



## **Talk Show Digital Marketing Bagi Pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan**

**Restu Aurora Gita Setyani<sup>1\*</sup>, Anis Safitri<sup>2</sup>, Khansanah Nur Febriyanti<sup>3</sup>,  
Hendri Hermawan Adinugraha<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Pekalongan, Kota Pekalongan,  
Kode Pos 51111, Indonesia

\*e-mail: [restuauroragitasetyani@mhs.iainpekalongan.ac.id](mailto:restuauroragitasetyani@mhs.iainpekalongan.ac.id)

### **ABSTRAK<sup>1</sup>**

#### **Kata Kunci**

Digital;  
Generasi Muda;  
Digital Marketing;

Revolusi *digital* terus berlangsung. Hampir semua bisnis mulai melirik dan menggunakan teknologi *digital* untuk perusahaannya. Fenomena dimana semua sektor mulai terjamah teknologi *digital* ini kian kuat dan nyata. Dunia *digital* telah merasuk sampai ke sendi-sendii bisnis contohnya seperti kehadiran transportasi *online*, belanja *online*, dan pembukaan rekening bank pun bisa dilakukan lewat *online*. Revolusi digital seharusnya direspon positif oleh generasi muda sebagai generasi penerus bangsa. Generasi muda harus memiliki *hard skill* yang diimbangi dengan *soft skill* supaya dapat bersaing dan bertahan di era *digital* ini. Pengetahuan mengenai *digital marketing* sebagai salah satu metode pemasaran dengan memanfaatkan teknologi *digital* perlu diketahui dan diimplementasikan oleh generasi muda. Pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan *Talk Show Digital Marketing* yang melibatkan pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan. Kegiatan ini dilakukan secara luring dengan protokol kesehatan yang ketat dengan menghadirkan pemateri. Kegiatan ini membutuhkan persiapan yang cukup panjang meliputi pra-acara, acara, dan pasca-acara. Pra-acara meliputi berbagai persiapan kegiatan. Acara meliputi pelaksanaan kegiatan. Pasca-acara meliputi tindak lanjut dari kegiatan berupa evaluasi kegiatan.

### **ABSTRACT**

#### **Keywords:**

Digital;  
The Younger  
Generation;  
Digital Marketing;

The digital revolution continues. Almost all businesses are starting to look at and use digital technology for their companies. The phenomenon where all sectors have begun to be touched by digital technology is getting stronger and more real. The digital world has penetrated to the joints of business, for example, the presence of online transportation, online shopping, and opening bank accounts can also be done online. The digital revolution should be responded positively by the younger generation as the nation's next generation. The younger generation must have hard skills that are balanced with soft skills in order to compete and survive in this digital era. Knowledge of digital marketing as a marketing method by utilizing digital technology needs to be known and implemented by the younger generation. This service is carried out through Digital Marketing Talk Show activities involving the IPNU and IPPNU Branches of Sumurjomblangbogo Village, Bojong District, Pekalongan Regency. This activity is carried out offline with strict health protocols by presenting presenters. This activity requires a fairly long preparation including pre-event, event, and post-event. Pre-event includes various preparation activities. The event includes the implementation of activities. Post-event includes follow-up activities in the form of activity evaluation.

e-ISSN: 2798-3684

Copyright © 2022 Penulis

Article info: Diterima : 25 Juni 2022 | Disetujui : 10 Oktober 2022

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi memberikan dampak positif kepada manusia dengan menyajikan kemudahan-kemudahan yang membantu manusia dalam melakukan banyak hal (Musnaini et al., 2020). Era revolusi industri 4.0 telah membawa kita menuju perubahan yang begitu cepat, tepat, akurat, modern, dan dinamis sehingga perkembangan teknologi dalam menyajikan informasi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu (Huda, 2018).

Dunia bisnis global telah mengalami transformasi *digital* yang begitu pesat perkembangannya dimana setiap hari kita dihadapkan dengan perubahan yang semakin maju dan canggih, tidak hanya sebatas ilusi saja tapi telah membuka ruang bagi dunia industri untuk menciptakan produk yang inovatif berbasis digital dengan harapan dapat memberikan banyak manfaat untuk perkembangan dunia bisnis baik sekarang maupun masa yang akan datang (Huda, 2021).

Revolusi industri 4.0 dan Era Society 5.0 dengan segala kemudahan dalam memberikan akses data *digital* yang terkoneksi langsung dengan jaringan global berbasis *digital* menuntut pelaku bisnis untuk adaptif dan lebih kreatif dalam mengembangkan bisnisnya mengingat masyarakat global saat ini sudah terbiasa dengan *high technology* dan ini dipastikan secara langsung menuntut produk yang dihasilkan lebih inovatif dengan kualitas layanan yang serba cepat, tepat serta praktis tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Huda, 2021). Bisnis apapun yang hadir di Era Society 5.0 baik jasa, dagang dan industri yang dipadukan dengan teknologi yang berbasis digital dipastikan dapat melaju lebih pesat karena mengikuti perkembangan pasar dan permintaan pasar terlebih dalam hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan (Susanti, 2020).

Setiap perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya perlu didukung oleh tenaga yang terampil dengan harapan bisnis yang dijalankannya mampu bersaing secara profesional dan perusahaan butuh untuk merekrut SDM yang andal tentu saja orang-orang yang berkualitas yang memiliki kemampuan *hard skill* dan *soft skill* yang mumpuni. Di era yang serba *digital* ini diharapkan generasi milenial memiliki bekal ilmu yang cukup agar dapat bersaing dengan kompetitor. Tidak dapat dipungkiri generasi milenial adalah generasi masa depan yang diharapkan menjadi *agent of change* bagi suatu negara. Generasi muda sudah sepatutnya turut andil menangkap peluang bisnis terlebih di era disruptif seperti sekarang ini.

Konsep *digital marketing* sebetulnya sudah sangat terkenal dari beberapa tahun lalu terutama ketika teknologi semakin menunjukkan kemajuan yang pesat. *Digital marketing* adalah semua upaya atau kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan perangkat elektronik atau internet dan dipadukan dengan berbagai strategi pemasaran serta berbagai *platform* media *digital* yang memudahkan pembeli dan penjual untuk saling berkomunikasi secara *online*. Salah satu tujuan *digital marketing* adalah menjangkau target pelanggan dengan lebih efisien dan efektif melalui media *digital* yang ada. Harapannya, *digital marketing* mampu merangkul konsumen secara lebih cepat, tepat, dan luas. Dengan adanya perkembangan ini kita bisa melihat bahwa menciptakan dan menerapkan *digital marketing* untuk bisnis sama saja kita mendukung transformasi *digital*.

Revolusi *digital* ini tidak hanya harus dipahami oleh pelaku bisnis saja melainkan generasi milenial juga. Revolusi *digital* di dunia bisnis tidak hanya semata-mata masuknya internet dan penggunaan komputer saja (Aziz, 2020). Bahkan sekarang sudah sangat banyak *software* yang hadir untuk mengoptimalkan kinerja bisnis dalam skala apapun. Hal ini kemudian berakibat pada munculnya peluang kerja baru di bidang *digital marketing* seperti *social media specialist*, *paid ads specialist*, *SEO specialist*, dan *content writer*. Beberapa profesi tersebut memiliki prospek kerja yang cerah di masa depan mengingat sekarang banyak bermunculan *startup companies* dan *marketplace* yang mengandalkan *digital marketing* sebagai kegiatan utama bisnisnya. Hal ini merupakan kesempatan emas bagi generasi muda Indonesia dalam memilih karier.

Melihat hal ini Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah yang merupakan organisasi mahasiswa di lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Pekalongan yang

sekarang menjadi UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengadakan kegiatan *Talk Show Digital Marketing: Peluang dan Tantangan Generasi Milenial* dalam rangka memfasilitasi generasi muda terutama pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo untuk mengetahui dan mendalami *digital marketing*. Pengetahuan dasar tentang *digital marketing* belum mereka dapatkan di bangku sekolah maka dari itu Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah tertarik untuk mengadakan kegiatan tersebut. Talk show ini dimaksudkan agar seluruh peserta tersebut dapat mengetahui gambaran umum mengenai *digital marketing* dan mengedukasi berbagai peluang dan tantangan yang akan dihadapi mereka di masa depan.

## 2. Pelaksanaan dan Metode

Kegiatan *Talk Show Digital Marketing* meliputi pra-acara, acara, dan pasca-acara. Pra-acara meliputi penentuan konsep kegiatan, pembentukan kepanitiaan, penyusunan proposal kegiatan, rapat persiapan kegiatan, korespondensi, dan publikasi kegiatan. Kegiatan ini berhasil dilaksanakan secara luring dengan protokol kesehatan yang ketat. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa Sumurjomblangbogo, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan pada hari Ahad, 11 April 2021 pukul 08.00 WIB – selesai. Peserta kegiatan ini sudah kami tentukan saat penentuan konsep kegiatan yaitu pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo. Sebagian besar pengurus tengah duduk di bangku SMA/MA dan beberapa dari mereka tengah memulai bisnis kecil-kecilan dengan membuka *online shop*. Kegiatan ini dihadiri sebanyak 42 orang.

Kegiatan ini menggunakan pendekatan pendidikan dan sosialisasi untuk membuka pola pikir pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo dalam menangkap peluang bisnis di era digital tentunya dengan memanfaatkan *digital marketing*. Berikut rancangan kegiatan pengabdian yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan hasil tersebut di atas: 1. Membuka wawasan *digital marketing* secara umum, 2. Memberikan informasi mengenai peluang dan tantangan usaha di era digital, 3. Memberikan informasi kepada pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo dalam mengembangkan usaha dengan *digital marketing*.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari rangkaian acara yang direncanakan dan dilaksanakan dengan matang. Oleh karena itu, dalam rangka memastikan partisipasi aktif peserta maka pelaksana kegiatan telah memberikan beberapa materi yang diharapkan dapat membantu pengurus IPNU dan IPPNU desa tersebut yang masih sangat muda untuk membuka pikiran dan belajar *digital marketing* sebagai peluang bisnis di era *digital*.

### 3.1. Persiapan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Pekalongan yang sekarang telah berganti nama menjadi UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan berupa sosialisasi untuk memberikan pemahaman mengenai *digital marketing* sekaligus peluang dan tantangannya pada pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan. Sebelum memulai sosialisasi, pelaksana kegiatan melakukan analisis situasi dan observasi mitra serta berkoordinasi dengan pihak terkait. Kemudian pelaksana kegiatan menyiapkan materi komprehensif yang relevan dengan masalah mitra.

### 3.2. Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan *Talk Show* ini berlangsung selama kurang lebih 2 jam yang dipandu oleh pemateri bernama Bapak Mu'tasim Bilhaq. Latar belakang pemateri adalah pemilik Batik Mumaddah yang telah malang melintang menggeluti bisnis sarung batik. Sarung batik

produksi Batik Mumaddah telah dikenal luas oleh masyarakat bahkan telah menjadi koleksi sarung beberapa pendakwah terkenal di tanah air. Keberhasilan yang dicapai dalam memasarkan produk oleh Bapak Mu'tasim Bilhaq selaku pemilik bisnis berkaitan dengan *digital marketing*. Pihaknya selalu memiliki strategi pemasaran dengan mengandalkan teknologi digital, seperti memanfaatkan Facebook Ads untuk memasarkan produknya. Maka dengan latar belakang inilah pelaksana kegiatan tertarik untuk mengundang Bapak Mu'tasim Bilhaq pada acara Talk Show *Digital Marketing* bersama pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo selaku pemateri.



**Gambar 1.** Sesi pemaparan materi oleh pemateri

Pembagian angket *pre-test* dilakukan sebelum penyampaian materi pertama. Penyampaian materi pertama diisi dengan pemberian informasi atau wawasan mengenai *digital marketing* secara umum sebagai bekal peserta selaku generasi muda dalam menghadapi tantangan revolusi digital. Sebelum dilanjutkan dengan materi kedua, dilakukan *ice breaking* yang dipandu oleh moderator untuk mencairkan suasana. Materi kedua dilanjutkan dengan memberikan informasi mengenai peluang dan tantangan usaha di era digital. Sesi tanya jawab atau dialog interaktif antara pemateri dengan peserta terjalin selama penyampaian materi. Pada sesi penyampaian materi ketiga yaitu berisi tips atau informasi mengembangkan usaha peserta banyak yang bertanya dan jawaban yang diberikan oleh pemateri sangat memuaskan. 30 menit terakhir dimanfaatkan untuk pembagian dan penyelesaian angket pasca sosialisasi, penutupan, dan foto bersama.



**Gambar 2.** Sesi foto bersama peserta dan pemateri

### 3.3. Evaluasi Pengabdian

Instrumen angket yang dibagikan kepada 42 peserta yang mengikuti *Talk Show* (sosialisasi) tersebut digunakan sebagai alat evaluasi tingkat pemahaman dan kebermanfaatannya pelaksanaan kegiatan yang merupakan pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang sekarang menjadi UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan terhadap pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan refleksi teoritis dari pelaksanaan pengabdian ini sebagian besar pengurus IPNU dan IPPNU Ranting Desa Sumurjomblangbogo mampu mengaplikasikan *digital marketing* dan dapat menyebutkan peluang bisnis sesuai dengan *passion* mereka. Hal tersebut berarti kemungkinan bisnis dapat berasal dari diri sendiri maupun lingkungan terdekat mereka.

Rekomendasi pengabdian ini adalah pengetahuan mengenai soft skill sangat diperlukan oleh generasi muda untuk menghadapi tantangan di era digital seperti saat ini terlebih pengetahuan tentang *digital marketing* yang berguna untuk mengembangkan usaha yang sudah dirintis dan membantu pemerintah dalam meningkatkan pendapatan perkapita, menciptakan lapangan kerja, dan menurunkan angka pengangguran.

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku dekan FEBI IAIN Pekalongan. Selanjutnya, ucapan terima kasih diucapkan kepada Bapak Mu'tasim Bilhaq yang telah berkenan hadir sebagai pemateri dalam kegiatan *Talk Show Digital Marketing* ini. Ucapan terima kasih tidak lupa disampaikan juga kepada pembina organisasi mahasiswa, teman-teman panitia pelaksana, peserta, dan segenap pihak yang telah mendukung kegiatan ini

## Daftar Pustaka

- Abdul Aziz, R. (2020). *Digital Marketing Content*.
- Huda, N. (2018). Analisis Pengaruh Karakteristik Individu, Komunikasi Efektif, dan Iklim Organisasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT. Wismilak Inti Makmur Tbk Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 112.
- Huda, N. (2021). Peluang, Tantangan Dan Dampak Digital Marketing Di Era Society 5.0. *Huda, N.*, 2(2), 126–144. [http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains\\_seni/article/view/10544](http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/10544)[https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=tawuran+antar+pelajar&btnG=%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jfca.2019.103237](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=tawuran+antar+pelajar&btnG=%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jfca.2019.103237)
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. CV. Pena Persada.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>