

# Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus)

<sup>1</sup>Hadion Wijoyo <sup>2</sup>Haudi, <sup>3</sup>Aris Ariyanto, <sup>4</sup>Denok Sunarsi, <sup>5</sup>Mada Faisal Akbar

Email: [hadion.wijoyo@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id](mailto:hadion.wijoyo@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id), [haudi.stabdw@gmail.com](mailto:haudi.stabdw@gmail.com),  
[dosen02492@unpam.ac.id](mailto:dosen02492@unpam.ac.id), [denoksunarsi@unpam.ac.id](mailto:denoksunarsi@unpam.ac.id), [dosen02471@unpam.ac.id](mailto:dosen02471@unpam.ac.id)

## ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kecakapan mahasiswa dalam mengelola imajinasi, persepsi dan nalarnya, memikirkan tata kelola yang efektif namun konstruktif sebagai upaya pencapaian tujuan untuk bekal menghadapi dunia kerja solusi keprihatinan bangsa Indonesia. Pada pelaksanaan kegiatan PKM pendampingan melakukan pelatihan pembuatan konten digital marketing pada mahasiswa untuk dapat mengoperasikan website serta akun-akun sosial media, penggunaan teknologi digital telah memengaruhi semua aspek kegiatan termasuk pemasarn. Pelatihan digital marketing diharapkan dapat digunakan untuk membuka usaha guna membangun jiwa wirausaha untuk memperoleh konsumen, mempromosikan produk, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan keuntungan, dengan adanya pelatihan pembuatan konten digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen dengan penggunaan media sosial, terutama Facebook, Instagram dan Whatsapp.

**Kata Kunci: Digital Marketing, Promosi, Kompetensi, Wirausaha**

## ABSTRACT

*This activity aims to provide students with skills in managing their imagination, perceptions and reasoning, thinking about effective but constructive governance as an effort to achieve goals for the provision of facing the world of work, solutions to the concerns of the Indonesian people. In implementing PKM activities, mentoring conducts training on creating digital marketing content for students to be able to operate the website and social media accounts, the use of digital technology has affected all aspects of activities including marketing. Digital marketing training is expected to be used to open businesses to build an entrepreneurial spirit to acquire consumers, promote products, maintain consumers, and increase sales which in turn increase profits, with digital marketing content creation training that allows buyers to get all information about products and transact via the internet, monitoring and providing for the needs and desires of potential consumers by using social media, especially Facebook, Instagram and Whatsapp.*

**Keywords: Digital Marketing, Promotion, Competence, Entrepreneurship**

## 1. PENDAHULUAN

Digital marketing pada dasarnya merupakan sesuatu yang berkaitan dengan

ide-ide yang dituangkan dalam dunia digital, hal yang menjadi tolak ukur kesuksesannya adalah ketika produk-produk yang ditawarkannya itu apakah

menjadi bahan pembicaraan oleh masyarakat. Digital marketing online dapat didistribusikan pada tingkat yang lebih cepat dan jangkauan yang lebih luas dari komunikasi pemasaran tradisional. Media digital memungkinkan konsumen untuk menelusuri informasi lebih dalam yang dibutuhkan untuk membuat keputusan sebelum melakukan pembelian. Selain itu, konsumen dapat melakukan interaksi secara cepat dengan penjual berkenaan dengan produk yang ditawarkan.

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan secara signifikan dari tahun ke tahun, hingga telah mencapai lebih dari 175,4 juta pengguna di Januari 2020, yang



didominasi oleh pengguna internet melalui perangkat mobile daripada desktop pc yaitu 124% dari populasi penduduk Indonesia. Oleh karena itu, menjadi sesuatu yang mendesak bagi setiap perusahaan untuk mengintegrasikan digital marketing ke dalam keseluruhan kampanye marketing mereka. Pelatihan digital marketing membantu para peserta pelatihan untuk mengerti lebih dalam mengenai implementasi digital marketing yang paling efektif dan efisien, dengan kata lain budget digital marketing yang dikeluarkan dapat selaras dengan tujuan bisnis yang spesifik. Dunia digital marketing tidak lagi menjadi sesuatu yang membingungkan, karena semua yang dilakukan dapat dijalankan sendiri dan diukur kinerjanya. Dari hasil analisa tersebut, para siswa yang mengikuti

pelatihan digital marketing dapat belajar bagaimana cara untuk melakukan perubahan untuk mendorong perbaikan yang lebih baik lagi untuk kampanye digital marketing di masa depan.

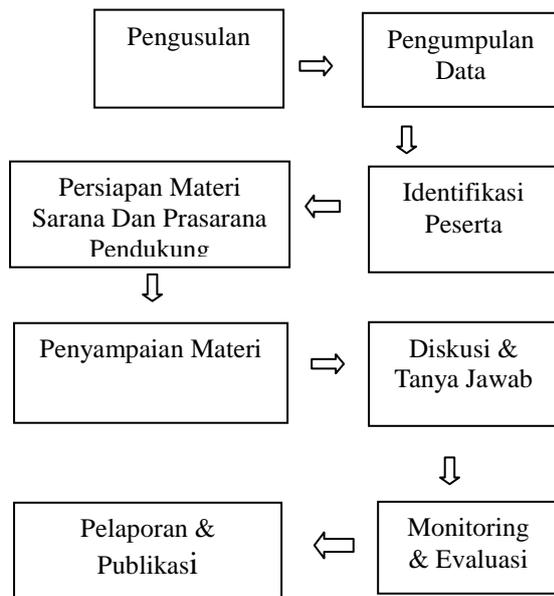
Masa remaja adalah waktu yang tepat untuk mendapatkannya pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan. Melalui pelatihan digital marketing para mahasiswa diharapkan mampu membuka peluang usaha, yaitu dari ide usaha sampai dengan bagaimana cara memasarkannya secara mandiri dan berkesinambungan. Sehingga dengan terciptanya peluang usaha baru, maka akan turut serta membantu mengurangi pengangguran, meningkatkan taraf hidup dan membantu perekonomian Indonesia.

## 2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN.

Metode pelaksanaan dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan pendekatan kepada para mahasiswa ketiga Universitas yaitu Universitas Pamulang, Sekolah Tinggi Agama Buddha Dharma Widya, STMIK Dharma Pala Riau, dengan melakukan wawancara dan survey mengenai keinginan berwiraswata dimasa remaja.

Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan teknik penyuluhan dan pelatihan menggunakan media Zoom, karena masih dimasa pandemic. Dalam penyuluhan dan pelatihan hal yang dibahas antara lain materi dari nara sumber, diskusi, forum dan tanya jawab, kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 07 Maret 2020.

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:



### Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Adapun metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

1. Tahap Penentuan sasaran pengabdian. Tahap pemilihan sasaran pengabdian kepada masyarakat tentu harus mempertimbangkan banyak hal., salah satunya adalah kebutuhan para remaja yaitu mahasiswa yang merupakan objek dari pengabdian.



2. Tahap Pengusulan. Setelah tim pengusul melakukan observasi awal dan sudah mengidentifikasi permasalahan

pada objek pengabdian kepada masyarakat, maka dapat ditentukan temanya atau judulnya. Selanjutnya berdasarkan tema tersebut disusunlah proposal pengabdian kepada masyarakat yang diajukan melalui kepada pihak-pihak terkait.

3. Tahap Pengumpulan data. Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi pengabdian dengan melakukan konsultasi, observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat untuk menentukan tema atau fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.
4. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat. Tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat merupakan tahap pelaksanaan pelatihan. Pada. tahap ini tim pengusul melakukan kegiatan pelatihan sesuai tema terkait, melakukan sharing pendapat, dan mengidentifikasi kebutuhan materi yang diinginkan dan penawaran program pengabdian kepada masyarakat berkelanjutan di masa-masa yang akan datang.
5. Tahap Pelaporan Hasil Pengabdian. Pada tahan pelaporan hasil pengabdian kepada masyarakat ini merupakan laporan serangkaian kegiatan mulai dari survey pra-pengabdian hingga pelaporan kegiatan.
6. Tahap Publikasi. Hasil atau laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dipublikasikan sebagai luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

Peserta yang hadir sebanyak 125 orang mahasiswa dari ketiga Universitas yaitu Universitas Pamulang, Sekolah Tinggi Agama Buddha Dharma Widya, STMIK Dharma Pala Riau. Platform media sosial yang digunakan digunakan adalah Facebook. Instagram serta

WhatsApp karena platform ini yang paling familiar bagi mereka. Hampir 65 persen peserta, pernah menggunakan media sosial untuk pemasaran produknya namun belum bisa berjalan maksimal. Selain menganggap pembuatan konten digital



marketing cukup sulit, mereka juga merasa kurang mampu melakukan pemasarannya sehingga, konten yang ditawarkan kepada konsumen kurang menarik yang mengakibatkan produk kurang diminati. Sebanyak 35 persen peserta lainnya belum pernah menggunakan media sosialnya sebagai sarana pemasaran. Mereka enggan untuk mencobanya karena kurang paham dengan cara pembuatan konten serta penggunaan media sebagai sarana marketing.

Model pelatihan dan penyuluhan harus sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, proses. Sehingga peserta didik diharapkan lebih serius dan aktif dalam mengikuti pelatihan dan ada hasil yang diperoleh dalam pelatihan digital marketing untuk menjadi seorang wirausaha yang mandiri dan sukses. Penyuluhan yang biasanya hanya menggunakan satu metode yaitu ceramah berubah menjadi pelatihan yang menggunakan berbagai macam metode termasuk diskusi dan latihan praktek. Dengan fasilitas internet, konektivitas peserta pengabdian tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan sangat kooperatif, peserta didik dari berbagai macam kemampuan dapat saling membantu untuk pengembangan jiwa kewirausahaan para mahasiswa untuk sukses bersama.

Selanjutnya pelatihan praktek kewirausahaan memprioritaskan pada pembentukan perilaku seseorang agar menjadi lebih kuat dan berani dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dengan berbagai risiko yang dihadapi. Pelatihan pembuatan konten digital marketing agar menjadi wirausaha menuntut mahasiswa agar dapat mencurahkan waktu, tenaga serta ide-ide kreatif yang lebih banyak untuk menanggung resiko-resiko seperti resiko finansial, psikis serta resiko sosial yang menyertainya. Seorang pengusaha sangat berorientasi pada keuntungan finansial sehingga hasil kerja kerasnya akan dihargai dengan imbalan berbentuk uang dan kepuasan diri.



#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN.**

##### **Kesimpulan.**

Hasil kegiatan Pengabdian ini berjalan dengan lancar. Mahasiswa sangat terlihat antusias mengikuti materi dan pelatihan yang disampaikan. Selain itu praktek pembuatan konten dan penggunaan sosial media memberikan kemudahan peserta dalam melakukan kegiatan awal berwirausaha untuk bekal menghadapi persaingan memasuki dunia kerja. Mahasiswa dapat mendapatkan ilmu pengetahuan baru, sehingga bisa dimaksimalkan potensi diri dengan berfikir inovatif dan kreatif.

##### **Saran**

Berikut adalah beberapa saran untuk mahasiswa dalam meningkatkan

kompetensi untuk berwirausaha melalui digital marketing:

1. Membuat akun media sosial sebagai usaha atau bisnis yang terpisah dari akun pribadi.
2. Membuat nama akun yang sederhana, mudah diingat, menjelaskan tentang usahanya, dan memiliki nama yang sama dengan *platform* media sosial lain yang digunakan.
3. Post produk secara berkala dan rutin.
4. Usahakan setiap post selalu berkaitan dengan usaha.
5. Membuat konten yang sederhana tetapi menarik dan mudah dipahami.
6. Membuat tanda pagar (*hashtag*) di setiap post untuk mencirikan usaha.
7. Menjawab segala pertanyaan dari calon konsumen untuk menandakan bahwa akun aktif.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Buchori, 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- A Kaplan & Michael Haen Lein, 2010, *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- A Sobarna, S Hambali, S Sutiswo, D Sunarsi. (2020). *The influence learning used ABC run exercise on the sprint capabilities*. Jurnal Konseling dan Pendidikan 8 (2), 67-71
- A Sudarsono, D Sunarsi. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laboratorium Klinik Kimia Farma-Bintaro*. Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi 15 (1), 16-26
- Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., Akbar, M. F., & Munarsih, M. (2020). *Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Curug Angkrek melalui Media Sosial di Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat*. BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 2(2), 95-99.
- D Prasada, S Sarwani, M Catio. (2019). *Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mitra Adiperkasa, Tbk*. Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi (JUMBO) 3 (3), 195-207
- D Sunarsi. (2014). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pendidik*. Universitas Pamulang
- Daryanto. 2012, *Pendidikan Kewirausahaan*, Gava Media. Yogyakarta.
- Gumilar, I., Sunarsi, D. (2020). *Comparison of financial performance in banking with high car and low car (Study of banks approved in the kompas 100 index for the period 2013-2017)*. International Journal of Psychosocial Rehabilitation. Volume 24 - Issue 7
- H Wijoyo, AL Handoko, R Santamoko, D Sunarsi. (2020). *STRATEGY MODEL FOR CHARACTER EDUCATION THROUGH DIGITAL MEDIA FOR COURSES AND TRAINING PARTICIPANTS*. E-PROSIDING PASCASARJANA UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO. P 1-8
- H Wijoyo, SL Marpaung. (2020). *THE INFLUENCE OF QUALITY INFORMATION AND REPUTATION OF TIX ID APPLICATION TOWARD THE INTEREST OF PURCHASE TICKETS ONLINE IN XXI CINEMA CIPUTRA SERAYA MALL PEKANBARU CITY*. Jurnal Suluh Pendidikan. Vo. 8 Issue 2. Hal. 9-21.

- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). *The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang*. PINISI Discretion Review, 1(1), 165-174.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong, 2016, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- L Nofiana, D Sunarsi. (2020). *The Influence of Inventory Round Ratio and Activities Round Ratio of Profitability (ROI)*. JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi) 4 (1), 95-103
- Maddinsyah, A., Sunarsi, D., Hermawati, R., Pranoto. (2020). *Analysis of location selection effect on the user decision that influence the success of the service business of micro, small and medium enterprise (MSME) in bandung timur region*. International Journal of Advanced Science and Technology. Vol. 29 No. 06
- Michael Haenlein, 2010, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Midtrans (*Ecommerce Tips-Digital Marketing*). *Panduan Lengkap Menggunakan Youtube Ads untuk Bisnis Anda*. Dikutip 24 September 2019 dari <https://blog.midtrans.com/panduan-lengkap-memulai-youtube-ads-untuk-bisnis-anda>.
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung-Bogor*. Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, 3(1), 22-28.
- Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia*. Inovasi, 7(1), 24-31.
- Rambat, Lupiyoadi, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Salemba Empat, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- D Sunarsi. (2014). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pendidik*. Universitas Pamulang
- Sunarsi, D. (2018). *Analisis Motivasi Kerja Tenaga Pendidik Sukarela Pada Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Bimasda Kota Tangerang Selatan*. Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, 6(2), 53-65.
- Sunarsi, D. (2019). *Seminar Sumber Daya Manusia. Tangerang Selatan: Unpam Press*
- Sunarsi, D. (2020). *Panduan Meningkatkan Kinerja Dan Kepuasan Guru*. Kota Serang: Desanta Multiavistama
- Sunarsi, D., & Erlangga, A. (2020). *The Effect of Leadership Style and Work Environment on the Performance of Stationary Pump Operators in the Water Resources Office of West Jakarta City Administration*. International Journal of Advances in Social and Economics, 2(3).
- Sunarsi, D., Kustini, E., Lutfi, A. M., Fauzi, R. D., & Noryani, N. (2019). *Penyuluhan Wirausaha Home Industry Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas*. BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 1(4), 188-193.
- Sunarsi, D., Kusjono, G., & Nuryana, I. (2019). *Pelatihan Manajemen Penguasaan Kelas Dan Pembuatan Bahan Ajar Bagi Tenaga Pengajar Sukarela Taman Belajar Kreatif Mekarsari*. Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, 2(1), 41-44.

*Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi Pasal 4 Ayat 9 Tentang Tridharma Perguruan Tinggi*

Yasha (August 20, 2019). *Cara Membuat Facebook Ads: Panduan Lengkap 2019*. Dikutip 24 September 2019 dari

<https://www.dewaweb.com/blog/cara-membuat-facebook-ads/>.

Yuangga, K. D., & Sunarsi, D. (2018). *The Influence of Procrastination and Low Time Management on Student Self Efficacy* (at MA Soebono Mantofani). *PINISI Discretion Review*, 2(1), 85-92.

Yuangga, K. D., Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2017). *The Influence of Technology Determinism and Technology Literacy on Student Learning Outcomes* (On MA Daarul Hikmah Pamulang). *PINISI Discretion Review*, 1(1), 23-30.

Wijoyo, H. (2018). Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Kontrak Konstruksi Pada PT. Wahana Tata Riau. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 9(2), 2034-2043.