

Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa

Erlin Setyaningsih¹, Dila Seltika Canta^{2*}, Nuorma Wahyuni³, Adi Hermawansyah⁴

^{1,3}STMIK Borneo Internasional

²Universitas Mulia

⁴Universitas Balikpapan

Email: dilaseltika@universitasmulia.ac.id ^{2*}

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma pemasaran dari metode konvensional menjadi digital. Transformasi ini membuka peluang sangat besar bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan para mahasiswa. Artikel ini membahas pelaksanaan kegiatan pada bagian pemasaran berbasis digital sebagai sarana untuk mendorong pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan dilakukan secara daring melalui aplikasi Zoom meliputi pemaparan materi, diskusi, dan simulasi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mahasiswa dalam pengembangan strategi pemasaran digital seperti pembuatan website, analisis tren pasar, serta pembentukan jaringan pemasaran. Dengan pendekatan yang mengintegrasikan teori dan praktik, program kegiatan ini mampu mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan peluang pada dunia bisnis yang dinamis dalam penerapannya. Pelatihan yang dilaksanakan menjadi salah satu model pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi yang efektif untuk mendukung kesiapan mahasiswa dalam era digital yang terus berkembang. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan kontribusi positif dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan bisnis di era digital mendatang. Manfaat nyata kegiatan berupa peningkatan keterampilan mahasiswa dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan mereka secara efektif, mahasiswa dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing usaha mahasiswa, dan mengoptimalkan pendapatan melalui penggunaan teknologi digital yang efisien dan tepat sasaran.

Keywords: Kewirausahaan, Pelatihan daring, Pemasaran digital

PENDAHULUAN

Di zaman IPTEK yang semakin maju serta didukung dengan kecanggihan digital, tren pemasaran mengalami perubahan dari konvensional menjadi digital. Perubahan ini memberikan kemudahan bagi semua pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Salah satu pelaku usaha adalah mahasiswa, dimana mahasiswa ada yang memiliki minat dan bakat dalam berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya menawarkan landasan teoritis tentang konsep-konsep kewirausahaan, tetapi juga membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir wirausaha. Saat ini pemasaran digital merupakan upaya untuk memajukan merek yang melibatkan media canggih yang dapat sampai pada pembeli dengan cara yang nyaman, individual dan penting (Sihombing, 2022). Pemanfaatan strategi pemasaran digital melalui media sosial memiliki peran yang signifikan karena dapat memberikan wawasan dan panduan bagi para pelaku usaha mengenai langkah-langkah dalam memperluas jangkauan bisnis. Dengan demikian, media sosial menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan daya saing

usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Sagita & Wijaya, 2022). Sehingga menjadi salah satu alternatif mahasiswa untuk memasarkan produknya, pemasaran digital saat ini didukung dengan kemajuan teknologi karena dalam beberapa dekade terakhir terutama sejak munculnya internet dan platform media sosial pemasaran digital telah mengalami perkembangan yang signifikan (Hidayatullah, 2024).

Saat ini mahasiswa mulai mengembangkan kemampuan mereka dalam berwirausaha, tetapi kebanyakan mereka masih belum paham bagaimana memanfaatkan perkembangan teknologi, masih ada beberapa mahasiswa yang menggunakan cara konvensional. Untuk itu mereka harus dilatih dan dibekali untuk mampu mengikuti perkembangan zaman yaitu memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk produk usaha mereka sehingga mereka bisa beralih dari cara konvensional menjadi digital. Saat ini posisi mahasiswa adalah sebagai agen perubahan, mereka adalah pendorong perubahan sistem pemasaran konvensional menjadi digital. Mereka dapat memposisikan diri mereka sebagai pelaku usaha atau sebagai pendukung kegiatan usaha. Sehingga mahasiswa perlu disiapkan agar bisa menjadi agen perubahan tersebut. Kewirausahaan merupakan salah satu solusi paling efektif dalam menghadapi permasalahan ekonomi yang semakin kompleks dan terbatasnya kesempatan kerja, karena mampu mendorong pemulihan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat (Margahana, 2019).

Untuk mempersiapkan mahasiswa sebagai agen perubahan tersebut dan membantu mahasiswa mengembangkan wirausahanya maka mahasiswa perlu menambah ilmunya salah satunya dengan mengikuti pelatihan atau seminar yang berhubungan dengan pemasaran digital dan pengembangan kewirausahaan. Berdasarkan analisis situasi yang ada tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini untuk memberikan bekal yang memadai kepada mahasiswa dalam menghadapi tantangan dan peluang di era pemasaran digital serta mempersiapkan mereka dalam meningkatkan kesempatan untuk mengembangkan kewirausahaan mereka.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pelatihan ini dirancang dengan memanfaatkan aplikasi zoom meeting dengan metode diskusi, sehingga mampu bertukar informasi dengan cara membahas suatu persoalan (masalah) kepada peserta diskusi dan secara bersama-sama memecahkan masalah tersebut. Dalam diskusi terdapat kegiatan saling tukar-menukar informasi dengan cara menyampaikan pendapat dalam rangka pemecahan suatu masalah (Saputra, Rohimah, & Soerahman, 2024). Kegiatan pelatihan ini melalui beberapa tahapan:

1. Persiapan, dalam tahapan ini langkah yang dilakukan adalah:
 - a. Pembentukan panitia pelatihan
 - b. Musyawarah alur perencanaan kegiatan
 - c. Mempersiapkan konsep materi
 - d. Mempersiapkan pemberitaan pelatihan melalui edaran online dan offline
2. Penyampaian materi, materi disampaikan selama 2 hari dengan 3 pemateri
3. Evaluasi dan penutup, dalam tahapan ini kegiatan yang dilakukan adalah :
 - a. Refleksi kegiatan dari awal hari pertama sampai hari ke dua
 - b. Pembubaran panitia pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini merupakan upaya strategis untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha saat ini. Di era digital, pemasaran tradisional mulai ditinggalkan dan digantikan oleh strategi digital yang lebih efektif, efisien, dan memiliki jangkauan luas. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa, khususnya yang memiliki minat atau sedang merintis usaha, untuk memahami dan menguasai teknik-teknik dasar pemasaran digital.

Pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan secara daring pada tanggal 22–23 April 2025 melalui platform Zoom menunjukkan hasil yang positif dalam upaya meningkatkan kapasitas kewirausahaan mahasiswa. Berdasarkan susunan kegiatan yang dilaporkan, pelatihan ini melibatkan tiga sesi utama yang masing-masing mencakup pemaparan materi, diskusi, serta simulasi praktik pemasaran digital.

Pada hari pertama, peserta mengikuti dua sesi pemaparan materi disertai diskusi aktif. Materi pertama dan kedua yang disampaikan mulai pukul 10.00 hingga 14.00 WITA mencakup pengantar pemasaran digital dan strategi implementasinya di media sosial. Kegiatan ini berlangsung secara interaktif dengan melibatkan tanya jawab dan penyampaian pendapat, menciptakan ruang dialog yang mendorong pemahaman konseptual mahasiswa.

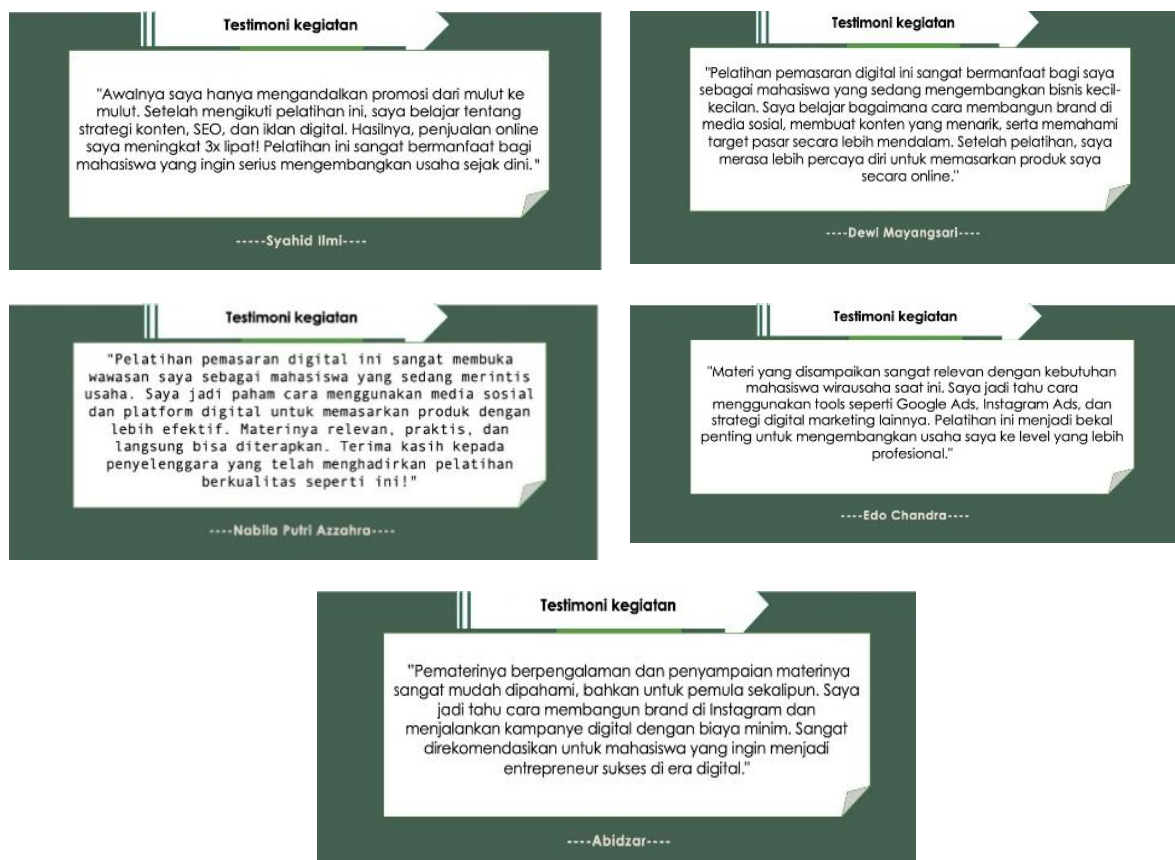
Hari kedua pelatihan dilanjutkan dengan sesi materi ketiga yang berfokus pada simulasi pemasaran digital, yang merupakan bagian krusial dari pendekatan praktik. Dalam sesi ini, mahasiswa tidak hanya menyerap teori, tetapi juga mempraktikkan langsung strategi digital marketing yang meliputi pembuatan konten, pengelolaan akun pemasaran, dan analisis target pasar digital. Kegiatan ini dirancang untuk membiasakan mahasiswa menggunakan tools digital seperti website dan media sosial sebagai sarana promosi usaha.

Berdasarkan hasil kegiatan, terdapat beberapa capaian utama yang diperoleh mahasiswa, yaitu:

Tabel 2. Capaian Hasil Pelatihan

Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Mahasiswa hanya fokus menggunakan cara pemasaran konvensional karena belum paham strategi pemasaran digital	Mahasiswa mempelajari skill dasar dan keterampilan pemasaran digital
Mahasiswa belum memiliki pemahaman yang kuat tentang pemasaran digital	Mahasiswa dapat mendeskripsikan tentang manfaat pemasaran digital untuk pengembangan wirausahanya
Beberapa mahasiswa hanya fokus di satu aplikasi untuk pemasaran digital	Mahasiswa memiliki gambaran untuk menggunakan lebih dari satu aplikasi pemasaran digital Menambah jumlah jangkauan dalam pemasaran digital

Pelatihan ini juga berhasil membentuk pemahaman bahwa pemasaran digital bukan sekadar promosi online, melainkan bagian dari strategi bisnis yang menyeluruh dan membutuhkan integrasi antara kreativitas, teknologi, dan wawasan pasar. Simulasi praktik menjadi sarana efektif untuk menghubungkan teori kewirausahaan dengan konteks nyata dunia usaha digital. Berikut hasil testimony para peserta



Gambar 1. Testimoni Peserta Pelatihan

Dengan melibatkan berbagai metode, seperti presentasi, diskusi, dan simulasi, kegiatan ini telah menunjukkan bahwa pelatihan daring tetap mampu memberikan pengalaman pembelajaran yang bermakna dan aplikatif. Keterlibatan aktif peserta serta refleksi dari panitia dan fasilitator menunjukkan keberhasilan kegiatan dalam mencapai tujuannya. Berikut dokumentasi kegiatan pegabdian yang telah dilakukan dan link kegiatan https://drive.google.com/file/d/14JJONrnrJKdOcFOJ2Y6v_OhwT27adI8x/view?usp=drive_link



Gambar 2. Pemaparan Materi

KESIMPULAN

Pelatihan pemasaran digital untuk pengembangan kewirausahaan mahasiswa memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek. Kegiatan pelatihan pemasaran digital meningkatkan kemampuan teknis mahasiswa dalam memahami strategi pemasaran digital seperti pengembangan situs website dan analisis tren pasar serta memanfaatkan platform digital untuk promosi kegiatan usaha mahasiswa. Mahasiswa dapat memasarkan produk dan jasa secara lebih efisien dan efektif sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan pelatihan ini juga memperkuat keterampilan interpersonal mahasiswa melalui perluasan jaringan profesional di dunia digital yang mendukung pengembangan usaha mereka. Dalam penerapannya, kegiatan pelatihan mendorong kreativitas dan inovasi dalam menyusun strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan pasar dan perkembangan teknologi. Berdasarkan hasil mengikuti kegiatan pelatihan mahasiswa mampu menjaga daya saing dalam menghadapi tantangan industri yang terus berubah. Manfaat jangka pendek berupa peningkatan keterampilan dan menciptakan wawasan strategis untuk membantu mahasiswa menjadi wirausahawan yang sukses di era digital masa depan

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pelatihan ini, khususnya kepada panitia dan tim penyelenggara atas kerja kerasnya, para pemateri yang telah berbagi ilmu dan inspirasi,

peserta pelatihan atas partisipasi aktifnya, serta semua pihak pendukung yang turut menyukseskan kegiatan ini. Semoga pelatihan ini membawa manfaat berkelanjutan bagi pengembangan kewirausahaan mahasiswa di era digital, dan kerja sama yang baik ini dapat terus terjalin di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah Wahyu,dkk.(2024).Analisis Peluang dan Tantangan Pemanfaatan Metaverse Sebagai Pemasaran Digital.Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan,1009-1016.
- Hidayatullah, A. S. (2024). Peranan Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5.0. *Socius:Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* , 356-362.
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun tradisi enterpreneurship pada masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Melliani Mika & Triadi Defri.(2024). Aktualisasi Pendidikan Kewirausahaan Ruang Bekal Mahasiswa dengan keterampilan Bisnis. *Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa*,pp.25-34.
- Sagita, Gita, Zeffany Raphael Wijaya, 2022, Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07, *EBISMEN*, Vol. 1, No. 3 September 2022
- Saputra, R. S. (2024). Pelatihan Pengenalan Struktur Pada Jurnal Ilmiah Untuk Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah A.R. Fachruddin. *Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 179-186.
- Sihombing, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Jawa Tengah: CV Pena Persada.
- Suleman RahmanAbdul&Siregar Hasan Noor.(2024). Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa di Era Digital: Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UMTS.Jurnal Ilmu Pendidikan dan Budaya,69-80.
- Riza Noviana,dkk.(2024). Sistem Informasi Kewirausahaan Mahasiswa Wau (Wirausaha Anak Ulbi) Menggunakan Laravel.Jurnal Teknik Informatika,vol 16 No.2.