

Sosialisasi digital marketing: pengabdian masyarakat pada siswa siswi SMK Negeri 5 Samarinda**Dirga Lestari^{1✉}, April Astiana², Mega Junita³, Nur Siti hadijah⁴, Sri Amalia Sumiati⁵,
Dinda Ayu Putri⁶**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Pengabdian ini berjudul Digital Marketing untuk memahami dan dapat diterapkan dalam berbisnis melalui pelatihan digital marketing. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan salah satu lembaga pendidikan yang banyak melakukan inovasi melalui pemanfaatan Teknologi Informasi. Permasalahan yang sering timbul salah satunya adalah penyalahgunaan fasilitas ini. Untuk itu diperlukan sosialisasi terpadu pada siswa-siswa SMK Negeri 5 Samarinda. Kegiatan ini adalah kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen Pembimbing dan para mahasiswa. Peserta sosialisasi dalam kegiatan ini adalah siswa kelas X jurusan pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Samarinda. Metode yang digunakan pada sosialisasi adalah presentasi materi dan tanya jawab dengan model tatap muka di kelas. Materi sosialisasi adalah Digital Marketing yaitu salah satu inovasi teknologi yang disukai sebagai bentuk inovasi yang dapat ditiru siswa agar pemanfaatan teknologi menjadi tepat, berguna dan memiliki nilai ekonomis. Hasil yang terlihat adalah ketertarikan siswa-siswa pada saat melihat contoh aplikasi berbasis internet serta berbagai platform media sosial dan antusiasme siswa-siswi yang terlihat di sesi tanya jawab dimana banyak pertanyaan yang mengarah kepada keingintahuan siswa-siswi.

Kata kunci: Sosialisasi; digital marketing; sekolah***Digital marketing socialization: community service for students of SMK Negeri 5 Samarinda*****Abstract**

This service is entitled Digital Marketing to understand and can be applied in business through digital marketing training. Vocational High School (SMK) is one of the educational institutions that do a lot of innovation through the use of Information Technology. One of the problems that often arises is the misuse of this facility. For this reason, integrated socialization is needed for students of SMK Negeri 5 Samarinda. This activity is a community service activity carried out by Advisors and students. The socialization participants in this activity were class X students majoring in marketing at the State 5 Samarinda Vocational High School. The method used in the socialization is material presentation and question and answer with a face-to-face model in class. The socialization material is Digital Marketing, which is one of the preferred technological innovations as a form of innovation that students can imitate so that the use of technology becomes appropriate, useful and has economic value. The visible result is the interest of the students when they see examples of internet-based applications as well as various social media platforms and the enthusiasm of the students seen in the question and answer session where many questions lead to the curiosity of the students.

Key words: Socialization; digital marketing; schoolCopyright © 2023 Dirga Lestari, April Astiana, Mega Junita, Nur Siti hadijah, Sri Amalia Sumiati,
Dinda Ayu Putri

✉ Corresponding Author

Email Address: juliansyah.roy@feb.unmul.ac.id

PENDAHULUAN

Pemasaran sering dianggap kebanyakan orang sesederhana promosi atau iklan. Tapi sebenarnya pemasaran merupakan konsep kompleks yang digunakan untuk membuat rencana tindakan komprehensif untuk menciptakan kesadaran tentang bisnis; meningkatkan basis pelanggan; meningkatkan penjualan, dan mempromosikan produk dan merk; serta membangun brand. Pemasaran tersebut perlu dilakukan secara efektif, cermat, kreatif dan cerdas, supaya pertumbuhan bisnis optimal.

Era globalisasi saat ini, dunia bisnis dan ekonomi menghadapi tantangan yang besar. Kemajuan teknologi menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Selain menjadi tantangan, kemajuan teknologi sebenarnya menjadi peluang utama bagi dunia bisnis. Pemanfaatan kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan untuk memperluas pengenalan produk kepada konsumen di dunia dengan lebih cepat dan mudah. Pemasaran menjadi kunci utama dari berjalannya suatu bisnis.

Internet telah menjadi faktor yang paling mempengaruhi perubahan budaya, ekonomi dan sosial yang terlihat pada abad ke-21. Cara manusia dalam berbicara, berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan sudah banyak berubah dengan kehadiran teknologi digital, demikian juga halnya dengan pemasaran. Seiring dengan kemajuan teknologi, tren di dunia bisnis juga semakin bervariasi dan berkembang, salah satu tren tersebut berupa pemasaran digital (digital marketing). Secara umum digital marketing atau pemasaran digital merupakan teknik pemasaran berbasis internet yang semakin dibutuhkan (Sari dkk, 2021:7).

Digital marketing menjadi salah satu strategi yang paling banyak diterapkan oleh berbagai perusahaan dalam melakukan promosi di era serba digital sekarang. Ditambah lagi dengan fitur penunjang yang mumpuni seperti marketplace dan social media akan membuat digital marketing semakin efektif. Lalu digital marketing ini penting bagi kesuksesan.

Menurut Purwana, dkk (2017:01) tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa adalagi batasan geografis ataupun waktu (Islami dan Fitria : 2019)

Namun banyak siswa yang masih tidak tahu pentingnya digital marketing di dunia bisnis sekarang. Siswa belum mengenal bagaimana marketplace dapat bekerja, belum memiliki pengetahuan bagaimana kreatif dan inovatif dalam marketplace. Mereka belum memahami betul bahwa melalui marketplace, kesempatan pemasaran menjadi terbuka luas. Pemasar sekarang dapat mengikutsertakan konsumen pada skala global, waktunya nyata saat itu juga, serta terdapat interaksi dua arah (two-way interaction). Pertumbuhan e-commerce (electronic commerce) yang pesat sangat penting untuk diikuti oleh siswa bidang keahlian pemasaran. Karena berkaitan dengan kemampuan pengaplikasian keahlian setelah siswa lulus, agar dapat berkembang dan diterima oleh dunia usaha di era digital.

Menghadapi kenyataan diatas, SMK merupakan salah satu bagian dari sistem pendidikan diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang berkompeten dalam bidangnya, SMK membekali siswanya untuk bisa bekerja secara mandiri dan terampil. Bekal yang di dapat oleh siswa selama proses pelatihan digital marketing diharapkan mampu meningkatkan jumlah wirausaha. Sehingga, siswa lebih mandiri dan mampu menghadapi para pesaing di masa depan.

Peserta yang hadir dalam kegiatan ini sebanyak 36 siswa dan siswi SMK Negeri 5 Samarinda. Seluruh peserta berasal dari siswa SMK yang duduk dikelas X jurusan pemasaran. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam rangka membantu para siswa untuk memahami dan dapat diterapkan dalam berbisnis melalui pelatihan digital marketing. Diharapkan kegiatan ini dapat membantu pemahaman dan kemampuan praktik digital marketing. Platform media sosial yang diajarkan kepada siswa adalah Facebook, Instagram, Email dan Tiktok. Kegiatan ini merupakan tugas dalam mata kuliah lab. Manajemen yang diadakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen S1 Universitas Mulawarman. Kegiatan dilaksanakan oleh dosen pembimbing, para mahasiswa dan siswa SMK Negeri 5 Samarinda dengan Kepala Sekolah yang memberikan perizinan untuk melaksanakan kegiatan.

METODE

Penyusunan materi disesuaikan dengan kebutuhan pengetahuan siswa yang memungkinkan menarik atensi siswa untuk fokus dengan pilihan jurusanannya. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan waktu dan materi yang tidak membuat siswa menjadi seperti salah masuk ke sekolah pilihan mereka ini. Topik sosialisasi ini adalah Digital Marketing yaitu materi yang terkait dengan pemasaran yang dilakukan menggunakan internet.

Kegiatan sosialisasi dilakukan pada hari Selasa tanggal 17 Mei 2022 di Sekolah SMK Negeri 5 Samarinda dengan mengadakan pertemuan dengan siswa di dalam kelas. Karena peserta yang dibutuhkan 30-40 orang, maka hanya menggunakan satu kelas saja. Peserta sosialisasi adalah siswa SMK Negeri 5 Samarinda. Pertemuan tatap muka dilakukan dengan 3 tahapan yaitu sesi pemaparan materi, sesi tanya jawab dan kuis.

Siswa peserta sosialisasi adalah siswa kelas X, sehingga materi yang diberikan serta bentuk penyampaian materi disesuaikan dengan tingkat tersebut. Materi disampaikan dengan media powerpoint.

Kegiatan ditutup dengan kuis menggunakan kahoot dimana semua peserta mengikuti kuis tersebut dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari materi yang telah disampaikan. Peserta yang menjawab pertanyaan dengan cepat dan benar akan mendapatkan hadiah dari tim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi untuk siswa pada kelas ini diberikan dengan menjelaskan seputar lingkup ilmu mengenai digital marketing yang kemudian bisa menjadi bahan bagi mereka untuk bisa diterapkan dengan ilmu yang saat ini dipelajari pada tingkatan SMK. Hal-hal yang diberikan pada sosialisasi ini adalah benda-benda biasa yang kemudian dengan menggunakan teknologi kemudian menjadi luar biasa penggunaan dan kegunaannya.

Gadget adalah alat berbasis teknologi yang cukup menarik anak-anak seusia SMK. Sesi pemaparan materi disampaikan secara garis besar dengan bahasa yang mudah dimengerti siswa setingkat SMK. Pemaparan materi cukup membuat mereka fokus dengan materi yang disampaikan. Materi dijelaskan dengan rangkaian penjelasan apa itu digital marketing apa saja yang dibahas didalamnya, Hal ini juga terkait dengan dampak positif dan negatif bagi pengguna internet. Sesi pemaparan ini dibahas dengan mengajak mereka untuk saling bertukar pendapat serta pemahaman dengan materi yang sudah disampaikan dan mengaitkan hal tersebut dengan contoh real yang terjadi di sekitar mereka.

Sesi pemaparan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan sekaligus sebagai evaluasi untuk mengetahui sejauh mana murid-murid memahami pemaparan yang sudah dijelaskan. Siswa SMK diberikan soal melalui aplikasi kahoot dan jika siswa mendapatkan nilai tertinggi siswa akan diberikan hadiah. Sesi ini dipandu langsung oleh pemateri. Siswa SMK NEGERI 5 SAMARINDA tampak cukup tertarik dengan soal yang diberikan oleh pemateri melalui aplikasi kahoot. Hal ini dapat terlihat pada antusiasme pada pengerjaan soal dengan sistem aplikasi kahoot.

Kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelajar, khususnya siswa SMK NEGERI 5 SAMARINDA. Manfaat ini antara lain pemahaman dampak positif dan negatif sosial media, keinginan atau motivasi untuk menghasilkan karya berbasis teknologi informasi, dan motivasi untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi setelah lulus sekolah. Kegiatan ini juga diharapkan dapat dilakukan sebagai kegiatan reguler sebagai bentuk interaksi antar lembaga di dunia

pendidikan. Sesi sosialisasi ditutup dengan pembagian makanan dan dokumentasi. Dokumentasi kegiatan sosialisasi Digital Marketing dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.
Sesi pemamparan materi



Gambar 2.
Sesi mengerjakan soal Kahoot dan penyerahan hadiah



Gambar 3.
Sesi Foto bersama

SIMPULAN

Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh perguruan tinggi. Hasil kegiatan sosialisasi Digital Marketing dan berdasarkan pengamatan pada sesi tanya jawab, siswa SMK Negeri 5 Samarinda sangat antusias dengan kegiatan sosialisasi ini. Kegiatan ini dapat membuat siswa-siswi aktif mencoba berpikir membuat hasil karya yang berbasis Digital Marketing. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah wirausaha, sehingga siswa-siswi lebih mandiri dan mampu menghadapi para pesaing di masa depan. Bimbingan dan pendampingan sangat dibutuhkan sebagai pengarah, pemicu semangat berkarya atau sebagai bentuk tantangan bagi para siswa tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Riyan Abdul. 2020. E-Book Digital Marketing Content Part 1.
- Islami, Novita Nurul., Fitria, Firda Lutfiatul. 2019. "Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Soft Skill Dan Harddisk Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran SMK Nuris Hidayat Desa Curahnongko Kec Tempurejokab.Jember". Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial. Vol 13. No 2. 2019. DOI: 10.19184/jpe.v13i2.13854
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2020. Marketing 4.0: Technology for humanity. John Wiley & Sons.
- Marsudi., Robbie, R., Iqbal. 2021." Pelatihan Digital Marketing Dalam Membentuk Branding Sekolah". Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS. Vol 4. No 2. Hal. 194-199. DOI : 10.31328/js.v4i2.2779
- Munarsih, dkk. 2020. "Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada SMK Muhammadiyah Parung-Bogor". Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri. Vol 3. No 1. Juli 2020. Hal 34-40.
- Prasetyo, Karno Ganjar. 2018. Online Marketing: Modul Pembelajaran Digital Marketing. Depok.
- Purwana, Dedi Es., Rahmi dan Shandy Aditya. 2017. "Pemanfaat Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit". Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM). Vol. 1 No. 1 Juli 2017. Hal 1-17. doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01.
- Santi, Endang Tri., Marthalena., Eva Fachriyah. 2021."Sosialisasi dan Pendampingan Digital Marketing di Era Pandemi Covid-19 pada Kelompok Wanita Tani Kelurahan Tembong Kota Serang". Bantenese Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM Bantenese). Vol 3. No 2. Hal 185-196.
- Sari, D.K., Alshaf, P., Mas, O. 2021. Digital Marketing. Sidoarjo: Umsida Press.
- Wati, A,P., Jefri, A,M., Aniek, I. 2020. Digital Marketing. Malang:Edulitera.
- Wibawanto, Sigit. 2021. "Pemahaman Digital Marketing Menuju Era 5.0Di Smk Ma'arif 3 Somalangu Kebumen". JURPIKAT(Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat). Vol. 2. No. 2. 2021. Hal 353-360.