



Pelatihan Dasar Pengembangan Digital Marketing Pada Bisnis

Darmawansah Ibrahim¹ Suwandi Suwandi² Jahara Jahara³

^{1,2}Fakultas Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

³Fakultas Hukum Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Corresponding Email: suwandiak307@gmail.com²

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi bisnis untuk memperluas jangkauan pasarnya melalui pemasaran digital. Pelatihan dasar ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar dan keterampilan praktis dalam mengembangkan digital marketing bagi para pelaku bisnis khususnya yang masih dalam tahap awal implementasi digital. Pelatihan ini mencakup aspek-aspek penting seperti memahami konsep pemasaran digital, pengenalan media sosial sebagai alat pemasaran, dasar-dasar SEO (*Search Engine Optimization*), dan strategi konten yang efektif. Metode pelatihan yang digunakan berupa teori singkat, studi kasus, dan praktik langsung untuk memastikan bahwa peserta dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh secara langsung dalam bisnisnya. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pemahaman peserta tentang strategi pemasaran digital meningkat secara signifikan, dengan sebagian besar peserta mampu merancang strategi pemasaran digital dasar yang relevan dengan bisnis masing-masing.

Kata Kunci : Pelatihan Dasar, Pengembangan, Digital Marketing

Tanggal Terbit : 04 Februari 2025

DOI : 10.62861/acsj.v3i1.606

A. Pendahuluan,

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang besar bagi pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing mereka melalui pemasaran digital. Digital marketing memungkinkan bisnis untuk berinteraksi langsung dengan konsumen secara lebih cepat, mudah, dan efisien, baik melalui media sosial, situs web, maupun platform digital lainnya. Berbeda dengan metode pemasaran konvensional, digital marketing memiliki keunggulan dalam hal jangkauan pasar yang lebih luas, kemudahan dalam mengukur kinerja, serta fleksibilitas dalam menyesuaikan strategi sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar. (Ilahi et al., n.d.)

Namun, di balik peluang besar tersebut, masih banyak pelaku usaha, khususnya mereka yang baru memulai atau terbiasa dengan pemasaran tradisional, menghadapi tantangan dalam memahami konsep dan teknik dasar digital marketing. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola strategi digital marketing sering kali menyebabkan pemanfaatan media digital sebagai alat pemasaran menjadi kurang optimal. Pelatihan dasar pengembangan digital marketing menjadi sangat penting untuk membekali pelaku bisnis dengan pemahaman tentang konsep, teknik, serta strategi digital marketing yang relevan, seperti pengenalan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), content marketing, dan pengelolaan interaksi konsumen (togetheragency.co.uk: n,d). Melalui pelatihan ini, pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan bersaing, memanfaatkan potensi teknologi digital secara maksimal, serta menyesuaikan diri dengan tren dan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Pentingnya pendidikan digital marketing juga didukung oleh fakta bahwa strategi ini memberikan peluang bagi bisnis untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik dan membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen. Melalui berbagai kanal digital, bisnis dapat melakukan segmentasi pasar, personalisasi pesan, serta mendapatkan feedback langsung dari pelanggan untuk pengembangan produk dan layanan. Selain itu, digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk mengukur efektivitas setiap kampanye secara detail, sehingga keputusan bisnis dapat diambil secara lebih tepat dan berbasis data.

Dalam konteks bisnis kecil dan menengah (UKM), digital marketing telah terbukti mampu meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja usaha secara signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis, baik dari sisi peningkatan penjualan, perluasan pasar, maupun penguatan brand loyalty. Dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional, digital marketing memberikan peluang yang sama bagi pelaku usaha kecil untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

Materi pelatihan digital marketing yang komprehensif biasanya mencakup pengenalan berbagai kanal pemasaran digital, teknik dasar SEO, strategi social media marketing, serta pembuatan konten yang relevan dan menarik bagi target audiens. Selain itu, pelatihan juga membekali peserta dengan kemampuan analisis data pemasaran, sehingga mereka dapat mengoptimalkan strategi berdasarkan hasil evaluasi kinerja kampanye. Pendekatan pembelajaran yang menggabungkan teori dan praktik langsung, didukung oleh studi kasus dan diskusi kelompok, terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam menerapkan digital marketing pada bisnis mereka.

Meskipun demikian, implementasi digital marketing secara berkelanjutan tetap membutuhkan dukungan tambahan, seperti pembinaan rutin, konsultasi lanjutan, dan akses terhadap sumber daya digital yang memadai. Tantangan utama yang sering dihadapi pelaku usaha adalah keterbatasan waktu, konsistensi dalam pembuatan konten, serta pemahaman lanjutan terkait analisis data dan tren digital terbaru. Oleh karena itu, program pelatihan yang berkelanjutan dan adaptif sangat diperlukan agar pelaku usaha dapat terus meningkatkan efektivitas strategi digital marketing mereka dan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar.

Secara keseluruhan, pelatihan dasar pengembangan digital marketing merupakan langkah strategis untuk mempersiapkan pelaku usaha menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital. Dengan bekal pengetahuan dan keterampilan yang memadai, pelaku bisnis tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran, tetapi juga memperkuat daya saing dan memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat lokal maupun global. Transformasi digital melalui digital marketing pada akhirnya menjadi kunci utama dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di masa depan.

B. Metode kegiatan

Pelaksanaan pelatihan ini dirancang dengan pendekatan yang praktis dan aplikatif untuk memastikan peserta memperoleh pemahaman dan keterampilan dasar yang dapat diterapkan langsung dalam bisnis mereka. Adapun metode pelaksanaan meliputi beberapa tahapan berikut: (Strauss & Corbin, 2003)

Sebelum pelatihan digital marketing dimulai, panitia pelaksana terlebih dahulu melakukan analisis kebutuhan (needs assessment) terhadap seluruh peserta. Proses ini sangat penting untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan awal, pengalaman, serta kebutuhan spesifik yang dimiliki peserta terkait digital marketing. Melalui survei, wawancara, dan diskusi awal, para fasilitator dapat memahami latar belakang bisnis peserta,

tantangan yang mereka hadapi, serta harapan mereka terhadap pelatihan. Hasil analisis kebutuhan ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam merancang kurikulum dan materi pelatihan agar lebih efektif, relevan, dan tepat sasaran.

Pelatihan ini mengadopsi pendekatan blended learning, yaitu menggabungkan pembelajaran tatap muka (offline) dan pembelajaran daring (online). Pendekatan ini dipilih untuk memberikan fleksibilitas dan akses yang lebih luas kepada peserta, mengingat sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha yang memiliki keterbatasan waktu. Kelas tatap muka difokuskan pada kegiatan praktik, seperti simulasi pembuatan konten dan diskusi kelompok, sedangkan kelas daring digunakan untuk penyampaian teori dan materi tambahan yang dapat dipelajari secara mandiri. Dengan demikian, peserta dapat menyesuaikan waktu belajar sesuai kebutuhan dan ritme masing-masing (Himawan, R.: 2020)

Pada tahap awal pelatihan, peserta mendapatkan sesi teori dasar digital marketing yang komprehensif. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep digital marketing, manfaat serta pentingnya digital marketing dalam pengembangan bisnis, dasar-dasar SEO (*Search Engine Optimization*), strategi social media marketing, dan content marketing. Setiap topik dijelaskan secara sistematis agar peserta memahami hubungan antara strategi digital marketing dengan pertumbuhan bisnis mereka. Sesi teori ini juga dilengkapi dengan diskusi interaktif, di mana peserta didorong untuk berbagi pengalaman, bertanya, serta mendiskusikan tantangan digital marketing yang mereka hadapi.

Setelah mendapatkan pemahaman teori, peserta langsung diarahkan untuk mengikuti sesi praktik dan studi kasus. Dalam sesi ini, peserta diajak membuat konten pemasaran digital, menyusun strategi media sosial yang sesuai dengan target pasar mereka, serta melakukan optimasi dasar SEO pada website bisnis. Studi kasus yang diangkat merupakan contoh nyata dari bisnis kecil dan menengah, sehingga peserta dapat belajar dari pengalaman dan solusi yang telah terbukti berhasil. Praktik langsung ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara konkret dalam bisnis mereka sendiri.

Gambar Sesi Pemberian Materi



Sesi praktik didukung penuh oleh mentor dan trainer yang berpengalaman di bidang digital marketing. Para mentor memberikan bimbingan intensif, baik secara individu maupun kelompok, sehingga setiap peserta dapat mengembangkan strategi digital marketing yang sesuai dengan karakteristik bisnis masing-masing. Peserta juga diberi kesempatan untuk bekerja dalam kelompok kecil, mendiskusikan ide, dan mempresentasikan hasil strategi yang telah mereka susun di akhir sesi. Presentasi ini menjadi ajang berbagi inspirasi dan mendapatkan masukan konstruktif dari mentor

maupun sesama peserta.

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, dilakukan evaluasi melalui kuis, tugas akhir, dan penilaian terhadap hasil praktik peserta. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta telah menguasai konsep dan keterampilan digital marketing yang diajarkan. Selain itu, peserta juga menerima umpan balik langsung dari mentor mengenai kelebihan dan aspek yang perlu diperbaiki. Setelah pelatihan selesai, disediakan sesi tindak lanjut (follow-up) berupa grup diskusi daring dan konsultasi lanjutan, agar peserta tetap termotivasi dan terbantu dalam mengimplementasikan strategi digital marketing di bisnis mereka.

Sebagai bentuk dukungan terhadap keberlanjutan pembelajaran, setiap peserta diberikan modul pelatihan digital, video pembelajaran, dan panduan praktis yang dapat diakses kapan saja. Modul ini berisi rangkuman materi, langkah-langkah praktis, serta tips tambahan dalam menjalankan digital marketing secara mandiri. Dengan adanya bahan ajar digital ini, diharapkan peserta dapat terus belajar dan mengembangkan kemampuan mereka, bahkan setelah pelatihan berakhir, sehingga strategi digital marketing yang telah dipelajari dapat diterapkan secara berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

C. Hasil

Peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap konsep dasar digital marketing menjadi salah satu capaian utama dari pelatihan ini. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan, terlihat adanya lonjakan signifikan dalam tingkat pemahaman peserta. Sebelum pelatihan dimulai, hanya sekitar 30% peserta yang memahami konsep-konsep dasar seperti Search Engine Optimization (SEO), social media marketing, dan content marketing. Namun, setelah mengikuti rangkaian pelatihan, sebanyak 85% peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang nyata, sebagaimana tercermin dari hasil tes dan penugasan yang diberikan. Hal ini membuktikan bahwa materi teori yang disampaikan melalui metode blended learning-kombinasi pembelajaran online dan offline-sangat efektif dalam memperkuat fondasi pengetahuan peserta.

Selain peningkatan pengetahuan teoritis, pelatihan ini juga berhasil mengasah kemampuan praktis peserta dalam menerapkan strategi digital marketing. Dalam sesi praktik, peserta diajak untuk terlibat langsung dalam pembuatan konten digital, merancang strategi pemasaran melalui media sosial, serta menerapkan dasar-dasar SEO pada bisnis mereka masing-masing. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 70% peserta mampu menghasilkan konten media sosial yang relevan dan menarik untuk bisnis mereka, sementara 65% peserta berhasil melakukan optimasi sederhana pada situs web atau platform media sosial yang dimiliki. Pendekatan berbasis praktik langsung dan studi kasus nyata terbukti sangat membantu peserta dalam memahami cara mengaplikasikan teori ke dalam konteks bisnis yang sesungguhnya.

Tingkat keterlibatan dan partisipasi peserta selama pelatihan juga sangat tinggi, dengan angka partisipasi mencapai 90% dalam diskusi dan sesi praktik. Diskusi kelompok dan bimbingan langsung dari mentor berpengalaman mendorong peserta untuk saling berbagi pengalaman, tantangan, serta solusi yang mereka temui dalam menjalankan digital marketing. Keterlibatan aktif ini menunjukkan bahwa materi pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan bisnis peserta. Diskusi kelompok dan studi kasus yang diangkat selama pelatihan turut memperkaya wawasan peserta mengenai berbagai strategi digital marketing serta aplikasinya dalam bisnis kecil dan menengah.

Pada tahap evaluasi tindak lanjut, sebanyak 60% peserta melaporkan bahwa mereka telah mulai menerapkan strategi digital marketing yang dipelajari ke dalam bisnis mereka, dan sebagian besar di antaranya merasakan hasil yang positif. Beberapa peserta mencatat adanya peningkatan interaksi di media sosial serta kenaikan jumlah pengunjung pada situs

web bisnis mereka. Peserta yang secara konsisten menerapkan konten marketing dan optimasi SEO sederhana juga melaporkan adanya peningkatan engagement dengan pelanggan. Namun, masih terdapat sekitar 40% peserta yang menghadapi kendala dalam implementasi berkelanjutan, terutama terkait dengan konsistensi pembuatan konten dan waktu yang diperlukan untuk melakukan optimasi secara rutin.

Keberhasilan pelatihan ini didukung oleh beberapa faktor penting, di antaranya adalah pendekatan praktik langsung yang diterapkan, adanya bimbingan dari mentor yang berpengalaman, serta modul pelatihan yang dirancang mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang yang beragam. Namun, pelatihan ini juga menemui beberapa hambatan yang perlu diperhatikan ke depannya. Hambatan tersebut antara lain adalah keterbatasan waktu peserta untuk mengelola konten secara konsisten, serta kurangnya pemahaman teknis terkait SEO lanjutan dan analisis data. Oleh karena itu, diperlukan dukungan lanjutan dan pelatihan tambahan agar peserta dapat terus meningkatkan kemampuan dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam dunia pemasaran digital yang terus berkembang.

D. Pembahasan

Pelatihan digital marketing yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang sangat positif, terutama dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Pendekatan yang menggabungkan teori dengan praktik langsung terbukti efektif dalam membantu peserta memahami konsep digital marketing secara menyeluruh. Peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan dasar, tetapi juga mampu mengaplikasikan strategi digital marketing dalam konteks bisnis mereka masing-masing. Hal ini terlihat dari peningkatan signifikan pada hasil evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan, di mana sebagian besar peserta mengalami lonjakan skor pemahaman dan keterampilan.

Salah satu aspek yang paling dirasakan manfaatnya oleh peserta adalah kemudahan dalam memahami dasar-dasar pembuatan konten dan optimasi media sosial. Sebelumnya, banyak pelaku bisnis kecil dan menengah yang merasa kesulitan memulai pemasaran digital karena kurangnya pengetahuan teknis dan pengalaman praktis. Melalui pelatihan ini, peserta diajarkan langkah-langkah konkret mulai dari perencanaan, pembuatan, hingga publikasi konten yang efektif di berbagai platform digital. Mereka juga belajar bagaimana memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan.

Studi kasus dan diskusi kelompok yang diterapkan selama pelatihan memberikan nilai tambah yang signifikan. Dengan menghadirkan pengalaman nyata dari berbagai bisnis, peserta dapat melihat secara langsung bagaimana teori digital marketing diterapkan dalam praktik sehari-hari. Diskusi kelompok juga mendorong peserta untuk saling bertukar ide, berbagi tantangan, dan mencari solusi bersama. Interaksi ini tidak hanya memperluas wawasan peserta, tetapi juga membangun jaringan kolaborasi yang bermanfaat untuk pengembangan bisnis di masa depan.

Namun demikian, pelatihan ini juga mengungkap adanya tantangan dalam implementasi berkelanjutan strategi digital marketing. Banyak peserta yang menyadari bahwa untuk mempertahankan dan meningkatkan efektivitas pemasaran digital, dibutuhkan dukungan tambahan seperti pembinaan secara berkala dan ketersediaan sumber daya yang memadai. Tantangan utama yang dihadapi adalah konsistensi dalam pembuatan konten, pemantauan hasil kampanye digital, serta kemampuan analisis data pemasaran yang masih terbatas di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, pelatihan lanjutan atau sesi konsultasi tambahan sangat diperlukan. Dengan adanya pembinaan secara berkala, peserta dapat terus mengembangkan keterampilan mereka seiring dengan perkembangan teknologi dan tren digital marketing. Sesi konsultasi juga dapat menjadi wadah bagi peserta untuk

mendiskusikan permasalahan yang dihadapi secara spesifik dan mendapatkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Dukungan seperti ini akan sangat membantu dalam menjaga motivasi dan semangat peserta untuk terus belajar dan berinovasi.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan dasar digital marketing peserta. Peserta menjadi lebih percaya diri dalam merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan bisnis masing-masing. Dampak positif ini tidak hanya dirasakan dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan bisnis peserta di masa depan. Keberhasilan pelatihan ini juga menjadi bukti bahwa pendekatan yang tepat dalam pendidikan dan pelatihan digital marketing dapat membawa perubahan nyata bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

Ke depan, diharapkan program pelatihan serupa dapat terus dikembangkan dengan menyesuaikan materi dan metode pembelajaran sesuai kebutuhan peserta. Kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti mentor profesional, institusi pendidikan, dan komunitas bisnis, juga akan memperkaya pengalaman belajar dan memperluas jaringan dukungan bagi peserta. Dengan demikian, pelatihan digital marketing tidak hanya menjadi solusi jangka pendek, tetapi juga investasi berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital.

D. Kesimpulan

Pelatihan Dasar Pengembangan Digital Marketing pada bisnis telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan dasar para pelaku usaha, khususnya dalam hal SEO, social media marketing, dan content marketing. Pendekatan pembelajaran yang menggabungkan teori, praktik langsung, studi kasus, dan diskusi kelompok terbukti efektif dalam memperkuat keterlibatan serta partisipasi peserta, sehingga mereka mampu menyusun konten pemasaran digital, merancang strategi media sosial, dan melakukan optimasi dasar SEO secara mandiri.

Namun, masih terdapat tantangan dalam implementasi berkelanjutan, seperti keterbatasan waktu, pengetahuan lanjutan, dan konsistensi pembuatan konten. Oleh karena itu, pelatihan lanjutan dan sesi konsultasi berkala sangat disarankan agar peserta dapat terus mengembangkan kemampuan digital marketing mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar di era digital.

Referensi

Jurnal

- Alfianto, A. A., & Alimuddin, F. (2024). Strategi Personal Selling dan Citra Perusahaan: Penggerak Keputusan Menabung Modern. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 10(4), 319–324.
- Arifuddin, A., Ilahi, A. A. A., Muslimin, U., & Alimuddin, F. (2023). *Pengantar Manajemen: Konsep dan Aplikasi*.
- Himawan, R., Mastur, M., & Satrio, A. (2020). Pemanfaatan Media Berbasis Microsoft Sway Untuk Mendukung Pembelajaran Blended Learning. *J-INSTECH*, 1(1), 152-161.
- Ilahi, A. A. A., Arifuddin, A., & Alimuddin, F. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di PT Nusantara Sakti*.
- Sofian, M. F. B., Hasan, H., & Alimuddin, F. (2023). Influence of Product Quality, Price and Digital Marketing Against Decision Purchase Motorcycle Yamaha in Mayaraya Motor Makassar. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(2), 153–161.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). Penelitian kualitatif. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 158–165.

Suarna, N., Rahaningsih, N., & Fathurrohman, F. (2021). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Facebook Ads PKK Kelurahan Tukmudal Sumber. *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 172–176.

Internet:

What Is SEO in Digital Marketing? Understanding the Basics. Are you looking to climb to the top of the search results? Let's talk all things SEO!.
<https://togetheragency.co.uk/news/what-is-seo-in-digital-marketing>