

Kumawula, Vol.7, No.3, Desember 2024, Hal 671 – 684

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i3.51062>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

KOLABORASI UNIVERSITAS NEGERI MALANG DENGAN PERHIMPUNAN PELAJAR INDONESIA (PPI) TAIPEI DALAM PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK BURUH MIGRAN DI TAIWAN

Aripriharta Aripriharta^{1*}, Aji Prasetya Wibawa², Muhammad Rizal Andriansyah³, Ahmad Munjin Nasih⁴, Ayu Purwatiningsih⁵, Ilham Faidzin⁶, Muhammad Cahyo Bagaskoro⁷

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Universitas Negeri Malang, Departemen Teknik Elektro Dan Teknik Informatika

*Korespondensi : aripriharta.ft@um.ac.id

ABSTRACT

The collaboration between PPI Taipei and UM aims to equip migrant workers in Taiwan with digital marketing skills that are essential in the global era. The challenges of fierce competition in the job market demand an understanding of business technology. However, limited access and resources are obstacles for them to acquire these skills. To address this, "Smart Apps" was created specifically to help migrant workers and Muslim students in Taiwan. The main objective of this activity is to provide quality digital marketing training for migrant workers in Taiwan through the "Smart Apps" application. It is hoped that an understanding of digital marketing strategies will provide independence to migrant workers in finding job opportunities and making a positive contribution to Taiwan's economy. This overseas service activity is designed using an implementative method, starting from the design and implementation of applications in Taipei city. Random participation from PPI Taipei students, migrant workers, and travelers will be involved in the training and application development process.

Keywords: *Migrant workers; digital marketing; skills; smart apps; application training*

ABSTRAK

Kolaborasi antara Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Taipei dan Universitas Negeri Malang (UM) bertujuan membekali buruh migran di Taiwan dengan keterampilan digital *marketing* yang penting dalam era global. Tantangan persaingan ketat di pasar kerja menuntut pemahaman akan teknologi bisnis. Namun, keterbatasan akses dan sumber daya menjadi hambatan bagi mereka dalam memperoleh keterampilan tersebut. Untuk mengatasi hal ini, diciptakan aplikasi "*Smart Apps*" yang secara khusus ditujukan untuk membantu buruh migran dan pelajar Muslim di Taiwan. Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan pelatihan digital *marketing* yang berkualitas bagi buruh migran di Taiwan melalui aplikasi "*Smart Apps*". Diharapkan, pemahaman tentang strategi digital *marketing* akan memberikan kemandirian kepada para buruh migran dalam mencari peluang kerja serta memberi kontribusi

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 14/11/2023
Diterima : 11/09/2024
Dipublikasikan : 01/12/2024

positif pada ekonomi Taiwan. Kegiatan pengabdian luar negeri ini dirancang menggunakan metode implementatif, dimulai dari perancangan dan implementasi aplikasi di kota Taipei. Partisipasi secara acak dari pelajar PPI Taipei, buruh migran, dan pelancong akan terlibat dalam proses pelatihan dan pengembangan aplikasi. Berdasarkan hasil pengabdian, program pelatihan digital *marketing* untuk buruh migran Indonesia di Taiwan yang diselenggarakan melalui kolaborasi antara Universitas Negeri Malang dan PPI Taipei berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemasaran digital, mengembangkan aplikasi "*Smart Apps*" untuk membantu mencari informasi restoran halal, serta menunjukkan sinergi positif antara universitas dan organisasi mahasiswa dalam memberikan kontribusi kepada masyarakat.

Kata Kunci: Buruh migran; digital *marketing*; keterampilan; *smart apps*; pelatihan aplikasi

PENDAHULUAN

Berdasarkan data *Ministry of Labor* (MOL) Taiwan pada Oktober 2018, jumlah Pegawai Migran Indonesia (PMI) mencapai 265.959 orang. Angka tersebut berhasil mendominasi dan menjadi urutan pertama sebesar 38% dari komposisi Tenaga Kerja Asing di Taiwan (Deng et al., 2020). Dari jumlah tersebut, terdapat lebih dari 180.000 pekerja muslim dari Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, serta Muslim dari 30 negara lainnya (Nugroho, 2022). Tidak hanya pekerja, jumlah pelajar Muslim yang menempuh pendidikan di Taiwan juga cukup tinggi.

Dilansir dari berita daring (Ilham, 2017), terdapat 4.931 pelajar dari Indonesia yang menempuh pendidikan di Taiwan. Menurut Senorita (2023), jumlah pelajar Indonesia yang menimba ilmu di Taiwan bertambah, berkat *soft power initiative* Pemerintah Taiwan dalam bentuk beasiswa untuk pelajar internasional. *Taipei Economic and Trade Office* (TETO) mencatat, jumlah pelajar Indonesia yang studi di Taiwan dalam kurun 2018-2022 naik signifikan.

Terkait dengan data yang telah disebutkan sebelumnya, meskipun terdapat populasi Muslim yang cukup signifikan di Taiwan, mereka masih tergolong sebagai kelompok minoritas jika dilihat dari berbagai aspek, seperti di kalangan pekerja, pelajar, serta penduduk lainnya. Oleh karena itu,

penting untuk memastikan ketersediaan fasilitas yang memadai bagi komunitas Muslim, khususnya dalam hal penyediaan makanan halal, sebagai salah satu kebutuhan utama yang perlu diperhatikan (Rahman et al., 2020). Akim et al. (2019) menyebutkan bahwa, pemahaman UMKM di Jatinangor tentang kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan masih relatif rendah, dengan berbagai kendala utama termasuk kurangnya pengetahuan, informasi, dan sosialisasi mengenai proses sertifikasi halal serta biaya pendaftaran yang harus dikeluarkan.



Gambar 1. PPI Taiwan

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)



Gambar 2. Komunitas PMI Guanyin, Taiwan

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Dilansir dari berita daring (Djumena, 2019), telah terdapat lebih dari 200 restoran halal di Taiwan yang sudah memiliki sertifikat halal oleh *The Chinese Muslim Association* (CMA). Meskipun demikian, perlu adanya hal yang dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi tempat makan halal tersebut. Mengingat wilayah Taiwan yang cukup luas, terlebih bagi buruh migran dan pelajar yang baru berada di Taiwan, maka informasi-informasi mengenai tempat makan halal sangat dibutuhkan (Lan, 2022). Kesenjangan keterampilan ini berdampak langsung pada prospek karir dan kesejahteraan ekonomi buruh migran (Busro, 2018).

Menurut laporan Badan Perlindungan Pekerja Migran Indonesia (BP2MI) tahun 2023, buruh migran dengan keterampilan digital marketing memiliki peluang 30% lebih tinggi untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik dan gaji yang lebih tinggi (Cheriatna, 2019). Strategi *content marketing*, termasuk perencanaan, produksi konten, pemanfaatan media sosial, dan promosi digital, yang berhasil meningkatkan *awareness* dan *engagement* di media sosial (Auliarahman et al., 2023).

Melihat urgensi ini, kolaborasi antara Universitas Negeri Malang (UM) dan Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Taipei menjadi krusial. UM memiliki keahlian dalam pengembangan kurikulum digital *marketing*, sementara PPI Taipei memiliki akses langsung ke komunitas buruh migran. Metode yang diterapkan mencakup sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan peluncuran aplikasi, yang bertujuan memperluas jangkauan pasar UMKM (Siwiyanti et al., 2023). Sinergi ini diharapkan dapat menghasilkan program pelatihan yang efektif dan tepat sasaran.

Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengevaluasi program pelatihan digital *marketing* yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik buruh migran Indonesia di Taiwan. Dengan meningkatkan keterampilan digital *marketing* mereka, diharapkan dapat membuka peluang karir yang

lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi buruh migran Indonesia di Taiwan.

METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan implementatif, yang merupakan pendekatan praktis dan langsung, untuk memastikan efektivitas dan efisiensi dalam mencapai target luaran yang telah ditetapkan. Kegiatan pengabdian di luar negeri ini dirancang secara cermat dengan menerapkan metode implementatif, yang mencakup serangkaian tahapan terstruktur mulai dari proses desain awal hingga implementasi langsung di lapangan.

Pelaksanaan kegiatan ini berlokasi di Taiwan, dengan fokus utama pada salah satu kota besarnya, yaitu Kaohsiung, yang dipilih karena karakteristik dan potensinya yang sesuai dengan tujuan program. Dalam upaya mencapai hasil yang representatif dan beragam, kegiatan ini melibatkan partisipasi aktif dari berbagai kelompok masyarakat, termasuk pelajar yang tergabung dalam Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Taiwan, para buruh migran yang bekerja di wilayah tersebut, serta pelancong yang dipilih secara acak untuk memberikan perspektif yang lebih luas dan beragam terhadap pelaksanaan program.

1. Pelatihan Digital Marketing

- Berlokasi di *National Taiwan University of Science and Technology* (NTUST) Taipei dan Kaohsiung;
- Memiliki durasi selama 3 hari;
- Terdiri dari 9 peserta. 1 pelajar perempuan dan 8 pelajar laki-laki PPI yang menempuh pendidikan pendidikan di Taiwan.

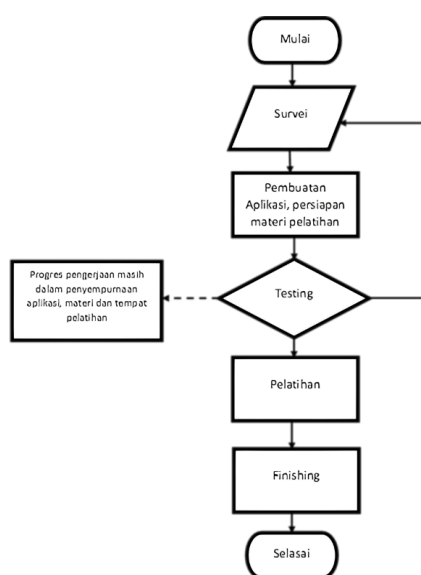
2. Dokumentasi

- Dilakukan secara mandiri menggunakan kamera/video;
- Menggunakan jasa profesional untuk dokumentasi komprehensif;

- c. Laporan akhir disusun sesuai format standar pengabdian masyarakat LPPM UM.

3. Analisis Dampak

- a. Dilakukan *pre-test* sebelum pelatihan untuk mengukur pemahaman awal peserta;
- b. *Post-test* dilaksanakan setelah pelatihan untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan;
- c. Hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis untuk mengukur efektivitas pelatihan.



Gambar 3. Flowchart Metode
(Sumber: Diolah Penulis, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kolaborasi antara Universitas Negeri Malang (UM) dan Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Taipei dalam pelatihan digital *marketing* untuk buruh migran di Taiwan adalah terwujudnya program pelatihan yang memberikan pengetahuan dan keterampilan digital marketing kepada buruh migran Indonesia di Taiwan. Program ini bertujuan untuk memberikan peluang dan pengetahuan kepada mereka dalam memanfaatkan keahlian digital *marketing* untuk meningkatkan keterampilan mereka, membuka peluang kerja baru, dan meningkatkan kualitas hidup.



Gambar 4. Foto Bersama dengan Partisipan Pelatihan Digital Marketing
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Pada program ini, tim pengabdian menyediakan ahli dan dosen yang berpengalaman di bidang digital *marketing* sebagai instruktur dalam pelatihan. Kami memberikan materi dan bimbingan kepada peserta dalam berbagai aspek digital *marketing*, termasuk pemasaran media sosial, optimasi mesin pencari, strategi konten, dan analisis data. Pelatihan ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang cara menggunakan platform digital dan alat pemasaran online untuk mencapai tujuan bisnis.

PPI Taipei berperan sebagai penghubung antara Universitas Negeri Malang dan komunitas buruh migran Indonesia di Taiwan. Mereka bertanggung jawab dalam mengidentifikasi calon peserta, menyebarkan informasi tentang program pelatihan, dan mengatur logistik serta jadwal pelatihan. PPI Taipei juga berperan dalam memfasilitasi komunikasi antara peserta dan instruktur, serta memberikan dukungan psikologis dan sosial kepada peserta selama pelatihan.



Gambar 5. Softfile PPT Digital Marketing
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Pelatihan digital *marketing* untuk buruh migran Indonesia di Taiwan, hasil kolaborasi Universitas Negeri Malang dan PPI Taipei, menyajikan materi komprehensif melalui *PowerPoint* dan aplikasi "*Smart Apps*" untuk pencarian restoran halal. *Pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan signifikan pemahaman peserta. Program ini bertujuan meningkatkan keterampilan digital, membuka peluang kerja, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi peserta.



Gambar 6. Presentasi dengan PPI Taipei
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Kolaborasi ini mendemonstrasikan potensi sinergi antara institusi akademik dan organisasi mahasiswa dalam berkontribusi positif pada komunitas buruh migran, menjadi model potensial untuk inisiatif serupa di masa depan.

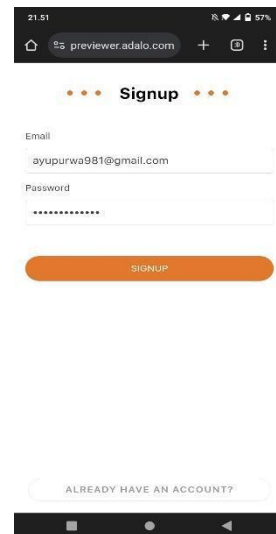
Pembuatan Aplikasi "Shangdian"

1. Tata cara *Software* Aplikasi *Shāngdiàn* Pertama, buka aplikasi *Shāngdiàn*.
2. Setelah membuka aplikasi, Anda akan melihat halaman utama (Gambar 7).
3. Jika Anda belum memiliki akun, klik tombol "**SIGN UP**" untuk mendaftar.
4. Jika Anda sudah memiliki akun sebelumnya, klik tombol "**LOGIN**" untuk masuk ke akun Anda.



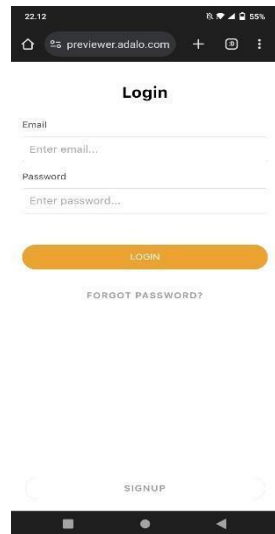
Gambar 7. Halaman Utama
(Sumber: Aplikasi *Shāngdiàn*, 2023)

5. Jika Anda belum memiliki akun, ketikkan email dan password Anda, lalu klik "**SIGN UP**" untuk mendaftar.



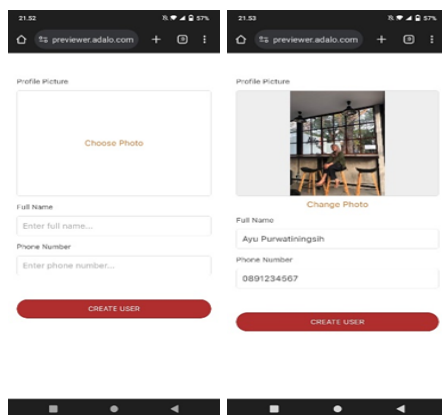
Gambar 8. Halaman Sign Up
(Sumber: Aplikasi *Shāngdiàn*, 2023)

6. Jika Anda sudah memiliki akun sebelumnya, masukkan akun email dan password yang sudah terdaftar, lalu klik "**LOGIN**" untuk masuk ke akun Anda.



Gambar 9. Halaman Log In
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

7. Berikut adalah tampilan profil Anda yang dapat diubah sesuai keinginan.



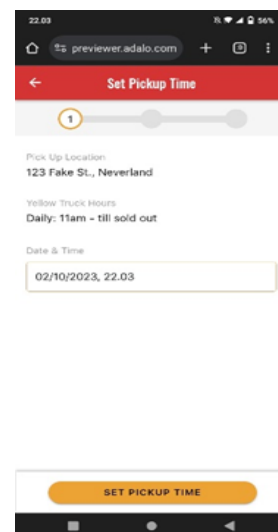
Gambar 10. Tampilan Profil
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

8. Setelah itu, Anda akan diarahkan ke halaman "Food" di mana Anda dapat memesan tempat dan makanan sesuai pilihan. Untuk melihat menu restoran, Anda bisa klik tombol "VIEW MENU".



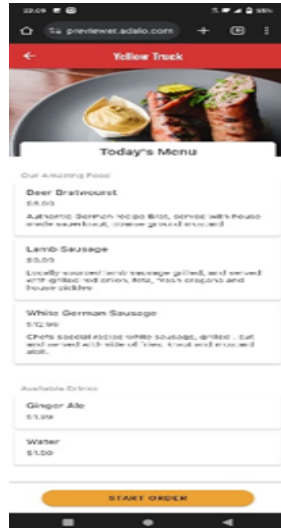
Gambar 11. Halaman Food
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

9. Selanjutnya, atur waktu dan jam yang diinginkan. Setelah sesuai dengan preferensi, klik tombol "SET PICKUP TIME".



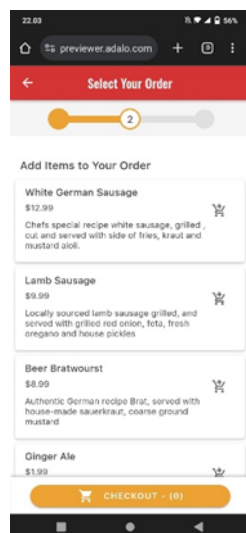
Gambar 11. Halaman Set Pickup Time
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

10. Setelah memastikan tempat di restoran, kita akan diarahkan ke menu makanan. Selanjutnya, klik tombol **"START ORDER"** untuk memulai pemesanan.



Gambar 12. Halaman *Start Order*
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

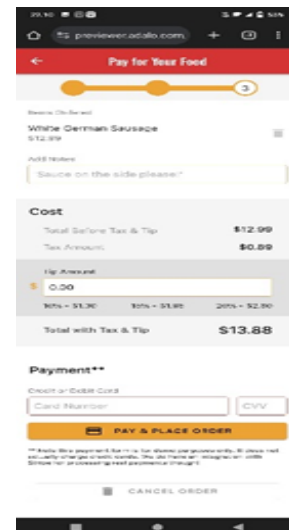
11. Setelah itu, klik ikon keranjang untuk memesan menu yang diinginkan dan mengatur jumlah pesanan yang diinginkan. Setelah selesai, klik tombol **"CHECKOUT"** untuk melanjutkan proses pemesanan.



Gambar 13. Halaman *Checkout*
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

12. Setelah itu, di menu pembayaran akan terlihat total pembayaran yang harus dibayarkan, dan Anda juga memiliki opsi

untuk memberikan tips untuk pihak restoran. Jika Anda ingin melakukan pembayaran melalui transfer menggunakan dompet digital, dan sudah yakin dengan pesanan Anda, klik tombol **"PAY PLACE ORDER"** untuk menyelesaikan proses pemesanan.



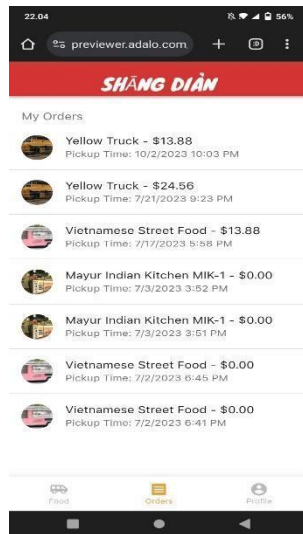
Gambar 14. Halaman *Pembayaran*
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

13. Jika Anda telah melakukan transaksi, hasilnya akan muncul sebagai berikut:



Gambar 15. Halaman *Transaksi Berhasil*
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

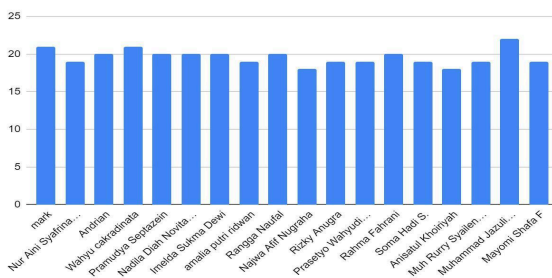
14. Berikut adalah tampilan riwayat pembelian Anda.



Gambar 16. Riwayat Pembelian
(Sumber: Aplikasi Shāngdiàn, 2023)

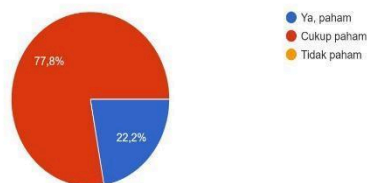
Dari pertanyaan kuesioner yang diberikan sebelum dan sesudah mendapatkan hasil sebagai berikut.

Pre Test Digital Marketing



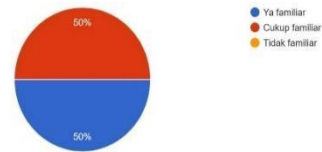
Gambar 17. Grafik Pre Test Digital Marketing
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Dari gambar grafik di atas, yang berjumlahkan 18 responden mayoritas cukup paham mengenai digital marketing.



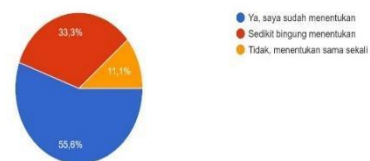
Gambar 18. Grafik Data Pemahaman Peserta mengenai Digital Marketing
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah anda familiar dengan platform digital seperti media sosial dan periklanan online?
18 jawaban



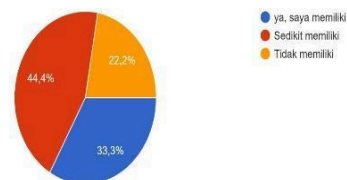
Gambar 19. Grafik Data Pemahaman Peserta mengenai Platform Digital
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda telah menentukan platform digital yang akan Anda gunakan (misalnya, media sosial, situs web, email marketing)?
18 jawaban



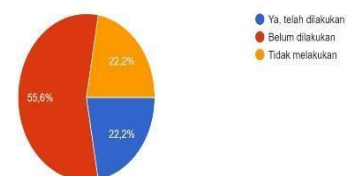
Gambar 20. Grafik Data tentang Penentuan Platform Digital
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah anda memiliki tujuan yang jelas untuk menerapkan strategi digital marketing?
18 jawaban



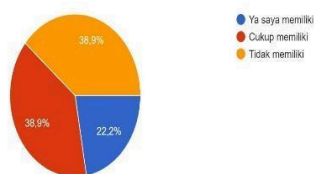
Gambar 21. Grafik Data Tujuan Peserta dalam Penerapan Digital Marketing
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda telah melakukan riset pasar untuk memahami audiens target Anda?
18 jawaban



Gambar 22. Grafik Data Banyaknya Peserta yang Telah Melakukan Riset Pasar
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

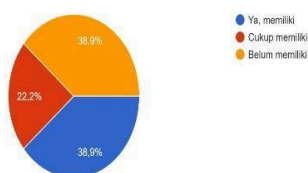
Apakah Anda memiliki tim atau sumber daya yang cukup untuk melaksanakan strategi digital marketing ini?
18 jawaban



Gambar 23. Grafik Data tentang Sumber Daya yang Dimiliki untuk Melakukan Digital Marketing

(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

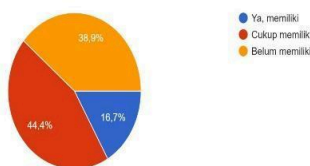
Apakah Anda memiliki rencana untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik bagi audiens Anda?
18 jawaban



Gambar 24. Grafik Data Perencanaan Konten yang Menarik untuk Digital Marketing

(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

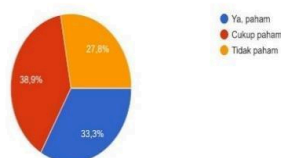
Apakah Anda memiliki pengetahuan teknis atau sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan strategi pemasaran digital?
18 jawaban



Gambar 25. Grafik Data Teknis atau Sumber Daya yang Diperlukan

(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda memahami bagaimana analitik digital berfungsi dan bagaimana Anda berencana untuk mengukur kesuksesan strategi pemasaran digital Anda?
18 jawaban



Gambar 26. Grafik Data Pemahaman Analitik dan Mengukur Kesuksesan Strategi Digital Marketing

(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Analisis Pre Test Pelatihan Digital Marketing

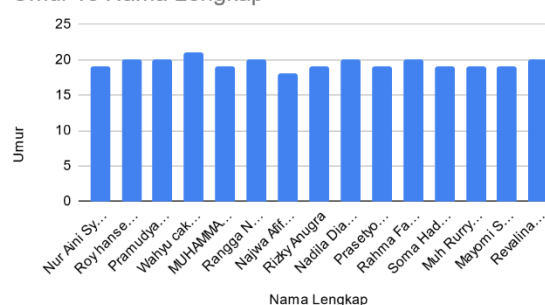
Dari hasil yang didapatkan, sebagian besar dari peserta telah memahami tentang digital marketing. Setengah dari mereka telah familiar dengan platform digital seperti media sosial dan periklanan online. Kurang lebih 30% dari mereka sedikit bingung untuk menentukan platform digital yang akan mereka gunakan.

Banyak dari para peserta sudah cukup memiliki tujuan untuk melakukan strategi digital marketing, cukup memiliki sumber daya yang cukup, dan memiliki pengetahuan teknis atau sumber daya yang diperlukan untuk melakukan strategi pemasaran digital.

Namun, sebagian besar yang ingin melakukan digital marketing mereka belum melakukan riset pasar online, padahal hal ini dapat membantu mereka dalam memahami kebutuhan konsumen, mengidentifikasi peluang pasar, mengukur efektivitas pemasaran, survei konsumen, dan riset persaingan. Untuk menambah pengalaman dan pemahaman, mereka perlu dilakukan pelatihan mengenai digital marketing.

Post Test Pelatihan Digital Marketing

Umur vs Nama Lengkap

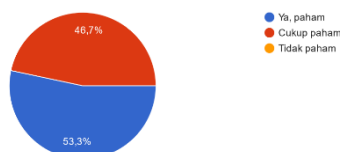


Gambar 27. Grafik Post Test Pelatihan Digital Marketing

(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

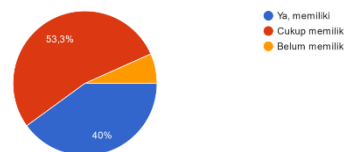
Dari gambar grafik di atas yang berjumlah 16 responden mayoritas berumur 20 tahun.

Apakah Anda telah memiliki pemahaman tentang digital marketing setelah mengikuti pelatihan digital marketing ini?
15 jawaban



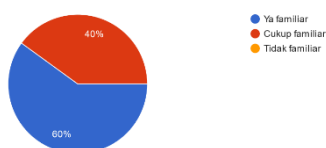
Gambar 28. Grafik Data Pemahaman Peserta mengenai Digital Marketing
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda telah memiliki rencana untuk menghasilkan konten yang relevan dan menarik bagi audiens Anda setelah mengikuti pelatihan digital marketing ini?
15 jawaban



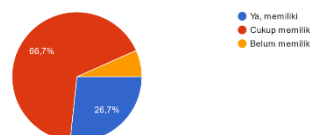
Gambar 32. Grafik Data Kemungkinan Responden Menghasilkan Konten yang Relevan
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda telah familiar dengan platform digital seperti media sosial dan periklanan online setelah mengikuti pelatihan digital marketing ini?
15 jawaban



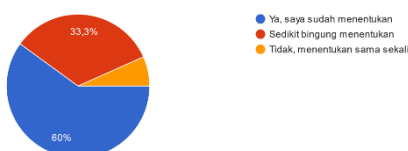
Gambar 29. Grafik Data Pemahaman Platform Digital
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda telah memiliki pengetahuan teknis atau sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan strategi pemasaran digital setelah mengikuti pelatihan digital marketing ini?
15 jawaban



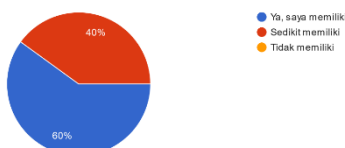
Gambar 33. Grafik Data Responden Memahami Pengetahuan mengenai Teknis Digital Marketing setelah Mengikuti Pelatihan
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda telah menentukan platform digital yang akan Anda gunakan (misalnya media sosial, situs web, email marketing) setelah mengikuti pelatihan digital marketing ini?
15 jawaban



Gambar 30. Grafik Data yang Sering Digunakan Responden
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda telah memiliki tujuan yang jelas untuk menerapkan strategi digital marketing setelah mengikuti pelatihan digital marketing ini?
15 jawaban



Gambar 31. Grafik Data Kemungkinan Responden Menerapkan Strategi Digital Marketing
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Analisis Post Test Pelatihan Digital Marketing

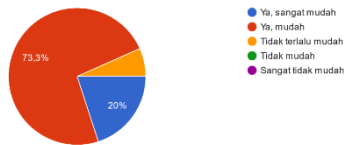
Berdasarkan data yang diperoleh dari 15 responden yang telah mengisi *form*, sebagian besar telah memahami tentang digital *marketing* setelah mengikuti pelatihan ini. Sebesar $\frac{3}{2}$ dari mereka familiar dengan *platform* digital seperti media sosial dan periklanan *online* setelah mengikuti pelatihan ini. Tidak hanya itu, sebagian besar dari mereka juga telah menentukan *platform* digital yang akan mereka gunakan. Sebanyak $\frac{3}{2}$ bagian dari responden telah memiliki tujuan yang jelas untuk menerapkan strategi digital *marketing* setelah mengikuti pelatihan.

Sementara itu, perbandingan antara responden yang telah melakukan riset pasar dan yang belum melakukan adalah seimbang. Selain itu, juga banyak responden yang cukup memiliki tim atau sumber daya untuk melaksanakan strategi digital *marketing*. Sebagian besar dari mereka pun cukup memiliki rencana untuk menghasilkan konten

yang relevan dan menarik bagi audiens, cukup memiliki pengetahuan teknis atau sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan strategi pemasaran digital, dan cukup memahami bagaimana analitik digital berfungsi dan bagaimana mereka berencana untuk mengukur kesuksesan strategi pemasaran digital.

Penilaian Aplikasi *Shāngdiàn*

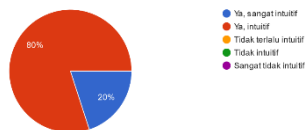
Apakah aplikasi ini mudah untuk digunakan?
15 jawaban



Gambar 34. Grafik Data Kemudahan Aplikasi *Shāngdiàn*

(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

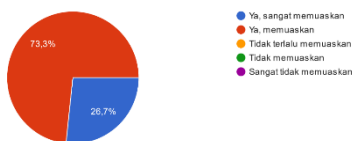
Apakah navigasi dalam aplikasi ini intuitif?
15 jawaban



Gambar 35. Grafik Data Menyatakan Aplikasi *Shāngdiàn* intuitif

(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

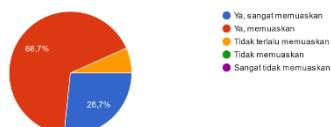
Apakah aplikasi ini memberikan pengalaman yang memuaskan?
15 jawaban



Gambar 36. Grafik Data Kepuasan Responden

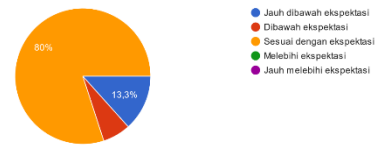
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah tampilan pada aplikasi ini sudah memuaskan?
15 jawaban



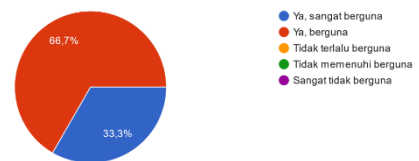
Gambar 37. Grafik Data Kepuasan Responden mengenai Tampilan Aplikasi
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah aplikasi ini memenuhi ekspektasi Anda?
15 jawaban



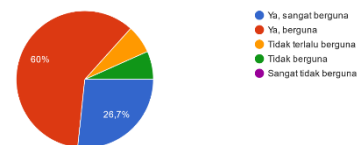
Gambar 38. Grafik Data Ekspektasi Responden mengenai *Shāngdiàn*
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah aplikasi ini sangat berguna untuk memudahkan pengguna dalam mencari dan membuat reservasi di berbagai restoran di Taiwan?
15 jawaban



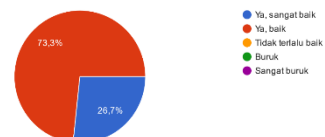
Gambar 39. Grafik Kemudahan Responden mengenai Menggunakan Aplikasi *Shāngdiàn* untuk Reservasi
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Seberapa berguna aplikasi ini untuk tujuan Anda?
15 jawaban



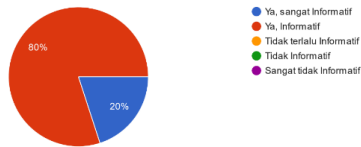
Gambar 40. Grafik Data Pendapat Responden mengenai Manfaat Aplikasi *Shāngdiàn*
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Bagaimana kualitas hasil pencarian aplikasi ini?
15 jawaban



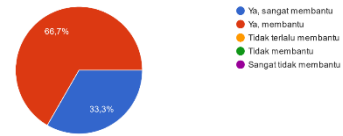
Gambar 41. Grafik Data Kualitas Menurut Responden mengenai Aplikasi *Shāngdiàn*
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah informasi dari hasil pencarian dalam aplikasi ini informatif?
15 jawaban



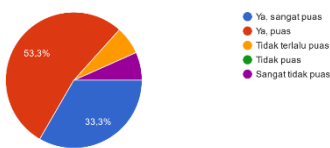
Gambar 42. Grafik Data Informatif Menurut Responden mengenai Hasil dari Aplikasi *Shāngdiàn*
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah aplikasi ini membantu Anda dalam memberikan informasi dan menemukan restoran-restoran terdekat di Taiwan?
15 jawaban



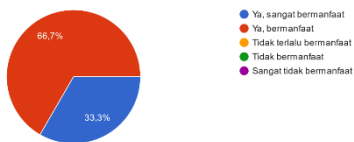
Gambar 46. Grafik Data Kepuasan Responden dalam Menggunakan Aplikasi *Shāngdiàn*
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah Anda merasa puas dengan fitur pencarian dalam aplikasi ini?
15 jawaban



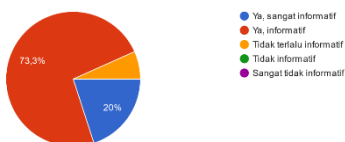
Gambar 43. Grafik Data Kepuasan Responden mengenai Pencarian dari Aplikasi *Shāngdiàn*
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Seberapa bermanfaat informasi mengenai restoran-restoran terdekat di Taiwan, termasuk menu, jam operasional, ulasan, dan opsi untuk melakukan reservasi langsung yang disajikan dalam aplikasi ini?
15 jawaban



Gambar 44. Grafik Data mengenai Target-Target Restoran di Aplikasi *Shāngdiàn*
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Apakah informasi mengenai restoran-restoran terdekat di Taiwan, termasuk menu, jam operasional, ulasan, dan opsi untuk melakukan reservasi langsung pada aplikasi ini sudah informatif?
15 jawaban



Gambar 45. Grafik Data Kepuasan yang Ditampilkan di Aplikasi *Shāngdiàn* Informatif
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Analisis Penilaian Aplikasi *Shāngdiàn*

Berdasarkan data yang diperoleh dari 15 responden yang telah mengisi *form* terhadap penilaian Aplikasi *Shāngdiàn*, sebagian besar menilai bahwa aplikasi ini mudah digunakan dan navigasi dalam aplikasi ini intuitif. Sebagian besar dari responden juga telah puas dengan pengalaman, tampilan, dan fitur pada aplikasi ini karena aplikasi ini sudah sesuai dengan ekspektasi mereka dengan kualitas pencarian yang baik pula. Tidak hanya itu, mayoritas responden juga terbantu dengan aplikasi ini karena berguna untuk memudahkan pengguna dalam mencari dan membuat reservasi di berbagai restoran di Taiwan, informasi dari hasil pencarian yang informatif, serta membantu memberikan informasi dan menemukan restoran-restoran terdekat di Taiwan. Sebagian besar responden juga terbantu dengan aplikasi ini karena informasi mengenai restoran-restoran terdekat di Taiwan yang disajikan bermanfaat, informatif, dan juga mendalam. Namun, banyak dari mereka yang masih ingin melihat lebih banyak detail informasi mengenai restoran-restoran terdekat di Taiwan.

Dari hasil kuesoner yang diberikan melalui pelatihan digital *marketing*, buruh migran di Taiwan dapat mengembangkan keterampilan baru yang relevan dengan pasar kerja saat ini. Mereka dapat memanfaatkan pengetahuan ini untuk mencari pekerjaan tambahan, memulai bisnis *online*, atau meningkatkan peluang karir mereka. Ini membuka pintu bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi mereka.

Dengan adanya peningkatan kesadaran digital membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman buruh migran tentang potensi dan kekuatan digital *marketing*. Mereka dapat memanfaatkan internet dan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk atau layanan, mencari peluang bisnis, dan membangun merek pribadi. Pengetahuan ini juga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti berkomunikasi dengan keluarga dan teman melalui *platform* digital.

Kolaborasi lintas sektor antara Universitas Negeri Malang dan PPI Taipei menunjukkan sinergi antara universitas dan organisasi mahasiswa dalam memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Dengan saling menggabungkan sumber daya dan keahlian, mereka menciptakan peluang yang berharga bagi buruh migran Indonesia di Taiwan. Kolaborasi semacam ini juga dapat menjadi contoh bagi lembaga pendidikan lainnya dan organisasi mahasiswa untuk berkontribusi dalam mengatasi masalah sosial dan memberikan manfaat bagi komunitas yang membutuhkan.

SIMPULAN

Melalui kegiatan PKM-LN yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa survei, desain, pembuatan, dan implementasi proyek berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Penerapan metode yang tepat dan partisipasi aktif dari seluruh tim memungkinkan kegiatan ini berjalan lancar dan menghasilkan hasil yang memuaskan.

Hasil survei dan analisis telah memberikan wawasan yang berharga dan relevan solusi untuk pengabdian ini.

Selanjutnya, penting untuk melakukan evaluasi cermat dalam konteks kegiatan PKM-LN adalah proses penilaian yang komprehensif, objektif, dan sistematis terhadap seluruh aspek program. Evaluasi ini menggunakan indikator yang terukur dan melibatkan analisis mendalam terhadap data yang dikumpulkan. Proses ini bersifat

komparatif, membandingkan hasil dengan tujuan awal, serta reflektif dalam mengidentifikasi pembelajaran dan tantangan. dan menyusun laporan akhir dengan baik agar hasil dan pembelajaran dari kegiatan PKM-LN ini dapat disosialisasikan dan dimanfaatkan oleh pihak-pihak terkait serta masyarakat luas.

Diharapkan bahwa proyek PKM-LN ini dapat memberikan kontribusi positif pada peningkatan pengetahuan dan penerapan yang lebih baik dalam bidang yang telah dibahas. Selain itu, publikasi hasil pengabdian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel jurnal ini ditulis berdasarkan hasil Pengabdian Kemitraan Luar Negeri (PKLN) yang dibiayai oleh APBN UM 2023 dengan Nomer kontrak 5.4.1271/UN32.20.1/PM/2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Deng, J. B., Wahyuni, H. I., & Yulianto, V. I. (2020). Labor migration from Southeast Asia to Taiwan: issues, public responses and future development. *Asian Education and Development Studies*, 10(1), 69–81. <https://doi.org/10.1108/aeds-02-2019-0043>
- Nugroho, R. A. (2022). Strategi Peningkatan Keamanan Taiwan dalam Menghadapi China. *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional LINO - Universitas Sulawesi Barat*. <https://doi.org/10.31605/lino.v2i1.1243>
- Ilham. (2017, May 16). Muslim Minoritas di Taiwan Berjuang untuk Tetap Bertahan. *Republika Online*. <https://khazanah.republika.co.id/berita/oq1zym361/muslim-minoritas-di-taiwan-berjuang-untuk-tetap-bertahan>
- Jumlah Mahasiswa Asing Terus Meningkat, NDC Dorong Perekrutan SDM Bertalenta. (n.d.). *Taiwan Today*. <https://id.taiwantoday.tw/news.php?unit=465&post=185555>

- Djumena, E. (2019, January 13). Naik 10,88 Persen, Pekerja Asing Selama 2018 Didominasi dari China Halaman all - Kompas.com. KOMPAS.com. https://ekonomi.kompas.com/read/2019/01/14/061100626/naik-10-88-persen-pekerja-asing-selama-2018-didominasi-dari-china?page=all#google_vignette
- Busro, M. (2018). Strategy Increasing Entrepreneurship Interest to Post Migrant Workers through Training and Giving of Capital. *International Research Journal of Business Studies*, 10(3), 147–158. <https://doi.org/10.21632/irjbs.10.3.147-158>
- Cheriatna. (2019). Laris Manis Bisnis Wisata Halal. *Gema Insani Press*, 42(1), 107–110.
- Lan, P. C. (2022). Contested skills and constrained mobilities: migrant carework skill regimes in Taiwan and Japan. *Comparative Migration Studies*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40878-022-00311-2>
- Rahman, F. F., Hamka, & Lin, K. H. (2020). The psychological well-being of newly-arrived Indonesian students in taiwan. *Journal of International Students*, 10(Special Issue 3), 44–57. [https://doi.org/10.32674/jis.v10is\(2\).2713](https://doi.org/10.32674/jis.v10is(2).2713)
- Akim, A., Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2019). PEMAHAMAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI JATINANGOR TERHADAP KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN. *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i1.19258>
- Auliarahman, L., Adhihendra, B. G., Mayasari, D., Ayuninggar, L., Farahdiba, D., Hirianto, R. F. A., & Candra, M. D. (2023). CONTENT MARKETING SEBAGAI STRATEGI RESILIENSI UMKM BATIK LAWEYAN SURAKARTA MENGHADAPI TANTANGAN SOCIETY 5.0. *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 245. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.42507>
- Senorita, Z. (2023, Agustus 4). Berkat Beasiswa, Jumlah Pelajar Indonesia ke Taiwan Bertambah. Retrieved from Investor.id: <https://investor.id/lifestyle/337181/berkat-beasiswa-jumlah-pelajar-indonesia-ke-taiwan-bertambah>
- Siwiyanti, L., Ramdan, A. M., Komariah, K., Asriyanik, A., & Nurmillah, R. (2023). PENDAMPINGAN PEMASARAN UMKM SUKABUMI MELALUI APLIKASI WARUNG DIGITAL. *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 353. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.45323>