

## SOSIALISASI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI PT UNGGUL TEKNOLOGI CERDAS

**Teguh Herlambang<sup>1\*</sup>, Mohamad Yusak Anshori<sup>2</sup>, Puspandam Katias<sup>3</sup>, Firman Yudianto<sup>4</sup>,  
Moch. Sahri<sup>5</sup>**

<sup>1,4</sup>Prodi Sistem Informasi, Fakultas Ekonomi Bisnis Teknologi Digital Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

<sup>2,3</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Teknologi Digital, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

<sup>5</sup>Prodi Keselamatan dan Kesehatan Kerja, Fakultas Kesehatan, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

\*Email: teguh@unusa.ac.id

### Abstrak

Di era digital saat ini, media sosial telah berkembang menjadi salah satu alat pemasaran yang paling berpengaruh dan efektif bagi perusahaan. Instagram, sebagai platform berbasis visual, menjadi pilihan utama dalam menyampaikan informasi produk dan membangun komunikasi antara brand dengan konsumen. Desain konten visual yang menarik, konsisten, dan informatif di Instagram mampu meningkatkan keterlibatan pengguna, memperkuat brand image, dan mendorong keputusan pembelian konsumen. 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. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan pada karyawan PT Unggul Teknologi Cerdas diketahui yang aktif menggunakan internet baik untuk mengerjakan company profil dan surat penawaran maupun untuk sosial media. Sehingga pada paper ini, dilakukan sebuah pelatihan Digital Marketing berupa penerapan desain konten video baik di Instagram atau feed untuk membantu pihak perusahaan dalam mempromosikan produknya

**Kata Kunci:** Digital, Marketing, Konten, Video

### Abstrack

In today's digital era, social media has developed into one of the most influential and effective marketing tools for companies. Instagram, as a visual-based platform, is the main choice in conveying product information and building communication between brands and consumers. Attractive, consistent, and informative visual content design on Instagram can increase user engagement, strengthen brand image, and drive consumer purchasing decisions. Internet marketing or electronic marketing (Internet marketing, e-marketing, or online-marketing) is any effort made to market a product or service through or using electronic media or the Internet. Based on interviews we conducted with employees of PT Unggul Teknologi Cerdas, it is known that they actively use the internet both for working on company profiles and offer letters and for social media. So in this paper, a Digital Marketing training is carried out in the form of applying video content design both on Instagram or feed to help the company promote its products.

**Keywords:** Digital, Marketing, Konten, Video

### PENDAHULUAN

Pada saat ini sudah sering menggunakan 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 (Susanto et al,2023) . Pengertian tentang E-Marketing menurut Armstrong dan Kotler (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 (Herlambang et al, 2024). Yang bisa diartikan sebagai berikut: E-Marketing adalah sisi pemasaran dari E- Commerce, yang terdiri dari kerja dari Perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu produk, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet (Susanto et al, 2022). 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 (Katias dkk, 2024). 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 (Herlambang et al, 2024).

Di era digital saat ini, media sosial telah berkembang menjadi salah satu alat pemasaran yang paling berpengaruh dan efektif bagi perusahaan. Instagram, sebagai platform berbasis visual, menjadi pilihan utama dalam menyampaikan informasi produk dan membangun komunikasi antara brand dengan konsumen (Herlambang et 2024, Yudianto et al,2023) . Desain konten visual yang menarik, konsisten, dan informatif di instagram mampu meningkatkan keterlibatan pengguna, memperkuat brand image, dan mendorong keputusan pembelian konsumen (Yudianto et al, 2022)

Berdasarkan wawancara yang kami lakukan pada karyawan PT Unggul Teknologi Cerdas diketahui yang aktif menggunakan internet baik untuk mengerjakan company profil dan surat penawaran maupun untuk sosial media.

Sehingga pada paper ini diperlukan adanya sosialisasi dan implementasi serta pelatihan Digital Marketing untuk membantu pihak perusahaan dalam mempromosikan produknya melalui media sosial seperti Instagram, facebook dan marketplace yang nantinya akan berdampak pada volume penjualan perusahaan

#### Permasalahan

Permasalahan yang ditangani adalah

Berdasarkan hasil analisis kondisi teridentifikasi dua permasalahan prioritas, yaitu pada bidang ekonomi dan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Adapun detail permasalahan mitra di kedua bidang yang menjadi prioritas dan perlu diselesaikan adalah sebagai berikut :

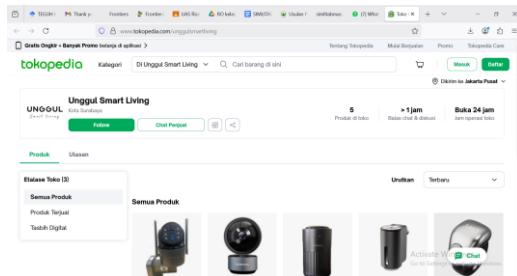
1. Bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK)

Pada bidang TIK, terdapat dua permasalahan prioritas yakni keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pemanfaatan TIK untuk digital marketing

2. Bidang ekonomi

Pada bidang ekonomi, terdapat permasalahan kurnag maksimalnya proses marketing dan promosi produk yang dijual sehingga volume penjualan masih kecil.

Pada gambar 1 memperlihat bahwa sudah ada marketplace namun kurang berjalan, hal ini karena kurang familiarnya dalam optimalisasi digital marketing, Sehingga karyawan dari PT Unggul Teknologi Cerdas perlu diberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait Digital Marketing untuk membantu pihak perusahaan dalam mempromosikan produknya



Gambar 1. Cuplikan Tokok Online PT Unggul Teknologi Cerdas

## GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

Berdasarkan analisis situasi, Penelitian dan pengabdian masyarakat tentang digitalisasi system marketing di PT Unggul Teknologi Cerdas. Dimana salah satu cara digital marketing adalah desain konten video dimana proses menciptakan materi visual bergerak (video) yang dirancang khusus untuk menyampaikan pesan, mempromosikan produk, membangun merek, atau berinteraksi dengan audiens secara digital. Konten video menjadi salah satu alat paling efektif dalam strategi pemasaran digital karena sifatnya yang visual, menarik, dan mudah dikonsumsi. Tujuan utama dari digital marketing ini adalah untuk meningkatkan volume penjualan, brand awareness, membangun kepercayaan dan kredibilitas dan memungkinkan dapat berinteraksi langsung dan real-time dengan audiens

## METODE

Program pengabdian dilakukan dengan pendekatan kolaboratif yang melibatkan tim pengabdi dan pihak mitra. Pendekatan tersebut dilakukan dengan metode edukasi dan pemberdayaan.

1. Sasaran peserta

Sasaran peserta pengabdian masyarakat ini adalah karyaewan PT Unggul Teknologi Cerdasa yang berumus antara 25-40 tahun yang sudah memahami internet

2. Tahapan pelaksanaan

Pelaksanaan program dilaksanakan melalui 3 tahapan besar, yakni perencanaan, ekseskusi, dan

evaluasi. Adapun rincian masing-masing adalah sebagai berikut:

a. Perencanaan

Pada tahapan ini tim pengabdian akan merencanakan pelaksanaan kegiatan dengan menyiapkan instrument, alat, materi, dan juga aplikasi. Materi sosialisasi disiapkan untuk nantinya digunakan sebagai media sosialisasi

b. Sosialisasi

1. Memberikan sosialisasi pentingnya digital marketing

2. Memberikan sosialisasi pembuatan desain konten buat instagram , facebook dan sosial media lainnya

c. Implementasi Aplikasi

Implementasi dari desain konten video sebagai media marketing dan strategi konten apa saja yang perlu diwujudkan

d. Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan terhadap dua hal, yakni evaluasi dampak intervensi yang dilakukan dan evaluasi pelaksanaan program. Evaluasi dampak intervensi dilakukan dengan memberikan lembar feedback peningkatan pengetahuan dan keterampilan. Tidak hanya itu hasil digitalisasi dokumen yang dilakukan juga dijadikan alat evaluasi dampak intervensi dari sisi keterampilan. Sementara untuk evaluasi program ini meliputi evaluasi dari sisi materi yang disampaikan dan pemateri. Adapun untuk evaluasi keberlangsungan program maka diberikan manual book penggunaan aplikasi dan juga pendampingan kepada mitra secara periodik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini mendapatkan pendanaan pada program Pengabdian kepada Masyarakat dan KKN tahun anggaran 2025 Oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat berupa implementasi desain konten video digitalisasi marketing di PT Unggul Teknologi Cerdas yang dapat membantu promosi produk dan yang pastinya akan berimbas ke volume penjualan. Berikut adalah bentuk desain konten



Gambar 1. Contoh Desain Konten untuk digital marketing

para kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan serta mengoptimalkan pembelajaran di kelas oleh mahasiswa dan dipraktekan di lapangan agar dapat mengetahui permasalahan yang ada di Masyarakat. Dengan sumbangsih mahasiswa ini sangat berdampak bagi Masyarakat untuk melakukan pengembangan usahanya.

Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa tim pengabdian masyarakat dan KKN yang terintegrasi ketika memberikan sosialisasi dan pelatihan



Gambar 2. Serangkaian Kegiatan Pengabdian masyarakat di PT Unggul Teknologi Cerdas

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat, berikut adalah kesimpulan yang dihasilkan dari kegiatan tersebut:

1. Pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengabdian masyarakat dan KKN Mahasiswa Prodi Sistem Informasi UNUSA di PT Unggul Teknologi Cerdas terlaksana dengan baik dan lancar
2. Kegiatan pengabdian masyarakat terkait digitalisasi sistem marketing dengan menerapkan desain konten video sebagai media promosi produk di media sosial.
3. kegiatan ini sangat diapresiasi oleh pihak PT Unggul Teknologi Cerdas untuk membantu akseleasi promosi produk melalui digital marketing

## SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat, berikut adalah saran yang dihasilkan dari kegiatan tersebut:

1. kegiatan pengabdian Masyarakat yang terontergrasi dengan KKN sangat diperlukan oleh PT Unggul Teknologi Cerdas, tidak hanya bidang marketing, tetapi di bidang teknologi cerdas unutk pengembangan riset produk
2. Tidak hanya sosialisasi yang diperlukan oleh PT Unggul Teknologi Cerdas tapi pelatihan untuk menambah skill dan kemampuan karyawannya

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada

1. Bapak dan Ibu pengelola LPPM UNUSA yang telah memberikan perijinan dan bantuan informasi terkait tahapan hibah kegiatan pengabdian masyarakat.
2. Direktur PT Unggul Teknologi Cerdas yaitu Bapak Miftahul Huda, S.Kom
3. Tim Pengabdian Masyarakat UNUSA dan KKN Tahun 2025 yang sudah kontribusi waktu, tenaga, dan pikiran.
4. Dan berbagai pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Herlambang, T, Yudianto, F, Susanto, F.A., Rasyid, R.A., dan Sahri, M., 2024, “Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi dan Literasi Digital di Pondok Al Muin Syarif Hidayatullah”, Community Development Journal, Vol 5 No 4, DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.32741>

Herlambang, T., Hasina, S.N., Katias, P., Sahri, M., Ajizah, S., Riansyah, D.A.F., dan Macap, S.R., 2024, “Digitalisasi Sistem Manajemen Posyandu “BOCAHCARE” Sebagai Upaya Pemantauan dan Pencegahan Stunting di Desa Pongangan Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik”, Community Development Journal, Vol 5 No 4, DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.33538>

Katias, P., Herlambang, T., Yudianto, F., Anshori, M.Y., Adinugroho, A., Rasyid, R.A., Sari, M., 2024, “Sosialisasi Pembuatan Pemrograman Mobile Laporan Keuangan di PT Abisakti Surya Megakon”, Community Development Journal, Vol 5 No 4, DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.33539>

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., Herlambang, T., Bayu, M., dan Yudianto, F, 2022, “Sistem Informasi Penjualan Pewangi Pakaian berbasis Website di Toko Parfum Rika Utami Bangil.”, Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer 6.3 (2022): 399-407.

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.

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.

Yudianto, Firman, 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 6.3 (2022): 575-584.

.