



# Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan

Agesha Marsyaf<sup>1</sup>, Rian Dani<sup>1,\*</sup>, Arniwita<sup>1</sup>, Oka Ediansa<sup>1</sup>, Trie Hierdawati<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Jambi, Jambi, Indonesia

## Informasi Artikel

*Sejarah Artikel:*  
Submit: 02 Februari 2026  
Revisi: 06 Februari 2026  
Diterima: 17 Februari 2026  
Diterbitkan: 28 Februari 2026

## Kata Kunci

Digital Marketing, Efektivitas Penjualan, Mahasiswa Wirausaha, P2MW, Pengabdian Kepada Masyarakat

## Correspondence

E-mail: [riandani0193@gmail.com](mailto:riandani0193@gmail.com)\*

## A B S T R A K

Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha, termasuk mahasiswa wirausaha, untuk mampu memanfaatkan strategi pemasaran berbasis digital secara efektif. Mahasiswa peserta Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Universitas Muhammadiyah Jambi masih menghadapi kendala dalam penerapan digital marketing yang berdampak pada rendahnya efektivitas penjualan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa P2MW dalam mengimplementasikan digital marketing guna meningkatkan efektivitas penjualan usaha. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pelatihan yang meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung, yang dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2025. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam memanfaatkan media digital, menyusun konten promosi, serta menentukan strategi pemasaran yang lebih terarah. Pelatihan digital marketing ini memberikan kontribusi positif dalam mendukung pengembangan kewirausahaan mahasiswa dan diharapkan dapat mendorong peningkatan kinerja penjualan secara berkelanjutan.

## Abstract

*The rapid development of digital technology requires business actors, including student entrepreneurs, to effectively utilize digital-based marketing strategies. Students participating in the Student Entrepreneurship Development Program (P2MW) at Universitas Muhammadiyah Jambi still face challenges in implementing digital marketing, which affects their sales effectiveness. This community service activity aims to improve the knowledge and skills of P2MW students in implementing digital marketing to enhance sales effectiveness. The activity was conducted through training methods consisting of material delivery, interactive discussions, and hands-on practice, held on August 23, 2025. The results indicate an improvement in students' understanding and skills in utilizing digital media, creating promotional content, and developing more structured marketing strategies. This digital marketing training contributes positively to supporting the development of student entrepreneurship and is expected to encourage sustainable improvement in sales performance.*

This is an open access article under the CC-BY-SA license



## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran dan kewirausahaan [1]. Digital marketing menjadi salah satu strategi utama yang digunakan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif dan efisien. Pemanfaatan media digital seperti media sosial, *marketplace*, dan platform pemasaran online lainnya memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas

produk, memperkuat hubungan dengan konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan [2]. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola dan mengimplementasikan digital marketing menjadi kompetensi penting bagi generasi muda, khususnya mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) merupakan salah satu upaya strategis perguruan tinggi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa [3]. Mahasiswa peserta P2MW Universitas Muhammadiyah Jambi telah memiliki berbagai ide bisnis dan produk unggulan yang berpotensi untuk dikembangkan. Namun, dalam praktiknya masih banyak mahasiswa yang menghadapi kendala dalam memasarkan produk secara optimal. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan digital marketing secara terencana dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar mahasiswa P2MW masih mengandalkan metode pemasaran konvensional atau penggunaan media digital secara sederhana tanpa strategi yang jelas. Hal ini berdampak pada rendahnya efektivitas penjualan, keterbatasan jangkauan pasar, serta kurang optimalnya branding produk. Padahal, dengan strategi digital marketing yang tepat, mahasiswa dapat meningkatkan daya saing usaha, menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen digital, serta mengoptimalkan potensi pasar yang ada.

Pelatihan digital marketing menjadi solusi yang relevan untuk menjawab permasalahan tersebut. Melalui pelatihan yang terstruktur, mahasiswa dapat dibekali pengetahuan dan keterampilan praktis terkait konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial, pembuatan konten pemasaran, pengelolaan *marketplace*, serta analisis efektivitas pemasaran digital [4]. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman teoritis, tetapi juga kemampuan aplikatif mahasiswa dalam mengembangkan dan memasarkan produk usaha secara mandiri.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital marketing ini juga sejalan dengan peran perguruan tinggi dalam mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat akademik [5]. Universitas Muhammadiyah Jambi memiliki tanggung jawab untuk mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa agar mampu menciptakan usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing. Dengan adanya pelatihan ini, mahasiswa P2MW diharapkan mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara efektif untuk meningkatkan kinerja penjualan usaha mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan pelatihan digital marketing dalam rangka meningkatkan efektivitas penjualan pada mahasiswa P2MW Universitas Muhammadiyah Jambi menjadi sangat penting dan strategis. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas mahasiswa sebagai wirausaha muda, mendorong optimalisasi pemanfaatan teknologi digital, serta mendukung terciptanya ekosistem kewirausahaan yang inovatif dan berkelanjutan di lingkungan perguruan tinggi.

## **2. Metode Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas penjualan usaha mahasiswa peserta Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Universitas Muhammadiyah Jambi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 23 Agustus 2025 dengan sasaran utama mahasiswa P2MW yang telah memiliki atau sedang merintis usaha. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis agar materi yang disampaikan dapat dipahami dan diaplikasikan secara optimal oleh peserta [6].

Tahap pertama adalah persiapan kegiatan, yang meliputi koordinasi tim pengabdian, penentuan materi pelatihan, serta penyusunan jadwal kegiatan. Pada tahap ini dilakukan pemetaan kebutuhan peserta melalui diskusi awal untuk mengetahui tingkat pemahaman mahasiswa terkait digital

marketing dan permasalahan pemasaran yang dihadapi dalam usaha mereka [7]. Hasil pemetaan tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi agar sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan, yang dilaksanakan secara tatap muka dengan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Materi pelatihan disampaikan oleh para pemateri yang kompeten di bidangnya, yaitu Dr. Agesha Marsyaf, S.I.Kom., M.M., Rian Dani, S.M., M.E., Dr. Arniwita Sy, S.Pd., M.M., Oka Ediansa, S.Kom., M.S.I., dan Trie Hierdawati, S.E., M.E. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar digital marketing, strategi pemasaran melalui media sosial, pemanfaatan *marketplace*, pembuatan konten promosi, serta pengelolaan dan evaluasi kinerja pemasaran digital.

Metode diskusi interaktif digunakan untuk memberikan ruang bagi peserta dalam menyampaikan kendala dan pengalaman yang dihadapi selama menjalankan usaha [8]. Selain itu, peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktik sederhana, seperti merancang konten promosi digital dan menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk masing-masing. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman praktis dan kemampuan aplikatif peserta [9].

Tahap ketiga adalah evaluasi kegiatan, yang dilakukan melalui tanya jawab, pengamatan partisipasi peserta, serta umpan balik langsung dari mahasiswa. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan serta sejauh mana pelatihan memberikan manfaat dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan digital marketing [10]. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

Melalui metode pelaksanaan yang terstruktur dan partisipatif ini, kegiatan pelatihan digital marketing diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi mahasiswa P2MW Universitas Muhammadiyah Jambi, khususnya dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan efektivitas penjualan usaha yang dijalankan.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **3.1. Hasil Kegiatan**

Kegiatan pelatihan digital marketing yang dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2025 diikuti oleh mahasiswa peserta Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Universitas Muhammadiyah Jambi. Secara umum, kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapatkan respons yang positif dari peserta. Hal ini terlihat dari tingkat kehadiran yang tinggi serta antusiasme mahasiswa dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, mulai dari penyampaian materi hingga sesi diskusi dan praktik.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep dan strategi digital marketing. Mahasiswa yang sebelumnya hanya memanfaatkan media digital secara terbatas mulai memahami pentingnya perencanaan pemasaran digital, pemilihan platform yang sesuai dengan target pasar, serta pengelolaan konten promosi yang menarik. Peserta juga mampu mengidentifikasi kesalahan umum dalam pemasaran digital yang selama ini dilakukan dan memahami cara memperbaikinya.

Selain peningkatan pemahaman, pelatihan ini juga menghasilkan peningkatan keterampilan praktis mahasiswa dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan usaha. Peserta mampu menyusun konten promosi sederhana, menentukan strategi pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*, serta memahami dasar analisis efektivitas pemasaran digital. Hal ini terlihat dari hasil praktik yang dilakukan selama pelatihan, di mana mahasiswa dapat menyesuaikan strategi pemasaran dengan karakteristik produk dan segmen pasar masing-masing.

### 3.2. Pembahasan

Pelatihan digital marketing memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan mahasiswa P2MW Universitas Muhammadiyah Jambi. Peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta menunjukkan bahwa metode pelatihan yang digunakan, yaitu kombinasi antara ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung, efektif dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan yang bersifat aplikatif. Pendekatan ini memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan kebutuhan mahasiswa wirausaha di era digital yang dituntut untuk adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen. Pemanfaatan digital marketing secara optimal dapat membantu mahasiswa dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, serta mendorong efektivitas penjualan. Dengan adanya pelatihan ini, mahasiswa memiliki bekal awal untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan berorientasi pada target pasar.

Meskipun demikian, hasil pelatihan juga menunjukkan bahwa diperlukan pendampingan lanjutan agar implementasi digital marketing dapat berjalan secara berkelanjutan. Beberapa peserta masih membutuhkan waktu untuk menyesuaikan diri dengan penggunaan berbagai platform digital dan pengelolaan konten secara konsisten. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk dilengkapi dengan program monitoring dan evaluasi jangka menengah guna mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan penjualan secara kuantitatif.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan digital marketing ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan mahasiswa P2MW Universitas Muhammadiyah Jambi dalam mengelola usaha berbasis digital. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam mendorong terbentuknya wirausaha muda yang inovatif, mandiri, dan mampu bersaing di era digital.

### 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital marketing yang dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2025 bagi mahasiswa Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Universitas Muhammadiyah Jambi telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Pelatihan ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam memanfaatkan digital marketing sebagai strategi pemasaran usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa peserta pelatihan memiliki peningkatan wawasan terkait konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, serta kemampuan dalam menyusun konten promosi yang lebih terarah. Peningkatan tersebut berkontribusi positif terhadap kesiapan mahasiswa dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital guna meningkatkan efektivitas penjualan produk usaha yang dijalankan. Dengan demikian, pelatihan digital marketing ini dapat menjadi salah satu solusi strategis dalam mendukung pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan ini diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dan disertai dengan pendampingan lanjutan agar dampaknya terhadap peningkatan kinerja penjualan usaha mahasiswa dapat dirasakan secara optimal dan berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

- [1] M. Khairi, B. Rianto, M. Jalil, H. Juita, and E. Sudeska, "Pengaruh teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital," *J. Perangkat Lunak*, vol. 7, no. 1, pp. 71-78, 2025.
- [2] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, N. Nurcahyani, and R. N. Latifah, "Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM," *J. Manag. Accounting, Tax Prod.*, vol. 2, no. 1, pp. 109-118, 2024.
- [3] R. Dani, A. Marsyaf, I. Wiarta, and T. Hierdawati, "Pelatihan Pengenalan Financial Technology (Fintech) Bagi Mahasiswa Peserta Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Kemendikbudristek," *Din. Sos. J. Pengabd. Masy. dan Transform. Kesejaht.*, vol. 1, no. 2, pp. 65-74, 2024.
- [4] Y. L. L. Kawengian, L. Judijanto, M. Mintarsih, and A. A. Kocimaheni, *Literasi digital: keterampilan Abad 21 untuk Membangun Masyarakat Berbasis Pengetahuan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.
- [5] W. Iskandar, B. C. Nupus, S. Putriningsih, M. Maharani, S. Wulandari, and R. Rohotmah, "Peninjauan Akademik Dosen Melalui Pelatihan Kapasitas Dosen di INISMA Jambi," *EDU Soc. J. PENDIDIKAN, ILMU Sos. DAN Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 2, pp. 2154-2171, 2025.
- [6] S. Riza and B. Barrulwalidin, "Ruang Lingkup Metode Pembelajaran," *Islam. Pedagog. J. Islam. Educ.*, vol. 1, no. 2, pp. 120-131, 2023.
- [7] A. Saepudin et al., "Peningkatan Kompetensi Pengusaha Muda Melalui Pelatihan Teknik Promosi Berbasis Digital," *E-Coops-Day*, vol. 6, no. 1, pp. 67-76, 2025.
- [8] N. Nurqadriani, M. N. F. Dahlan, and N. Nureni, "Penerapan Metode Diskusi Interaktif untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa pada Mata Pelajaran Fikih," *J. Instr. Dev. Res.*, vol. 5, no. 3, pp. 231-238, 2025.
- [9] K. A. Winata, M. Hartati, M. M. Muafii, and T. Sudrajat, "Evaluasi efektivitas kurikulum berbasis kompetensi (KBK) dalam meningkatkan keterampilan praktis peserta didik," *J. Al-Qiyam*, vol. 6, no. 1, pp. 41-52, 2025.
- [10] D. Ibrahim, S. Suwandi, and J. Jahara, "Pelatihan Dasar Pengembangan Digital Marketing Pada Bisnis," *Amsir Community Serv. J.*, vol. 3, no. 1, pp. 12-18, 2025.