



## Peran Digital Marketing dalam Upaya Memajukan Perekonomian Forum Genre Kabupaten Bantul dengan Implementasi Tri Nga dan Tri N

Azwar (Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)  
Dika Prawita (Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)  
M. Ahyar SL (Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)  
Ariska Maulana Yusuf (Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)  
Bondhan Prasetyo (Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)

Alamat email Koresponden: [edhie.hartono.71@gmail.com](mailto:edhie.hartono.71@gmail.com)

### Abstrak

Penyuluhan digital marketing pada generasi muda di Forum GenRe Kab. Bantul dibutuhkan untuk meminimalisir adanya kegagalan dalam bisnis yang sedang dibangun. Dengan adanya pelatihan dan pengetahuan mengenai pemasaran pada suatu bisnis akan memberikan keberhasilan terhadap perekonomian pada bisnis tersebut. Untuk mencapai tingkat kestabilan ekonomi, peran remaja produktif yang kaya akan pengetahuan digital marketing sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis. Diadakannya kegiatan penyuluhan mengenai digital marketing pada generasi muda yang produktif dengan tujuan untuk membantu meminimalisir kesalahan pada proses pembangunan bisnis serta bisa mengenali potensi pada usahanya agar terjadinya keberhasilan dan kestabilan perekonomian masyarakat. Hasil penyuluhan menunjukkan dimilikinya pengetahuan, pemahaman dan wawasan tentang pentingnya mengembangkan dan membangaun keterampilan dan kompetensi dengan berwirausaha dan digital marketing. Kegiatan ini telah menambah keahlian dan kemampuan masyarakat khususnya Forum Generasi Berencana Kabupaten Bantul dalam memulai usaha dengan memanfaatkan digital marketing.

**Kata Kunci:** Forum genre, Generasi muda, Digital marketing, Perekonomian.

### Abstract

*Digital marketing counseling for the younger generation at the GenRe District Forum. Bantul is needed to minimize failure in the business being built. Having training and knowledge about marketing in a business will provide economic success for that business. To achieve a level of economic stability, the role of productive teenagers who are rich in digital marketing knowledge is very much needed in the business world. Holding outreach activities regarding digital marketing for the productive young generation with the aim of helping minimize errors in the business development process and being able to recognize the potential in their businesses so that there will be success and stability in the community's economy. The results of the counseling show that they have knowledge, understanding and insight into the importance of developing and building skills and competencies with entrepreneurship and digital marketing. This activity has increased the skills and abilities of the community, especially the Bantul Regency Planning Generation Forum, in starting businesses by utilizing digital marketing.*

**Keywords:** Genre forum, Young generation, Digital marketing, Economy.

## **Pendahuluan**

Remaja usia produktif memiliki peran penting dalam upaya memajukan perekonomian (Farizki et al., 2020). Memajukan perekonomian bisa dilakukan dengan cara meningkatkan suatu bisnis yang berkualitas, karena dengan meningkatnya suatu bisnis dapat menstabilkan perekonomian. Peran remaja usia produktif dapat membantu dalam upaya peningkatan ekonomi yaitu dengan cara membuka bisnis sejak dini (Maulida Sari & Setiyana, 2020). Untuk membuka suatu bisnis perlu adanya pengetahuan lebih mengenai pemasarannya, personal brandingnya, brand image yang baik, dan lain sebagainya, yang berhubungan untuk meningkatkan penjualan dan dapat mempertahankan bisnis tersebut. Dalam menunjang para remaja usia produktif membuka bisnis program pelatihan tentang digital marketing sangat membantu saat akan memulai usahanya. Pelatihan digital marketing yang jika diadakan dan berlangsung dengan baik tentu akan meminimalisir kesalahan setiap remaja yang akan memulai bisnis, sehingga walaupun baru pertama kali menjalankan bisnis para remaja ini akan paham bagaimana menjalankan suatu bisnis dan masalah yang akan mereka hadapi dalam menjalankan usahanya (Sari et al., 2023). Jika pelatihan peran digital marketing ini sukses dijalankan maka setiap pelaku usaha bisa membantu meningkatkan perekonomian di Indonesia (Yulianto et al., 2015). Analisis Situasi Jumlah penduduk usia produktif yang besar akan menjadi peluang dalam menjalankan roda pembangunan dan memajukan perekonomian. Dengan berkembangnya suatu bisnis akan dapat membantu dalam memajukan perekonomian karena kestabilan ekonomi sebagian dipengaruhi oleh adanya suatu bisnis. Namun pada kenyataannya banyak bisnis yang tidak bertahan lama dikarenakan sebagian besar usia produktif di Indonesia masih belum bisa memanfaatkan peranan digital marketing yang baik dan benar, yang dapat digunakan untuk pengembangan bisnis. Oleh karena itu perlu adanya penyuluhan dan pelatihan kepada para remaja usia produktif mengenai peran digital marketing dalam mengembangkan suatu bisnis maka dengan begitu para remaja usia produktif akan memahami peran digital marketing serta pengetahuan mengenai produk image dan personal branding yang baik. Dengan begitu diharapkan setelah semuanya paham akan peranan digital marketing dalam menjalankan suatu bisnis tidak akan terjadi lagi tingkat kebangkrutan mengenai bisnis yang tinggi,

sehingga nantinya akan lebih banyak lagi bisnis-bisnis yang berkembang dan membantu dalam upaya memajukan perekonomian.

## **Metode**

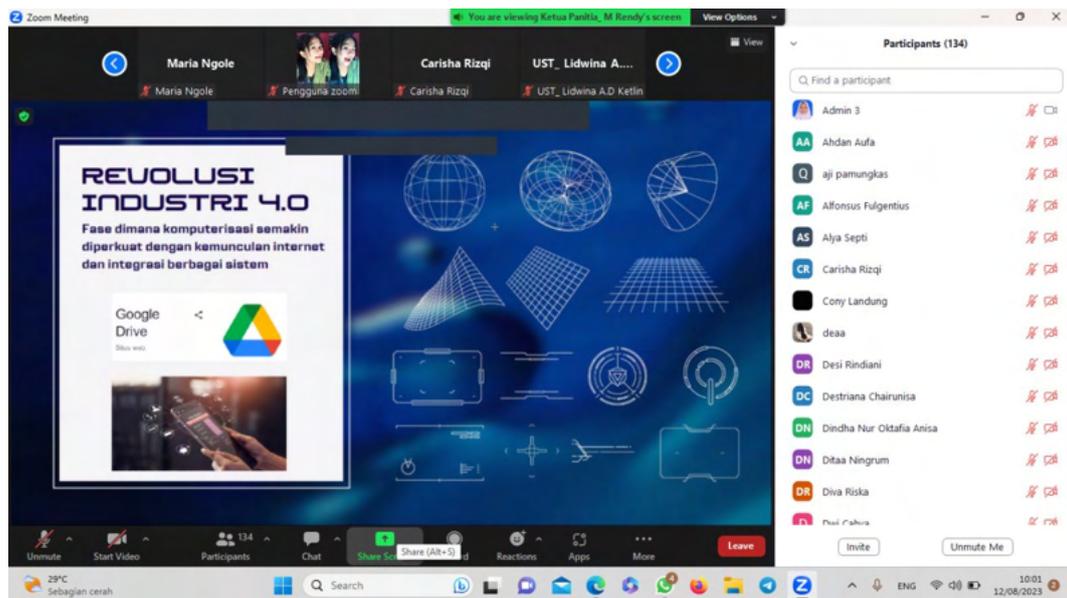
Berdasarkan permasalahan tersebut maka tim pengabdian bersama pihak Forum GenRe Kab. Bantul bersama sama melakukan diskusi untuk menemukan solusi bersama terkait kegiatan yang dibutuhkan remaja jaman sekarang agar bisa mengembangkan suatu bisnis yang berkualitas dan mampu mengembangkan bisnis serta mengembangkan bisnis yang sedang dirintisnya. Selain itu juga perlu cara agar dengan kegiatan yang akan dilaksanakan juga dapat membangun karakter entrepreneurship serta pelatihan yang positif dan membangun bagi individu diusia produktif. Oleh karena itu, metode yang dilakukan adalah

1. Sosialisasi Pelatihan dan Penyuluhan Mengenai Pemanfaatan Digital Marketing
2. Penyusunan Kegiatan yang Bermanfaat Pengembangan SDM pada usia produktif dalam mengelola suatu bisnis.
3. Brainstorming dan Diskusi Mengenai Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Memajukan Perekonomian.
4. Pendampingan Dalam Mengembangkan Kualitas SDM pada Usia Produktif dalam Merintis Bisnis.

## **Hasil dan Pembahasan**

Peserta yang hadir sebanyak 42 orang, 36 anggota forum GenRe Kabupaten Bantul, dan para dosen serta mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Kegiatan dilaksanakan melalui ceramah, diskusi tanya jawab, serta beberapa contoh kasus yang terjadi dalam permasalahan yang terjadi berkaitan dengan keterampilan yang harus dimiliki generasi muda (usia produktif), contohnya tindakan kriminal yang terjadi di D.I Yogyakarta baru-baru ini yang terkenal dengan sebutan “Klitih” dimana tindakan tersebut dilakukan oleh para pemuda yang memiliki usia produktif yang seharusnya bisa membantu dalam proses pelaksanaan pembangunan bangsa dan negara ini. Selain itu para narasumber juga memberikan penyuluhan dan pelatihan secara online melalui via aplikasi Zoom Meeting.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diawali dengan sambutan dari ketua Forum Generasi Berencana (GenRe) Kabupaten Bantul yaitu Muhammad Hengki Setiawan, S.E., M.M. Penyampaian materi pemanfaatan digital marketing di era revolusi industri 4.0 dengan ajaran Tamansiswa oleh Azwar, S.E. M.M beserta narasumber lainnya yaitu Dika Prawita, S.Sos., M.M dan M. Ahyar SL, S.E., M.M.



**Gambar 1.** Materi Penyampaian Revolusi Industri 4.0

“Fase Dimana Komputerisasi Semakin Diperkuat dengan Kemunculan Internet dan Integritas”

Karena di zaman sekarang sekarang teknologi yang semakin berkembang sangatlah memberikan dampak pada revolusi kegiatan yang ada di sekarang ini. Revolusi Industri 4.0 merupakan fenomena yang mengkolaborasikan teknologi siber dan teknologi otomatisasi. Tentunya ini dalam pengaplikasiannya sangat mempengaruhi keterlibatan dengan tenaga manusia yang ada sekarang ini dibalik itu juga dengan kemajuan teknologi ini tentunya juga akan mengurangi keterlibatan tenaga manusia karena tenaga manusia sudah diganti dengan teknologi siber yang sudah sangat berkembang.

Termasuk di dalam dunia industri revolusi 4.0 ini akan mempengaruhi secara signifikan pada kualitas kerja dan biaya produksi. Namun dibalik itu juga bukan hanya pada industri saja masyarakat pada umumnya juga akan mendapatkan keuntungan secara signifikan dari hasil kerja sistem ini. Peralihan pada industri 4.0 tentunya memberikan dampak pada bagaimana seseorang beraktivitas terutama itu menyangkut menjalani hidup mulai itu

mengenai cara memproduksi, mendistribusi, hingga mengonsumsi barang dan berinteraksi dengan perkembangan teknologi informasi yang ada pada saat sekarang ini. Tujuannya, agar Forum Genre termotivasi dalam melaksanakan strategi pemasaran secara digital dalam membangun kearifan lokal. Metode penyampaian materi disajikan dalam bentuk slide power point yang komunikatif dan interaktif disertai dengan gambar-gambar pendukung. Selain itu, pemateri juga menekankan unsur sharing atau berbagi pengalaman tentang penggunaan pemasaran digital dalam kegiatan usaha sehingga peserta kegiatan mudah memahami dan antusias dalam mengikuti setiap penjelasan.



**Gambar 2.** Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing di Era Revolusi Industri 4.0 Dengan Ajaran Tamansiswa

**Sumber:** Dokumentasi Tim Abdimas (2023).

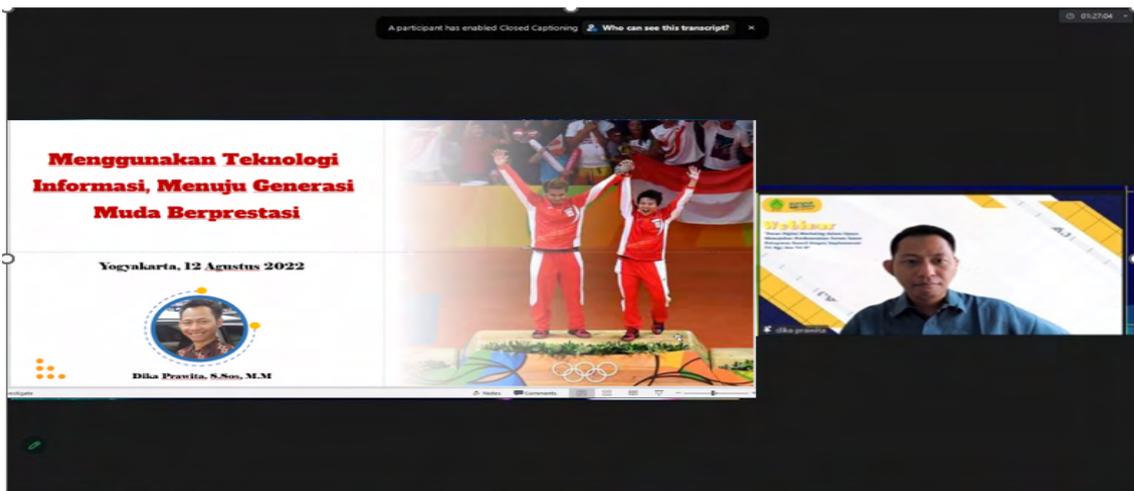
Pada penyampaian ini ketua bdimas memberikan penjelasan mengenai bagaimana proses pemanfaatan digital marketing di era revolusi industri 4.0 dengan ajaran Tamansiswa. Kegiatan tersebut juga dilakukan secara tahap bertahap dengan memberikan penyampaian materi secara lugas dan tepat sebagaimana yang telah saling berkoordinasi secara tim sebelum kegiatan tersebut di mulai sehingga dengan begitu koordinasi antar sesama anggota pun bisa secara teratur dengan baik.

Penyampaian materi pertama ini, mengenai remaja dan mahasiswa masih belum mengetahui pemanfaatan digital marketing dengan maksimal dalam dunia bisnis. Masih banyaknya baik itu remaja bahkan para mahasiswa yang sedang menjalankan pendidikan di universitas pun masih banyak sekali belum memahami tentang marketing digital. Maka

itulah teknologi yang ada di Indonesia yang ada sekarang ini masih belum merata sampai ke pelosok daerah. Kontribusi yang sangat besar pada perkembangan teknologi hanya terdapat pada seorang mahasiswa yang sudah menjalani jenjang pendidikan yang lebih tinggi, oleh karena itulah mahasiswa perlu diberikan pemahaman yang besar supaya ketika mereka sudah menjangkau gelar sarjana harus memahami sedikit demi sedikit apa yang perlu di pahami supaya memberikan kontribusi yang besar untuk di masa depan nantinya.

Era teknologi yang sangat berkembang pesat ini membuat bisnis dimana pun sudah menggunakan aplikasi di smartphone . sehingga banyak sekali bahkan rata-rata orang-orang hanya dari dalam rumah dan dimanapun hanya menggunakan smartphone mereka untuk belanja. Peristiwa ini harus menjadi perubahan kedepan supaya para mahasiswa juga harus mengembangkan teknologi yang ada sekarang ini. Terutama aplikasi belanja yang ada di Indonesia sekarang ini didominasi oleh aplikasi yang berasal dari luar negeri. Anak bangsa perlu kontribusi yang besar supaya mereka bisa bersaing dengan produk luar negeri.

Terkhususnya itu pada sektor UMKM, karena dilihat sekarang ini UMKM sudah mulai tergeserkan oleh penjualan dari luar negeri. Hal ini sangat menjadi evaluasi bagi para mahasiswa yang menjadi tolak ukur bagi bangsa ini, bukan hanya gelar pada nama saja tapi, gelar yang di cari tersebut juga harus memberikan dampak bagi bangsa dan negara. Pemberian motivasi juga sangat memberikan pengaruh bagi para remaja dan mahasiswa supaya mereka ikut juga dalam memberikan dampak bagi negara terutama di bidang industri yang ada sekarang ini. Karena tentunya ini menjadi kerja keras yang besar bagi seorang mahasiswa supaya mereka juga harus memahami di dunia digital marketing dan harus bersaing dengan negara yang sudah berkembang.



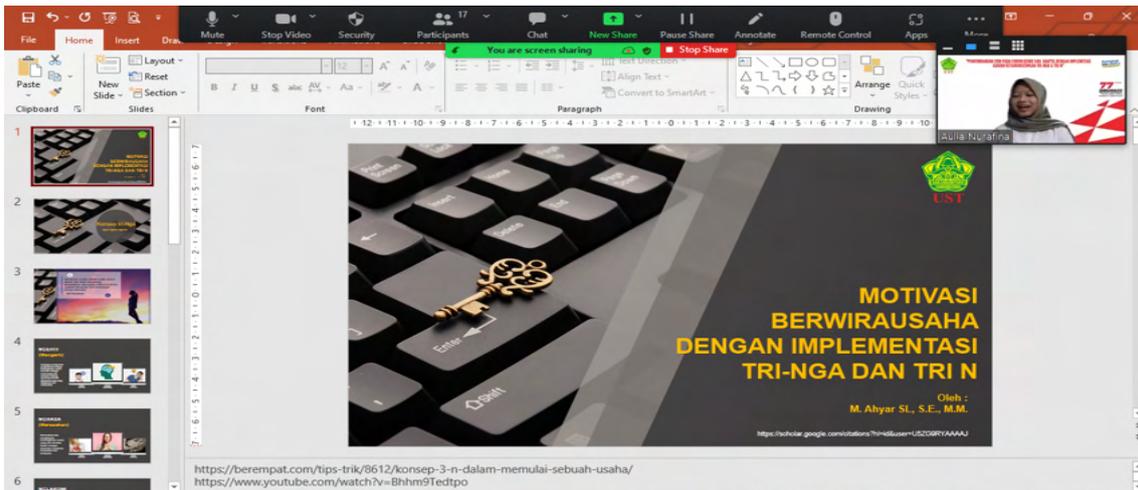
**Gambar 3.** Penyuluhan Penggunaan Teknologi Informasi, Menuju Generasi Muda Berprestasi  
**Sumber:** Dokumentasi Tim Abdimas (2023).

Materi kedua mengenai pada usia produktif belum bisa menciptakan strategi bisnis yang baik seperti penciptaan image produk, personal branding dan lain sebagainya. Banyak sekali produk yang ada pada sekarang ini sudah di perjualkan di aplikasi jual beli. Bukan hanya itu keahlian yang besar dalam menggunakan dunia digital sekarang ini sangat di perlukan dan harus ditingkatkan lebih dari sebelumnya. Terutama itu mengenai personal branding ini menyangkut bagaimana seseorang harus memahami terhadap diri seseorang dalam menjelaskan produk yang diperjualbelikan tersebut. Karena keahlian personal branding ini juga adalah keahlian yang sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan.

Pengenalan produk juga menjadi bahan yang besar yang perlu dievaluasi karena minat seseorang membeli barang juga tergantung bagaimana produsen bisa memberikan pengenalan produk mereka kepada khayalak banyak sehingga dapat menarik para peminat untuk membeli produk tersebut. Pemanfaatan dunia digital marketing ini juga sangat harus di kembangkan karena tentunya teknologi akan semakin terus berkembang dari hari ke hari. Menyangkut pada produk juga harus mengalami perubahan karena terkadang banyak produk yang ditinggalkan oleh para konsumen dengan alasan produk nya tidak ada perkembangan sehingga membuat bosan para peminatnya.

Selanjutnya pemateri juga menunjukkan testimoni secara langsung contoh pemasaran menggunakan Instagram yang berhasil. Peserta dilatih tentang cara pengelolaan media sosial, desain produk sebagai strategi pemasaran digital, pembuatan posting yang menarik

dan mudah dikenali serta waktu yang tepat untuk mengunggah. Lebih lanjut, dalam materi pelatihan dan praktik pemasaran digital juga dijelaskan trik pembuatan konten yang terlihat menarik, khususnya di media instagram misalnya dengan penggunaan foto yang memiliki resolusi tinggi, pemberian #hastage yang terkait, pemberian keterangan gambar yang menarik dan pemilihan waktu yang tepat untuk mengunggah.



**Gambar 4.** Materi Motivasi Berwirausaha dengan Konsep Tri-Nga dan Tri-N

**Sumber:** Dokumentasi Tim Abdimas (2023).

Pemberian materi ke tiga mengenai masih kurangnya keterampilan bagi usia produktif dan belum bisa membangun bisnis dengan baik. Keterampilan penyampaian dalam menyampaikan produk yang diperjualkan sangat harus di perhatikan. Peminat akan minat untuk membeli produk atau brand karena adanya kelebihan juga para penyampaian mengenai produk yang dilakukan oleh produsen tersebut.

Pelatihan keterampilan yang ada sangat mengasah keterampilan bagi para konsumen dalam menawarkan kepada calon konsumen mereka. Penyampaian ini sangat berguna bagi perkembangan produk atau brand tersebut. Berbisnis juga harus selalu mengasah pada keterampilan dalam menawarkan produk yang diperjual belikan kepada calon konsumen.

## **Kesimpulan**

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi pada zaman sekarang yang semakin pesat seiring dengan hadirnya dunia internet. Dunia digital marketing sudah berkembang sangat pesat dan memberikan dampak yangn efektif bagi pertumbuhan perekonomian. Remaja

muda yang produktif adalah komponen penting untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan pelatihan dan pengetahuan akan pemasaran dalam bisnis. Di mana generasi muda masih memiliki kesempatan dan waktu yang produktif untuk membuka bisnis sejak dini. Generasi muda yang mengetahui tentang pentingnya meningkatkan perekonomian dengan adanya pengetahuan digital marketing. Dengan potensi yang ada pada diri generasi muda memberikan bisnis yang berkualitas dan meningkatkan tingginya penjualan. Pengetahuan mengenai dunia teknologi informasi penting untuk diasah oleh generasi muda yang masih memiliki usia produktif. Penyuluhan digital marketing pada generasi muda di Forum GenRe Kab. Bantul dibutuhkan untuk meminimalisir adanya kegagalan dalam bisnis yang sedang dibangun. Dengan adanya pelatihan dan pengetahuan mengenai pemasaran pada suatu bisnis akan memberikan keberhasilan terhadap perekonomian pada bisnis tersebut. Untuk mencapai tingkat kestabilan ekonomi, peran remaja produktif yang kaya akan pengetahuan digital marketing sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis.

## **Ucapan Terima Kasih dan Catatan**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) pemateri, 2) peserta yang mengikuti pembelajaran 3) Kepala LP2M UST.

## **Referensi**

- Farizki, F. I., Salamah, R., Mutiah, T. S. R., Wardhani, W. K., & Siddi, P. (2020). Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 620. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.3374>.
- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>.
- Sari, S. P., Wulandari, D., Sari, D. K., & Sari, I. A. (2023). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Desa Gambiran. *5636(1)*, 74–85.
- Yulianto, Y., Alfiah, F., Harahap, E. P., Pahad, B. A., Andriyanto, A., Azhari, I. A., & Saputra, R. S. (2015). Analisa Peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-Commerce Dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi. *Semnasteknomedia Online*, 3(1), 4-1–25. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/827>.