

	Jurnal Ilmiah MADIYA Masyarakat Mandiri Berkarya	
	Vol. 2 No. 1, Mei 2021: 1-6	E-ISSN 2775-779X

Penerapan Konsep *Digital Marketing* Menuju Pasar Pemuda Kreatif dan Inovatif

Wiwin Banjarnahor¹, Sharfina Faza², Andam Lukcyhasnita³
^{1,2,3}Politeknik Negeri Medan, e-mail: wiwinbanjarnahor@polmed.ac.id

Abstrak

Digital marketing merupakan salah satu bentuk pemasaran yang paling disukai di era saat ini. Kemudahan yang ditawarkan dalam proses jual beli menjadikan media ini sangat populer di kalangan generasi muda masyarakat kita. Jumlah pengusaha yang menggunakan *digital marketing* sebagai saluran untuk memasarkan produk dan layanannya semakin meningkat. *Digital marketing* dilihat sebagai seperangkat strategi dan taktik yang dijalankan melalui saluran digital untuk mencapai tujuan perusahaan dalam waktu juga anggaran periode yang ditentukan. Strategi *digital marketing* adalah memberi individu atau organisasi kemampuan untuk berhubungan dengan klien dengan membangun praktik kreatif dan inovatif, menggabungkan teknologi dengan strategi pemasaran tradisional. Strategi ini menawarkan kemudahan yang jauh lebih baik dari segi komunikasi serta penyediaan informasi produk dan layanan dari penjual kepada konsumen. Dengan semakin berkembangnya teknologi, maka penggunaan *digital marketing* melalui media sosial dan mesin pencari meningkat pesat. PT. Indo Tekno Solusi merupakan mitra yang bergerak dalam jasa konsultan IT, Jasa E-Commerce, dan Jasa pelatihan dalam bidang IT. PT. Indo Tekno Solusi memfasilitasi para calon usahawan muda yang ingin berkontribusi dalam dunia *digital marketing* agar dapat mengikuti pelatihan *digital marketing* yang kreatif dan inovatif yang tim berikan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memaparkan konsep dan berbagai aspek *Digital marketing* serta mengeksplorasi beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan *digital marketing* yang kreatif dan inovatif oleh calon usahawan muda binaan PT. Indo Tekno Solusi, yang terdiri dari pemuda siap kerja dan pemuda yang baru memulai usaha.

© 2021 Author(s). All rights reserved.

Keywords: *Digital Marketing*, Kreatif, Inovatif, Calon Usahawan Muda

1. Pendahuluan

Pemasaran dapat dilakukan dengan cara tradisional maupun konvensional. Beberapa pemasaran konvensional dapat dilakukan melalui komunikasi telepon, iklan cetak, serta berbasis *digital* yang terjadi secara online atau elektronik melalui internet. *Digital marketing* ialah suatu cara untuk mempromosikan produk atau brand tertentu melalui media internet dapat melalui iklan di internet, *facebook*, *youtube*, ataupun media sosial lainnya (Wardhana, 2015). Pemasaran menggunakan media digital memiliki banyak pilihan yang bisa dipertimbangkan dalam memasarkan produk dan layanan seperti media sosial, mesin pencarian, dan email. Terdapat juga berbagai peluang untuk pemasaran berbasis web, dimana digitalisasi ini memanfaatkan teknologi digital untuk mengubah model pemasaran dan pada saat yang sama, memberikan peluang yang menghasilkan nilai. Saat ini, sebagian besar perusahaan memiliki situs *web*

bahkan beberapa berada di *platform* media sosial. Tujuannya ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu.

Kehadiran informasi akan produk dan layanan dari perusahaan secara *online* menjadi sangat penting saat ini. *Digital marketing* merupakan salah satu cara yang paling banyak digunakan oleh seseorang guna mempertahankan atau meningkatkan konsumen dan market share di zaman globalisasi seperti sekarang ini. Banyak perusahaan saat ini menggunakan website sebagai *platform* untuk mendapatkan ulasan positif terkait produk dan layanan yang diberikan. Penggunaan *website* dalam menyediakan informasi layanan dan produk saat ini menjadi wajib karena konsumen mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan kapanpun dan dari manapun mereka berada. Strategi pemasaran digital dalam bentuk penggunaan *website* menjadi sangat penting karena dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha muda mengenai cara memperluas jaringan konsumen serta memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Wardhana, 2015).

Mengingat pentingnya perkembangan transaksi yang cepat saat ini, maka dibutuhkan keahlian salah satunya keahlian pada *digital marketing*. *Digital Marketing* adalah sebuah konsep yang menyoroti sekumpulan proses yang mencakup semua *platform digital* yang tersedia untuk mempromosikan produk atau layanan, atau untuk membangun brand digital (Kartajaya, Kotler, & Hooi, 2019). *Digital marketing* awalnya dikembangkan melalui penggunaan web/situs dan kemudian berkembang kepada penggunaan media sosial dan mesin pencarian. *Digital marketing* memberikan kelebihan pada beberapa fitur spesifik yaitu *personality*, *confidentiality*, pelayanan pelanggan, komunitas, keamanan dan promosi penjualan (Minculete & Olar, 2018). *Digital Marketing* telah menciptakan dan akan memimpin perubahan tidak hanya dalam bisnis, tetapi juga dalam perilaku pelanggan. *Digital Marketing* menyediakan *platform* unik bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memahami kebutuhan pelanggan serta menciptakan peluang bagi mereka berdasarkan waktu dan tempat sehingga juga mengurangi biaya dengan menghilangkan transaksi yang tidak perlu (Kiang, Raghu, & Shang, 2000).

PT Indo Tekno Solusi yang beralamat di Jl. Sei Batu Gingging Ps. X 29-35, Padang Bulan Selayang I, Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara, merupakan mitra perusahaan penyedia Jasa Konsultan IT, Jasa *E-Commerce*, *E-Government*, jasa pendidikan dan pelatihan yang terpercaya bertaraf nasional. Telah banyak pelatihan yang diberikan mitra kepada masyarakat dalam pembelajaran seperti pelatihan maupun workshop seperti robotik dan otomatisasi, database manajemen administrator, dan lainnya. Namun PT Indo Tekno Solusi sampai saat ini belum dapat melakukan pelatihan maupun workshop yang berkaitan dengan *Digital Marketing* yang kreatif dan inovatif, sedangkan peminatnya sangat banyak dimasyarakat. Memperhatikan kebutuhan akan pelatihan tentang *Digital Marketing* yang kreatif dan inovatif serta pengaplikasiannya, sehingga masyarakat memperoleh pengetahuan dan dapat menerapkan ilmu digital marketing dalam memulai usahanya, maka PT Indo Tekno Solusi berperanserta dengan memfasilitasi para calon usahawan muda dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pemuda siap kerja dan pemuda yang baru memulai usaha, untuk dapat berkontribusi dalam dunia *Digital Marketing* yang kreatif dan inovatif.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah menggunakan metode partisipatif individual, metode ini melakukan analisis masalah, pendampingan koordinasi dan pemantauan, serta metode diskusi melalui pelatihan yang diberikan, serta melakukan evaluasi terhadap pelatihan yang telah diberikan. Peserta pada kegiatan pengabdian ini adalah calon usahawan muda binaan PT Indo Tekno Solusi. Lama waktu kegiatan adalah dua bulan. Tahapan pelaksanaan dalam kegiatan ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Analisis Masalah

Melakukan koordinasi dengan mitra PT Indo Tekno Solusi dalam membahas hal-hal yang dibutuhkan mitra sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2. Persiapan
Melakukan koordinasi dengan tim dalam pembagian materi dan pelatihan yang akan diberikan kepada mitra, pada tahap ini masing-masing anggota tim juga membuat materi yang akan disampaikan pada saat pelatihan.
3. Pelaksanaan/Pelatihan
Tim melakukan pelatihan tentang konsep *digital marketing* yang kreatif dan inovatif, serta pelatihan dalam pembuatan platform *digital marketing*, dan juga melakukan pelatihan *design* secara *online*.
4. Evaluasi
Melakukan evaluasi dari hasil pelatihan, penilaian terhadap ilmu yang diberikan, pelatihan dan pelayanan yang diberikan, serta dampak yang dihasilkan dari pelatihan yang diberikan kepada mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Masalah
Permasalahan yang didapatkan dari hasil koordinasi dengan mitra PT Indo Tekno Solusi adalah banyaknya masyarakat muda yang telah lulus kuliah namun belum mendapatkan pekerjaan (pemuda siap kerja) yang ingin berwirausaha masih belum mengenal lebih dalam bagaimana konsep *digital marketing* itu sendiri, platform apa yang akan digunakan, serta materi-materi pelengkap seperti *design* secara online. Selain masyarakat muda yang ingin memulai berwirausaha, didapati masyarakat muda yang baru merintis dunia usaha juga kesusahan dalam mengaplikasikan konsep *digital marketing*. Sehingga dapat diambil beberapa kesimpulan permasalahan yang dihadapi:
 - a) Mitra PT Indo Tekno Solusi membutuhkan suatu layanan pelatihan terhadap calon usahawan muda (pemuda siap kerja dan pemuda yang baru memulai usaha) yang ingin mencoba berbisnis secara digital.
 - b) Mitra PT Indo Tekno Solusi membutuhkan suatu layanan pelatihan terhadap calon usahawan muda (pemuda siap kerja dan pemuda yang baru memulai usaha) dalam bagaimana membuat website dengan mudah
 - c) Mitra PT Indo Tekno Solusi membutuhkan suatu layanan pelatihan terhadap calon usahawan muda (pemuda siap kerja dan pemuda yang baru memulai usaha) dalam bagaimana membuat *design* secara *online*
2. Persiapan
Dari hasil analisis masalah yang didapat, tim melakukan pembagian materi dan pelatihan yang diberikan dengan membuat bahan materi seperti slide masing-masing pemateri yang berisikan informasi untuk menyelesaikan masalah yang didapat.
3. Pelaksanaan/Pelatihan
Pada tahap ini dilakukanlah pelaksanaan maupun pelatihan pada lokasi mitra, PT Indo Tekno Solusi yang beralamat di Jl. Sei Batu Gingging Ps. X 29-35, Padang Bulan Selayang I, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20153.
Pelatihan terbagi menjadi 3 sesi, sesi 1 materi *Digital marketing* dibawakan oleh Wiwin Sry Adinda Banjarnahor, S.Kom., M.Sc, sesi 2 materi *Content Management System* (Membuat Web dengan Mudah) oleh Sharfina Faza, S.Kom., M.Kom., dan sesi 3 materi *Design Online* oleh Andam Lukcyhasnita, S.Ds., M.Ds.

a. Sosialisasi *Digital marketing*

Digital marketing mencakup semua upaya pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik atau internet. Bisnis memanfaatkan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web mereka untuk terhubung dengan saat ini dan calon pelanggan. Di zaman sekarang, *Digital marketing* telah menjadi tren baru yang menyatukan kustomisasi dan distribusi massal untuk mencapai tujuan pemasaran. Saat ini *Digital marketing* bergantung pada jenis komunikasi audiens. Hal ini berkisar pada pengelolaan dan pemanfaatan berbagai jenis saluran *Digital marketing* seperti *Search Engine Optimization*, *Pay Per Click*, *Social Media Marketing*, *Email Marketing* *Content Marketing* dan *Web Analytics* (Ponde, 2019).



Gambar 1. Sosialisasi *Digital marketing* yang Kreatif dan Inovatif

b. Pelatihan Membuat Web dengan mudah menggunakan CMS

Content Management System (CMS) merupakan sebuah aplikasi/sistem yang dapat memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk melakukan pengelolaan data dalam sebuah website dinamis tanpa sebelumnya dibekali pengetahuan tentang hal-hal yang bersifat teknis. Dengan demikian, setiap orang, editor, maupun penulis, setiap saat dapat menggunakannya secara leluasa untuk membuat, menghapus atau bahkan memperbarui isi website tanpa campur tangan langsung dari pihak webmaster (Alfarisyi, Rispianda, & Amila, 2014). Menggunakan CMS untuk situs *web* dapat menjadi investasi yang sangat besar bagi kemajuan usaha. Apalagi jika usaha yang dimiliki saat ini ingin dikembangkan melalui pemasaran online. Dengan adanya sebuah *website*, pelanggan dapat mencari kebutuhan yang sesuai dari yang diharapkan, serta dapat menjadikan bukti eksistensi dari sebuah perusahaan besar maupun kecil. Jenis CMS yang digunakan pada pelatihan dalam kegiatan PKM ini adalah *Wordpress*, dengan adanya pelatihan penggunaan CMS oleh calon usahawan muda, diharapkan calon usahawan muda dapat mengembangkan pemasaran melalui digital dalam bentuk sebuah website.



Gambar 2. Pelatihan pembuatan website dengan mudah menggunakan CMS

c. Pelatihan pembuatan *Design* secara online

Materi bimtek desain yang dipaparkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah penggunaan aplikasi rancangan grafis yang dapat di akses secara daring tanpa adanya proses Instalasi ke perangkat komputer. Hal ini dilakukan dikarenakan beberapa pertimbangan:

1. Tidak semua peserta memiliki spesifikasi komputer maupun laptop yang sama dan memiliki spesifikasi komputer yang tinggi untuk memenuhi syarat instalasi.
2. Kemudahan penggunaan tools pada aplikasi bagi peserta yang awam akan penggunaan aplikasi desain secara kompleks



Gambar 3. Pelatihan *Design* Online

4. Evaluasi

Proses pelaksanaan/pelatihan dalam kegiatan ini memperoleh beberapa hasil yang didapat oleh peserta pelatihan (pemuda siap kerja dan pemuda yang baru memulai usaha yang dibina oleh PT. Indo Tekno Solusi), yaitu:

- a. Peserta pelatihan telah mendapatkan informasi tentang konsep *Digital Marketing* yang kreatif dan Inovatif
- b. Peserta pelatihan telah mampu membuat website menggunakan *Content Management System* (CMS) agar memudahkan mereka dalam melakukan pemasaran usahanya.
- c. Peserta pelatihan telah mampu membuat *design* produk maupun toko yang akan dibangun secara *online*.

Setelah selesai melakukan pelatihan, peserta pelatihan diberikan formulir evaluasi dari hasil pelatihan. Hasil evaluasi disimpulkan secara keseluruhan materi yang disampaikan dapat dengan udah dipahami, diskusi yang dilakukan dapat menambah ilmu, materi yang disampaikan sangat

berdampak positif kepada peserta, serta kesimpulan saran yang diberikan adalah peserta ingin adanya pelatihan-pelatihan lain untuk menambah ilmu yang berkaitan dengan *digital marketing* maupun teknologi informasi.

4. SIMPULAN

Digital marketing adalah bentuk baru dalam berbisnis melalui media digital yang ternyata menjadi bagian penting dari pendekatan banyak perusahaan. Para pemilik usaha kecil memiliki banyak cara yang sangat murah dan kompeten dengan menggunakan *digital marketing* untuk memasarkan produk atau jasanya di masyarakat. Pemanfaatan konsep *Digital marketing* telah mengubah pola perusahaan untuk memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka. Pada kegiatan pengabdian ini, tim melakukan sosialisasi kepada calon usahawan muda binaan PT Indo Tekno Solusi tentang bagaimana melakukan *Digital Marketing* yang kreatif dan inovatif, dimana juga terdapat pelatihan-pelatihan pendukung seperti pembuatan *website* menggunakan CMS, dan pelatihan *design* online. Hasil dari kegiatan tersebut adalah calon usahawan muda sudah memahami konsep *Digital Marketing*, serta sudah dapat mempraktikkan langsung bagaimana pembuatan web menggunakan CMS dan pembuatan *design* secara online.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih diucapkan kepada mitra yang terlibat yaitu PT Indo Tekno Solusi beserta para calon usahawan muda (pemuda siap kerja dan pemuda yang baru memulai usaha) binaan PT Indo Tekno Solusi yang ikut serta dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Terimakasih juga diucapkan kepada Jajaran Pimpinan Politeknik Negeri Medan dan P3M Politeknik Negeri Medan yang telah menyetujui pengabdian tim sebagai pengabdian mandiri sehingga kegiatan ini dapat terselenggara dengan baik. Semoga kegiatan yang dilakukan ini dapat bermanfaat bagi PT Indo Tekno Solusi dan calon usahawan muda yang akan meramaikan pasar ekonomi Indonesia di masa yang akan datang. Secara khusus bagi institusi Politeknik Negeri Medan yang melaksanakan pengabdian ini dapat senantiasa menjadi pionier dalam berbagi pengetahuan yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisyi, M. I., Rispianda, R., & Amila, K. (2014). Rancangan sistem informasi layanan alumni ITENAS berbasis web. *Reka Integra*, 2(1).
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Hooi, D. H. (2019). Marketing 4.0: moving from traditional to digital. *World Scientific Book Chapters*, 99-123.
- Kiang, M. Y., Raghu, T., & Shang, K. H.-M. (2000). Marketing on the Internet—who can benefit from an online marketing approach? *Decision Support Systems*, 27(4), 383-393.
- Minculete, G., & Olar, P. (2018). *Approaches to the modern concept of digital marketing*. Paper presented at the International conference Knowledge-based organization.
- Ponde, S. (2019). DIGITAL MARKETING: CONCEPTS & ASPECTS. *International Journal of Advanced Research*, 7(2), 260–266. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/8483>
- Wardhana, A. (2015). *Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Paper presented at the Universitas Telkom, Forum Keuangan dan Bisnis IV.