



Pelatihan bisnis digital marketing di PT. Abisakti Surya Megakon

Firman Yudianto¹, Dike Bayu Maghfira^{2*)}, Mukhtar Adinugroho³, Teguh Herlambang⁴, Leni Yuliana⁵

Published online: 22 Agustus 2023

ABSTRACT

Digital marketing is a marketing strategy using the internet and information technology to expand traditional marketing functions. Digital marketing can help marketers establish relationships with customers to increase customer loyalty. Digital Marketing is one of the media that is currently in great demand by the public and as a support in their daily activities. Gradually, many people are starting to leave conventional marketing methods and switch to digital marketing. The problems experienced by PT. ASM is about digital marketing business marketing that can increase revenue on a sustainable scale in the era of globalization. This training will be given to employees / HR from PT. ASM to be able to improve soft skills in implementing and developing digital marketing so that it can help receive all forms of scientific and technological information that comes from outside to improve the economy for future prosperity. This training will be provided in a hybrid manner, conducted offline or online (zoom). This training will explain in more depth about digital marketing. Participants will also be taught to develop strategies to communicate brands through various digital media, as well as evaluate and measure their level of success.

Keywords: Digital Marketing, Information Technology, Hybrid Training, Digital Business, Zoom.

PENDAHULUAN

Pemasaran Internet atau pemasaran elektronik (Internet marketing, e-marketing, atau online-marketing) adalah segala upaya yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet. Pengertian tentang E-Marketing menurut Armstrong dan Kottler (2004:74) adalah sebagai berikut: E-Marketing is the marketing side of E-Commerce, it consists of company efforts to communicate about, promote and sell products and services over the internet.

Yang bisa diartikan sebagai berikut: E-Marketing adalah sisi pemasaran dari E-Commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. Menurut American Marketing Association yang dikutip oleh Kleindl dan Burrow (2005) marketing adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen.

^{1,2,4}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Indonesia

³ Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Indonesia

⁵ Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Indonesia

**) corresponding author*

Dike Bayu Maghfira

Email: dikebayum@unusa.ac.id

Pemanfaatan internet telah mengubah pola hidup dan budaya manusia dalam belajar, bekerja, berkomunikasi, berbelanja dan aspek lainnya. Saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan internet dalam berkomunikasi seperti surat elektronik (e-mail), serta jejaring sosial (social networking) yang dianggap lebih efektif dan efisien. Menurut Kemkominfo pada tahun 2014,

jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 82 juta orang dan berada pada peringkat ke-8 dunia. Dari jumlah tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Untuk pengguna Facebook, Indonesia berada di peringkat 4 dunia. Dengan jumlah pengguna internet yang mayoritas menggunakan jejaring sosial dan berbagai akses informasi maka sangat diperlukan edukasi yang tepat dalam penggunaan internet dalam bidang ekonomi.

Internet untuk pemasaran sangat berpengaruh pada percepatan pendapatan dan penjualan barang karena dengan media social dapat memasarkan produk/barang dengan cepat. Media social seperti Facebook, instagram, Whatsaap, twitter, BBM dan lain-lain sudah banyak diterapkan oleh online shop untuk memasarkan produk-produknya.

Untuk mempersiapkan dan menghadapi Masyarakat ekonomi Asean (MEA) dan terkait, teknologi yang berkembang cepat. Trend terbaru, beberapa perusahaan menggunakan aplikasi berbasis internet untuk mendukung pemasaran produknya. Tidak hanya pada kegiatan promosi yang menampilkan produk supaya diketahui oleh para konsumennya, bahkan beberapa perusahaan menggunakan teknologi internet ini untuk mendukung kegiatan transaksi, misalnya penjualan produk kepada konsumennya. Saat ini berbagai cara transaksi berbasis internet banyak dijumpai seperti E-Payment, ETransaction, E-Money dan lainnya, yang bertujuan dapat melayani dari seluruh dunia. ECommerce adalah bagian dari E-Business yang dipakai oleh banyak perusahaan maupun secara individu. Tujuan Pelatihan ini memberikan mindset untuk dan pengetahuan terkait pemasaran digital dan skill pada sumber daya manusia di PT. ABISAKTI SURYA MEGAKON dalam mengkomunikasikan merk dan produk melalui media digital

Bahkan Multi Level Marketing (MLM) sudah sangat terbantu oleh E-Marketing. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan pada karyawan PT Abisakti Surya Megakon diketahui sebagian besar karyawan masuk dalam kategori remaja yang aktif menggunakan internet baik untuk mengerjakan tugas sekolah maupun untuk sosial media. Sehingga Mereka perlu diberikan pelatihan E-Marketing untuk membantu pihak pondok pesantren dalam mempromosikan pondok pesantren baik usaha produksi kopi atau kegiatan yang lainnya. Gambar 1 dan 2 merupakan gambaran dari E-Marketing.



Gambar 1. Inti dari marketing



Gambar 2. Beberapa jenis media social dalam Digital Marketing

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Ghony dan almanshur (2012:25) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada quality atau hal yang terpenting suatu barang atau jasa. Hal yang terpenting suatu barang atau jasa yang berupa kejadian, fenomena dan gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori Sedangkan pendekatan yang dipakai berupa deskriptif. Pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yaitu analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengelola data kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat mudah memperoleh gambaran mengenai objek yang diteliti dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Penelitian ini menggambarkan tentang bagaimana penerapan e-marketing dalam meningkatkan omset penjualan produk mekanikal elektrikal di PT Abisakti Surya Megakon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

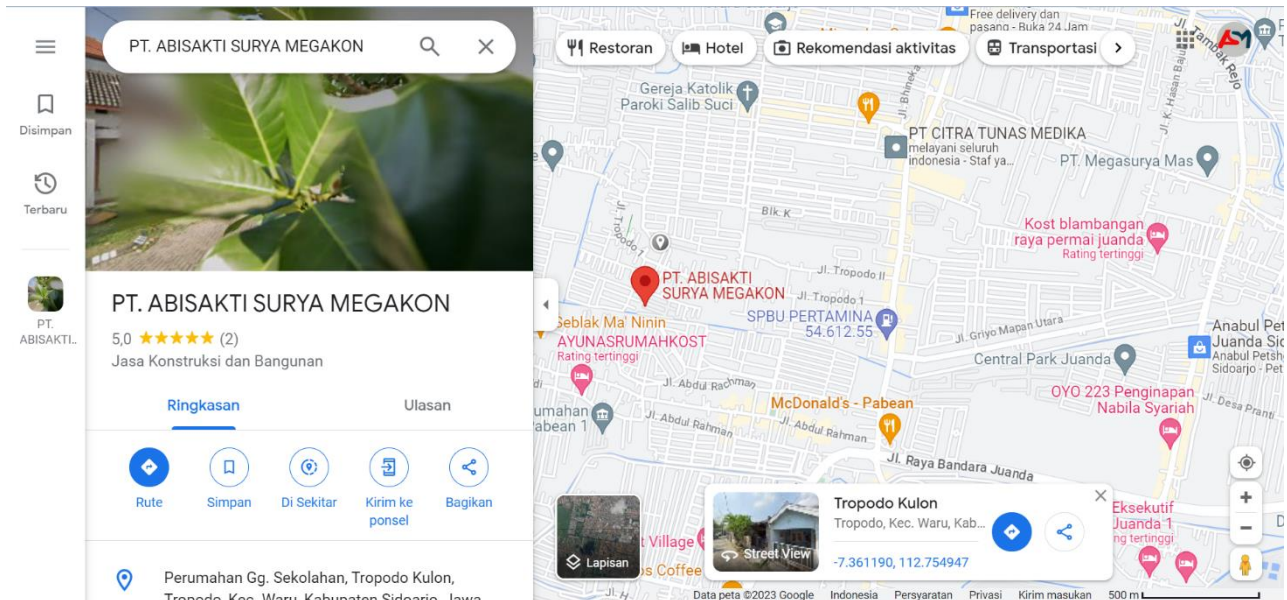
Waktu Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Bulan							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Observasi Masyarakat dan Lingkungan	√	√						
2	Identifikasi Masalah dan Penentuan Solusi		√	√					
3	Sosialisasi Pelatihan Pembuatan Bisnis Digital.		√	√					
4	Pelatihan Pembuatan Digital Marketing.			√					
5	Pembuatan Laporan Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat tentang Pembuatan bisnis digital marketing.				√	√			
6	penulisan artikel					√	√	√	
7	Evaluasi						√	√	√
8	pembuatan laporan akhir						√	√	√

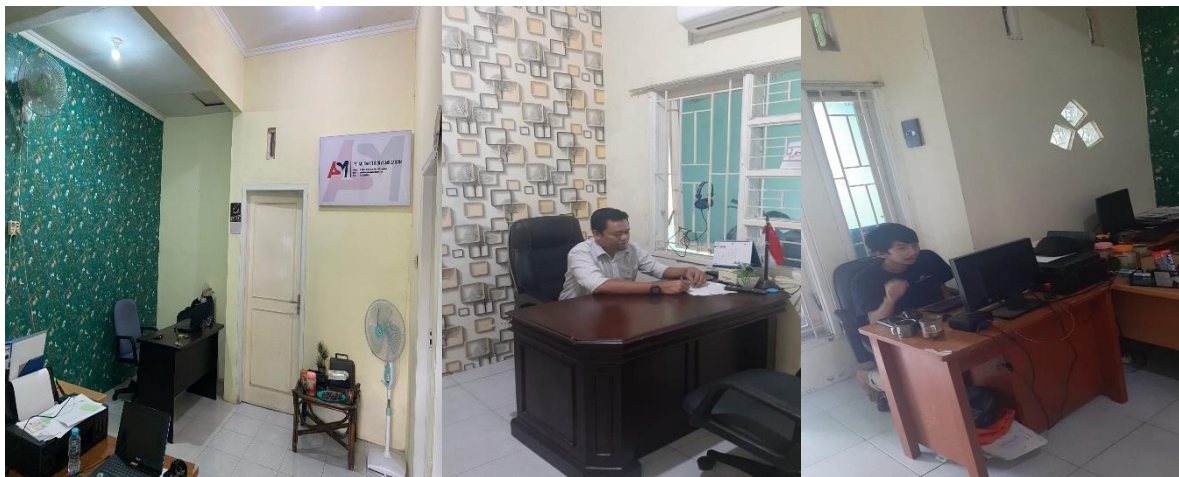
Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama kurang lebih 3 bulan, dimulai dengan koordinasi dengan pihak pondok pesantren sampai dengan pembuatan laporan pengabdian masyarakat sebagaimana seperti terpapar pada tabel di bawah ini.

Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi penggunaan media sosial yang Sehat dengan peserta yang ditunjuk oleh pihak pondok pesantren yang terdiri dari karyawanwati. Adanya pengabdian masyarakat berupa pelatihan Digital Marketing untuk memberikan wawasan terkait penggunaan medsos dalam kehidupan sehari-hari agar dapat bermanfaat bagi karyawan dan karyawanwati untuk mempromosikan perusahaan, sehingga karyawan dapat mengoptimalkan manfaat media sosial. kegiatan ini sangat diapresiasi oleh pihak PT Abisakti Surya Megakon, Sehingga dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu perusahaan dalam mempersiapkan karyawannya dalam era digitalisasi saat ini. Pada awal kegiatan, masing-masing karyawan diberikan wawasan terhadap penggunaan media sosial, selanjutnya siswa praktek langsung menggunakan Digital Marketing.



Gambar 3. Lokasi PT. Abisakti Surya Megakon



Gambar 4. Foto pelaksanaan kegiatan

Jadwal Kegiatan Pelatihan E-Marketing di PT Abisakti Surya Megakon

Tabel 2. Jadwal kegiatan

JADWAL PELATIHAN BISNIS DIGITAL MARKETING		
PT. ABISAKTI SURYA MEGAKON		
NO	JENIS PELATIHAN	JADWAL
1	Pelatihan Bisnis Digital Sosial Media	18 Juli 2023 08.00 - 12.00
2	Pelatihan E katalog	19 Juli 2023 08.00 - 12.00
3	Pelatihan Digital Marketing Website	20 Juli 2023 08.00 - 12.00

Anggaran Dana

Anggaran dana yang dibutuhkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. Anggaran kegiatan

No	Item	Harga	Jumlah	Total
1	Transportasi	@ 50.000	6 X 1 hari	Rp.300.000
2	Konsumsi Peserta	@ 20.000,-	20	Rp.400.000
3	Kertas	@50.000	2 rim	Rp. 100.000,-
4	Modul	@ 20.000	20	Rp. 400.000,-
5	Laporan Pengmas	@ 50.000	6	Rp. 300.000,-
Total Biaya				Rp. 1.500.000

KESIMPULAN DAN SARAN

- Pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengabdian masyarakat kepada karyawan di PT Abisakti Surya Megakon terlaksana dengan baik dan lancar
- Kegiatan pelatihan Bisnis Marketing di PT Abisakti Surya Megakon dapat menambah pengetahuan terkait penggunaan internet untuk pemasaran secara digital.
- Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara maksimal dengan respon positif dari peserta yang dihadiri oleh perwakilan karyawan dan karyawanwati yang difasilitasi oleh PT Abisakti Surya Megakon dengan menyediakan tempat dan waktu dalam pelaksanaan pelatihan Digital Marketing.
- kegiatan ini sangat diapresiasi oleh pihak perusahaan dikarenakan PT Abisakti Surya Megakon adalah salah satu perusahaan yang memiliki usaha kontruksi mekanikal elektrikal, Sehingga dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu perusahaan dalam mempersiapkan karyawannya agar dapat membantu promosi perusahaan.

Ucapan Terimakasih

Segala Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, bimbingan dan kasih karunia-NYA yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan jurnal pengabdian masyarakat ini yang berjudul *Pelatihan E-Marketing di Pondok Pesantren Al- Mu'in Syarif Hidayatullah*.

Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan jurnal pengabdian masyarakat ini, yaitu kepada:

- Bpk Ubaidillah Zuhdi, selaku Dekan FEBTD-Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
- Ibu Ima Kurniastuti selaku Ketua Prodi Sistem Informasi yang telah memberikan dukungannya selama ini.
- Terimakasih kepada ayah dan ibu yang banyak memberikan dukungan baik secara moril, materiil, spiritual kepada penulis selama penulisan jurnal pengabdian masyarakat ini.

4. Terimakasih kepada rekan-rekan FEBTD yang telah bersedia membantu penulis, meluangkan waktunya di sela-sela kesibukannya.

Conflict of Interests

The authors declared that no potential conflicts of interest with respect to the authorship and publication of this article.

DAFTAR PUSTAKA

- Susanto, F.A, Herlambang, T and Yudianto, F, 2022, “Digital Marketing Implementation in CV. Nurani Medika Lestari”, AIP Conf. Proc. 2679, 060019-1–060019-7; The First International Conference on Neuroscience and Learning Technology (ICONSATIN 2021)
- Susanto, F.A, Bayu, M. Yudianto F, dan Herlambang, T, 2022, “Sistem Informasi Penjualan Pewangi Pakaian berbasis Website di Toko Parfum Rika Utami Bangil”, Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, Volume 6, Nomor 3, Agustus 2022
- Yudianto, F, Firdaus, M.A, Susanto, F.A, dan Herlambang, T, 2022, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Toko Online Galeri Nada Berbasis Website”, Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, Volume 6, Nomor 3, Agustus 2022
- Susanto, F.A, Yudianto, F, Wulan, T.D and Herlambang, T, 2022,. “Sosialisasi Pembelajaran Hybrid Di SMK PGRI Sukodadi Lamongan”, Semanggi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 1 Nomor 02, Oktober 2022
- Katias, P, Herlambang, T, and Anshoru, M.Y, 2022, “Pengembangan Sistem Manajemen Strategi Dengan Pelatihan Simulasi Estimasi Saham Perusahaan Di PT. Indo Dynamic Technology ”, Semanggi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Volume 1 Nomor 02, Oktober 2022
- Herlambang, T, Yudianto, F, and Anshori, M.Y, 2023, “Sosialisasi Penggunaan Software Sistem Navigasi dan Panduan Pesawat Tanpa Awak di SMK Sukodadi Lamongan”, Jurnal KeDayMas: Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat, Vol 3 No 1, page 51-57.
- Yudianto, F., Herlambang, T dan Anggoro, S.D., 2022, “Pelatihan Desain Pembuatan Website di PT Abisakti Surya Megakon”, Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya.
- Herlambang, T, dan Yudianto, F, 2018., “Pelatihan E-Marketing di pondok pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo”, Community Development Journal, Vol 2, No 1,
- Adinugroho, M., Yudianto, F., Herlambang, T., Yuliana, L., Rulyansah, A., & Anshori, M. Y. (2023), Innovation in Company Profit Management: Socialization of Numerical Calculation for Efficiency Improvement at PT AJISAKA. Indonesian Journal of Cultural and Community Development, 14(2).
- Herlambang T., Adinugroho, M., Yudianto, F., Yuliana, L. (2023). Sosialisasi Perhitungan Sistem Navigasi pada Wahana Tanpa Awak Untuk Mendukung Sistem Pertahanan Nasional di PT. AJISAKA. Journal of Community Engagement, Volume 4 Nomor 4, Juni 2023

- Yudianto, F., Herlambang, T., Adinugroho, M., Anshori, M. Y., Kurniastuti, I., & Rizqina, R. (2023). Enhancing E-Marketing Competence of Islamic Boarding School Students: A Case Study of Al Muin Syarif Hidayatullah. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 14(2).
- Yudianto, F., Herlambang, T., Adinugroho, M., Meutia, NS. (2023)., “Desain Arsitektur Data Administrator Kependudukan Sistem Informasi Desa”, *Journal of Community Engagement*, Volume 4 Nomor 3, April 2023.
- Yudianto, F, Herlambang, T, Anshori, M.Y, Adinugroho, M, dan Rulyansah, A, 2023., “Sosialisasi Perhitungan Numerik Terkait Forecasting Pengunjung Hotel (Studi di Hotel Primebiz Surabaya)”, *Journal of Community Engagement*, Volume 4 Nomor 3, April 2023.
- Yudianto, F, Herlambang, T, Adinugroho, M, Magfira, D.B, 2023., “Perancangan sistem informasi peminjaman ruangan pada PT. Multi Aneka Pangan Nusantara”, *Journal of Community Engagement*, Volume 4 Nomor 3, April 2023.
- Yuliana, L., Adinugroho, M., Yudianto, F., Herlambang, T., Susanto, F. A., & Rihlah, J. (2023). Exploring the Use of Microsoft PowerPoint for Early Childhood Education: A Community Engagement Program. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 14(2).
- Katias, P , Herlambang, T, and Anshori, M.Y, 2022., “Pengembangan Sistem Manajemen Strategi Dengan Pelatihan Simulasi Estimasi Saham Perusahaan Di PT. Indo Dynamic Technology ”, *Semanggi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Volume 1 Nomor 02, Oktober 2022.
- Herlambang, T, Yudianto, F, and Anshori, M.Y, 2023, “Sosialisasi Penggunaan Software Sistem Navigasi dan Panduan Pesawat Tanpa Awak di SMK Sukodadi Lamongan”, *Jurnal KeDayMas: Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol 3 No 1, page 51-57.
- Anshori, M.Y, Susanto, Shawyun, T, Madrigal, D.V, Rahmalia, D, Susanto, F.A., Herlambang, T, and Adzkiya, D, 2022, “Estimation of closed hotels and restaurants in Jakarta as impact of corona virus disease spread using adaptive neuro fuzzy inference system”, *International Journal of Artificial Intelligence (IJAI)*, Vol 11 No 2, June 2022.
- Susanto, F.A, Anshori, M.Y., Rahmalia, D, Oktafianto, K., Adzkiya D., Katias, P., and Herlambang,T., 2022, “Estimation of Closed Hotels and Restaurants in Jakarta as Impact of Corona Virus Disease (Covid-19) Spread Using Backpropagation Neural Network, Nonlinear Dynamics and System Theory”, Vol 22 No 4, September 2022, page 457-467.
- Muhith, A, Susanto, I.H, Rahmalia, D, Adzkiya, D, and Herlambang, T, 2022, “The Analysis of Demand and Supply of Blood in Hospital in Surabaya City Using Panel Data Regression”, *Nonlinear Dynamics and System Theory*, Vol 22 No 5, December 2022, page 550-560.

