



# **Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengembangan Kewirausahaan pada Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan**

<sup>1</sup>Aris Ariyanto, <sup>2</sup>Ade Yusuf, <sup>3</sup>Ivantan  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Pamulang

Alamat Surat

E-mail: [dosen02492@unpam.ac.id](mailto:dosen02492@unpam.ac.id), [dosen02504@unpam.ac.id](mailto:dosen02504@unpam.ac.id), [dosen02604@unpam.ac.id](mailto:dosen02604@unpam.ac.id)

## **Article History:**

**Diajukan:** 20 Oktober 2025; **Direvisi:** 3 Desember 2025; **Accepted:** 26 Desember 2025

## **ABSTRAK**

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan saluran digital untuk menjangkau konsumen, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan konversi penjualan. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk memberika pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan di komunitas senam nusantara (KSN) Tangerang Selatan, mengenal dan menguasai tentang Digital Marketing serta teknik pemasaran melalui media sosial dan jaringan internet melalui pembuatan konten yang menarik dengan sarana digital marketing agar dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan untuk meningkatkan perekonomian. Metode yang diterapkan adalah ceramah, demonstrasi, dokumentasi, sharing, tanya jawab, diskusi serta praktek membuat konten pemasaran. Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh oleh peserta yaitu mendapat pelatihan digital marketing yang efektif sehingga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan individu agar mau dan mampu membuat strategi pemasaran menggunakan basis digital pada kegiatan kewirausahaan dan juga mampu merubah pandangan tentang media digital yang pada kenyataannya mampu meningkatkan pendapat pribadi mereka.

**Kata kunci:** pemasaran digital, pemasaran konten dan strategi pemasaran

## **ABSTRACT**

*Digital marketing is a marketing strategy that uses digital channels to reach consumers, build brand awareness, and increase sales conversions. The purpose of Community Service is to provide training on the use of digital marketing in developing marketing and entrepreneurship in the South Tangerang Nusantara Gymnastics Community (KSN), to learn and master Digital Marketing and marketing techniques through social media and internet networks through the creation of attractive content with digital marketing tools in order to generate significant income to improve the economy. The methods applied are lectures, demonstrations, documentation, sharing, questions and answers, discussions and practice in creating marketing content. The results of community service obtained by participants are receiving effective digital marketing training so that it is expected to increase individual knowledge and abilities so that they are willing and able to create marketing strategies using a digital basis in entrepreneurial activities and are also able to change views on digital media which in fact can improve their personal opinions.*

**Keywords:** Digital Marketing, Content Marketing and marketing strategic

## **1. PENDAHULUAN**

Dalam dunia bisnis, marketing atau pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan. Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang ada saat ini, strategi dalam melakukan pemasaran pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern. Jika dulu hanya menggunakan media promosi seperti surat kabar, majalah, radio, ataupun televisi, kini pemasaran sudah dilakukan dengan teknologi internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah Digital Marketing. Manfaat Digital Marketing adalah dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Oleh sebab itu yang baru memulai bisnis dan ingin bisnis bisa cepat dikenal banyak orang, sebaiknya pilihlah strategi digital marketing untuk melakukan promosi. Digital marketing tidak hanya dapat membantu pemilik bisnis dalam menghasilkan klien. Tapi Digital Marketing dapat pula menghemat anggaran iklan.

Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan merupakan kelompok yang aktif melakukan kegiatan senam sebagai sarana kebugaran dan sosial. Sebagian anggota komunitas ini memiliki usaha kecil dan kewirausahaan yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun, hingga saat ini, usaha tersebut masih menggunakan metode pemasaran tradisional yang terbatas cakupannya. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital dan penetrasi internet di Indonesia khususnya di wilayah Tangerang Selatan semakin meningkat. Media sosial dan marketplace menjadi sarana efektif untuk pemasaran produk dan jasa dengan biaya relatif rendah dan jangkauan pasar yang luas. Meski demikian, sebagian besar anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan belum memanfaatkan potensi ini secara optimal karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital marketing.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Komunitas Senam Nusantara (KSN) adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan dalam digital marketing, sehingga pemasaran usaha mereka masih terbatas pada cara konvensional. Melalui pelatihan ini, peserta akan mendapatkan pemahaman tentang konsep digital marketing, cara mengelola akun bisnis di media sosial, teknik pemasaran di marketplace, serta strategi konten dan iklan digital yang efektif.

Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara peluang pasar digital yang ada dengan kemampuan anggota komunitas dalam mengakses dan mengelola pemasaran digital. Selain itu, minimnya pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada digital marketing di komunitas ini memperbesar hambatan dalam pengembangan usaha.

Oleh karena itu, pelatihan pemanfaatan digital marketing sangat penting untuk menjembatani kesenjangan tersebut, memberikan keterampilan praktis, serta mendorong inovasi pemasaran yang dapat meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan. Dengan dukungan pelatihan dan pendampingan yang tepat, anggota komunitas dapat lebih percaya diri dan mandiri dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi digital.

Tujuan utama Pelatihan Pemanfaatan Digital marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan adalah untuk melatih para anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan mengenal dan menguasai tentang Digital Marketing serta teknik pemasaran melalui media sosial dan jaringan internet melalui pembuatan konten yang menarik dengan sarana digital marketing agar dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan untuk meningkatkan perekonomian para anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:27) pemasaran merupakan kegiatan yang mengatur sebuah lembaga dan sebuah proses yang dapat menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan serta bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan dan masyarakat pada umumnya. Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan melalui penawaran dan mereka bebas menukarkan produk dan jasa.

Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017) memperluas definisi bisnis online dengan memasukkan aspek digital marketing, yaitu bagaimana teknologi digunakan untuk memahami, memenuhi, dan

memelihara hubungan dengan konsumen di ruang digital. Digitalisasi pemasaran, melalui media sosial, mesin pencari, dan e-mail marketing, memberikan bisnis kemampuan untuk menjangkau target pasar yang lebih spesifik dan lebih luas, dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2020), salah satu elemen terpenting dalam menumbuhkan bisnis online adalah penerapan strategi pemasaran digital yang efektif. Digital marketing melibatkan berbagai metode seperti Search Engine Optimization (SEO), pemasaran media sosial, email marketing, dan iklan berbayar seperti Google Ads dan Facebook Ads. Dengan memanfaatkan strategi digital marketing, bisnis dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas brand, dan mendorong konversi penjualan.

Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017) dalam buku Marketing 4.0 menekankan bahwa digital marketing melibatkan integrasi antara media digital dan teknik pemasaran modern untuk membangun hubungan dengan konsumen yang lebih baik. Di era digital, konsumen memiliki akses ke informasi yang lebih banyak dan kebebasan untuk memilih produk atau layanan yang mereka inginkan. Oleh karena itu, digital marketing berfokus pada memberikan pengalaman yang relevan dan menarik bagi konsumen, serta menciptakan interaksi yang mendalam dengan mereka

## **2. METODE**

Metode dalam pelaksanaan pelatihan adalah cara yang digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam kegiatan nyata agar tujuan yang telah disusun tercapai secara optimal. Berikut beberapa metode pelatihan yang biasa digunakan pada saat proses pelatihan berlangsung: a) Metode ceramah merupakan metode yang sampai saat ini sering digunakan oleh setiap pelatih. b) Metode Demonstrasi merupakan salah satu metode yang cukup efektif dalam proses pelatihan, karena dapat membantu peserta untuk meningkatkan keterampilan. c) Dokumentasi adalah suatu metode untuk mencari data variabel yang berupa catatan-catatan penting, buku, sebagainya. Metode pelaksanaan yang digunakan pada program kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah metode penjelasan, sharing, tanya jawab, diskusi dan praktek. Pada metode penjelasan, setiap instruktur menyampaikan materi terkait dan membuat tampilan visual berupa slide power point yang ditampilkan ke layar dengan alat LCD proyektor. Pada metode praktek, peserta diajarkan dan praktek langsung memanfaatkan media sosial dan pembuatan konten sebagai strategi pemasaran.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Komunitas senam nusantara (KSN) yang terletak di jalan puspitek setu muncul merupakan komunitas senam nusantara sebagai wadah untuk mengajak serta masyarakat hidup sehat dengan rajin berolahraga. Senam merupakan olahraga yang sangat murah meriah bisa dirasakan oleh semua usia dan lapisan masyarakat sehingga dengan KSN ini bisa mengajak masyarakat untuk hidup lebih sehat, sesuai dengan moto KSN “Bugar Sepanjang Usia”. Melalui KSN, semoga bisa semakin dekat dengan masyarakat, mengajak masyarakat menjaga kesehatan dan bugar sepanjang usia.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pada Anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Kecamatan Setu Kabupaten Tangerang Selatan dengan tema Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan pada Anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan. Meningkatkan strategi digital marketing yang dapat diterapkan untuk bisnis kecil dilakukan pada Anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Kabupaten Tangerang Selatan yang berjumlah 25 peserta.

Pelatihan Strategi Digital Marketing yang dapat di terapkan untuk bisnis kecil pada anggota komunitas senam nusantara (KSN) berjalan cukup baik, karena semua peserta sangat merespon dengan baik dalam kegiatan ini. Berdasarkan wawancara, tanya jawab dalam kegiatan tersebut ada beberapa perubahan yang dilihat dari para peserta pelatihan. Dengan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan individu agar mau dan mampu mengambil tindakan yang dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang digital marketing
- b. Membuat strategi pemasaran menggunakan basis digital pada kegiatan bisnis kecil.
- c. Merubah pandangan tentang media digital yang pada kenyataannya mampu meningkatkan pendapat pribadi mereka maupun anggota komunitas tempat mereka bekerja.

Pemasaran menggunakan media sosial yang baik memerlukan perencanaan strategis, pelaksanaan yang konsisten, dan evaluasi hasil yang berkelanjutan. Berikut adalah langkah-langkah dan praktik terbaik untuk menjalankan pemasaran media sosial yang efektif: Memahami Target Audiens, Menentukan Tujuan Pemasaran, Membuat Konten yang Relevan dan Berkualitas, Interaksi dengan Audiens, Memanfaatkan Fitur dan Alat Platform, Memonitor dan Menganalisis Kinerja, Menghindari Kesalahan Umum, Kolaborasi dengan Influencer, Mengikuti Tren dan Adaptasi, Fokus pada Hubungan Jangka Panjang.

Beberapa faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah besarnya minat dan antusiasme peserta selama kegiatan, sehingga kegiatan berlangsung dengan lancar dan efektif. Sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan waktu sosialisasi.

#### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh dosen-dosen program studi Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu dilakukan pada anggota komunitas senam nusantara (KSN) Tangerang Selatan yang berjumlah 25 peserta. Harapannya dengan pengabdian ini dapat membuka wawasan baru dan memaksimalkan pemanfaatan digital marketing dalam upaya pengembangan pemasaran dan kewirausahaan pada anggota komunitas senam nusantara (KSN) Tangerang Selatan. Dari kegiatan ini diharapkan dapat menambah pendapatan yang signifikan untuk meningkatkan perekonomian para anggota komunitas senam nusantara (KSN) Tangerang Selatan.

Saran yang ditujukan untuk warga anggota organisasi KSN Kota Tangerang Selatan khususnya peserta dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah agar memanfaatkan setiap peluang yang ada, khususnya khususnya memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang baik, bukan hanya dijadikan sebagai alat hiburan semata, tetapi dihadikan sebagai media menambah pendapatan dalam bisnis yang sudah dijalankannya. Dengan rasa percaya diri dan keyakinan serta konsisten maka tujuan bisnis untuk mendapatkan pendapatan akan mudah tercapai.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Yusuf, A., Ariyanto, A., & Ivantan, I. (2024). Meningkatkan Soft Skill Komunikasi Pemasaran yang Efektif pada Desa Rancasumur Kec. Kopo Kab. Serang. *AMANA MENGABDI*, 1(1), 87-92.
- Ariyanto, A., Ghozali, Z., Munyati, M., Ambarwati, R., Nelly, N., Revita, N., ... & Pratisila, M. (2024). *Manajemen Layanan Pelanggan*.
- Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., Akbar, M. F., & Munarsih, M. (2020). Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Curug Angkre melalui Media Sosial di Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2), 95-99
- Ariyanto, A. (2021:10). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Sejak Dini. *Entrepreneurial Mindsets & Skill*, 1. Insan Cendekia Mandiri
- Ariyanto, A., & Capriati, Z. F. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Umkm Anggota Majelis Taklim An-Nisaa. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1), 22-25.
- Ariyanto, A., Prasada, D., Oktavianti, N., & Wijayanti, K. D. (2022). Edukasi Bagaimana Menjadi Wirausaha Di Babakan Kelapa Dua Kecamatan Setu Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 1(2), 31-37.

- Bangun, R., Komarudin, P., Sari, P. N., Ariyanto, A., Mulyani, M., Afnarius, S., ... & Dyanasari, D. (2023). *ELECTRONIC BUSINESS*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. E., ... & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of indonesian smes. *Academic and Scientific Journals*, 6(1), 37-44.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce 2016: Business, Technology, Society* (12th ed.). Pearson.
- Faisal, M., Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2020). Solusi Bisnis Online Dimasa Pandemic Pada Rumah Tahsin Al Hikam, Pondok Kacang Timur Tangerang Selatan. *DEDIKASI PKM*, 2(1), 44-49.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce 2016: Business, Technology, Society* (12th ed.). Pearson.
- Ryan, D., & Jones, C. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Wijayanti, K. D., Ariyanto, A., & Sudarsono, A. (2022). Menumbuhkan Minat Wirausaha Melalui Pelatihan Pembuatan Minuman Kekinian. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1), 7-11.