



## Basic Digital Marketing Training for the Community and Students of Mahkota Tricom Unggul University

Ahmad Rozy<sup>1\*</sup>, Miftahul Jannah<sup>2</sup>, Fadya Larasati<sup>3</sup>, Muhammad Azi<sup>4</sup>, Suci Amalia Sari<sup>5</sup>

Universitas Mahkota Tricom Unggul, Indonesia

**Corresponding Author:** Ahmad Rozy [ahmadziro3@gmail.com](mailto:ahmadziro3@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Training, Community and Students, Digital Marketing

*Received :* 30, November

*Revised :* 14, December

*Accepted:* 28, December n

©2024 Rozy, Jannah, Larasati, Azi, Sari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Basic Digital Marketing Training for the community and students of Mahkota Tricom Unggul University aims to increase understanding and skills in digital marketing. This activity is motivated by the need for digital knowledge which is increasingly important in the technological era. Through situation analysis, several problems were identified, such as lack of knowledge and fierce competition. The solution offered is counseling and training involving experienced resource persons. The expected outcomes include increased community awareness, independence, and quality of life through the utilization of digital marketing. The implementation method includes lectures, discussions, and demonstrations, with the hope that this activity can be sustainable and have a positive impact on the community and students.

---

## Pelatihan Digital Marketing Dasar Bagi Masyarakat dan Mahasiswa Universitas Mahkota Tricom Unggul

Ahmad Rozy<sup>1\*</sup>, Miftahul Jannah<sup>2</sup>, Fadya Larasati<sup>3</sup>, Muhammad Azi<sup>4</sup>, Suci Amalia Sari<sup>5</sup>

Universitas Mahkota Tricom Unggul, Indonesia

**Corresponding Author:** Ahmad Rozy [ahmadziro3@gmail.com](mailto:ahmadziro3@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Pelatihan, Masyarakat dan Mahasiswa, Digital Marketing

*Received :* 30, November

*Revised :* 14, December

*Accepted:* 28, December

©2024 Rozy, Jannah, Larasati, Azi, Sari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Pelatihan Digital Marketing Dasar bagi masyarakat dan mahasiswa Universitas Mahkota Tricom Unggul bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan pengetahuan digital yang semakin penting di era teknologi. Melalui analisis situasi, diidentifikasi beberapa permasalahan, seperti kurangnya pengetahuan dan persaingan yang ketat. Solusi yang ditawarkan adalah penyuluhan dan pelatihan yang melibatkan narasumber berpengalaman. Luaran yang diharapkan mencakup peningkatan kesadaran masyarakat, kemandirian, dan kualitas hidup melalui pemanfaatan digital marketing. Metode pelaksanaan meliputi ceramah, diskusi, dan demonstrasi, dengan harapan kegiatan ini dapat berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan mahasiswa.

---

## PENDAHULUAN

Pelatihan digital marketing bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dasar dalam bidang pemasaran digital kepada peserta, mencakup berbagai aspek seperti strategi pemasaran, penggunaan media sosial, serta cara mengukur hasil dan memantau kinerja kampanye digital. Pelatihan ini sangat penting bagi para peserta yang ingin meningkatkan kemampuan mereka dalam pemasaran digital, terutama bagi pemilik bisnis, usaha kecil dan menengah, serta individu yang ingin memperluas jangkauan pemasaran mereka di dunia digital yang semakin berkembang. Mengingat beragamnya tingkat pengetahuan peserta, materi pelatihan harus disusun dengan bijak agar dapat diakses oleh mereka yang memiliki pengetahuan dasar maupun mereka yang baru pertama kali mengenal digital marketing.

Pelatihan digital marketing memerlukan persiapan yang matang terkait dengan fasilitas dan infrastruktur yang memadai, seperti ruang pelatihan yang nyaman, perangkat keras dan lunak yang memadai, serta koneksi internet yang stabil. Hal ini penting agar para peserta dapat mengikuti jalannya pelatihan dengan baik dan dapat menerapkan materi yang diberikan secara optimal. Selain itu, keberhasilan pelatihan juga sangat bergantung pada kualitas narasumber dan fasilitator yang berpengalaman di bidang digital marketing. Narasumber yang ahli di bidang ini harus mampu menyampaikan materi dengan cara yang mudah dipahami, disertai dengan contoh kasus yang relevan agar peserta dapat mengaitkan teori dengan praktik langsung.

Setelah pelatihan selesai, evaluasi dan umpan balik dari peserta sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelatihan di masa mendatang. Dengan memperoleh masukan dari peserta, pelatihan dapat disesuaikan dengan kebutuhan peserta yang terus berkembang, sehingga lebih efektif dan dapat memberikan manfaat yang lebih besar di masa depan.

Beberapa permasalahan yang melatarbelakangi perlunya pelatihan digital marketing dasar ini antara lain adalah: perkembangan teknologi yang pesat, di mana bisnis harus cepat beradaptasi dengan perubahan ini agar tetap kompetitif. Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis juga mendorong perusahaan untuk mencari cara-cara baru yang lebih efektif dan efisien untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada internet dan media sosial untuk mencari informasi dan melakukan transaksi mengharuskan perusahaan untuk memanfaatkan digital marketing agar dapat menjangkau konsumen dengan cara yang lebih tepat sasaran.

Kurangnya pengetahuan tentang digital marketing menjadi permasalahan utama bagi banyak bisnis, terutama usaha kecil dan menengah, yang masih belum sepenuhnya memahami bagaimana cara memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu, pelatihan ini menjadi solusi yang tepat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Selain itu, pelatihan digital marketing lebih terjangkau dibandingkan dengan mengikuti seminar atau menggunakan jasa konsultan digital marketing, menjadikannya pilihan yang lebih ekonomis bagi banyak peserta.

Dengan adanya pelatihan digital marketing dasar ini, diharapkan peserta, khususnya pelaku usaha, dapat lebih memahami dan mengimplementasikan teknik-teknik digital marketing yang efektif. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka, memperkuat branding perusahaan, dan membantu bisnis berkembang lebih pesat di era digital ini.

## **PELAKSANAAN DAN METODE**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian bertujuan untuk meningkatkan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan kesadaran masyarakat di lingkungan kampus Universitas Mahkota Tricom Unggul, Kelurahan Perintis, Kecamatan Medan Timur, mengenai pentingnya pemasaran digital. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, dimulai dengan pendampingan pembelajaran konsep-konsep ilmiah yang relevan mengenai teknologi dalam membangun dasar-dasar pemasaran digital. Kegiatan ini diikuti oleh masyarakat Kelurahan Perintis, yang dipandu oleh dosen dan didampingi mitra peserta Pengabdian.

Metode yang digunakan adalah pelatihan dasar-dasar pemasaran digital dan diskusi kelompok, di mana peserta diberi kesempatan untuk tanya jawab terkait materi yang telah disampaikan. Tahap berikutnya adalah pendampingan penyuluhan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai cara membangun pengembangan SDM guna meningkatkan kualitas masyarakat di Kelurahan Perintis. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi teoritis secara menyeluruh, dilanjutkan dengan praktek langsung melalui demonstrasi yang menunjukkan penerapan dasar-dasar pemasaran digital yang telah dipelajari. Metode ini juga diterapkan di kampus Universitas Mahkota Tricom Unggul, dengan semua jurusan yang mengikuti pelatihan.

Partisipasi tim pelaksana PKM bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengembangan SDM dalam membangun pemahaman tentang pemasaran digital. Mitra berperan penting dalam mempraktikkan materi pelatihan untuk meningkatkan kualitas masyarakat. Setelah kegiatan PKM selesai, diharapkan kegiatan ini dapat berlanjut dan berkembang lebih jauh, dengan tim pelaksana PKM yang secara rutin memantau perkembangan kesadaran masyarakat tentang dasar-dasar pemasaran digital, sehingga permasalahan yang ada dapat diatasi dan kegiatan dapat berjalan lebih efektif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelatihan Digital Marketing Dasar yang diselenggarakan bagi masyarakat dan mahasiswa Universitas Mahkota Tricom Unggul menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Sebanyak 85% peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam menerapkan teknik pemasaran digital yang telah dipelajari, yang mencerminkan efektivitas metode pengajaran yang digunakan. Analisis terhadap kebutuhan peserta mengindikasikan bahwa pelatihan ini sangat relevan, terutama bagi individu yang terlibat dalam usaha kecil dan menengah, yang memerlukan strategi pemasaran yang adaptif di era digital.

Variasi tingkat pengetahuan awal peserta menjadi tantangan tersendiri, namun materi pelatihan disusun secara sistematis untuk memastikan aksesibilitas bagi semua peserta. Dengan pendekatan yang inklusif, peserta dengan latar belakang pengetahuan yang berbeda dapat mengikuti pelatihan dengan baik, sehingga tercipta suasana belajar yang kondusif. Selain itu, umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa mereka merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam pemasaran digital, yang merupakan langkah penting dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Dampak jangka panjang dari pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam memasarkan produk secara digital, yang pada gilirannya berkontribusi pada penguatan perekonomian lokal. Dengan meningkatnya pemahaman tentang digital marketing, peserta diharapkan dapat memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk mereka. Rencana tindak lanjut berupa pendampingan dan evaluasi berkala akan dilaksanakan untuk memastikan penerapan ilmu yang diperoleh dan pengembangan keterampilan yang berkelanjutan di bidang digital marketing.

Melalui kegiatan ini, diharapkan akan terbentuk komunitas yang saling mendukung dalam pengembangan keterampilan digital, sehingga dapat menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya digital marketing dalam konteks bisnis modern, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup dan perekonomian mereka.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Pelatihan Digital Marketing Dasar yang diselenggarakan oleh Universitas Mahkota Tricom Unggul berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, terutama di kalangan masyarakat dan mahasiswa. Dengan melibatkan peserta dari berbagai latar belakang, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam konteks bisnis nyata. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa lebih percaya diri dan siap untuk menerapkan teknik pemasaran digital yang telah dipelajari, yang diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing usaha mereka.

Keberhasilan pelatihan ini menegaskan pentingnya pendidikan dan pelatihan dalam bidang digital marketing sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di era digital. Rencana tindak lanjut yang mencakup pendampingan dan evaluasi berkala akan memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta dapat terus berkembang dan diterapkan secara efektif. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi peserta, tetapi juga berpotensi untuk memperkuat perekonomian lokal melalui peningkatan kemampuan pemasaran digital di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing Dasar ini. Terima kasih kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Mahkota Tricom Unggul, narasumber, dan fasilitator yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman berharga. Kami juga menghargai partisipasi aktif dari seluruh peserta yang menunjukkan antusiasme dan komitmen dalam mengikuti pelatihan ini. Semoga ilmu dan keterampilan yang diperoleh dapat bermanfaat dan diterapkan dalam praktik sehari-hari, serta mendorong kemajuan di bidang digital marketing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu MAP, I Gede S. (2022). Digital Marketing Strategy to Survive During Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. 06(1): 26-32.
- Caprara, G. V., & Zimbardo, P. G. (2004). Personalizing politics: A congruency model of political preference. *American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.7.581>
- Daliborka B, Natasha R, Sashko, G (2020). The Impact of Digital Marketing Trends on Marketing. *UTMS Journal of Economics*. 11(1): 48-58.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Efri Sandi, Jusuf Bintoro, dkk, "PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA PANTAI SEDERHANA KECAMATAN MUARA GEMBONG KABUPATEN BEKASI". Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat 2022 (SNPPM-2022).
- Haerani, S., Parmitasari, R. D. A., Aponno, E. H., & Aunalal, Z. I. (2019). Moderating effects of age on personality, driving behavior towards driving outcomes. *International Journal of Human Rights in Healthcare*. <https://doi.org/10.1108/IJHRH-08-2017-0040>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial literacy among the young: Evidence and implications. *National Bureau of Economic Research*, 358-380.
- Sabri, M. F., & MacDonald, M. (2010). Savings Behavior and Financial Problems among College Students: The Role of Financial Literacy in Malaysia | Sabri | Cross-cultural Communication. *Crosscultural Communication*. <https://doi.org/10.3968/j.ccc.1923670020100603.009>
- Zakiya U, Gede SD. 2021. Digital Marketing: Engaging Consumers with Smart Digital Marketing Content. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 23(2): 94-103.