

## **Pelatihan Digital Marketing pada Pemuda di Kecamatan Samarinda Ulu untuk Meningkatkan Omzet Penjualan**

**Fahrullah**

Universitas Mulia

E-mail korespondensi: [fahrullah@universitasmulia.ac.id](mailto:fahrullah@universitasmulia.ac.id)

**Haerullah**

Universitas Mulia

E-mail korespondensi: [haerullah@universitasmulia.ac.id](mailto:haerullah@universitasmulia.ac.id)

**Gilang Ramadhan**

Universitas Mulia

E-Mail korespondensi: [gilang.ramadhan@students.universitasmulia.ac.id](mailto:gilang.ramadhan@students.universitasmulia.ac.id)

---

### **Abstrak**

Tujuan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing ini untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan peserta dalam hal pemanfaatan platform digital. Serta memberikan alternatif pilihan mata pencaharian peserta atau sumber baru untuk meningkatkan pendapatannya. Sasaran pelatihan dan pendampingan merupakan remaja generasi milenial yang berusia 17-25 tahun Kecamatan Samarinda Ulu dengan jumlah orang 27 peserta yang seluruhnya memiliki handphone yang mendukung aplikasi digital marketing. Metode yang digunakan dalam pelatihan dan pendampingan digital marketing adalah metode ceramah atau sosialisasi dan praktik langsung. Dari pelatihan digital marketing dapat disimpulkan bahwa motivasi sangat penting untuk membangun dan dapat memberikan semangat terhadap peserta pelatihan dalam berwirausaha. Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini di hasilkan 27 akun yang dapat menjadi alat atau sarana digital marketing. Selain itu juga terbentuk *sharing group* yang berguna untuk wadah penyemangat serta membangun ikatan persaudaraan, kekompakan antar peserta dan *sharing* masalah-masalah yang dihadapi serta solusi yang bisa di diskusikan bersama antar peserta pelatihan dan pendampingan digital marketing. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan digital marketing ini semoga bermanfaat dan dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam hal digital marketing.

**Kata Kunci:** Wirausaha, Sumber Daya Manusia Dan Digital Marketing

### **Abstract**

*The purpose of this digital marketing training and mentoring activity is to improve participants' knowledge, abilities and skills in terms of utilizing digital platforms. As well as providing alternative livelihood options for participants or new sources to increase their income. The target of the training and mentoring is millennial generation teenagers aged 17-25 years in Samarinda Ulu District with a total of 27 participants, all of whom have mobile phones that support digital marketing applications. The method used in digital marketing training and mentoring is the lecture or socialization method and direct practice. From digital marketing training, it can be concluded that motivation is very important to build and can provide enthusiasm for training participants in entrepreneurship. From this training and mentoring activity, 27 accounts were produced that can be used as digital marketing tools or facilities. In addition, a sharing group was also formed which is useful as a place for encouragement and building bonds of brotherhood, solidarity between participants and*

*sharing problems faced and solutions that can be discussed together between digital marketing training and mentoring participants. Hopefully, this digital marketing training and mentoring will be useful and can improve knowledge, abilities and skills in digital marketing.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Human Resources and Digital Marketing*

## 1. PENDAHULUAN

Faktor Pandemi covid-19 tidak dapat di pungkiri merupakan salah satu penyebab terjadinya pengangguran di Indonesia. Sebagaimana data BPS yang menyatakan bahwa per 22 Oktober 2024 Tingkat pengangguran terbuka (TPT) Kota Samarinda Tahun 2023 sebesar 5,92 persen, menurun 0,86 persen poin dibandingkan dengan Tahun 2022. Terdapat 29,12 juta orang (14,28 persen) penduduk usia kerja yang terdampak Covid-19, terdiri dari pengangguran karena Covid-19 (2,56 juta orang), Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena Covid-19 (0,76 juta orang), sementara tidak bekerja karena Covid-19 (1,77 juta orang), dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 (24,03 juta orang). Data BPS Agustus 2020 mengatakan lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase terbesar adalah Sektor Pertanian (2,23 persen poin). Sementara sektor yang mengalami penurunan terbesar yaitu Sektor Industri Pengolahan (1,30 persen poin). Di lihat dari hal tersebut banyak sekali masyarakat kecamatan yang terpaksa kembali bekerja ke ladang untuk menyambung hidupnya. Sedangkan sektor pertanian sangat tergantung dengan musim. Musim yang tak menentu akibat dari *global warming* dapat menyebabkan ketidakpastian dan kerugian tersendiri di sektor pertanian. Peneliti melihat lapangan kerja di Indonesia akan semakin sempit sedangkan pengangguran makin tinggi.

Maka dari itu di perlukannya peningkatan sumber daya manusia dalam bentuk pelatihan digital marketing dalam upaya memberikan harapan dan alternatif mata pencarian baru di masa pandemi ini.

Tabel 1. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), dan Jumlah Angkatan Kerja

Ketenagakerjaan	Laki-laki		Perempuan		Jumlah	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	78,53	80,09	46,79	50,42	62,96	65,49
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	5,20	5,61	9,52	6,44	6,78	5,92
Jumlah Angkatan Kerja (jiwa)	269.523,00	266.123,00	154.706,00	162.396,00	424.229,00	428.519,00

Keterangan Data :

Sumber : Survei Angkatan Kerja Nasional, BPS

Catatan : TPAK dan TPT satuannya adalah persen (%)

Melihat data BPS angka tingkat pengangguran terbuka sebesar 5,9% di tahun 2023. Maka dari itu sasaran pelatihan ini di prioritaskan untuk para remaja di kecamatan. Tujuan kegiatan pengabdian ini untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan pemasaran secara digital dengan

memanfaatkan platform yang telah ada seperti shopee, facebook dan WhatsApp. Dengan adanya kegiatan ini menjadikan para peserta menguasai digital marketing, sehingga dapat membantu memberikan opsi alternatif mata pencarian dan dapat menjadi alternatif sumber pemasukan dan peningkatan perekonomian dimasa yang akan datang.

## Tinjauan wirausaha

Sumber daya manusia yang berkualitas akan menentukan produktivitas kerja yang dibutuhkan dalam setiap bidang pekerjaan. Salah satunya adalah wirausaha. Menumbuhkan minat berwirausaha tidaklah mudah apalagi seorang wirausahawan yang masih remaja. Remaja adalah usia dimana seorang yang lebih cenderung memiliki emosi yang labil. Kunci sukses untuk menumbuhkan minat wirausaharemaja adalah faktoryang mendorong dari dalam. faktor yang dapat mendorong keputusan menjadi wirausahawan adalah memiliki toleransi terhadap risiko, memiliki kebebasan dalam bekerja tidak dibatasi oleh waktu dan optimisme untuk keberhasilan dirinya. (Purnomo and Muhtarom, 2018).

Untuk mengembangkan karakter, sikap, pengetahuan dan keterampilan tersebut dapat di bentuk dengan usaha langsung dan tidak langsung sehingga menghasilkan kualitas sumber daya manusia yang baik. Pelatihan dan pendampingan merupakan alternative solusi dalam peningkatan sumber daya manusia.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dampak pengelolaan dari digital marketing pada *start-up* memang meningkatkan pendapatan *start-up* namun karena kurangnya kemampuan menyediakan konten dan merespon cepat atas konten –konten yang sudah disediakan menjadikan para wirausaha baru (*start-up*) belum mendapatkan hasil maksimal dari pengelolaan digital marketing tersebut. (aliami, dkk; 2018)

## Digital marketing

Philip Kotler (2007:5) mendefinisikan bahwa, “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.”

Digital marketing adalah upaya pemasaran produk dengan menggunakan media digital dan jaringan internet. Banyak kelebihan digital marketing dibandingkan upaya pemasaran tradisional. Kelebihan tersebut adalah kemudahan dalam menjangkau target pasar lebih luas, membutuhkan biaya yang lebih kecil dan menggunakan komunikasi dua arah dengan calon konsumen.

Digital marketing Menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Strategi digital marketing atau pemasaran online saat ini sangat penting dilakukan dan dapat diyakini lebih efektif serta efisien untuk menjangkau target pasar yang diinginkan. Penelitian Pradiani (2018) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara online memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk karena sekarang ini, masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara online bahkan membeli produk secara online. Pemasaran secara online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Namun pemasaran digital bukan tentang memahami teknologi yang mendasarinya, melainkan tentang memahami orang, bagaimana mereka menggunakan teknologi itu, dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk terlibat dengan mereka secara lebih efektif, dan harus lebih didorong

oleh kualitas komunikasi daripada kuantitasnya (Taiminen & Karjaluoto, 2014 ).

Beberapa upaya telah dilakukan untuk meningkatkan keterampilan pemasar dalam digital marketing. Pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemasar telah memiliki efek positif. Melalui workshop digital marketing (penyampaian materi, diskusi dan praktik) maka pemasar lebih memahami pentingnya penggunaan media internet untuk meningkatkan daya saing usahanya (Baladraf dkk, 2018 ).

## 2. METODOLOGI PELAKSANAAN

Pelatihan dan pendampingan ini diselenggarakan pada bulan Oktober 2024 di Kecamatan Samarinda Ulu. Sasaran pelatihan dan pendampingan merupakan remaja generasi milenial yang berusia 17-25 tahun Kecamatan Samarinda Ulu dengan jumlah orang 27 peserta yang seluruhnya memiliki handphone yang mendukung aplikasi digital marketing.

### Pelatihan

Dalam pelatihan digital marketing ini menggunakan metode ceramah, tanya jawab, demonstrasi, dan praktik. Pada pelatihan digital marketing ini para remaja di bekal pengetahuan tentang kewirausahaan untuk memotivasi serta menumbuhkan minat dan pembentukan karakter wirausahawan. Selain itu, para peserta diajari praktik teknologi informasi yang positif tentang penggunaan *tool digital marketing* seperti membuat Email, mendesain promosi, membuat akun di marketplace (seperti shoopee), membuat WA Bisnis, membuat FB Bisnis, membuat Google Profile Bisnis, membuat Google Site, serta membuat Tiktok Afiliate, sehingga mereka mahir dalam menggunakan platform digital ini.

### Pendampingan

Dalam pendampingan digital marketing ini menggunakan metode praktek langsung dan di dampingi dalam pembuatan akun digital marketing. Selain pembuatan akun para peserta juga dibekali pengetahuan kegunaan fitur-fitur, bagaimana cara berjualan di platform digital serta tips dan trik dalam berjualan online.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Para peserta pelatihan digital marketing mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru tentang kewirausahaan. Terdapat perbedaan minat yang masih kurang di beberapa peserta pelatihan tentang berwirausaha. Ini dikarenakan terdapat perbedaan usia diantara peserta pelatihan. Peserta yang lebih muda cenderung pesimis dan takut gagal dalam berwirausaha. Maka dengan itu peserta diberikan motivasi-motivasi serta pengetahuan tentang toleransi terhadap resiko sehingga dapat menumbuhkan semangat para peserta kembali. Sebagaimana penelitian (purnomo and muhtarom (2018) yang menyatakan bahwa toleransi terhadap resiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk berwirausaha. Untuk peserta yang lebih matang yaitu peserta yang sudah lulus pendidikan sekolah menengah atas (SMA) ada beberapa yang sudah pernah berjualan online platform yang digunakan adalah facebook dan watsapp dengan lingkup pemasaran antar temannya sendiri satu kecamatan. Sistem online shop yang di gunakan adalah pre-order. Hal ini menarik narasumber, ternyata ada beberapa peserta yang sudah terjun di dunia digital marketing, sehingga dapat dijadikan penyemangat dan *leader project* untuk para peserta lainnya yang belum terjun ke



dunia digital marketing.

Mengingat kembali usia para peserta antara 17 –25 tahun, di usia-usia ini peserta memiliki tingkat emosional yang belum cukup stabil. Dunia digital bagaikan tombak bersisi dua yang memiliki dampak positif dan negatif. Untuk meminimalkan dampak negatif digital terutama sosial media para peserta di bekali pengetahuan dan wawasan-wawasan isu-isu terkini teknologi informasi sehingga di harapkan para peserta mampu menggunakan teknologi informasi dengan baik dan lebih bijak.

Dalam pelatihan ini para peserta juga dikenalkan dengan beberapa platform yang dapat digunakan sebagai sarana atau alat dalam praktek digital marketing, diantaranya media sosial dan marketplace. Media sosial yang dimaksud dalam pelatihan ini meliputi facebook, instagram dan Whatsapp. Dan marketplace yang dimaksud dalam pelatihan ini adalah shopee dan tokopedia.



Gambar 1. Peserta mempraktikkan menggunakan tool digital marketing

Dalam pendampingan digital marketing para peserta lebih diarahkan untuk praktek langsung dalam pembuatan akun digital marketing seperti facebook, shopee dan tokopedia. Selain pembuatan akun para peserta juga di bekali pengetahuan kegunaan fitur-fitur dan sistem pemasaran seperti pre-order, COD (*Cash On Delivery*) serta online shop. Para peserta juga didampingi bagaimana cara berjualan di platform digital. Mulai dari upload produk, bagaimana membuat promosi, menerima pesanan, packing, pengiriman barang, pencairan saldo di *marketplace* (shopee dan tokopedia)

serta bagaimana menghadapi kompline pelanggan. Untuk meningkatkan kinerja platform yang di buat mereka juga di bekali tips dan trik dalam berjualan online. Tips dan trik Agar Barang Cepat Laku di Marketplace sebagai berikut :

- Berikan deskripsi yang jelas dan lengkap, agar pembeli merasa yakin dengan produk Anda.
- Riset dahulu harga pasar sebelum menentukan harga produk.
- Jangan lupa melengkapi lapak dengan foto produk yang sebenarnya.
- Respon penanya sebaik mungkin.
- Manfaatkan fitur yang ditawarkan oleh Facebook, seperti fitur berbagi ke group-group facebook.

Untuk mempertahankan keberlanjutan program maka setelah pendampingan usai di buat group Watsapp. *Sharing group* ini berguna untuk wadah penyemangat serta membangun ikatan persaudaraan, kekompakan antar peserta dan *sharing* masalah-masalah yang dihadapi serta solusi yang bisa di diskusikan bersama antar peserta pelatihan dan pendampingan digital marketing.

#### 4. SIMPULAN

Dari pelatihan digital marketing dapat disimpulkan bahwa motivasi sangat penting untuk membangun dan dapat memberikan semangat terhadap peserta pelatihan dalam berwirausaha. Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini di hasilkan 27 akun yang dapat menjadi alat atau sarana digital marketing sebagai awal untuk membangun dan alternatif pilihan mata pencaharian bagi peserta pelatihan. Selain itu juga terbentuk *sharing group* yang berguna untuk wadah penyemangat serta membangun ikatan persaudaraan, kekompakan antar peserta dan *sharing* masalah-masalah yang dihadapi serta solusi yang bisa di diskusikan bersama antar peserta pelatihan dan pendampingan digital marketing. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan digital marketing ini semoga bermanfaat dan dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam hal digital marketing. Kedepan narasumber berharap peserta pelatihan dan pendampingan digital marketing ini semakin meningkat sehingga dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilannya dalam hal pemanfaatan platform digital.

#### 5. REFERENSI

- Aliami, sri., dkk(2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada Startup's (Studi Kasus Pada Wirausaha Baru). Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri. Vol 3 no 1. 73-87
- Badan Pusat Statistik Kota Samarinda (2024). Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), dan Jumlah Angkatan Kerja, 2022-2023. <https://samarindakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTc4IzI=/tingkat-partisipasi-angkatan-kerja-tingkat-pengangguran-terbuka-dan-jumlah-angkatan-kerja.html>
- Baladraf, M.I.F., Sembodo, G., Hasanah, L.U & Pramono. A. (2018). Pelatihan Sukses Berbisnis Online Memajukan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemasaran Online Putat Jaya Surabaya. Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa, Februari 2018 Vol 01 No 1
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks Kotler 2008

# Bonding Relations Journal

Volume 2; Nomor 1; Tahun 2025; Halaman 26-32

<https://bemj.e-journal.id/BRJ/index>

- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purnomo, Nanto and Abid Muhtarom. 2018. “Determination Factor Alumni and Student of Economic Faculty Lamongan Islamic University to Become Entrepreneur.” *AKUISISI*14(1):19–25.
- Syairozi, M. I., & Wijaya, K. (2020, October). MIGRASI TENAGA KERJA INFORMAL: STUDI PADA KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PASURUAN. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*(Vol. 4, No. 1, pp. 2383-2394).
- Taiminen, H.M & Karjaluoto, H (2014). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 22 No. 4, 2015 pp. 633-651
- Urban, Glen (2004) *Digital Marketing Strategy*. Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey. USA