

## Workshop Digital Marketing bersama GekrafsKabupaten Asahan Untuk Pelaku Ekonomi Kreatif

Abdul Karim Syahputra<sup>1\*</sup>, Wan Mariatul Kifti<sup>2</sup>, Nurwati<sup>3</sup>, Muhammad Rizki Ananda<sup>4</sup>, Agung Rizqi Nugraha<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Sistem Komputer, Universitas Royal

<sup>2,3,4,5</sup>Sistem informasi, Universitas Royal

<sup>1\*</sup>[abdulkarim.syahputra@gmail.com](mailto:abdulkarim.syahputra@gmail.com), <sup>2</sup>[kifti.inti@gmail.com](mailto:kifti.inti@gmail.com), <sup>3</sup>[nurwati763@gmail.com](mailto:nurwati763@gmail.com), <sup>4</sup>[rizkiananda2905@gmail.com](mailto:rizkiananda2905@gmail.com),

<sup>5</sup>[agungrizqi2311@gmail.com](mailto:agungrizqi2311@gmail.com)

### Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, pelaku ekonomi kreatif seringkali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk atau jasa mereka, terutama di era digital saat ini. Oleh karena itu, penguasaan digital marketing menjadi keterampilan yang sangat penting bagi pelaku ekonomi kreatif agar dapat bersaing dan mengembangkan bisnis mereka. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku ekonomi kreatif dalam memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Workshop ini akan mencakup berbagai topik, antara lain; Pengenalan konsep digital marketing dan manfaatnya bagi pelaku ekonomi kreatif, Pengenalan tentang ekonomi kreatif dan Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Metode yang digunakan dalam workshop ini adalah kombinasi antara ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung. Peserta akan diberikan kesempatan untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman dengan peserta lainnya, serta mendapatkan bimbingan dari fasilitator yang ahli di bidang digital marketing. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan pelaku ekonomi kreatif dalam memanfaatkan digital marketing untuk mengembangkan bisnis mereka serta dapat memperluas jaringan dan kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif, sehingga dapat menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang lebih kuat dan berdaya saing.

**Kata Kunci :** Digital marketing, Ekonomi kreatif, Media sosial.

### Abstract

*Creative economy is a sector with great potential to improve the community's economy. However, creative economy players often face challenges in marketing their products or services, especially in the current digital era. Therefore, mastering digital marketing becomes a very important skill for creative economy players to be able to compete and develop their businesses. This community service activity aims to provide training and assistance to creative economy players in utilizing digital marketing to increase sales and expand market reach. This workshop will cover various topics, including: Introduction to the concept of digital marketing and its benefits for creative economy players, Introduction to the creative economy and the Use of social media for marketing. The method used in this workshop is a combination of lectures, discussions, case studies, and direct practice. Participants will be given the opportunity to interact and share experiences with other participants, as well as receive guidance from facilitators who are experts in the field of digital marketing. The expected outcomes of this activity are an increase in the understanding and skills of creative economy players in utilizing digital marketing to develop their businesses, as well as the expansion of networks and collaboration among creative economy players, thereby creating a stronger and more competitive creative economy ecosystem.*

**Keyword :** Digital marketing, Creative economy, Social media

## PENDAHULUAN

Konsep 'ekonomi kreatif' pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001. Ekonomi kreatif menekankan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam memanfaatkan sumber daya yang tak terbatas, seperti ide dan bakat, untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Berbeda dengan industri kreatif, ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dan mencakup berbagai sektor yang melibatkan kreativitas[1]. Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor potensial dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama di era digital saat ini. Pelaku ekonomi kreatif, yang didominasi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong inovasi.

Indonesia telah menjadikan ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi. Konsep ekonomi kreatif yang menekankan pentingnya kreativitas dan inovasi telah mendorong pertumbuhan sektor ini sejak diperkenalkan pada tahun 2006. Hal ini menunjukkan bahwa ide-ide kreatif dapat diubah menjadi nilai ekonomi yang signifikan[2]. Ekonomi kreatif, yang bertumpu pada kreativitas dan inovasi manusia, telah terbukti menjadi motor penggerak perekonomian, terutama di sektor riil. Dengan memanfaatkan potensi budaya lokal, ekonomi kreatif mampu menciptakan nilai tambah dan membuka peluang usaha baru. Keunggulan sumber daya manusia yang kreatif menjadi kunci keberhasilan dalam mengembangkan ekonomi kreatif[3]. Ekonomi kreatif telah menjadi kekuatan pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor ini tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap PDB, tetapi juga berperan penting dalam mempromosikan kekayaan budaya Indonesia di kancah internasional. Produk-produk kreatif seperti batik dan kuliner telah berhasil menembus pasar global, sekaligus meningkatkan daya saing bangsa[4].

Di Indonesia terdapat gerakan ekonomi kreatif Nasional (Gekrafs) yang bertujuan untuk menciptakan ekosistem perekonomian yang lebih inovatif dari sebelumnya[5]. Gekrafs merupakan komunitas bergerak pada bidang pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dan menghimpun para pelaku ekonomi kreatif. Gekrafs sangat penting bagi perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Dengan bergabung dalam GEKRAFS, tidak hanya dapat mengembangkan bisnis, tetapi juga berkontribusi dalam membangun masa depan Indonesia yang lebih baik. Di Kabupaten Asahan sudah terbentuk GEKRAFS yang saat ini diketuai oleh Didi Prasetyo. GEKRAFS Kab. Asahan juga turut mengembangkan dan memajukan kegiatan-kegiatan ekonomi kreatif dengan salah satu caranya adalah memberikan pelatihan-pelatihan kepada para anggotanya. Hal ini bertujuan agar para pelaku ekonomi kreatif bisa benar-benar maksimal dalam menjalankan usahanya melalui digital marketing.

Digital marketing menawarkan fleksibilitas dan jangkauan yang jauh lebih luas dibandingkan pemasaran konvensional. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, seperti media sosial, bisnis dapat menjangkau konsumen kapan saja dan di mana saja, serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka[6]. Penggunaan media ini memungkinkan perusahaan untuk menghemat biaya promosi dan menjangkau target pelanggan yang lebih luas. Dimana dalam kegiatan Digital Marketing terdapat beberapa proses strategi dalam memasarkan produknya melalui pengembangan, pendistribusian dan mempromosikan serta menetapkan harga atas barang atau jasa yang dilakukan melalui internet atau alat-alat digital seperti Smartphone. Dengan memanfaatkan teknologi digital seperti smartphone, digital marketing memungkinkan perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa secara lebih efektif dan efisien. Proses ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari pengembangan produk hingga promosi[7]. Strategi komunikasi pemasaran yang matang dapat membantu perusahaan menghindari pemborosan biaya promosi dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran, baik dalam konteks online maupun offline[8].

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan kita. Platform ini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan produk atau layanan. Persaingan yang ketat antar platform media sosial mendorong kita untuk terus mencari tahu mana yang paling efektif untuk mencapai tujuan pemasaran kita[9]. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita sehari-hari. Platform ini memungkinkan kita untuk berbagi informasi, berkolaborasi, dan membangun jaringan dengan mudah dan cepat. Baik individu maupun organisasi, semua memanfaatkan media sosial untuk berbagai tujuan, mulai dari komunikasi pribadi hingga promosi bisnis[10]. Media sosial telah merevolusi cara individu berinteraksi, sehingga batas-batas privasi menjadi semakin kabur. Pengguna secara aktif membagikan data pribadi mereka, termasuk informasi demografis, preferensi, dan aktivitas sehari-hari, dalam ruang publik digital [11]. Media sosial menawarkan banyak keuntungan, mulai dari inspirasi dan pertemanan hingga peluang bisnis. Platform ini memungkinkan kita terhubung dengan orang lain di seluruh dunia, berbagi informasi, dan mengeksplorasi minat kita[12].

Namun, pemasaran produk dan jasa mereka seringkali terkendala oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan di bidang digital marketing. Padahal, penguasaan digital marketing merupakan kunci penting bagi pelaku ekonomi kreatif untuk bersaing, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan untuk memberikan pelatihan dan

pendampingan kepada pelaku ekonomi kreatif dalam memanfaatkan digital marketing secara efektif. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku ekonomi kreatif dalam memanfaatkan digital marketing secara efektif, sehingga mereka dapat meningkatkan daya saing dan mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan. Workshop ini akan mencakup berbagai topik, antara lain: Pengenalan konsep digital marketing dan manfaatnya bagi pelaku ekonomi kreatif, Pengenalan tentang ekonomi kreatif dan Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku ekonomi kreatif dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memanfaatkan digital marketing dalam mengembangkan bisnis mereka.

## METODE

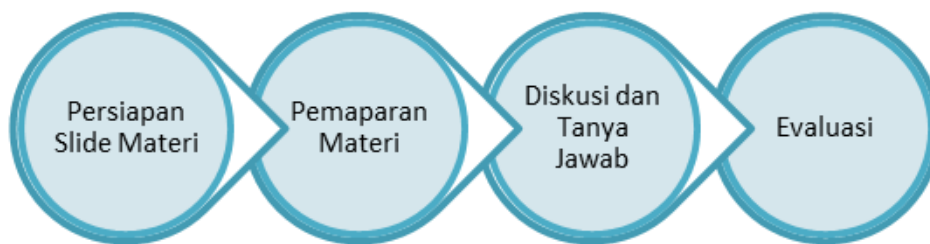
Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung secara langsung dan interaktif di Ruang Aula Kampus 2 Universitas Royal. Kegiatan ini dimulai dengan sambutan dan ucapan terima kasih dari Rektor Universitas Royal, yang menekankan pentingnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mengembangkan potensi ekonomi kreatif.

Selanjutnya, Ketua Gekrafs Kab. Asahan juga menyampaikan sambutan dan mengungkapkan rasa terima kasihnya atas kerja sama yang telah terjalin antara Universitas Royal dan Gekrafs Kab. Asahan. Dalam sambutannya, Ketua Gekrafs Kab. Asahan menekankan pentingnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dalam meningkatkan kemampuan dan kesadaran pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Asahan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berlangsung dengan khidmat dan lancar, serta memberikan manfaat yang signifikan bagi para peserta dan masyarakat luas.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode penyampaian materi dan pengumpulan data. Materi disampaikan secara bertahap, dimulai dari dasar-dasar Digital Marketing. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Selain itu, pelatihan (workshop) juga diselenggarakan untuk mempraktikkan penggunaan Media Sosial dalam pemasaran dan promosi produk. Materi pelatihan disusun untuk mencapai tujuan yang spesifik, yaitu meningkatkan pemahaman tentang Digital Marketing dan praktik penggunaan Media Sosial bagi anggota Gekrafs Kab. Asahan.

Untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui seminar ini, beberapa tahapan harus dilakukan:

1. Persiapan materi dan fasilitas, termasuk slide presentasi, peralatan audiovisual, dan ruang yang nyaman untuk penyampaian materi.
2. Pemaparan materi tentang Digital Marketing dan Praktik Penggunaan Media Sosial kepada para peserta.
3. Sesi diskusi dan tanya jawab untuk memperdalam pemahaman peserta dan memfasilitasi pertukaran ide.
4. Evaluasi keberhasilan kegiatan seminar pada akhir acara untuk mengukur sejauh mana pemahaman peserta yang telah diraih melalui sesi diskusi dan tanya jawab.



Gambar 1. Tahapan dalam kegiatan Workshop

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik masyarakat lokal, terutama pelaku ekonomi kreatif di bawah naungan Gekrafs Kab. Asahan. Dengan mempertimbangkan kondisi masyarakat lokal dan menyesuaikan keinginan serta kemampuan masyarakat, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan kesadaran masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan ekonomi kreatif.

Pada tanggal 20 Desember 2024, kegiatan "Workshop Digital Marketing untuk Pelaku Ekonomi Kreatif" berhasil diselenggarakan dan mendapat respon positif dari para anggota Gekrafs. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang digital marketing, tetapi juga memberikan inspirasi kepada para pelaku ekonomi kreatif untuk membuat media promosi yang modern dan efektif menggunakan teknologi.

Ketua Gekrafs Kab. Asahan sangat mengapresiasi kegiatan ini, karena diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan kesadaran masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan ekonomi kreatif. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif pada pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Asahan.

Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kesenjangan ekonomi di Kabupaten Asahan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti ini perlu terus dilakukan dan dikembangkan untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.



Gambar 2. Sambutan dari Ketua Gekrafs Kab. Asahan

Materi Digital Marketing yang disampaikan dalam pelatihan ini dirancang oleh Tim Dosen dan Mahasiswa Universitas Royal yang memiliki pengalaman luas dalam menggunakan aplikasi media sosial sebagai alat promosi. Dengan demikian, penyampaian materi dapat dilakukan dengan cara yang santai dan interaktif, sehingga para peserta dapat merasa nyaman dan fokus selama pelatihan.

Dalam sesi pertama pelatihan, Bapak Abdul Karim Syahputra, M.Kom menyampaikan materi tentang Digital Marketing yang mencakup pengertian, konsep, dan strategi pemasaran digital. Materi ini dirancang khusus untuk pelaku ekonomi kreatif, sehingga mereka dapat memahami bagaimana menggunakan media digital untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan produk atau jasa mereka. Penyampaian materi ini dilakukan dengan cara yang sistematis dan mudah dipahami, sehingga para peserta dapat dengan mudah mengikuti dan memahami konsep-konsep yang disampaikan. Dengan demikian, diharapkan para peserta dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengembangkan bisnis mereka melalui pemasaran digital.



Gambar 3. Pemaparan Materi tentang Digital Marketing





Gambar 4. Kumpulan isi Slide Materi tentang Digital Marketing

Setelah semua pemaparan materi selesai, selanjutnya Tim Dosen dan Mahasiswa Universitas Royal yang melakukan kegiatan pengabdian ini juga menyempatkan untuk menyampaikan informasi seputar Kelas Karyawan yang dibuka oleh kampus Universitas Royal kepada para peserta Workshop. Tujuannya adalah agar para peserta ataupun kerabat keluarganya yang belum sarjana dapat melanjutkan pendidikan dan berkuliah di Universitas Royal meskipun sedang bekerja.



Gambar 5. Foto Bersama dengan Beberapa Peserta Workshop

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah menunjukkan hasil yang sangat menggembirakan dalam meningkatkan kemampuan pelaku ekonomi kreatif di bidang digital marketing. Dengan memahami konsep digital marketing secara mendalam, pelaku ekonomi kreatif dapat meningkatkan kemampuan bersaing, memperluas jaringan bisnis, dan meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil membangun kerja sama yang efektif dan jaringan yang kuat di antara pelaku ekonomi kreatif, sehingga menciptakan ekosistem yang mendukung bagi pertumbuhan ekonomi kreatif. Hal ini dapat berdampak positif pada perekonomian nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan seperti ini perlu dilanjutkan secara berkelanjutan dan dikembangkan untuk mendukung perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan kesadaran pelaku ekonomi kreatif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan kemajuan bisnis mereka.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi pada kesuksesan kegiatan pengabdian ini. Terima kasih kepada Bapak/Ibu Rektor Universitas Royal yang telah memberikan dukungan dan motivasi yang kuat, sehingga kami dapat melaksanakan

kegiatan ini dengan percaya diri. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu Ketua LPPM Universitas Royal yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berharga dalam proses persiapan kegiatan ini. Saran dan masukan tersebut telah membantu kami dalam meningkatkan kualitas kegiatan dan memastikan bahwa kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih juga kepada Bapak/Ibu Ketua Gekrafs Kab. Asahan yang telah memberikan kepercayaan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan ini kepada para anggota Gekrafs Kab. Asahan. Kami sangat menghargai kepercayaan tersebut dan berharap dapat memenuhi harapan dan kebutuhan para anggota Gekrafs Kab. Asahan. Dengan dukungan dan kerja sama dari semua pihak, kami percaya bahwa kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para anggota Gekrafs Kab. Asahan dan masyarakat luas. Kami berharap dapat terus melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat dan berkontribusi pada pengembangan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. R. Firdaus, A. D. Vynatria, S. L. Husna, M. F. N. Alfareza, and A. A. Hidayah, "Ekonomi Kreatif Sebagai Lokomotif Baru Perekonomian Indonesia Menuju Indonesia Yang Maju," *MANABIS J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 44–52, 2024, doi: 10.54259/manabis.v3i2.2518.
- [2] A. D. A. Syafitri and F. L. Nisa, "Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa," *J. Ekon. Bisnis Dan Manaj.*, vol. 2, no. 3, pp. 189–198, 2024, doi: 10.59024/jjse.v2i3.810.
- [3] E. Aldayana, S. Sudirman, S. Rahayu, C. Budiman, E. W. Satria, and A. Fitriza, "Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal Menjadi Produk Bernilai Tinggi," *J. Pengemb. Masy. Lokal*, vol. 7, no. 1, pp. 226–230, 2024, doi: 10.58406/jpml.v7i1.1613.
- [4] N. Siregar, "TANTANGAN DAN PELUANG EKONOMI KREATIF STUDI KASUS KAMPUNG KAOS MADINA," *J. Ekon. Syariah*, vol. 5, no. 2, pp. 1–11, 2024.
- [5] H. Sumarsono, N. M. Mazenda, N. H. Asri, and ..., "Pelatihan dan pendampingan penggunaan E-Commerce dalam memperbaiki ekosistem perekonomian pelaku usaha (Desa Gunungrejo)," *... Ekon. Bisnis dan ...*, vol. 1, no. 11, pp. 1032–1039, 2021, doi: 10.17977/um066v1i112021p1032-1039.
- [6] A. K. Syahputra, R. Fauziah, A. Ramadhani, and S. N. Intan, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt. Panca Niaga Mandiri Ii Sei Piring," *J. Pemberdaya. Sos. dan Teknol. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 119–124, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JPSTM>
- [7] P. Az-Zahra and A. Sukmalengkawati, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen," *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 2008–2018, 2022, doi: 10.31955/mea.v6i3.2573.
- [8] J. Jasri, N. Arfan, H. Hasanuddin, and H. Ali Hasan, "Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *ILTIZAM J. Syariah Econ. Res.*, vol. 6, no. 2, pp. 212–224, 2022, doi: 10.30631/iltizam.v6i2.1452.
- [9] R. Adi Sofyan and A. Arfian, "Analisis Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Dan Promosi Dengan Menggunakan Metode Topsis," *PROSISKO J. Pengemb. Ris. dan Obs. Sist. Komput.*, vol. 10, no. 1, pp. 56–62, 2023, doi: 10.30656/prosisko.v10i1.5577.
- [10] A. Damayanti, I. D. Delima, and A. Suseno, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang)," *J. PIKMA Publ. Ilmu Komun. Media Dan Cine.*, vol. 6, no. 1, pp. 173–190, 2023, doi: 10.24076/pikma.v6i1.1308.
- [11] I. Putri, Dendi, N. Syukerti, A. I. Mulyadi, and I. Maulana, "Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja," *J. Ilmu Komun. Balayudha*, vol. 2, no. 2, pp. 1–10, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/422>
- [12] F. Yusuf, H. Rahman, S. Rahmi, and A. Lismayani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera," *JHP2M J. Hasil-Hasil Pengabd. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 2, pp. 1–8, 2023.