



Pelatihan Digital Marketing Pada Warga Kelurahan Bulu Lor Semarang

***Sasono Wibowo¹, Indra Gamayanto², Suharnawi³, Harini⁴**

***Universitas Dian Nuswantoro^{1,2,3}, Universitas Ivet⁴**

[*sasono.wibowo@dsn.dinus.ac.id](mailto:sasono.wibowo@dsn.dinus.ac.id)

DOI: <https://doi.org/10.31331/manggali.v4i2.3365>

Info Articles

Sejarah Artikel:

Disubmit : Mei 2024

Direvisi : Juni 2024

Disetujui : Juli 2024

Keywords:

*Digitalization; marketing; ethics;
business;*

Abstrak

Di era digitalisasi hampir merambah semua bidang bisnis dan industri. Pengabdian masyarakat kali ini membahas tentang digital marketing dan leaderships, sebagai bekal untuk menghadapi tuntutan yang serba praktis, memiliki kecepatan yang tinggi. Konsep dasar dari digital marketing ini akan sangat membantu anak muda dalam memahami bahwa perubahan dapat terjadi kapan saja dan yang menjadi inti pentingnya adalah bahwa perubahan dapat terjadi secara baik, jika kita memahami batasan-batasan yang seharusnya dipahami, dijalankan dengan etika yang benar. Tantangannya adalah bukan digital itu sendiri, tetapi pribadi orang yang terlibat dalam menjalankan bisnis digital tersebut. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk kewaspadaan dalam memilih, menggunakan dan berkomunikasi menggunakan digital ini.

Kata Kunci: DBD, Jentik, Nyamuk, Anak-anak

Abstract

In the era of digitalization, it has almost penetrated all areas of business and industry. This community service discusses digital marketing and leadership, as provisions for facing practical, high-speed demands. This basic concept of digital marketing will really help young people understand that change can happen at any time and what is really important is that change can happen well, if we understand the boundaries that should be understood, carried out with the right ethics. The challenge is not digital itself, but the individuals involved in running the digital business. Therefore, it is very important to be vigilant in choosing, using and communicating using digital media.

✉ Alamat Korespondensi:

E-mail: sasono.wibowo@dsn.dinus.ac.id

p-ISSN: 2715-5757

e-ISSN: 2798-4435

PENDAHULUAN

Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, Kelurahan Bulu Lor di Semarang tengah menghadapi tantangan dan peluang baru dalam dunia bisnis dan pemasaran. Pelatihan digital marketing hadir sebagai solusi tepat untuk memberdayakan warga kita menghadapi era digital ini. Bulu Lor, dengan lokasinya yang strategis di pusat Kota Semarang, memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi lokalnya melalui pemanfaatan teknologi digital. Usaha Kecil Menengah (UKM) yang menjadi tulang punggung ekonomi kelurahan kita, mulai dari produsen batik, pengrajin, hingga penjual makanan khas, kini memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar mereka melampaui batas-batas geografis tradisional.

Pelatihan digital marketing akan membekali warga Bulu Lor dengan berbagai keterampilan penting, antara lain:

1. Pengelolaan media sosial untuk bisnis
2. Optimasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas online
3. Pemasaran konten untuk menarik dan mempertahankan pelanggan
4. Strategi e-commerce untuk menjual produk secara online
5. Analisis data untuk memahami perilaku konsumen digital

Dengan keterampilan ini, para pelaku UKM di Bulu Lor dapat memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan Tokopedia untuk mempromosikan produk mereka. Misalnya, pengrajin batik dapat mengunggah foto-foto produk terbaru mereka, berbagi cerita di balik proses pembuatan, dan berinteraksi langsung dengan calon pembeli dari seluruh Indonesia, bahkan mancanegara.

Selain itu, pelatihan ini juga membuka peluang bagi generasi muda Bulu Lor untuk mengembangkan karir di bidang digital marketing. Mereka bisa menjadi konsultan media sosial, spesialis SEO, atau bahkan membuka agensi pemasaran digital mereka sendiri, menciptakan lapangan kerja baru di kelurahan kita. Lebih jauh lagi, penguasaan keterampilan digital marketing dapat membantu mempromosikan potensi wisata Bulu Lor. Dengan strategi pemasaran online yang tepat, kita dapat menarik lebih banyak pengunjung ke objek-objek wisata lokal, seperti situs bersejarah atau kuliner khas, yang pada gilirannya akan meningkatkan perekonomian warga.

Melalui pelatihan ini, kita berharap dapat menciptakan ekosistem digital yang kuat di Bulu Lor, di mana bisnis lokal dapat berkembang, inovasi digital dapat tumbuh, dan

warga dapat meningkatkan kualitas hidup mereka melalui pemanfaatan teknologi pemasaran modern.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan di Kelurahan Bulu Lor Semarang adalah sebagaimana dalam gambar berikut :



Gambar 1. Proses pengabdian masyarakat digital marketing dan leaderships

Gambar 1, menjelaskan bahwa kami mulai dengan membaca beberapa literatur atau melakukan analisis dari penelitian tentang digital marketing dan leaderships, kemudian kami berdiskusi dengan pihak Kelurahan Bulu Lor untuk dapat mengetahui dan memahami permasalahannya yang terdapat di sana. Ditemukan bahwa permasalahan utamanya adalah dibutuhkan pelatihan mengenai pemahaman tentang dunia digital dan contoh studi kasus karena hal ini akan sangat membantu anak-anak muda dapat siap dalam menghadapi perubahan.

Setelah diskusi selesai dilakukan, berikutnya adalah kami mengadakan pelatihan dan kemudian menjelaskan konsep apa saja yang terdapat pada digital marketing dan leaderships, dan di akhir sesi, kami melakukan tanya jawab agar anak-anak muda dapat memahami lebih dalam mengenai digital marketing dan leaderships. Berikut ini adalah dokumentasi pengabdian masyarakat yang kami lakukan:

HASIL DAN PEMBAHASAN

PENERAPAN RENCANA PEMASARAN DIGITAL

Pemasaran digital menguntungkan bisnis dari semua ukuran dengan memberikan akses ke pasar massal dengan harga terjangkau. Tidak seperti iklan TV atau cetak, ini memungkinkan pemasaran yang benar-benar dipersonalisasi.

KEUNTUNGAN PEMASARAN DIGITAL

Keuntungan utama pemasaran digital adalah audiens yang ditargetkan dapat dijangkau dengan cara yang hemat biaya dan terukur. Keuntungan pemasaran digital lainnya termasuk meningkatkan loyalitas merek dan mendorong penjualan online.

1. Jangkauan global - situs web memungkinkan Kita menemukan pasar baru dan berdagang secara global hanya dengan investasi kecil.
2. Biaya lebih rendah - kampanye pemasaran digital yang direncanakan dengan baik dan tepat sasaran dapat menjangkau pelanggan yang tepat dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada metode pemasaran tradisional.
3. Hasil yang dapat dilacak dan terukur - mengukur pemasaran online Kita dengan analitik web dan alat metrik online lainnya memudahkan untuk menetapkan seberapa efektif kampanye Kita. Kita dapat memperoleh informasi mendetail tentang cara pelanggan menggunakan situs web Kita atau menanggapi iklan Kita.
4. Personalisasi - jika database pelanggan Kita ditautkan ke situs web Kita, maka setiap kali seseorang mengunjungi situs tersebut, Kita dapat menyapa mereka dengan penawaran yang ditargetkan.

KERUGIAN PEMASARAN DIGITAL

1. Keterampilan dan pelatihan - Kita perlu memastikan bahwa staf Kita memiliki pengetahuan dan keahlian yang tepat untuk melakukan pemasaran digital dengan sukses. Alat, platform, dan tren berubah dengan cepat dan penting bagi Kita untuk tetap up-to-date.
2. Persaingan tinggi - meskipun Kita dapat menjangkau pemirsa global dengan pemasaran digital, Kita juga menghadapi persaingan global. Ini bisa menjadi tantangan untuk menonjol dari pesaing dan untuk menarik perhatian di antara banyak pesan yang ditujukan kepada konsumen secara online.

3. Keluhan dan umpan balik - umpan balik atau kritik negatif apa pun terhadap merek Kita dapat dilihat oleh audiens Kita melalui media sosial dan situs ulasan.



Gambar 2. Pemaparan Digital Marketing



Gambar 3. Diskusi Digital

Manggali

Pelatihan Digital Marketing Pada Warga Kelurahan Bulu Lor Semarang



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 5. Pelatihan Digital Marketing & Leadership

A screenshot of a web-based login interface. At the top, there is a blue header with the text "Login Admin" in white. Below the header, there are two input fields: "Username :" and "Password :". At the bottom of the form, there are two green buttons labeled "Login" and "Cancel".

Gambar 6. Login ke sistem

Manggali

Pelatihan Digital Marketing Pada Warga Kelurahan Bulu Lor Semarang

Kode Barang:

Kategori:

Nama Barang:

Desai Barang:

Harga:

Gravitas:

Keterangan:

No	Kode	Nama	Desai	Harga	Gravitas	Sub Total
1	00	Kalendar 2013	47	25000.00	0.00	
2	00	CC Selandia Indonesia	47	10000.00	0.00	
3	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	
4	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	
5	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	
6	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	
7	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	
8	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	
9	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	
10	00	CC Selandia Christmas	47	10000.00	0.00	

Gambar 7. Input Barang

Data Members

Nama : paijo

Alamat : jln. kuro2

Kota : KAB. PANDEGLANG

Propinsi : BANTEN

Kode Pos : 12323

No. Telp : 085641234345

Email : paijo@yahoo.com

Rincian Belanja Anda

No.Pesan : 10

Nama Barang	Jml Beli	Harga Satuan	Berat Brg(Kg)	Sub Total
Kaos Belik Tulis Syantung	2	60000.00	0.00	120000.00

Berat Barang : 0.00

TOTAL : 120000.00

Pilih Paket dan Tujuan Pengiriman:

Kota Tujuan : Bandung

Harga : Rp. 23000,-

Lama Pengiriman : 2 Hari

Propinsi : JAWA BARAT

Jenis Paket : OKE

Total Terbayarkan Keseluruhan : Rp. 120000,-

Gambar 8. Laporan Pemesanan Barang

Manggali

Pelatihan Digital Marketing Pada Warga Kelurahan Bulu Lor Semarang

Daftar Belanjaan Pelanggan
No. Pesanan : 5

Kode Urq	Nama Urq	Harga (Rp)	Jumlah	Sub total
30	Kalender 2012	300000.00	2	600000.00
Total :				600000.00
Berat Barang :				0.25 Kg.

Tujuan Kota : SLKAYU
 Propinsi : BJMSLL
 Tarif : 25000
 Lama Pengiriman : 3-4
 Paket : Regular

Total Terbayarkan : 606250.00

Konfirmasi Order :



Gambar 9. Input Data Pengiriman

Search:

No Pesan	Ukur	Kode Paket	Total Per Bayaran	Angka Trk	Status
2	madatze	711	3373530.00	2012-09-12 23:25:10	1
3	mulatze		150000.00	2012-09-24 13:43:56	1
4	index	76	512000.00	2012-11-13 21:22:14	2
5	ponobon	242	606250.00	2012-11-20 16:10:07	2

Showing 1 to 4 of 4 entries

File

Keterangan Status Transaksi :

- 0 : Wait
- 1 : Response
- 2 : Verification
- 3 : Admin
- 4 : End

Gambar 10. Laporan Penjualan

User	Nama	Alamat	Prop	Kota	Kd Pos	Email
bonon	bonon	perum klipang pesona	JAWA TENGAH	KAB. CILACAP	23432	bon@y.com
joko	joko	jl. sancangguwo raya no. 26	JAWA TENGAH	KOTA SEMARANG	50151	muliatze@gmail.com
mandatze	manda sabrya s	jl. sancangguwo raya	JAWA TENGAH	KOTA SEMARANG	50151	mandatze@gmail.com
mulia	Mulia Setyanti Siregar	jl. sancangguwo raya no. 26	JAWA TENGAH	KOTA SEMARANG	50151	muliatze@gmail.com
ndrx	arifendo kris triano	semarang perumahan indah	JAWA TIMUR	KAB. SIDOARJO	34543	3453@h.com
togar	Togar Siregar	Jl. Mayu mundur Uye	Sumatera Utara	medan	1234	togar@gmail.com

Showing 1 to 6 of 6 entries

Print

Gambar 11. Laporan/Daftar Konsumen

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pengabdian ini, adalah sebagai berikut:

1. Dengan pelatihan digital marketing ini meningkatkan keterampilan digital dan pemahaman tentang pemasaran online di kalangan warga, terutama untuk mendukung UMKM lokal, selain:
 - a. Meningkatkan literasi digital warga
 - b. Membantu pelaku UMKM memasarkan produk mereka secara online
 - c. Membuka peluang bisnis dan pekerjaan baru di bidang digital
 - d. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal
2. Metode yang dilakukan berupa workshop dengan kombinasi teori dan praktik langsung, dasar-dasar digital marketing, penggunaan media sosial untuk bisnis, optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, dan mungkin dasar-dasar e-commerce.

3. Warga/Peserta dapat menerapkan strategi digital marketing sederhana untuk bisnis mereka atau membantu bisnis lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Charlesworth, Alan. (2018), *Digital Marketing: A Practical Approach*, New York, Routledge
- Sasono Wibowo I. Gamayanto, "Developing a techno - family through virtual - reality benthix game," *J. Teknol. Pendidik. Edutech*, p-ISSN 0852-1190 e-ISSN 2502-0781, vol. 19, no. 2, Issue 1838, pp. 113–138, Juni 2020.
- Deiss, Ryan & Henneberry, Russ. (2020). *Digital Marketing For Dummies*, Hoboken, John Wiley & Sons, Inc.
- Suwanto, Edi. (2020). *Digital Marketing: Strategi Pemasaran Efektif Era Digital*. Yogyakarta: ANDI.
- Wardhana, Aditya. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Bandung: Universitas Telkom.
- Hariato, Rudi & Irwansyah. (2018). *Pengantar Digital Marketing: Konsep dan Penerapan*. Yogyakarta: UGM PRESS.
- Darmawan, Deni. (2020). "Kepemimpinan Digital: Pendekatan Baru di Era Digital". Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sembiring, Sentosa. (2018). "Manajemen dan Kepemimpinan Digital". Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sanjaya, Ridwan & Tarigan, Josua. (2009). "Creative Digital Marketing". Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mulyadi, Hari & Rizal, Setia. (2020). "Digital Marketing: Strategi Jitu Meningkatkan Penjualan". Yogyakarta: ANDI.