



Penguatan Kemampuan Manajemen Pemasaran melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Berbasis Psikologi Positif dan Literasi Hukum Ketenagakerjaan

Strengthening Marketing Management Skills through Positive Psychology-Based Digital Marketing Strategy Training and Employment Law Literacy

Indah Sari Liza Lubis¹, Donny Setha², Edy Firmansyah³, Anto Tulim⁴, Mella Yunita⁵, Rayu Sri Wahyuni⁶

^{1,2,5} Universitas Tjut Nyak Dhien

³ Universitas Putra Abadi Langkat

^{4,6} Universitas Mikroskil

E-mail: indah99_psycho@yahoo.com

Abstract

This Community Service (PKM) program aims to improve the marketing management skills of business actors through digital marketing strategy training combined with a positive psychology approach and employment law literacy. This program is designed to help participants understand effective digital marketing techniques, develop a positive mindset in facing business competition, and improve their understanding of rights and obligations in employment relationships. The implementation method includes preparation, socialization, training, mentoring, and monitoring and evaluation. The training was conducted using lectures, interactive discussions, and case studies covering digital marketing strategies, positive psychology development, and employment law literacy. Evaluation of the program was carried out by measuring the level of participant understanding, participation during the activity, and the ability of participants to apply the material provided. The results of the activity show that overall, the PKM program successfully achieved its stated goals, namely improving digital marketing management skills, strengthening participants' positive character, and increasing understanding of employment law to support organizational productivity and competitiveness by 75%.

Keywords: Marketing management, digital marketing, positive psychology, employment law literacy, community service

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran pelaku usaha melalui pelatihan strategi pemasaran digital yang dipadukan dengan pendekatan psikologi positif serta literasi hukum ketenagakerjaan. Program ini dirancang untuk membantu peserta memahami teknik pemasaran digital yang efektif, membangun pola pikir positif dalam menghadapi persaingan bisnis, serta meningkatkan pemahaman mengenai hak dan kewajiban dalam hubungan kerja. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap persiapan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Pelatihan dilaksanakan menggunakan metode ceramah, diskusi interaktif, dan studi kasus yang mencakup materi strategi pemasaran digital, pengembangan psikologi positif, dan literasi hukum ketenagakerjaan. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengukuran tingkat pemahaman peserta, partisipasi selama kegiatan, serta kemampuan peserta dalam menerapkan materi yang telah diberikan. Hasil kegiatan menunjukkan secara keseluruhan, program PKM berhasil mencapai sasaran yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran digital, memperkuat karakter positif peserta, serta meningkatkan pemahaman mengenai hukum ketenagakerjaan guna mendukung produktivitas dan daya saing organisasi sebesar 75%.

Kata Kunci: Manajemen pemasaran, pemasaran digital, psikologi positif, literasi hukum ketenagakerjaan, pengabdian kepada masyarakat.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis digital yang lebih efektif, terukur, dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, website, dan berbagai *platform* digital menjadi sarana penting bagi organisasi maupun pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar (Santoso, Budi, 2024). Oleh karena itu, sumber daya manusia (SDM) dituntut memiliki kemampuan manajemen pemasaran digital yang memadai agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis (Fauziah dan Suarantalla, 2025).

Transformasi digital yang terjadi pada berbagai sektor usaha menunjukkan bahwa pemasaran digital menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan organisasi dalam menarik dan mempertahankan pelanggan (Sirait dan Batubara, 2025). Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa masih banyak tenaga kerja yang belum memiliki kompetensi pemasaran digital yang memadai, khususnya dalam pengelolaan media sosial, pembuatan konten pemasaran, strategi branding, dan analisis perilaku konsumen. Kondisi ini menyebabkan rendahnya efektivitas kegiatan pemasaran dan kurang optimalnya pencapaian target organisasi (Komariyah dan Mashudi, 2025).

Pada lingkungan kerja mitra PKM, yaitu di PT Medan Teknologi Indonesia ditemukan bahwa sebagian karyawan masih mengalami keterbatasan dalam memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi belum dilakukan secara optimal karena kurangnya pengetahuan mengenai teknik pemasaran digital, penyusunan konten yang menarik, serta pengelolaan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, pemahaman mengenai hak dan kewajiban tenaga kerja berdasarkan peraturan ketenagakerjaan masih relatif rendah. Kurangnya literasi hukum ketenagakerjaan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam hubungan kerja dan menghambat terciptanya lingkungan kerja yang produktif. Di sisi lain, belum banyak program pelatihan yang mengintegrasikan strategi pemasaran digital dengan pendekatan psikologi positif dan literasi hukum ketenagakerjaan secara bersamaan.

Pelaksanaan PKM ini menjadi penting karena penguatan kemampuan manajemen pemasaran digital tidak hanya membutuhkan penguasaan teknologi dan strategi pemasaran, tetapi juga dukungan kondisi psikologis yang positif serta pemahaman hukum ketenagakerjaan yang memadai. Integrasi ketiga aspek tersebut diharapkan mampu menciptakan tenaga kerja yang kompeten, produktif, inovatif, dan memiliki kesadaran hukum dalam menjalankan aktivitas pemasaran. Melalui pelatihan



strategi pemasaran digital berbasis psikologi positif dan literasi hukum ketenagakerjaan, peserta diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital, mengembangkan sikap optimis, kreatif, dan adaptif dalam bekerja, memahami hak dan kewajiban tenaga kerja sesuai regulasi yang berlaku, serta meningkatkan efektivitas pemasaran dan produktivitas organisasi.

Berbagai program pelatihan yang telah dilakukan umumnya hanya berfokus pada peningkatan keterampilan pemasaran digital tanpa memperhatikan faktor psikologis individu dan aspek hukum ketenagakerjaan. Hal ini dapat diketahui melalui penelitian (Ardiyansyah, 2023) menjelaskan bahwa pelatihan digital marketing diberikan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam pemasaran produk melalui media digital guna meningkatkan penjualan. Penelitian (Lubis, 2023) menjelaskan bahwa program pelatihan berfokus pada pemahaman strategi pemasaran digital, pemanfaatan teknologi digital, dan praktik penggunaan media digital untuk promosi produk dan layanan. Ada penelitian lainnya, yaitu penelitian (Rahmawati, Desy, 2024) menyebutkan bahwa pelatihan secara khusus difokuskan pada penguasaan strategi pemasaran digital karena peserta belum mengadopsi digital marketing dalam kegiatan usahanya. Sebaliknya, pelatihan psikologi positif dan literasi hukum ketenagakerjaan sering dilaksanakan secara terpisah dari pengembangan kompetensi pemasaran (Adhipratama dan Ernungtyas, 2025). Kesenjangan tersebut menunjukkan bahwa masih terbatasnya program pemberdayaan SDM yang mengintegrasikan ketiga aspek, yaitu strategi pemasaran digital, psikologi positif, dan literasi hukum ketenagakerjaan dalam satu model pelatihan yang komprehensif (Mahirun, 2024). Oleh karena itu, PKM ini menawarkan pendekatan yang lebih holistik melalui penguatan kemampuan manajemen pemasaran yang didukung oleh pengembangan karakter positif dan pemahaman hukum ketenagakerjaan.

METODE PENERAPAN

Metode penerapan pada kegiatan PKM Penguatan Kemampuan Manajemen Pemasaran melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Berbasis Psikologi Positif dan Literasi Hukum Ketenagakerjaan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan pendampingan melalui ceramah, diskusi interaktif dan studi kasus. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif dengan didukung oleh psikologi positif dan pemahaman hukum ketenagakerjaan (Ndoluanak, 2023).



TAHAPAN PELAKSANAAN

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini tim PKM melakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi dan wawancara dengan pihak manajemen serta karyawan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi awal kompetensi pemasaran digital, tingkat pemahaman psikologi positif, dan literasi hukum ketenagakerjaan peserta. Kegiatan yang dilakukan meliputi Koordinasi dengan mitra, analisis kebutuhan pelatihan dan penjadwalan kegiatan PKM (Idrus, Idham Irwansyah, 2023).

2. Tahap Sosialisasi

Tim PKM memberikan sosialisasi mengenai tujuan, manfaat, dan mekanisme pelaksanaan program kepada peserta (Ismail, Maula, 2023). Kegiatan ini bertujuan membangun pemahaman dan komitmen peserta selama mengikuti program. Materi sosialisasi meliputi pentingnya pemasaran digital dalam dunia kerja, peran psikologi positif dalam meningkatkan kinerja dan pentingnya pemahaman hukum ketenagakerjaan.

3. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara interaktif melalui metode ceramah, diskusi, studi kasus, simulasi, dan praktik langsung, seperti pelatihan strategi pemasaran digital (Yahya, Muhammad, 2023). Materi yang diberikan meliputi konsep dasar manajemen pemasaran digital, strategi pemasaran melalui media sosial, *content marketing* dan *branding digital* dan analisis kinerja pemasaran digital. Pelatihan psikologi positif, materi yang diberikan meliputi pengembangan optimisme dalam bekerja, resiliensi menghadapi tantangan bisnis, penguatan motivasi dan kreativitas dan peningkatan *self-efficacy* dalam pemasaran. Pelatihan literasi hukum ketenagakerjaan, dimana materi yang diberikan meliputi hak dan kewajiban pekerja, perjanjian kerja dan hubungan industrial, perlindungan tenaga kerja dan etika profesional dalam lingkungan kerja.

4. Tahap Pendampingan

Setelah pelatihan, peserta memperoleh pendampingan dalam menerapkan materi yang telah dipelajari (Hariani, 2023). Pendampingan dilakukan secara langsung maupun daring. Kegiatan pendampingan meliputi penyusunan strategi pemasaran digital, pembuatan konten promosi digital, pengelolaan media sosial bisnis, konsultasi penerapan psikologi positif dalam pekerjaan dan konsultasi terkait permasalahan ketenagakerjaan.



5. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program melalui observasi kemampuan dan pemahaman peserta, penilaian hasil praktik pemasaran digital dan evaluasi kepuasan peserta (Septantiningtyas, 2023).

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Kegiatan PKM ini telah dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan ini diikuti oleh karyawan dan tenaga kerja mitra yang memiliki keterlibatan dalam aktivitas pemasaran dan pengembangan usaha. Pelaksanaan pelatihan memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai strategi pemasaran digital, khususnya dalam pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, pengelolaan hubungan pelanggan (*customer relationship management*), serta penggunaan platform digital sebagai sarana pemasaran. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya psikologi positif dalam meningkatkan motivasi, optimisme, kreativitas, dan kemampuan menghadapi tekanan kerja.

Selain itu, peserta mendapatkan edukasi mengenai literasi hukum ketenagakerjaan yang mencakup hak dan kewajiban pekerja, hubungan kerja, perlindungan tenaga kerja, serta etika profesional dalam lingkungan kerja. Materi ini membantu peserta memahami aspek hukum yang berkaitan dengan aktivitas kerja sehingga dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan produktif.

Ketercapaian sasaran kegiatan diukur berdasarkan tingkat partisipasi peserta, peningkatan pemahaman materi, kemampuan penerapan strategi pemasaran digital, serta perubahan sikap kerja yang lebih positif.

Tabel 1 Ketercapaian Sasaran PKM

No	Sasaran Program	Indikator Keberhasilan		Tingkat Ketercapaian
1	Meningkatkan pengetahuan pemasaran digital	Peserta memahami konsep dan strategi pemasaran digital		Tercapai 75%
2	Meningkatkan keterampilan penggunaan media digital	Peserta mampu membuat dan mengelola konten pemasaran digital		Tercapai 75%
3	Meningkatkan pemahaman psikologi positif	Peserta memahami pentingnya	memahami optimisme,	Tercapai 75%



		motivasi, dan resiliensi dalam bekerja	
4	Meningkatkan literasi hukum ketenagakerjaan	Peserta memahami hak dan kewajiban tenaga kerja	Tercapai 75%
5	Meningkatkan produktivitas dan kreativitas kerja	Peserta mampu menerapkan strategi pemasaran yang lebih inovatif	Tercapai 75%
6	Menyusun rencana pemasaran digital	Tersusunnya strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh mitra	Tercapai 75%

Sumber: PT Medan Teknologi Indonesia, 2026

Pelaksanaan kegiatan memberikan dampak positif bagi peserta dan mitra, antara lain:

1. Peningkatan kompetensi SDM, dimana peserta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pemasaran digital sehingga mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan promosi dan pemasaran.
2. Peningkatan kemampuan praktis, dimana peserta mampu membuat konten promosi yang lebih menarik, mengelola media sosial secara profesional, serta memahami dasar-dasar analisis pemasaran digital.
3. Terbentuknya sikap kerja positif, dimana melalui pendekatan psikologi positif, peserta menunjukkan peningkatan motivasi kerja, optimisme, kemampuan beradaptasi, dan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan pekerjaan.
4. Peningkatan kesadaran hukum, dimana peserta memahami hak dan kewajiban sebagai pekerja sehingga dapat menciptakan hubungan kerja yang lebih baik dan sesuai dengan peraturan ketenagakerjaan.

Luaran yang diharapkan dari kegiatan PKM ini meliputi peningkatan kompetensi peserta dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital, peningkatan pemahaman peserta mengenai hak dan kewajiban tenaga kerja berdasarkan peraturan ketenagakerjaan, peningkatan kemampuan pengelolaan media sosial bisnis dan pembuatan konten pemasaran digital dan peningkatan kinerja pemasaran organisasi/mitra yang ditunjukkan melalui peningkatan jangkauan promosi digital dan interaksi pelanggan.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, kegiatan PKM berjalan dengan baik dan memperoleh respons positif dari peserta. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa materi yang

diberikan relevan dengan kebutuhan pekerjaan serta dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas pemasaran dan pengelolaan sumber daya manusia di lingkungan kerja.

Secara keseluruhan, program PKM berhasil mencapai sasaran yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran digital, memperkuat karakter positif peserta, serta meningkatkan pemahaman mengenai hukum ketenagakerjaan guna mendukung produktivitas dan daya saing organisasi sebesar 75%.



Gambar 1 Pelatihan Penguatan Kemampuan Manajemen Pemasaran di PT Medan Teknologi Indonesia

KESIMPULAN

Kegiatan PKM Penguatan Kemampuan Manajemen Pemasaran melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Berbasis Psikologi Positif dan Literasi Hukum Ketenagakerjaan telah terlaksana dengan baik dan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui metode ceramah, diskusi interaktif, studi kasus, dan pendampingan, peserta memperoleh peningkatan pengetahuan serta keterampilan dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar saat ini.

Pelatihan psikologi positif memberikan kontribusi dalam meningkatkan motivasi, optimisme, kreativitas, resiliensi, dan kepercayaan diri peserta dalam menghadapi tantangan pekerjaan. Sementara itu, literasi hukum ketenagakerjaan membantu peserta memahami hak dan kewajiban pekerja sehingga dapat menciptakan hubungan kerja yang lebih harmonis, produktif, dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep pemasaran digital, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, serta menerapkan nilai-nilai psikologi positif dan kesadaran hukum dalam lingkungan kerja. Selain itu, kegiatan ini menghasilkan luaran berupa penerapan strategi pemasaran digital yang dapat diimplementasikan oleh mitra, peningkatan pemahaman peserta mengenai hak dan kewajiban tenaga kerja berdasarkan peraturan ketenagakerjaan, peningkatan kemampuan pengelolaan media sosial bisnis dan pembuatan konten pemasaran digital dan peningkatan kinerja pemasaran organisasi/mitra yang ditunjukkan melalui peningkatan jangkauan promosi digital dan interaksi pelanggan.

Dengan demikian, program PKM ini memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memperkuat kompetensi pemasaran digital, serta mendukung peningkatan produktivitas dan daya saing organisasi di era transformasi digital. Keberlanjutan program melalui pendampingan dan implementasi hasil pelatihan diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi pengembangan sumber daya manusia dan kinerja pemasaran mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhipratama dan Ernungtyas. (2025). Tinjauan Sistematis Strategi dan Tantangan Periklanan Digital di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 103–112.
- Ardiyansyah, F. dan N. (2023). Peningkatan Kompetensi Pemasaran Produk melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *Ta'awun: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 182–190.
- Fauziah dan Suarantalla. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Inovasi Produk, dan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Di Era Ekonomi Digital. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1), 221–240.
- Hariani, A. dan A. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Menyusun Modul Ajar pada Kurikulum Merdeka Bagi Guru. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 54–60.
- Idrus, Idham Irwansyah, D. (2023). Pengolahan Sampah Organik Rumah Tangga Menjadi Eco-Enzyme. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 287–294.
- Ismail, Maula, dkk. (2023). Sosialisasi Aplikasi Deteksi Dini Diabetes Melitus Dengan Metode Forward Chaining Berbasis Website. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2023*, 2020, 17–22.
- Komariyah dan Mashudi. (2025). Islamic Business Ethics-Based Digital Marketing to Increase Sales: A Study Of MSMEs In Indonesia In 2022-2024. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 9(1), 2055–2067.
- Lubis, A. dan R. (2023). Pelatihan Manajemen Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM DI Kota Pematang Siantar. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 2034–2040.
- Mahirun, S. dan Y. (2024). Analisis Digitalisasi dan Customer Relationships Management Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan dan Kinerja Pemasaran Pada BPJS Ketenagakerjaan



- Di Kendari. *Indonesian Journal of Business and Management*, 7(1), 88–94.
- Ndolanak, R. dan R. (2023). Pengetahuan Siswa Tentang Metamorfosis: Metode Ceramah Vs Metode Diskusi Pada Strategi Pembelajaran Dan Motivasi Belajar. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 14(2), 32–35.
- Rahmawati, Desy, dkk. (2024). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Catering Snack di Dukuh Kalangan Desa Genengsari. *JATTEC-Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 5(1), 103–111.
- Santoso, Budi, et al. (2024). Digital Literacy Transformation: Digital Marketing Competence for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Nonformal Education*, 10(2), 332–342.
- Septantiningtyas, N. (2023). PKM Pelatihan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Keterampilan dan Kesadaran Digital Masyarakat Pedesaan Dusun Margoayu Pakuniran Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2586–2591.
- Sirait dan Batubara. (2025). Integrasi Literasi Digital, Dompot Digital dan Bahasa Inggris Dalam Meningkatkan Efektivitas. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 15(1), 783–795. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2022>.
- Yahya, Muhammad, dkk. (2023). PKM Pelatihan Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Proyek Pada Guru-Guru di SMK Tinambung Sulawesi Barat. *VOKATEK*, 1(2), 64–71.