

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 1 CIKARANG

Muhtajuddin Danny¹, Candra Naya², Iwan Mulyana³, Basar Maringan Hutauruk⁴

^{1,2}Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

³Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Ilmu Komputer Al Muslim

⁴Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

¹utat@pelitabangsa.ac.id, ²candranaya@pelitabangsa.ac.id, ³iwan.mulyana@almuslim.ac.id

⁴basar.hutauruk@pelitabangsa.ac.id

Diterima: 16 Februari 2025 Disetujui: 20 Februari 2025 Dipublikasikan: 24 Februari 2025

Abstrak

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar dalam dunia pemasaran, termasuk bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang dipersiapkan untuk terjun ke dunia industri dan wirausaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMKN 1 Cikarang dalam pemasaran digital, sehingga mereka mampu memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk atau jasa secara lebih efektif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan dalam pembuatan strategi pemasaran digital. Materi yang diberikan mencakup pemanfaatan media sosial, pembuatan konten kreatif, penggunaan marketplace (Wahyuni et al., n.d.), serta teknik optimasi digital marketing. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam mengelola pemasaran digital, yang tercermin dari kemampuan mereka dalam membuat dan menerapkan strategi pemasaran berbasis digital. Diharapkan, pelatihan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi siswa dalam menghadapi tantangan di dunia kerja maupun dalam mengembangkan usaha mandiri berbasis digital.

Kata kunci: pemasaran digital, SMK, pelatihan, strategi digital marketing.

Abstract

The development of digital technology provides great opportunities in the world of marketing, including for Vocational High School (SMK) students who are prepared to enter the world of industry and entrepreneurship. This community service activity aims to improve the understanding and skills of SMKN 1 Cikarang students in digital marketing, so that they are able to utilize technology to market products or services more effectively. The methods used in this activity include training, direct practice, and assistance in creating digital marketing strategies. The materials provided include the use of social media, creative content creation, use of marketplaces, and digital marketing optimization techniques. The results of this activity show an increase in students' understanding and skills in managing digital marketing, which is



reflected in their ability to create and implement digital-based marketing strategies. It is hoped that this training can provide long-term benefits for students in facing challenges in the world of work and in developing independent digital-based businesses.

Keywords: digital marketing, SMK, training, digital marketing strategy

PENDAHULUAN

SMK Negeri 1 Cikarang Selatan merupakan institusi pendidikan yang berkomitmen untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas dan siap menghadapi tantangan di dunia kerja. Dengan akreditasi yang baik dan program keahlian yang relevan, sekolah ini berperan penting dalam pengembangan keterampilan siswa di era digital saat ini (Novi Anisa Safitri et al., 2024).

Sekolah yang berlokasi di Jalan Ciantra, Sukadami, Cikarang selatan Bekasi ini memiliki nilai akreditasi “A” untuk semua program keahlian. Adapun program keahlian yang ditawarkan di SMK ini, adalah: Teknik Pemesinan, Teknik Komputer dan Jaringan, Akuntansi. Adapun fasilitas yang dimiliki, antara lain: laboratorium untuk setiap program keahlian yang mendukung praktik langsung, Perpustakaan yang memiliki koleksi buku dan sumber belajar yang cukup untuk mendukung kegiatan belajar siswa, dan ruang kelas yang nyaman dan dilengkapi dengan teknologi pembelajaran modern.

Di era digital saat ini, penting bagi siswa SMK untuk memahami dan menguasai pemasaran digital sebagai bagian dari keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja. Pelatihan ini memberikan peluang bagi siswa untuk berwirausaha dengan memanfaatkan platform digital.



METODE

Berikut adalah penjelasan mengenai metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang mencakup lima aspek penting: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

1. **Sosialisasi**, merupakan tahap awal yang bertujuan untuk memperkenalkan program pengabdian kepada masyarakat kepada target audiens. Pada tahap ini, informasi mengenai tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan program disampaikan kepada masyarakat.
2. **Pelatihan**, setelah sosialisasi, tahap berikutnya adalah pelatihan. Pada tahap ini, peserta diberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menerapkan teknologi atau metode yang diperkenalkan dalam program.
3. **Penerapan Teknologi**, setelah pelatihan, peserta mulai menerapkan teknologi atau metode yang telah dipelajari dalam konteks nyata. Ini adalah tahap di mana teori diterapkan dalam praktik.
4. **Pendampingan dan Evaluasi**: Pendampingan dilakukan untuk memberikan dukungan kepada peserta selama proses penerapan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dan dampaknya terhadap masyarakat.
5. **Keberlanjutan Program**: Keberlanjutan program adalah langkah penting untuk memastikan bahwa manfaat dari pengabdian kepada masyarakat dapat terus dirasakan setelah program selesai.

Partisipasi siswa SMK Negeri 1 Cikarang Selatan, dalam pelatihan pemasaran digital sangat penting untuk memastikan keberhasilan program dan pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri (Khairunnisa, n.d.-a). Berikut adalah beberapa aspek yang mencerminkan partisipasi siswa dalam pelatihan tersebut:

1. **Keterlibatan Aktif dalam Kegiatan Pelatihan**
Siswa diharapkan untuk berpartisipasi secara aktif dalam semua sesi pelatihan, termasuk ceramah, workshop, dan diskusi kelompok.
2. Siswa melakukan persiapan sebelum pelatihan dengan mempelajari materi dasar tentang pemasaran digital, seperti konsep SEO, media sosial, dan analisis data.
3. Partisipasi dalam Diskusi dan Tanya Jawab
4. Siswa dapat memberikan umpan balik tentang pelatihan dan merefleksikan pengalaman mereka setelah mengikuti program.

Evaluasi pelaksanaan program bertujuan untuk mengukur efektivitas pelatihan, memahami dampaknya, dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Berikut adalah beberapa metode evaluasi yang dapat diterapkan:

1. Survei dan Kuesioner, untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta tentang pengalaman mereka selama pelatihan.
2. Wawancara dan Diskusi Kelompok, untuk mendapatkan wawasan lebih dalam tentang pengalaman mereka.
3. Penilaian Keterampilan, untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta sebelum dan setelah pelatihan.

Keberlanjutan program adalah langkah penting untuk memastikan bahwa manfaat dari pelatihan pemasaran digital dapat terus dirasakan setelah program selesai. Berikut adalah beberapa strategi untuk memastikan keberlanjutan program:

1. Membangun jaringan alumni yang dapat saling mendukung dan berbagi pengalaman setelah pelatihan.
2. Menawarkan pelatihan lanjutan atau workshop untuk memperkenalkan keterampilan baru dan tren terbaru dalam pemasaran digital (Pradana & Putra, 2022).

Membangun kemitraan dengan perusahaan atau organisasi yang dapat memberikan dukungan, sumber daya, atau peluang magang bagi peserta.



Gambar 3. Tahapan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pemasaran digital di SMKN 1 Cikarang dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan keterampilan siswa dalam strategi pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, mulai dari sosialisasi, pelatihan teori, praktik langsung, hingga evaluasi hasil implementasi.



1. Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal kegiatan dilakukan dengan sosialisasi kepada siswa dan tenaga pendidik mengenai pentingnya pemasaran digital dalam dunia industri dan wirausaha. Melalui sesi diskusi, diidentifikasi bahwa sebagian besar siswa memiliki ketertarikan pada bisnis online tetapi masih mengalami kesulitan dalam strategi pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan media sosial dan marketplace.

2. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan diberikan dalam bentuk teori dan praktik dengan materi sebagai berikut:

- Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran: Siswa diajarkan cara menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memasarkan produk secara efektif.
- Pembuatan Konten Kreatif: Pelatihan mengenai desain grafis menggunakan Canva, pembuatan video promosi, serta strategi copywriting yang menarik.
- Optimasi Marketplace dan E-Commerce: Penggunaan Shopee, Tokopedia, dan WhatsApp Business untuk meningkatkan penjualan.
- Strategi Digital Marketing (Priliana et al., n.d.): Pengenalan teknik SEO, penggunaan iklan digital (Facebook Ads & Google Ads), serta analisis pasar menggunakan data digital.



3. Praktik Langsung dan Implementasi

Setelah mendapatkan materi, siswa diberikan kesempatan untuk menerapkan strategi pemasaran digital (Khairunnisa, n.d.-b) secara langsung. Beberapa hasil yang dicapai dalam tahap ini meliputi:

- a. Pembuatan akun bisnis di media sosial dan marketplace.
- b. Pembuatan konten promosi dalam bentuk gambar, video, dan teks interaktif.
- c. Pengelolaan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial dan aplikasi pesan instan.
- d. Analisis performa konten dengan menggunakan insight dari masing-masing platform.

4. Evaluasi dan Dampak Pelatihan

Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner untuk menilai efektivitas pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan siswa, terutama dalam:

- a. Kemampuan membuat konten pemasaran yang menarik dan sesuai dengan target pasar.
- b. Pemanfaatan fitur promosi digital untuk meningkatkan jangkauan audiens.
- c. Pengelolaan akun bisnis secara lebih profesional.
- d. Sebagian siswa bahkan mulai menerapkan ilmu yang didapat untuk mengembangkan usaha kecil-kecilan secara online. Dengan hasil yang positif ini, pelatihan pemasaran digital diharapkan dapat menjadi program berkelanjutan yang terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan teknologi digital.

PENUTUP

Kegiatan **Pelatihan Pemasaran Digital pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Cikarang** telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi siswa dalam memahami serta mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Dengan materi yang diberikan, siswa kini memiliki keterampilan dasar dalam memanfaatkan media sosial, marketplace, dan teknik digital marketing untuk memasarkan produk atau jasa mereka secara lebih efektif.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pemasaran tidak hanya meningkatkan daya saing siswa di dunia industri, tetapi juga membuka peluang bagi mereka untuk memulai usaha mandiri sejak dini. Diharapkan, keterampilan yang telah diperoleh dapat terus dikembangkan dan diterapkan secara berkelanjutan, baik dalam dunia kerja maupun dalam wirausaha.

Kami berharap program ini dapat menjadi inspirasi bagi sekolah lain dalam menerapkan kurikulum berbasis digital marketing. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kesuksesan kegiatan ini. Semoga pelatihan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi siswa dan komunitas pendidikan secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelenggaraan Pelatihan Kewirausahaan bagi Mahasiswa ASM Insulindo:

1. DPPM Universitas Pelita Bangsa, yang telah memfasilitasi pengabdian ini

2. Pimpinan dan staff Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Cikarang Selatan yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan pelatihan ini.
3. Seluruh Mahasiswa Peserta Pelatihan yang telah berpartisipasi aktif dengan penuh antusiasme dan semangat belajar.
4. Tim Panitia dan Pendukung Acara yang telah bekerja keras dalam menyusun dan menyukseskan seluruh rangkaian kegiatan pelatihan.

Kami berharap program ini dapat terus berlanjut dan berkembang di masa mendatang, serta memberikan manfaat yang nyata bagi mahasiswa dalam membangun jiwa kewirausahaan. Semoga ilmu dan pengalaman yang diperoleh dapat menjadi bekal berharga bagi seluruh peserta dalam meraih kesuksesan di dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Khairunnisa, C. M. (n.d.-a). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Khairunnisa, C. M. (n.d.-b). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Novi Anisa Safitri, Muhammad Fahmi Ilmiawan, Dini Islami, Muammar Khadavi, & Muhammad Isa Ansori. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Keterampilan Karyawan Era Digital. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(2), 95–110. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i2.3288>
- Pradana, M., & Putra, M. P. (2022). *How to cite: TREN DIGITAL MARKETING DI INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19: SEBUAH KAJIAN LITERATUR*. 7(7), 10. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.13152>
- Prihana, L., Evriliani, M., & Astuti, D. (n.d.). Strategi Bisnis Berkelanjutan dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Journal of Business Economics and Management*, 01, 157–160.
- Wahyuni, N., Ade, I., Saeful, M. S., & Gunawan, A. (n.d.). *PENGENALAN DAN PEMANFAATAN MARKETPLACE E-COMMERCE UNTUK PELAKU UKM WILAYAH CILEGON*.