel 3. Sedangkan hasil rekapitulasi perhitungan kuisioner dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3. Skala dan Interval Penilaian

Skala	Interval Penilaian
1 = Sangat tidak setuju	Indeks 0% – 24,99% = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju	Indeks 25% – 49,99% = Tidak Setuju
3 = Setuju	Indeks 50% – 74,99% = Setuju
4 = Sangat Setuju	Indeks 75% – 100% = Sangat Setuju

Tabel 4. Hasil Rekapitulasi Perhitungan Kuisioner

No.	Pertanyaan	Skala 1	Skala 2	Skala 3	Skala 4	Hasil Akhir
1	Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan ini dapat menambah wawasan baru bagi siswa/siswi SMA/MA untuk Persiapan Program FIKSI 2022.	0	0	9	13	89.77%
2	Pembuatan Desain UI/UX menggunakan Aplikasi FIGMA tersebut dapat menambah motivasi siswa/siswi dalam mengikuti Program FIKSI 2022.	0	0	13	9	85.23%
3	Tim Pemateri Pelatihan telah menyajikan materi dengan jelas dan mudah dipahami.	0	2	13	7	80.68%
4	Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan ini dapat menambah ketrampilan dan kreativitas siswa/siswi dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan pada Program FIKSI 2022.	0	0	10	12	88.64%
5	Pemateri menjelaskan dengan runtut Tahapan dalam melakukan analisis produk, pembuatan BMC, dan pembuatan prototype Aplikasi Pemasaran.	0	1	14	7	81.81%
6	Fitur dan menu yang disediakan pada Aplikasi FIGMA dapat mempermudah Siswa dalam mendesain UI/UX untuk mempersiapkan Program FIKSI 2022.	0	1	13	8	82.95%
7	Aplikasi FIGMA ini memudahkan siswa untuk melihat banyaknya kreativitas yang dapat diexplore lebih dalam di bidang desain UI/UX secara online.	0	0	12	10	86.36%
8	Tools yang digunakan mudah digunakan oleh siswa.	0	2	10	8	75%
9	Pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan kompetensi para siswa.	0	0	3	19	96.59%
10	Perlu diadakan Pelatihan Lanjutan atau dengan topik yang lain.	1	0	11	10	84.09%
Prosentase Rata-rata =						85.11%

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4 menunjukkan sekitar 85.11% siswa/siswa SMA/MA dapat memahami dan menerima materi yang diberikan selama kegiatan pelatihan dan pendampingan FIKSI 2022 ini dengan baik. Perolehan prosentase tertinggi terdapat pada unsur bahwa Pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan kompetensi para siswa. Sedangkan prosentase terendah terdapat pada unsur Tools yang digunakan masih kesulitan digunakan oleh siswa. Hal ini dikarenakan



penggunaan tools yang dimaksud adalah aplikasi FIGMA dimana aplikasi ini diterapkan pada akhir sesi pelatihan. Waktu yang diberikan untuk sesi ini tidak banyak, karena terpotong saat pemberian materi di sesi sebelumnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Untuk Mendukung Keikutsertaan Generasi Z Pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) di Era Digital ini dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Peserta siswa/siswi SMA/MA dapat menentukan ide kreatif sebelum menciptakan sebuah prototype aplikasi baru yang belum pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat dilakukan dengan proses analisis produk pemasaran dan pembuatan BMC.
2. Penyampaian materi harus lebih detail mengenai penggunaan tools saat pembuatan prototype aplikasi serta pengaturan alokasi waktu yang harus lebih diperhatikan kembali.
3. Perlu dilakukan pelatihan lebih lanjut terkait dengan pembuatan prototype untuk aplikasi berbasis website dengan dan berbasis mobile.
4. Secara keseluruhan, peserta siswa/siswi SMA/MA dapat memahami dan menerima materi dengan baik. Hal ini didasarkan pada prosentasi hasil kuisisioner sebesar 85.11% peserta setuju dengan materi dan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan FIKSI 2022 ini.

Adapun saran untuk kegiatan ini adalah mengadakan pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan dan konsisten tiap periode tertentu apabila terdapat peserta yang lolos seleksi kegiatan FIKSI 2022. Hal ini bertujuan untuk mengawal teman-teman yang lolos seleksi agar tetap sesuai prosedur yang telah diatur pada panduan kegiatan serta menghasilkan output berupa produk/aplikasi. Program ini juga dapat diterapkan untuk kegiatan Kementerian lainnya yang sejenis, yang diperuntukkan bagi siswa/siswi SMA/MA/Sederajat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pemateri dalam kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Untuk Mendukung Keikutsertaan Generasi Z Pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) di Era Digital menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dinamika yang telah bersedia memberikan banyak arahan kepada kami dalam kegiatan workshop tersebut, serta para Bapak/Ibu Guru perwakilan siswa-siswi SMAN di Surabaya yang membantu proses pendampingan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Awaluddin, R. (2021). Pelatihan SWOT dan Business Model Canvas Pada UKM Keripik Kere Di Kabupaten Kuningan. *HUMANIS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 20(1), 47–58.
- Aulia, D., Aminah, S., & Sundari, D. (2022). Perancangan Prototype Tampilan Antarmuka Berbasis Web Mobile Pada Toko Amira Kosmetik. *Jurnal Ilmiah Ilkominfo - Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 5(1), 29–40.
- Fadhilah, M. D. (2021). Analisis Pengaruh Product, Price, Place, dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 10(1).
- Fauzani, M., Akramiah, N., & Sutikno, B. (2018). Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal EMA – Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 2(2), 104–117.
- Fernanda, A., & Choiriyah. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing MIX) Pada PT.Tafakur Keluarga Cabang Palembang. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 3(2), 1–12.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media, Ed.). Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.
- Kementrian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi. (2022). *Pedoman Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) 2022*.  
mediaindonesia.com, humaniora. (2022, July 5). *Minat Kalangan Milenial dan Generasi Z Geluti Wirausaha Terus Meningkat*. MediaIndonesia.Com.
- Pramularso, E. Y., Nurhayaty, E., Susilowati, I. H., & Marginingsih, R. (2022). Pelatihan Pembuatan Business Plan Dengan Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Pada Komunitas Perempuan Maju. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 726–732.
- Sahlan, D. Y., Ramdani, F., & Muslimah Az-Zahra, H. (2022). Perancangan Antarmuka Pengguna Aplikasi Pemasaran Namiroh berbasis Web dengan Metode Design Thinking PT. An Namiroh Travelindo. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(2), 745–753. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Santoso, B. (2014). Prototipe Sistem Informasi Pemasaran Dengan Strategi Pipeline Management Spancop Berbasis E-Commerce : Studi Kasus PD Tradeco Intitama. *Faktor Exacta*, 7(3), 248–259.
- Sidiq, M., & Rohayati, T. (2023). Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis Web Dengan Metode Prototyping Pada UMKM Sinar Terang Desa Pusakasari Kecamatan Cipaku. *INFOTECH Journal*, 9(1), 76–83. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i1.4863>
- Universitas Ahmad Dahlan. (2022, June 15). *Peluang Bisnis Di Era Digital*. Website LLDIKTI Wilayah 5 Yogyakarta.
- Wardhanie, A. P., & Rahmawati, E. (2022). Pengenalan dan Penerapan User Interface and User Experience Design for Beginners. *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services*, 2(3), 536–544. <https://doi.org/10.53363/bw.v2i3.129>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 29(1), 59–66. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)
- Wicaksono, A. (2018). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 192–201.
- Yuliantiningsih, A., & Rahardjo, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Elrina). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>