

## PELATIHAN TEKNIK OPTIMASI PEMASARAN ONLINE UNTUK CALON DIGIPRENEUR

Jeffry Nugraha<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Prodi S1 Bisnis Digital, Universitas Bakti Tunas Husada, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

\*Korespondensi: [jeffry.nugraha@universitas-bth.ac.id](mailto:jeffry.nugraha@universitas-bth.ac.id)

### ABSTRACT

*Digital transformation in Indonesia has started since 1999. It was marked by the first appearance of the Forum Kaskus portal on November 6, 1999. The forum was founded by Andrew Darwis, Ronald Stephanus, and Budi Dharmawan as an “idle” project for the community of Indonesian students who were studying abroad, especially in the United States. Over time, Kaskus grew to become the largest online forum in Indonesia for discussion of various topics, buying and selling, and other communities. In 2004, Internet Marketing activities in Indonesia had begun to become lively, even promoting. This was marked by the growth and development of Internet Marketing community platforms followed by the emergence of several e-commerce platforms including tokobagus.com in 2005, berniaga.com in 2012, blanja.com and elevenia in 2014. With the increasingly fierce digital business competition, these business platforms began to correct and sink in the midst of technological disruption and the increasingly high level of consumer dynamism. Nowadays, it is evident that the development of digital technology has brought significant changes in the world of marketing. This research discusses online marketing optimization techniques that can be applied by aspiring digipreneurs to improve the effectiveness of their digital strategies. By using data as the basis for decision-making, optimization techniques such as website optimization, social media, Google, and marketplace can increase the competitiveness of online businesses. This article also highlights the importance of using Facebook Pixel in retargeting and effective list building strategies. This training is designed to provide socialization as well as knowledge insights for prospective digipreneurs, especially for students of the Digital Business S1 Study Program at Bakti Tunas Husada University related to understanding and practical skills in optimizing online marketing techniques. The participants invited in this activity were 72 participants, mostly followed by student participants who wanted to be literate in the field of online marketing optimization and several students of the digital business study program at Bakti Tunas Husada University who were prepared as digipreneurs. The hope of holding this training is that students of the digital business study program at Bakti Tunas Husada University are able to implement digital strategies effectively, understand the dynamics of digital business, and take advantage of modern marketing technology to increase the competitiveness of their business as prospective digipreneurs..*

**Keywords:** *Digital marketing, marketing optimization, digipreneur, online strategy, Facebook Pixel.*

### ABSTRAK

Transformasi digital di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1999. Pada saat itu ditandai dengan kemunculan portal Forum Kaskus pertama kali pada tanggal 6 November 1999. Forum ini didirikan oleh Andrew Darwis, Ronald Stephanus, dan Budi Dharmawan sebagai proyek “iseng” untuk komunitas pelajar dan mahasiswa Indonesia yang sedang belajar di luar negeri, khususnya di Amerika Serikat. Seiring waktu, Kaskus berkembang menjadi forum online terbesar di Indonesia yang menjadi tempat diskusi berbagai topik, jual beli, dan komunitas lainnya. Pada tahun 2004, aktivitas-aktivitas Internet Marketing di Indonesia sudah mulai semarak, bahkan sudah ramai melakukan promosi. Hal ini ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya platform-platform komunitas Internet Marketing yang diikuti dengan munculnya beberapa platform e-commerce di antaranya munculnya tokobagus.com di tahun 2005, berniaga.com di tahun 2012, blanja.com dan elevenia di tahun 2014. Dengan persaingan bisnis digital yang semakin ketat, platform bisnis tersebut mulai terkoreksi dan tenggelam di tengah-tengah disrupsi teknologi dan tingkat dinamisasi konsumen yang semakin tinggi. Saat ini, terbukti jelas bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran. Penelitian ini membahas teknik optimasi pemasaran online yang dapat diterapkan oleh calon digipreneur untuk meningkatkan efektivitas strategi digital mereka. Dengan menggunakan data sebagai dasar pengambilan keputusan, teknik optimasi seperti optimasi website, sosial media, Google, dan marketplace dapat meningkatkan daya saing bisnis online. Artikel ini juga menyoroti pentingnya penggunaan Facebook Pixel dalam retargeting serta strategi list building yang efektif. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan sosialisasi sekaligus wawasan pengetahuan bagi calon digipreneur, khususnya bagi mahasiswa Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada terkait dengan pemahaman dan keterampilan praktis dalam mengoptimalkan teknik pemasaran online. Adapun peserta yang diundang dalam kegiatan ini diikuti sebanyak 72 peserta yang kebanyakan diikuti oleh peserta mahasiswa yang ingin meleak di bidang optimalisasi pemasaran online dan beberapa mahasiswa program studi bisnis digital

Universitas Bakti Tunas Husada yang disiapkan sebagai *digipreneur*. Harapan diselenggarakannya pelatihan ini adalah agar mahasiswa program studi bisnis digital Universitas Bakti Tunas Husada mampu mengimplementasikan strategi digital secara efektif, memahami dinamika bisnis digital, serta memanfaatkan teknologi pemasaran modern untuk meningkatkan daya saing usaha mereka sebagai calon *digipreneur*.

**Kata Kunci:** *Digital marketing*, optimasi pemasaran, *digipreneur*, strategi *online*, *Facebook Pixel*.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Digitalisasi yang dimulai sejak akhir 1990-an di Indonesia telah mengubah cara individu dan perusahaan menjalankan bisnis mereka. Kemunculan berbagai platform digital, seperti forum *online* dan *e-commerce*, menandai awal dari transformasi besar dalam dunia bisnis digital. Forum Kaskus, yang didirikan pada tahun 1999, menjadi contoh awal dari komunitas digital yang berkembang pesat dan memberikan wadah bagi interaksi serta transaksi *online*.

Transformasi digital di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1999. Pada saat itu ditandai dengan kemunculan portal Forum Kaskus pertama kali pada tanggal 6 November 1999. Forum ini didirikan oleh Andrew Darwis, Ronald Stephanus, dan Budi Dharmawan sebagai proyek “iseng” untuk komunitas pelajar dan mahasiswa Indonesia yang sedang belajar di luar negeri, khususnya di Amerika Serikat. Seiring waktu, Kaskus berkembang menjadi forum online terbesar di Indonesia yang menjadi tempat diskusi berbagai topik, jual beli, dan komunitas lainnya.

Seiring waktu, *trend* bisnis digital terus berkembang dengan munculnya berbagai platform *e-commerce*, seperti; tokobagus.com pada tahun 2005, berniaga.com pada tahun 2012, serta blanja.com dan elevenia pada tahun 2014. Namun, persaingan yang ketat dan perubahan teknologi yang cepat (disrupsi) menyebabkan beberapa *platform* tersebut harus ditutup karena kalah cepat dengan perubahan dinamika teknologi dan bisnis digital. Salah satu contoh nyata bahwa sekarang bahwa *platform e-commerce* seperti; tokobagus.com, bernaiaga.com, blanja.com, serta elevenia sudah “tenggelam” dan sebagai bagian dari sejarah perkembangan bisnis digital di Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa dinamisnya industri digital dan pentingnya pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran digital yang efektif khususnya bagi calon digital preneur (*digipreneur*) yang akan menjadi pemeran utama di masa yang akan datang.

Saat ini, terbukti jelas bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran. Pelatihan ini membahas teknik optimasi pemasaran *online* yang dapat diterapkan oleh calon *digipreneur* untuk meningkatkan efektivitas strategi digital mereka. Dengan menggunakan data sebagai dasar pengambilan keputusan, teknik optimasi seperti optimasi *website*, sosial media, *Google*, dan *marketplace* dapat meningkatkan daya saing bisnis *online*. Artikel ini juga menyoroti pentingnya penggunaan *Facebook Pixel* dalam *Retargeting* serta Strategi *List Building* yang efektif.

Dalam era digital saat ini, optimasi pemasaran *online* menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing bisnis. Para calon *digipreneur* perlu memahami berbagai teknik pemasaran digital yang efektif, termasuk optimasi *website*, penggunaan media sosial, strategi periklanan berbasis data, serta teknik *retargeting* menggunakan *Facebook Pixel* dan *List Building*.

Berdasarkan tantangan besar dari *trend* transformasi digital yang semakin dinamis ini. Maka perlu direspon secara cepat dengan merancang inovasi pelatihan untuk menjawab tantangan besar di era digital ini. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam serta keterampilan praktis yang harus dimiliki oleh mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada dalam mengoptimalkan teknik pemasaran *online*. Dengan mengikuti pelatihan ini, mahasiswa diharapkan mampu mengimplementasikan strategi digital yang efektif, memahami dinamika bisnis

digital, serta memanfaatkan teknologi pemasaran modern untuk meningkatkan daya saing usaha mereka sebagai calon *digipreneur*.

Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pembekalan terhadap mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada berkaitan dengan keterampilan praktis dalam mengoptimalkan teknik pemasaran *online*. Dengan mengikuti pelatihan ini, mahasiswa diharapkan mampu mengimplementasikan strategi digital yang efektif, memahami dinamika bisnis digital, serta memanfaatkan teknologi pemasaran modern untuk meningkatkan daya saing usaha mereka sebagai calon *digipreneur*. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan digital yang mendalam, memungkinkan mereka untuk meningkatkan daya saing dan memanfaatkan berbagai strategi pemasaran online guna memperluas jangkauan bisnis mereka. Adapun penyelenggaraan pelatihan ini memiliki beberapa tujuan penting, diantaranya peserta mampu:

1. Memahami konsep dasar dan strategi pemasaran digital yang efektif.
2. Menguasai teknik SEO, periklanan digital, dan strategi media sosial.
3. Mengimplementasikan studi kasus nyata dalam bisnis digital.
4. Meningkatkan keterampilan analisis data pemasaran untuk pengambilan keputusan.
5. Berkolaborasi dengan sesama *digipreneurs* untuk membangun jaringan bisnis.
6. Menerapkan strategi pemasaran berbasis *trend* terkini.

Dalam era digital saat ini, optimasi pemasaran *online* menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing bisnis. Para calon *digipreneur* perlu memahami berbagai teknik pemasaran digital yang efektif, termasuk optimasi website, penggunaan media sosial, strategi periklanan berbasis data, serta teknik *retargeting* menggunakan *Facebook Pixel* dan *List Building*.

Berdasarkan tantangan besar dari *trend* transformasi digital yang semakin dinamis ini, maka perlu direspons secara cepat dengan merancang inovasi pelatihan untuk menjawab tantangan besar di era digital ini. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam serta keterampilan praktis yang harus dimiliki oleh peserta dalam mengoptimalkan teknik pemasaran *online*. Dengan mengikuti pelatihan ini, mahasiswa diharapkan mampu mengimplementasikan strategi digital yang efektif, memahami dinamika bisnis digital, serta memanfaatkan teknologi pemasaran modern untuk meningkatkan daya saing usaha mereka sebagai calon *digipreneur*.

Pelatihan ini juga bertujuan untuk meningkatkan literasi digital bagi peserta. Dengan ilmu yang diperoleh, peserta tidak hanya memahami teknik pemasaran digital tetapi juga mampu meminimalisir dampak negatif dari dunia digital, seperti hoaks, keamanan data, serta etika dalam berbisnis daring. Selain itu, pemahaman ini akan membantu mereka dalam mendeteksi secara dini kemungkinan hambatan di masa yang akan datang, termasuk perubahan algoritma platform digital, tren pasar, serta tantangan dalam persaingan bisnis digital.

Perkembangan internet di Indonesia mengalami peningkatan pesat dengan jumlah pengguna mencapai 221,56 juta pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan peluang besar bagi bisnis digital untuk berkembang melalui strategi pemasaran *online* yang optimal. Digital marketing tidak hanya melibatkan promosi, tetapi juga analisis data yang mendalam untuk menyusun strategi konten, optimasi, dan *closing* yang lebih efektif. Pelatihan ini membahas berbagai teknik optimasi pemasaran *online* yang dapat diterapkan oleh calon *digipreneur* untuk meningkatkan efektivitas bisnis digital mereka.

## METODE

Metode yang pelatihan yang dipilih dalam kegiatan ini adalah *metode partisipatif* dengan mengedepankan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh tahapan kegiatan, dari perencanaan hingga evaluasi. Pendekatan ini dirancang agar peserta berperan aktif mempraktekan arahan-arahan dari trainer melalui studi kasus yang diberikan secara terprogram. Penerapan materi pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan penerapan hasil pelatihan “Teknik Optimasi Pemasaran Online untuk Calon *Digipreneur*”. Adapun metode partisipatif tersebut diaplikasikan dengan menerapkan beberapa strategi,

diantaranya adalah:

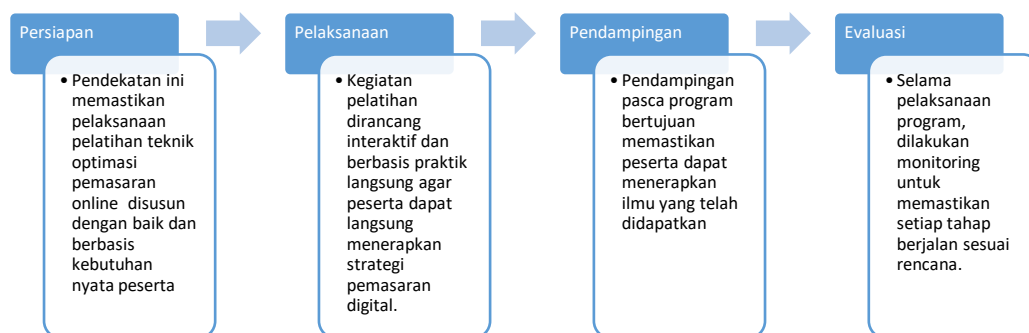
- a) Pembelajaran interaktif dengan diskusi dan tanya jawab.
- b) Studi kasus dan simulasi pemasaran digital.
- c) Pendampingan langsung dari mentor berpengalaman.
- d) Workshop dan praktik langsung.
- e) Evaluasi dan konsultasi pasca pelatihan.

Adapun hasil yang diharapkan dari terselenggaranya pelatihan ini diantaranya adalah:

- 1) Peserta mampu menerapkan strategi pemasaran digital dalam bisnis mereka.
- 2) Peserta mampu meningkatkan keterampilan dalam SEO, periklanan digital, dan social media marketing.
- 3) Peserta mampu meningkatkan pemahaman dalam menganalisis data pemasaran untuk pengambilan keputusan.
- 4) Peserta mendapatkan jaringan bisnis yang lebih luas dengan sesama *digipreneur*.
- 5) Peserta mempunyai kesempatan yang lebih besar dalam upayanya meningkatkan daya saing bisnis di era digital.

Kegiatan pelaksanaan pelatihan dirancang secara interaktif dan berbasis praktik langsung agar peserta dapat langsung menerapkan strategi pemasaran digital. Adapun materi yang diberikan pada tahapan pelaksanaan kegiatan ini antara lain berkaitan dengan: Konsep dan Strategi Optimasi Pemasaran *Online* beserta contoh-contoh kasus implementasi optimalisasi pemasaran online pada perusahaan.

Untuk melihat *feedback* dari pelatihan ini, trainer melakukan analisis hasil praktek peserta dengan melakukan pendampingan pasca pelatihan secara konsisten untuk memastikan peserta dapat menerapkan ilmu yang telah diberikan. Berikut ini tahapan pelatihan teknik optimasi pemasaran *online* tersebut:



**Gambar 1.** Tahapan Kegiatan Pelatihan Optimasi Pemasaran *Online*  
(Diadaptasi dari Kotler & Keller, 2016; Chaffey & Smith, 2017).

Berdasarkan gambar 1 di atas, pelatihan ini dirancang dengan pendekatan berbasis praktik dan *experiential learning*, yang mengombinasikan teori serta simulasi langsung. Metode ini memungkinkan peserta untuk tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga menerapkannya secara langsung dalam kegiatan bisnis mereka. Tahapan metode pelatihan ini meliputi:

1. Pemaparan Teori:

Peserta diberikan materi mengenai dasar-dasar digital marketing, strategi optimasi website, sosial media, Google, dan marketplace.

Pemaparan juga mencakup analisis data dan peran penting teknologi dalam pemasaran online.

Studi Kasus

2. Analisis Contoh Kasus:

Peserta menganalisis berbagai contoh kasus nyata dari bisnis digital yang telah berhasil menerapkan

strategi pemasaran *online*. Pembahasan studi kasus dilakukan untuk memahami faktor keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi.

3. *Workshop* Interaktif:

Peserta mendapatkan kesempatan untuk mengimplementasikan strategi optimasi *website*, sosial media, *Google*, dan *marketplace* dalam simulasi bisnis. Pelatihan mencakup praktik langsung dalam menggunakan berbagai tools pemasaran *digital* seperti; *SEO*, *Facebook Pixel*, *Google Ads*, dan manajemen *marketplace*.

4. Evaluasi dan Pendampingan:

Di akhir pelatihan, peserta akan dievaluasi berdasarkan efektivitas strategi yang telah diterapkan dalam simulasi. Pendampingan diberikan bagi peserta yang membutuhkan bimbingan lebih lanjut dalam mengembangkan strategi pemasaran digital mereka.

Dengan pendekatan ini, peserta tidak hanya memperoleh wawasan teoritis tetapi juga pengalaman langsung dalam menerapkan teknik optimasi pemasaran *online*. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan yang dapat langsung diaplikasikan dalam bisnis digital mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini rangkaian pelatihan yang diberikan kepada peserta guna meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital. Setiap sesi dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam dan praktik langsung sehingga peserta dapat menerapkan strategi yang telah dipelajari dalam bisnis mereka.

1. Optimasi *Website*: Membangun kehadiran digital yang kuat dimulai dengan *website* yang optimal. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan berbagai aspek penting, termasuk:
  - Desain yang modern, responsif, dan sesuai kebutuhan konsumen.
  - Kecepatan *website* yang optimal agar meningkatkan pengalaman pengguna.
  - Konten yang *SEO-friendly* untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari.
  - Pengalaman pengguna yang nyaman dan navigasi yang intuitif.
  - Keamanan *website* dengan penggunaan *SSL* untuk perlindungan data.
  - Penerapan pencarian suara (*Voice Search Optimization*) sebagai tren baru.
  - Penggunaan analitik dan pengujian untuk evaluasi kinerja *website*.
2. Optimasi Sosial Media: Sosial media telah menjadi salah satu alat pemasaran paling efektif di era digital. Dalam sesi ini, peserta dibekali wawasan mengenai:
  - Menentukan tujuan yang jelas dalam strategi pemasaran.
  - Mengenali audiens dan memilih platform sosial media yang tepat.
  - Membuat dan membagikan konten berkualitas secara konsisten.
  - Meningkatkan interaksi dengan audiens untuk membangun loyalitas.
  - Memanfaatkan iklan berbayar dan *user-generated content* untuk jangkauan yang lebih luas.
  - Memahami algoritma media sosial guna mengoptimalkan strategi pemasaran.
3. Optimasi *Google*: Sebagai mesin pencari utama, *Google* memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas bisnis digital. Pelatihan ini mencakup:
  - Penggunaan kata kunci yang tepat untuk meningkatkan peringkat pencarian.
  - Pembuatan konten berkualitas tinggi yang menarik dan informatif.
  - Strategi *backlink* untuk meningkatkan kredibilitas *website*.
  - Pemanfaatan *Google Ads* untuk meningkatkan *traffic* melalui iklan berbayar.
  - Analisis dan pemantauan kinerja untuk terus meningkatkan efektivitas strategi.
4. Optimasi *Marketplace*: Bagi pelaku bisnis yang menggunakan *platform marketplace*, strategi optimasi sangat penting agar produk lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Dalam sesi ini, peserta mempelajari:

- Optimasi daftar produk (*listing*) agar lebih menarik dan mudah ditemukan.
  - Penentuan harga yang kompetitif untuk menarik lebih banyak pembeli.
  - Membangun reputasi toko melalui ulasan pelanggan yang positif.
  - Pemanfaatan fitur iklan dalam platform marketplace untuk meningkatkan visibilitas.
  - Pengelolaan stok dan pengiriman yang efisien untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
  - Pemantauan kinerja toko guna terus meningkatkan pengalaman pelanggan.
5. *Facebook Pixel dan List Building*:
- 5.1. *Facebook Pixel*: *Facebook Pixel* adalah alat yang sangat berguna dalam strategi pemasaran digital. Pelatihan ini menyoroti manfaat utamanya, seperti:
- Remarketing atau retargeting untuk menjangkau kembali pengunjung sebelumnya.
  - Conversion tracking untuk mengukur efektivitas iklan digital.
  - Optimasi iklan berdasarkan perilaku pengguna untuk targeting yang lebih efektif.
  - Segmentasi audiens yang lebih spesifik guna meningkatkan relevansi iklan.
- 5.2. *List Building*: Dalam pemasaran digital, memiliki database pelanggan yang potensial sangatlah penting. Sesi ini menekankan:
- Teknik membangun daftar pelanggan potensial melalui email marketing.
  - Strategi memanfaatkan Facebook Ads untuk menarik traffic yang tertarget.
  - Pentingnya menjaga komunikasi dengan pelanggan melalui konten yang bernilai.

Dengan mengikuti seluruh rangkaian pelatihan ini, peserta diharapkan dapat menguasai strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan aplikatif. Pemahaman yang mendalam mengenai optimasi *website*, sosial media, *Google*, *marketplace*, serta penggunaan *Facebook Pixel* dan *List Building* akan menjadi bekal utama dalam membangun bisnis digital yang sukses dan berdaya saing tinggi.

Sebagai bagian dari evaluasi keberhasilan pelatihan ini, kami juga menganalisis respons dan partisipasi peserta dalam setiap sesi. Gambar yang ditampilkan berikut ini memperlihatkan kegiatan pelatihan terhadap 72 peserta yang kebanyakan diikuti oleh peserta yang ingin melekat di bidang optimalisasi pemasaran *online* dan beberapa mahasiswa program studi bisnis digital yang disiapkan sebagai *digipreneur*:



**Gambar 2:** Topik Utama: Pelatihan Teknik Optimasi Pemasaran Online untuk Calon *Digipreneur*



**Gambar 3:** Suasana Pelatihan terhadap 72 peserta Pelatihan Teknik Optimasi Pemasaran Online untuk Calon Digipreneur

Pelatihan ini bukan hanya teknis semata, dimana peserta diberikan pondasi yang kuat terkait dengan *insight* bagaimana peran yang harus dilakukan oleh seorang *digipreneur* melalui pendalaman studi kasus yang didukung oleh *trend* pemasaran digital terkini, serta pembekalan strategi terkini (*up to date*) yang telah berhasil diterapkan oleh bisnis yang telah berkembang di era digital saat ini. Melalui pendekatan ini, peserta tidak hanya mendapatkan wawasan tentang teori pemasaran digital, tetapi juga belajar dari pengalaman nyata yang dapat mereka adaptasi sesuai dengan kebutuhan bisnis masing-masing.

Keberlanjutan dari pelatihan ini menjadi aspek yang sangat penting, mengingat perubahan yang dinamis dalam dunia digital. Oleh karena itu, kami juga memberikan pendampingan lanjutan kepada peserta untuk memastikan bahwa ilmu yang telah diperoleh dapat diterapkan secara efektif. Selain itu, peserta akan memiliki akses ke komunitas eksklusif yang memungkinkan mereka untuk terus berbagi pengalaman, berdiskusi, dan mendapatkan wawasan terbaru mengenai *trend* pemasaran digital. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat mengembangkan bisnis mereka secara lebih optimal di era digital. Semoga pelatihan ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang berbagai elemen penting yang harus dimiliki *digipreneur* sebagai bekal bagi mereka untuk bisa bertahan dan bersaing di era digital yang semakin kompetitif ini dan semoga pelatihan ini mampu menginspirasi para peserta untuk terus belajar dan berinovasi dalam dunia bisnis digital.

Pemasaran digital terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Dengan strategi optimasi yang tepat, calon *digipreneur* dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka di dunia digital. Mengoptimalkan *website*, sosial media, *Google*, dan *marketplace* merupakan langkah penting untuk meningkatkan visibilitas dan engagement. Selain itu, pemanfaatan *Facebook Pixel* dan strategi *List Building* dapat membantu mengembangkan bisnis secara lebih efektif dan efisien. Pelatihan teknik optimasi pemasaran *online* yang telah dilakukan memberikan wawasan mendalam dan keterampilan praktis kepada peserta. Melalui pendekatan berbasis praktik dan studi kasus, peserta mampu memahami strategi pemasaran digital yang efektif, seperti optimasi *website*, sosial media, *Google*, *marketplace*, serta pemanfaatan *Facebook Pixel* dan *List Building*.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu mengaplikasikan berbagai teknik optimasi dalam simulasi bisnis mereka, meningkatkan pemahaman tentang dinamika bisnis digital, dan mengembangkan strategi pemasaran berbasis data. Selain itu, pendampingan pasca pelatihan memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan teknik yang dipelajari dalam bisnis mereka

secara nyata. Di era digital yang terus berkembang, memahami strategi pemasaran online bukan lagi sekadar pilihan, tetapi sebuah kebutuhan bagi siapa pun yang ingin sukses di dunia bisnis digital.

Pelatihan Teknik Optimasi Pemasaran Online untuk Calon *Digipreneur* atau dikenal dengan "*Optimizing Online Marketing Techniques for Aspiring Digipreneurs*" hadir sebagai solusi komprehensif bagi para pebisnis pemula dan profesional yang ingin menguasai teknik pemasaran digital secara efektif dan aplikatif. Adapun nilai (*value*) yang dapat diambil dari kegiatan ini, khususnya bagi para peserta antara lain:

1. Materi yang *Up-to-Date* dan Relevan:

Salah satu keunggulan utama dari pelatihan ini adalah materi yang selalu diperbarui sesuai dengan perkembangan tren pemasaran digital terbaru. Peserta tidak hanya belajar dasar-dasar pemasaran online, tetapi juga mendapatkan wawasan mendalam tentang SEO, periklanan digital, strategi media sosial, serta analisis data pemasaran yang dapat langsung diterapkan dalam bisnis mereka.

2. Pendekatan Praktis dan Studi Kasus Nyata:

Berbeda dengan pelatihan lainnya yang hanya berfokus pada teori, program ini mengutamakan pendekatan praktis dengan studi kasus nyata. Peserta diberikan kesempatan untuk menganalisis strategi pemasaran dari bisnis yang telah sukses dan menerapkannya dalam skenario bisnis mereka sendiri. Hal ini membantu mereka memahami bagaimana teori bekerja dalam kondisi dunia nyata.

3. Interaktif dan Kolaboratif:

Pelatihan ini dirancang agar interaktif, dengan berbagai sesi diskusi, workshop, dan simulasi yang melibatkan peserta secara aktif. Tidak hanya itu, peserta juga mendapatkan kesempatan untuk berkolaborasi dengan sesama *digipreneurs*, membangun jaringan bisnis yang lebih luas, serta berbagi pengalaman dan strategi pemasaran yang efektif.

4. Bimbingan Langsung dari Mentor:

Salah satu nilai tambah yang membuat pelatihan ini istimewa adalah kehadiran mentor yang merupakan praktisi berpengalaman di bidang digital marketing. Mereka tidak hanya memberikan materi, tetapi juga berbagi pengalaman berharga, tips sukses, serta strategi yang telah terbukti berhasil di industri digital.

5. Dukungan Berkelanjutan Pasca Pelatihan:

Komitmen terhadap keberhasilan peserta tidak berhenti setelah pelatihan selesai. Peserta mendapatkan akses ke komunitas eksklusif di mana mereka bisa terus berdiskusi, berbagi strategi terbaru, dan mendapatkan pembaruan tren digital marketing. Selain itu, ada sesi konsultasi pasca-pelatihan yang memastikan peserta benar-benar bisa menerapkan ilmu yang didapat dalam bisnis mereka.

Secara keseluruhan, pelatihan ini telah berhasil meningkatkan kesiapan peserta, khususnya bagi calon *digipreneur* dengan membekali mereka keterampilan digital yang relevan untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka di era transformasi digital. Pelatihan ini tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis dalam optimasi pemasaran digital, tetapi juga memberikan literasi digital yang lebih luas. Dengan memahami dunia digital secara mendalam, peserta dapat lebih waspada terhadap potensi dampak negatif yang mungkin timbul, seperti penyebaran informasi yang tidak valid, keamanan data, dan etika dalam berbisnis secara daring. Selain itu, melalui wawasan yang diperoleh dari pelatihan ini, peserta juga akan lebih siap dalam mendeteksi secara dini kemungkinan hambatan yang dapat muncul di masa mendatang, baik dalam perubahan algoritma platform digital, tren pasar, maupun tantangan dalam persaingan bisnis digital.

Dengan strategi optimasi yang tepat, calon *digipreneur* dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka di dunia digital. Mengoptimalkan *website*, sosial media, *Google*, dan *marketplace* merupakan langkah penting untuk meningkatkan visibilitas dan engagement. Selain itu, pemanfaatan *Facebook Pixel* dan strategi *List Building* dapat membantu mengembangkan bisnis secara lebih efektif dan efisien. Perlu kita akui bahwa pemasaran digital terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Dengan strategi optimasi yang tepat, calon *digipreneur* dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka di dunia digital. Mengoptimalkan *website*, sosial media, *Google*, dan *marketplace* merupakan langkah penting untuk meningkatkan visibilitas dan *engagement* (interaksi dengan pelanggan). Selain itu, pemanfaatan



*Facebook Pixel* dan strategi *List Building* dapat membantu mengembangkan bisnis secara lebih efektif dan efisien.

Perkembangan pesat teknologi digital telah menciptakan perubahan besar dalam dunia bisnis dan pemasaran. Dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital, calon digipreneur harus memiliki pemahaman yang kuat tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam serta keterampilan praktis dalam mengoptimalkan pemasaran online melalui berbagai teknik seperti optimasi website, sosial media, Google, dan marketplace. Melalui metode pelatihan berbasis praktik dan *experiential learning*, peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam bisnis mereka. Pemanfaatan data sebagai dasar strategi pemasaran memungkinkan digipreneur untuk mengambil keputusan yang lebih akurat dan meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Selain keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan literasi digital yang penting bagi peserta. Dengan pemahaman yang lebih luas, peserta dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan dunia digital, termasuk potensi penyebaran informasi yang tidak valid, keamanan data, dan etika dalam bisnis daring. Literasi digital juga membantu peserta dalam mengantisipasi perubahan algoritma platform digital, memahami tren pasar, serta mengelola persaingan di dunia bisnis online. Lebih dari sekadar penerapan strategi pemasaran *online* atau dikenal dengan istilah *digital marketing*, pelatihan ini juga memberikan wawasan mendalam kepada peserta mengenai proses bisnis dan manajemen risiko. Peserta diajarkan bagaimana menyusun model bisnis digital yang berkelanjutan serta mengidentifikasi potensi hambatan dan ancaman di pasar digital. Dengan memahami faktor risiko, peserta dapat mengembangkan strategi mitigasi yang efektif untuk menghadapi perubahan regulasi, fluktuasi pasar, serta tantangan teknis dalam ekosistem digital.

Selain manfaat yang telah disebutkan di atas, terdapat beberapa wawasan menarik yang bisa diperoleh peserta dari terselenggaranya pelatihan ini, antara lain:

- a) Peserta mampu memahami bagaimana teknologi digital dapat digunakan tidak hanya untuk pemasaran tetapi juga untuk meningkatkan efisiensi operasional bisnis.
- b) Peserta mampu beradaptasi dalam menyesuaikan strategi bisnis berdasarkan pertimbangan perubahan algoritma dan *trend* digital yang terus berkembang.
- c) Peserta juga memahami pentingnya inovasi berkelanjutan untuk mempertahankan daya saing bisnis.
- d) Pelatihan ini diharapkan mampu memberikan wawasan tentang bagaimana mengidentifikasi dan mengatasi ancaman digital seperti serangan siber, hoaks, dan kebocoran data pelanggan mengingat manajemen risiko menjadi bagian penting dalam strategi bisnis digital yang berkelanjutan.
- e) Peserta dapat lebih memahami perilaku konsumen digital, termasuk bagaimana mereka mencari informasi, melakukan pembelian, dan berinteraksi dengan brand secara online.
- f) Peserta dapat merancang strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan target pasar mereka.

Wawasan-wawasan tambahan yang diberikan dalam pelatihan ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah (*value*) yang besar bagi peserta untuk memperkuat kesiapan mereka dalam menjalankan bisnis digital yang lebih inovatif dan berdaya saing.

## **SIMPULAN**

Pelatihan Teknik Optimasi Pemasaran Online untuk Calon Digipreneur telah berhasil memberikan wawasan dan keterampilan praktis kepada peserta dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif. Melalui pendekatan berbasis praktik dan studi kasus nyata, peserta mampu memahami dan menerapkan teknik optimasi pemasaran digital, seperti optimasi website, media sosial, Google, marketplace, serta pemanfaatan Facebook Pixel dan strategi List Building.

Keunggulan utama dari pelatihan ini meliputi materi yang selalu diperbarui sesuai dengan tren terbaru, pendekatan praktis dan interaktif, bimbingan langsung dari mentor berpengalaman, serta dukungan berkelanjutan pasca pelatihan. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teknis tentang pemasaran digital, tetapi juga literasi digital yang lebih luas, mencakup aspek keamanan data, etika bisnis daring, serta pemahaman tentang perubahan algoritma dan tren pasar.

Selain itu, pelatihan ini memberikan wawasan tentang strategi bisnis yang berkelanjutan, manajemen risiko, serta pentingnya inovasi untuk meningkatkan daya saing dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Dengan keterampilan dan wawasan yang diperoleh, peserta diharapkan mampu mengoptimalkan bisnis mereka di dunia digital, meningkatkan efisiensi operasional, serta merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis data.

Secara keseluruhan, pelatihan ini menjadi solusi komprehensif bagi calon digipreneur dalam menghadapi tantangan dan peluang di era transformasi digital, membekali mereka dengan keterampilan dan strategi yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis berbasis digital.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Bakti Tunas Husada atas dukungan dan fasilitasi dalam pelatihan Teknik Optimasi Pemasaran Online. Kami juga mengapresiasi 72 peserta, termasuk calon digipreneur dan mahasiswa bisnis digital, atas partisipasi aktif mereka. Semoga ilmu yang diperoleh bermanfaat untuk pengembangan bisnis digital dan menjadi awal kesuksesan di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (5th ed.). Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Todor, R.-D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 461-466. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.126>
- Yadav, M. S., & Pavlou, P. A. (2014). Marketing in computer-mediated environments: Research synthesis and new directions. *Journal of Marketing*, 78(1), 20-40. <https://doi.org/10.1509/jm.12.0020>
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Todor, R.-D. (2016). *Blending traditional and digital marketing. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 461-466. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.126>
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing* (3rd ed.). Kogan Page.
- Charlesworth, A. (2020). *Digital marketing: A practical approach* (3rd ed.). Routledge.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). *Digital marketing and social media: Why bother? Business Horizons*, 57(6), 703-708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>