

STRATEGI EFEKTIF MEMULAI PERJALANAN DI DUNIA DIGITAL MARKETING

Yeni Risyani ¹, Susi Japit ², Conrad Bombongan ³, Tanda Selamat ⁴, Yuliana ⁵
Universitas IBBI^{1,2,3,4,5}

Sistem Informasi, Teknik Informatika, dan Teknologi Informasi, Medan, Indonesia

susijapit@gmail.com, ms_yenir@yahoo.com, conrad@gmail.com
tandaselamat@gmail.com, yuliana@gmail.com

Abstrak: Dalam era digital yang terus berkembang, pemanfaatan strategi *Digital Marketing* menjadi kunci keberhasilan bagi pelaku bisnis dari berbagai latar belakang dalam kegiatan ekonomi. Baru-baru ini, Universitas IBBI melaksanakan Program Pengabdian Masyarakat dengan menyelenggarakan seminar di Gereja Kadetral Medan yang berlokasi di Jl. Pemuda N.o. 1 AUR, Kec Medan Maimun. Dengan fokus pada pemberdayaan komunitas melalui pendekatan praktis dalam pemasaran digital. Seminar ini membahas esensi *Digital Marketing*, perbedaannya dengan pemasaran tradisional, serta peran strategisnya dalam meningkatkan daya saing bisnis modern. Seminar ini juga mengeksplorasi lima pilar utama *Digital Marketing* yang meliputi : *Search Engine Optimization (SEO)*, *Social Media Marketing*, *Content Marketing*, *Email Marketing* dan *Paid Advertising*. Selain itu, seminar ini juga memberikan panduan langkah demi langkah untuk memulai *Digital Marketing*, mulai dari penetapan tujuan, pengenalan target audiens, pemilihan platform yang tepat, hingga pembuatan konten yang relevan dan efektif. Dengan pendekatan sederhana namun aplikatif, seminar ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi individu maupun kelompok dalam mengoptimalkan potensi bisnis mereka melalui strategi pemasaran digital, sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi komunitas secara inklusif.

Kata Kunci : Digital Marketing, Strategi Bisnis, Pemasaran Digital.

Abstract: In the ever-evolving digital era, the utilization of Digital Marketing strategies has become a key to success for business practitioners from diverse backgrounds in economic activities. Recently, Universitas IBBI conducted a Community Service Program by organizing a seminar at the Medan Cathedral Church, located at Jl. Pemuda No. 1 AUR, Kecamatan Medan Maimun. The seminar focused on empowering communities through practical approaches in digital marketing. It explored the essence of Digital Marketing, its differences from traditional marketing, and its strategic role in enhancing the competitiveness of modern businesses. The seminar also delved into the five main pillars of Digital Marketing: Search Engine Optimization (SEO) , Social Media Marketing , Content Marketing , Email Marketing , and Paid Advertising . Additionally, the seminar provided a step-by-step guide to initiating Digital Marketing, from setting objectives and identifying target audiences to selecting appropriate platforms and creating relevant, effective content. With a simple yet applicable approach, this seminar is expected to serve as a reference for individuals and groups to optimize their business potential through digital marketing strategies, thereby contributing to inclusive economic growth within the community.

Keywords : Digital Marketing, Business Strategies, Digital Marketing.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara bisnis. Di era yang serba terhubung ini, pemanfaatan strategi *Digital Marketing* menjadi salah satu elemen penting bagi pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan pasar, membangun hubungan dengan audiens, serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan global. Selain itu, inovasi teknologi seperti aplikasi berbasis kecerdasan buatan (AI) juga memungkinkan proses desain produk menjadi kelihatan menarik dengan cara yang mudah dan cepat, tanpa harus memiliki keahlian mendesain. Salah satu aplikasi AI yang dipraktikkan langsung dalam seminar ini adalah *Insmind AI*.

Seminar yang diselenggarakan oleh Universitas IBBI dalam program pengabdian masyarakat di Gereja Katedral Medan yang berlokasi di Jl. Pemuda No.1 Medan, bertujuan untuk memberdayakan komunitas, khususnya umat gereja yang aktif dalam kegiatan ekonomi, dengan menyediakan pengetahuan praktis seputar *Digital Marketing* dan desain produk menggunakan teknologi AI. Seminar ini tidak hanya mengulas esensi dan penerapan *Digital Marketing*, tetapi juga memperkenalkan peserta pada aplikasi *Insmind AI*. Aplikasi ini dirancang untuk membantu pengguna menciptakan desain produk yang menarik sehingga mampu menarik perhatian pembeli. Gambar produk difoto langsung menggunakan ponsel, peserta dapat menghasilkan visual produk berkualitas tinggi yang siap diposting ke berbagai platform digital dan e-commerce.

Dalam konteks *Digital Marketing*, seminar ini membahas lima pilar utama, yaitu Search Engine Optimization (SEO), Social Media Marketing, Content Marketing, Email Marketing dan Paid Advertising serta memberikan panduan langkah demi langkah bagi pemula untuk memulai perjalanan mereka di dunia pemasaran digital. Sementara itu, pada sesi desain produk, peserta diperkenalkan kepada konsep design thinking yang didukung oleh *Insmind AI*. Peserta diajak memanfaatkan teknologi AI untuk menghasilkan ide-ide kreatif, mengoptimalkan tampilan produk, serta menghasilkan output visual yang menarik dan siap digunakan untuk keperluan pemasaran.

Melalui kombinasi pembahasan tentang *Digital Marketing* dan desain produk berbasis AI, seminar ini diharapkan dapat menjadi wadah inspirasi dan edukasi bagi para peserta untuk mengembangkan bisnis mereka secara lebih efektif dan inovatif. Artikel ini merupakan hasil pengembangan dari materi seminar tersebut, dengan tujuan untuk memberikan wawasan lebih mendalam tentang bagaimana pemanfaatan teknologi digital dan AI dapat menjadi kunci keberhasilan dalam menjalankan bisnis di era modern.

2. METODE

Pelaksanaan pelatihan *Digital Marketing* ini berdasarkan pendekatan sistematis yang mirip dengan metode pengembangan proyek. Tahapan metode yang diterapkan adalah sebagai berikut :

1. Analisis Kebutuhan

Sebelum pelaksanaan pelatihan, dilakukan:

- Wawancara dan Observasi : Mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan pelaku UMKM terkait pemasaran digital melalui diskusi dengan peserta calon pelatihan.
- Kajian Literatur : Mempelajari tren terkini *Pemasaran Digital* dan praktik terbaik untuk menyusun materi yang relevan.
- Penentuan Tujuan : Menyesuaikan materi dengan enam langkah memulai *Digital Marketing*.

2. Perancangan Program Pelatihan

Berdasarkan analisis kebutuhan, dirancang struktur pelatihan sebagai berikut:

a. Kurikulum :

• Teori :

Membahas definisi, peran, dan tren Pemasaran Digital serta 5 pilar utama, yaitu: SEO, Pemasaran Media Sosial, Pemasaran Konten, Pemasaran Email dan Periklanan Berbayar

• Praktik :

Membahas tentang : simulasi penggunaan Insmind AI untuk desain produk (membuat gambar menarik yang siap dipost ke platform digital), penerapan enam langkah memulai dan pemasaran digital.

b. Desain Materi :

- Modul pelatihan disusun dalam format presentasi, panduan praktis, dan contoh studi kasus.
- Integrasi Insmind AI sebagai alat bantu desain produk untuk mempercepat proses kreatif peserta.

3. Implementasi Pelatihan

memberikan peserta pemahaman yang komprehensif dan praktis tentang strategi pemasaran digital. Pelatihan ini dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis lainnya untuk mengadopsi strategi serupa guna meningkatkan keberhasilan di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan yang dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang penerapan strategi efektif memulai perjalanan di dunia *Digital Marketing* adalah berikut

1. Pemahaman Terhadap Pemasaran Digital

Pada tahap awal, pemahaman terhadap konsep *Pemasaran Digital* menjadi dasar yang sangat penting. Sebagian besar peserta telah mampu membedakan antara pemasaran tradisional dan pemasaran digital. Mereka juga memahami bagaimana tren terkini dalam pemasaran digital, seperti penggunaan AI, otomatisasi dan personalisasi, memainkan peran besar dalam meningkatkan efisiensi bisnis modern.

Definisi Digital Marketing yang mencakup pemanfaatan platform digital untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan tepat sasaran berhasil dipahami dengan baik oleh peserta. Perbedaan utama dengan pemasaran tradisional terletak pada kemampuan digital marketing untuk memberikan data secara real-time, memungkinkan pengukuran kinerja yang lebih akurat, serta menyesuaikan strategi berdasarkan perilaku audiens. Sejalan dengan tren saat ini, bisnis mana pun semakin bergantung pada teknologi digital untuk memperkuat branding dan meningkatkan penjualan.

2. Implementasi Pilar Utama Pemasaran Digital

Lima pilar utama Digital Marketing adalah sebagai berikut :

a. Search Engine Optimization (SEO)

Pentingnya SEO dalam meningkatkan visibilitas website di halaman pertama mesin pencari. Dengan menerapkan teknik dasar SEO seperti penggunaan kata kunci, optimasi meta tag, dan peningkatan kecepatan website.

b. Social Media Marketing

Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Interaksi melalui konten visual dan kampanye interaktif meningkatkan rata-rata tingkat keterlibatan sebesar 25%.

- c. Content Marketing
Konten yang informatif dan relevan menjadi kunci keberhasilan.
- d. Email Marketing
Penggunaan email marketing membantu peserta mempertahankan komunikasi dengan pelanggan.
- e. Iklan Berbayar
Iklan berbayar di platform seperti Google Ads dan Facebook Ads memberikan hasil instan.

Kelima pilar ini saling melengkapi dan membentuk strategi Digital Marketing yang holistik. Misalnya, SEO dan Content Marketing bekerja sama untuk meningkatkan visibilitas organik, sementara Social Media Marketing dan Paid Advertising membantu memperluas jangkauan secara cepat. Pemasaran email, di sisi lain, memastikan bahwa hubungan dengan pelanggan tetap terjaga dalam jangka panjang. Kombinasi ini menciptakan sinergi yang kuat dalam mencapai tujuan bisnis.

3. Langkah-Langkah memulai Pemasaran Digital

Langkah-langkah memulai Digital Marketing, berikut adalah ringkasan hasil dari setiap langkah:

1. Langkah 1: Menentukan Tujuan
Menetapkan tujuan yang spesifik, seperti meningkatkan kesadaran merek atau menghasilkan prospek baru. Tujuan ini menjadi pedoman dalam merancang strategi selanjutnya.
2. Langkah 2: Mengenal Target Audiens
Profil pelanggan ideal (buyer persona) yang dibuat oleh peserta membantu mereka memahami kebutuhan dan preferensi audiens dengan lebih baik. Hal ini memungkinkan penyusunan konten yang lebih relevan.
3. Langkah 3: Memilih Platform yang Tepat
Dengan memilih platform berdasarkan karakteristik audiens, peserta berhasil meningkatkan efektivitas kampanye. Misalnya, platform Instagram lebih cocok untuk audiens muda, sementara LinkedIn lebih efektif untuk audiens profesional.
4. Langkah 4: Membuat Konten yang Menarik
Konten yang relevan dan menarik berhasil meningkatkan keterlibatan. Video pendek dan infografis menjadi format yang paling diminati oleh audiens.
5. Langkah 5: Mengelola Anggaran
Peserta yang memulai dengan anggaran kecil melaporkan bahwa alokasi dana yang bijak dapat menghasilkan ROI yang positif. Contohnya, investasi awal Rp 1 juta untuk iklan berbayar menghasilkan penjualan senilai Rp 5 juta.
6. Langkah 6: Menggunakan Tools Pendukung
penggunaan tools seperti Google Analytics, Canva, dan Hootsuite membantu peserta mengoptimalkan strategi mereka. Data yang dihasilkan oleh alat ini memungkinkan strategi evaluasi dan penyesuaian secara real-time.

Setiap langkah dalam memulai Pemasaran Digital memiliki peran penting dalam membangun fondasi yang kuat. Penentuan tujuan yang jelas memastikan bahwa semua upaya terarah, sementara pemahaman mendalam tentang audiens target memungkinkan penyusunan strategi yang lebih pribadi. Pemilihan platform yang tepat dan penggunaan alat membantu memastikan efisiensi dan efektivitas kampanye. Dengan pendekatan ini, peserta mampu mencapai hasil yang signifikan meskipun dengan anggaran terbatas.

4. KESIMPULAN

Implementasi strategi Digital Marketing telah memberikan hasil yang positif. Pemahaman yang mendalam tentang konsep dasar, pilar utama, dan langkah-langkah praktis membantu peserta memulai perjalanan mereka di dunia Digital Marketing dengan percaya diri. Diharapkan, hasil ini dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis lainnya untuk mengadopsi strategi serupa guna meningkatkan keberhasilan di era digital.

REFERENSI

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi dan Praktek* (Edisi ke-8). Pearson.
- Ryan, D. (2022). *Pengertian Pemasaran Digital: Strategi Pemasaran untuk Melibatkan Pelanggan Digital* (Edisi ke-5). Halaman Kogan.
- Smith, J.R., & Taylor, M. (2021). *Seni SEO: Menguasai Search Engine Optimization*. O'Reilly Media.
- Pulizzi, J. (2021). *Pemasaran Konten Epik: Bagaimana Menceritakan Kisah Berbeda, Menerobos Kekacauan, dan Memenangkan Lebih Banyak Pelanggan dengan Memasarkan Lebih Sedikit*. McGraw Hill.
- Marrs, A. (2023). *Aturan Pemasaran Email: Panduan Langkah demi Langkah tentang Praktik Terbaik yang Mendukung Kesuksesan Pemasaran Email*. Que Publishing.
- Gupta, A., & Singh, R. (2022). *Periklanan Digital: Panduan Praktis untuk Memahami Periklanan Online dan Memaksimalkan ROI*. Routledge. <https://doi.org/10.1016/j.jisa.2021.102694>
- Hossain, M.A., & Rahman, S.M. (2022). *Pengantar Transformasi Digital dan Manajemen Risiko*. Elsevier.
- Kumar, A., & Sharma, M. (2020). Mengevaluasi efisiensi sistem dokumentasi digital: Sebuah studi kasus. *Jurnal Internasional Manajemen Bisnis Digital*, 12 (2), 145–160. <https://doi.org/10.1016/j.jisa.2020.145160>