

Tingkatkan Awareness UKM Antarkan Mahasiswa UNAIR Raih Juara 1 AMIC 2021

Achmad Sarjono - JATIM.PUBLIKINDONESIA.COM

Mar 21, 2022 - 18:07



Alfanis Aisyah, mahasiswa Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga. (Foto: Dokumentasi Pribadi)

SURABAYA – Mahasiswa UNAIR kembali menorehkan kejuarannya di ajang perlombaan universitas skala nasional, Ambition Marketing Impact Competition 2021 (AMIC 2021) pada Februari lalu. Prestasi membanggakan tersebut diraih oleh Alfanis Aisyah, mahasiswa Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga. Dalam perlombaan yang diadakan oleh organisasi pemuda

tersebut, ia dan kedua rekannya berhasil membawa pulang reward juara 1 setelah melalui beberapa tahap skema perlombaan sejak desember lalu.

AMIC 2021 merupakan marketing competition dengan orientasi yang berfokus pada cara penjualan produk agar brand yang dipasarkan dapat disukai oleh target pasar. Alfani dan kedua rekannya yang tergabung dalam 2 Universitas yang berbeda, memberikan solusi cerdas dalam menyikapi strategi marketing era ini. Dalam pelaksanaannya, mereka mengangkat strategi berupa peningkatan awareness pada UKM dengan sosial media marketing.

Alfani kepada media, Senin (21/3/2022) menjelaskan bahwa dalam implementasinya, strategi yang mereka bawa akan diterapkan secara langsung kepada UKM yang telah diplotingkan oleh panitia. "Kebetulan tim kami dapat Usaha Kecil Menengah (UKM) Bandung yang bergerak di bidang kuliner dengan varian makanan berupa frozen food, camilan, dan nasi instan," imbuhnya.



Sinkronisasi latar belakang permasalahan UKM dan strategi yang dibawa telah diperhitungkan secara matang oleh Alfani dan tim ketika tahap implementasi dilaksanakan. Pasalnya, UKM tersebut memiliki permasalahan internal perusahaan yang cukup krusial mengenai pemilihan target pasar yang kurang sesuai.

"Melalui strategi yang kami usulkan, UKM tersebut sangat berperan aktif dalam pelaksanaan pemulihan bisnisnya. Bahkan omset yang didapatkan naik 100 persen per-bulan ini," ungkapnya bangga.

Mengenai hal tersebut, Alfani menjelaskan bahwa strategi marketing berupa implementasi media sosial merupakan salah satu cara untuk meningkatkan omset bisnis dengan cepat. Selain melihat banyaknya pengguna gadget dengan bantuan internet, adanya pandemi juga memungkinkan penyebaran produk menyeluruh secara online melalui sosial media.

Alfani menambahkan, terdapat beberapa kendala yang mereka alami selama lomba berlangsung. "Melihat kondisi yang ada, tentu hambatan yang terjadi berada pada komunikasi antar anggota. Penyesuaian waktu yang kurang sinkron

serta penyesuaian ide via online benar-benar membutuhkan mental kuat dalam prosesnya,” ujarnya.

Atas kemenangan yang diraih, ia mengaku bersyukur atas kesempatan yang diberikan. Mengingat usaha yang mereka kerjakan tidak main-main sedari tahap awal lomba digelar.

“Mindset kita sejak awal adalah pemenang. Mental juara sudah kita aplikasikan sejak memiliki niat untuk mengikuti lomba tersebut. Jadi bagaimanapun bentuk perlombaan, niat dan usaha harus diusahakan semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil terbaik diantara yang lain,” tegasnya.

Bangga dengan prestasi yang diraih, Alfanis berharap hasil dari usahanya dapat dijadikan motivasi oleh mahasiswa UNAIR khususnya. Pasalnya, kuliah daring seperti saat ini membuat penurunan soft skill dan minat mahasiswa mengikuti ajang perlombaan.

“Selagi masih muda, sudah sepantasnya kita meraih penghargaan sebanyak yang kita bisa. Selagi masih muda, jangan menyia-nyiakan kesempatan yang sudah ada di depan mata,” pungkasnya mengakhiri. (**)