

PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UNIT PRODUKSIDI SMK BOEDI LUHUR

Indra Permana¹, Surya Bintarti², Dian Rachmawati Afandi³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

¹indrapermana@pelitabangsa.ac.id, ²surya.bintarti@pelitabangsa.ac.id,

³dian.afandi@pelitabangsa.ac.id

Diterima: 17 Februari 2024 Disetujui: 19 Februari 2024 Dipublikasikan: 22 Februari 2024

Abstrak

Artikel pengabdian masyarakat ini membahas tentang proses kegiatan pelatihan digital marketing di SMK Boedi Luhur. Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Digital Marketing Unit Produksi di SMK Boedi Luhur ini dihadiri 20 (dua puluh) siswa/i sebagai peserta, bertempat di SMK Boedi Luhur Multimedia. Tema yang di usung dalam pelatihan ini adalah “Semua Bisa Digital Marketing”. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pertama Persiapan dan Sosialisasi, yaitu dengan pemberian materi oleh pembicara, kedua Pelatihan dan Pendampingan yaitu dengan di bentuknya Forum Group Discussion dan ketiga adalah Evaluasi. Hasil dari pelatihan ini adalah bahwa pengetahuan, pemahaman dan praktik dari peserta pelatihan mengenai digital marketing semakin meningkat. Selain itu pemateri juga memberikan usulan yang sangat potensial untuk perkembangan Unit Produksi di SMK Boedi Luhur Multimedia yaitu model ekspansi bisnis dengan membuat konten kreatif di akun media sosial, yang didalamnya untuk mengedukasi calon pembeli melalui konten kreatif yang bertujuan agar calon pembeli menemukan solusi atas kebutuhannya melalui produk yang disediakan oleh Unit Produksi yang ada di SMK Boedi Luhur Multimedia, tentunya dengan menyesuaikan kebutuhan pasar yang hendak ditargetkan. Pembicara juga memberikan saran untuk menjalankan praktik edukasi dan bisnis dengan berkelanjutan melalui pembukaan kelas dan pelatihan untuk membuat website, membuat sablon dan cara menciptakan media promosi dan sosialisasi untuk desain banner melalui pelatihan desain grafis. Sehingga seluruh aspek dan sumber daya Unit Produksi dapat berfungsi dengan optimal agar sosialisasi produk dan jasa ke semua pihak dapat tersampaikan. Termasuk dengan melibatkan masyarakat, pemerintah, swasta, pengusaha dan para profesional lainnya.

Kata Kunci : Digital Marketing, Pelatihan Unit Produksi, Pelatihan Digital Marketing.

Abstract

This community service article discusses the process of digital marketing training activities at Boedi Luhur Vocational School. The implementation of the Production Unit Digital Marketing



Training activities at Boedi Luhur Vocational School was attended by 20 (twenty) students as participants, at Boedi Luhur Multimedia Vocational School. The theme in this training is "Everything Can Be Digital Marketing". The methods used in this training are firstly Preparation and Socialization, namely by providing material by the speaker; secondly Training and Mentoring, namely in the form of a Forum Group Discussion and thirdly, Evaluation. The result of this training is that the knowledge, understanding and practice of the training participants regarding digital marketing has increased. Apart from that, the speaker also provided a very potential suggestion for the development of the Production Unit at Boedi Luhur Multimedia Vocational School, namely a business expansion model by creating creative content on social media accounts, which includes educating potential buyers through creative content aimed at prospective buyers finding solutions to their needs through products provided by the Production Unit at Boedi Luhur Multimedia Vocational School, of course by adjusting the needs of the market to be targeted. The speaker also provided suggestions for carrying out sustainable educational and business practices through opening classes and training for creating websites, making screen printing and how to create promotional and social media for banner designs through graphic design training. So that all aspects and resources of the Production Unit can function optimally so that the socialization of products and services to all parties can be conveyed. Including involving the community, government, private sector, entrepreneurs and other professionals.

Keywords: *Digital Marketing, Production Unit Training, Digital Marketing Training.*

PENDAHULUAN

Peran digital marketing sangatlah dibutuhkan di zaman sekarang ini yang dapat dilakukan oleh masyarakat umum maupun sekolah untuk kegiatan promosi. Promosi produk dapat dilakukan dengan banyak cara yang salah satunya adalah menggunakan aplikasi online baik software maupun website (Haryadi et al., 2021). Pelatihan digital marketing memberikan keterampilan khusus pada siswa, sehingga dapat mengelola keterampilannya sebagai sumber kehidupannya. Melalui pelatihan digital marketing para siswa diharapkan mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri dan berkesinambungan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik yang telah dirilis pada bulan Agustus 2023 mengenai Tingkat Pengangguran Terbuka menurut kategori pendidikan mempunyai pola yang sama baik pada Agustus 2022, Februari 2022, dan Agustus 2022. Pada Agustus 2022, TPT tamatan SMK mencapai nilai paling tinggi dibandingkan tamatan pendidikan pada jenjang yang sama dengan angka sebesar 16,71 persen. Dan hasil TPT paling rendah adalah jenjang pendidikan SD ke bawah yaitu sebesar 6,07 persen (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2021).

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan sekolah formal di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang bertujuan untuk menghasilkan tamatan yang siap memasuki dunia kerja juga sebagai wirausaha (entrepreneur). Selain itu Usia siswa masih dalam masa produktif untuk menerima ilmu pengetahuan dan teknologi termasuk di dalamnya ilmu wirausaha, sehingga mampu mengembangkan diri, berkompetisi dan mampu produktif, inovatif dan kreatif (Tahirs & Rambulangi, 2020).

Peran SMK ini menjadi sangatlah penting dalam menyiapkan tamatan yang siap berwirausaha. Oleh karena itu, karakteristik wirausaha di SMK harus dikondisikan baik melalui kegiatan intrakurikuler, ekstrakurikuler, dan kokurikuler maupun ekstrakurikuler. Sehingga siswa menjadi terbiasa untuk menerapkan karakteristik wirausaha (Ulwiyah, 2012).

1. Pengertian Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan berasal Bahasa Inggris dari terjemahan kata “Entrepreneurship”, dapat diartikan inti kegiatan perekonomian atau pengendali perekonomian suatu bangsa. Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memulai suatu usaha atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda untuk memenuhi kebutuhan. Menurut (Zimmerer, 1996), kewirausahaan adalah penerapan kreativitas, inovasi dalam pemecahan permasalahan serta upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

Kemudian menurut (Indriyatni, 2013), berwirausaha adalah upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan kegiatan usaha atau aktifitas bisnis atas dasar kemauan sendiri, dan/atau mendirikan usaha/bisnis dengan kemauan dan kemampuan sendiri. Adapun pengertian wirausaha dan kewirausahaan dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/MX/1995, dicantumkan bahwa:

- a. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan.
- b. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Untuk mengimplementasikan pembelajaran kewirausahaan di SMK, maka perlu reorientasi pembelajaran agar guru tidak hanya terpaku dari buku teks saja, namun ada praktik nyata yang bisa ditunjukkan sebagai pedoman siswa dalam berwirausaha. Ada empat hal yang harus dipahami dalam berwirausaha yaitu produktifitas, pertumbuhan pendapatan, pekerjaan dan penanaman modal (Kumala et al., 2021). Bagaimana mensiasati kurikulum yang berlaku agar kewirausahaan dapat ditumbuhkan secara terprogram, yaitu dengan mengaitkan topik pendidikan dan pelatihan dengan karakteristik wirausaha akan mendorong pembelajaran lebih kontekstual dengan kehidupan bermasyarakat dan realistis, karena itulah memang yang diperlukan ketika siswa bekerja di masyarakat (Susanto, 2012).

2. Pembelajaran Kewirausahaan di SMK

Pendidikan SMK diselenggarakan dalam bentuk pendidikan sistem ganda. Dimana proses pendidikan mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi tidak hanya dilaksanakan oleh satuan pendidikan SMK, namun juga harus melibatkan dunia usaha dan industri. Beban belajar SMK/MAK meliputi kegiatan pembelajaran tatap muka, praktik di sekolah dan kegiatan kerja praktik di dunia usaha/industri setara dengan 36 jam pelajaran per minggu. Dalam penyelenggaraan pendidikan di SMK juga terdapat kelembagaan yang dinamakan Unit Produksi sebagai wadah kegiatan produktif di sekolah yang bertujuan untuk membantu meningkatkan kegiatan belajar nyata bagi siswa, sehingga dapat berproduksi sesuai standar dunia kerja serta dapat menanamkan jiwa berbisnis serta sekaligus membantu sumber dana sekolah.

Di sisi yang lainnya, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai penghasil tenaga kerja perlu memperhatikan keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif dan kemampuan bekerjasama bagi para siswanya. Keunggulan komparatif merupakan kemampuan untuk dapat menghasilkan barang/jasa dengan biaya yang lebih efisien, sedangkan keunggulan kompetitif merupakan kemampuan daya saing lulusan SMK dalam penempatan posisi tawar menawar kelebihan yang dimiliki. Berdasarkan hal tersebut, lulusan SMK perlu mencari pekerjaan dengan ijazah sekolah menengahnya walaupun tanpa keterampilan yang memadai. SMK sebagai sekolah yang

memberikan berbagai jenis keterampilan kerja, menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi persoalan pengangguran.

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. Ilmu yang di dapat oleh siswa selama proses pelatihan digital marketing diharapkan mampu meningkatkan jumlah wirausaha. Sehingga, siswa lebih mandiri dan mampu menghadapi persaingan di masa depan.

3. Pengintegrasian Nilai-Nilai Wirausaha ke dalam Mata Pelajaran

Pengintegrasian nilai-nilai kewirausahaan sejalan dengan konsep kurikulum berbasis kompetensi yang menekankan pada kompetensi siswa yang terwujud sebagai kemampuan untuk melakukan berbagai tugas dengan standar kinerja tertentu. Sehingga hasilnya berupa penguasaan seperangkat kompetensi tertentu, sebagai gabungan pengetahuan, keterampilan, sikap dan minat sebagai hasil belajar yang refleksinya adalah berupa kebiasaan berpikir dan bertindak ekonomis ketika menghadapi masalah.

Menurut (Ulwiyah, 2012) yang dimaksud dengan integrasi nilai-nilai entrepreneurship pada pembelajaran di kelas adalah penginternalisasian nilai-nilai entrepreneurship ke dalam setiap mata pelajaran dengan hasil diperolehnya kesadaran akan pentingnya nilai-nilai tersebut, terbentuknya karakter entrepreneur dan pembiasaan nilai-nilai entrepreneurship ke dalam tingkah laku peserta didik sehari-hari melalui proses pembelajaran, baik yang berlangsung di dalam maupun di luar kelas pada semua mata pelajaran.

Oleh karena itu, pengintegrasian nilai-nilai kewirausahaan perlu memperhatikan potensi lokal daerah masing-masing sesuai dengan potensi yang ada di lokasi/tempat siswa tinggal. Pengintegrasian mata pelajaran kewirausahaan seharusnya menekankan dalam pembentukan jiwa wirausaha yang terkandung dalam materi ajar yang sedang dibahas. Sehingga guru tidak perlu mencari bahan khusus untuk pembentukan jiwa wirausaha dalam mata pelajaran yang diajarkan. Dalam pembelajaran kewirausahaan, peranan guru sangat penting dan menentukan. Secara metodologis sulit untuk dijelaskan, namun kreatifitas guru merupakan model terbaik bagi siswa. Mengajak siswa mempraktekkan nilai-nilai kewirausahaan, merupakan salah satu contoh nyata bagi seorang guru dalam mengimplementasikan nilai-nilai kewirausahaan dalam kehidupannya sehari-hari

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan Pelatihan Digital Marketing Unit Produksi ini berlangsung tanggal 5 Desember 2024 yang dihadiri 20 (tiga puluh) Peserta siswa/i SMK Boedi Luhur Multimedia yang berdomisili di Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Tema yang di usung dalam pelatihan ini adalah “Semua Bisa Digital Marketing”, metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program ini, adalah:

1. Survei pelaksanaan tempat kegiatan pkm. dimana dosen, mahasiswa, ketua DPPM Universitas Pelita Bangsa dan Kepala Sekolah SMK Boedi Luhur berkoordinasi dengan siswa untuk menggali informasi mengenai kondisi siswa di sekolah serta masyarakat setempat untuk mendapatkan informasi lokasi serta permasalahan yang dihadapi.
2. Sosialisasi dan Persiapan kepada peserta pelatihan berupa pemaparan materi kepada peserta terkait dengan Apa itu digital marketing, jenis-jenis digital marketing, dan Apa yang dimaksud dengan Semua Bisa Digital Marketing dan bagaimana caranya menjadi melakukan kampanye digital marketing. Selain itu pelatihan ini juga menyampaikan bagaimana penggunaan fasilitas digital dan memanfaatkan perkembangan teknologi agar dapat memasarkan produknya secara luas. Adapun

Pembicara yang mengisi sesi ini adalah Indra Permana, S.Sos.,M.M selaku Penanggung Jawab Prodi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

3. Beberapa materi pelatihan digital marketing ini agar dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh semua peserta pelatihan dan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Table 1. Materi Pelatihan Pengenalan terkait Digital Marketing kepada anggota Unit Produksi

No	Materi Pelatihan	Pembahasan	Jumlah Jam	Tujuan
1	Pengenalan digital marketing	Apa itu digital marketing, jenis- Jenis digital marketing	30 menit	Peserta Program dapat memahami apa itu digital marketing dan jenis - jenisnya.
	Semua Bisa Digital Marketing	Apa yang dimaksud dengan semua hal bisa dilakukan kegiatan digital marketing dan bagaimana caranya menjalankan kampanye digital marketing	1 Jam	Peserta Program dapat memahami apa yang dimaksud dengan semua kegiatan bisa diaplikasikan ke dalam kampanye digital marketing dan bagaimana caranya menjalankan kampanye digital marketing
	Praktek penggunaan teknologi digital	Praktek Penggunaan teknologi digital	2 Jam	Media yang digunakan adalah media social seperti Facebook, Instagram adsence dan Whatsapp Bisnis
	Evaluasi Pelatihan Digital Marketing Unit Produksi	Mengevaluasi hasil dari Pelatihan yang sudah dilakukan	2 Jam	Peserta pelatihan dapat berbagi setelah pelatihan dan mengevaluasi kegiatan

4. Pelatihan dan Pendampingan

Setelah materi disampaikan, kegiatan berikutnya adalah simulasi Praktek Penggunaan Teknologi Digital. Media yang digunakan dalam pelatihan ini adalah media social seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp. Dalam praktek ini siswa aktif mengikuti pelatihan sehingga ada feedback siswa. Selain itu dalam sesi ini juga di berikan materilainnya seperti konten kreatif, cara mengiklan dengan tepat sasaran dan membuat promosi dengan cara bercerita (story telling) atas produk/jasa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat ini adalah dalam pelatihan sesi pertama dilakukan penyampaian materi tentang digital marketing, definisi digital marketing, jenis-jenis digital marketing, kemudian apa yang dimaksud dengan Semua Bisa Digital Marketing dan bagaimana caranya melakukan kampanye digital marketing yang disampaikan oleh Ibu Dr. Surya Bintarti, S.E.,M.M. Selain itu pelatihan ini juga menyampaikan bagaimana penggunaan

fasilitas digital dan memanfaatkan perkembangan teknologi agar dapat memasarkan produk dan jasa lebih luas.

Sedangkan pada sesi kedua simulasi Praktek Penggunaan Teknologi Digital. Media yang digunakan dalam pelatihan ini adalah media social seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp. Dalam praktek ini siswa aktif mengikuti pelatihan sehingga ada feedback siswa. Selain itu dalam sesi ini juga di berikan materilainnya seperti konten kreatif, cara mengiklan dengan tepat sasaran dan membuat promosi dengan cara bercerita (story telling) atas produk/jasa. Sesi selanjutnya adalah evaluasi dari pemateri. Dimana pemateri memaparkan bahwa dalam Digital marketing dikenal juga istilah Display Advertising, dimana kita dapat menampilkan iklan gambar di website yang dapat dikunjungi oleh pelanggan. Mobile Advertising yaitu kegiatan promosi yang dikirimkan melalui ponsel ke perangkat genggam lainnya, seperti kampanye multi- chanel atau sebuah iklan yang dapat tampil berbagai bentuk seperti musik atau grafik

PENUTUP

Pengetahuan peserta dalam hal ini siswa/i yang terlibat di dalam Unit Produksi SMK Boedi Luhur Multimedia mengenai digital marketing sebelum adanya kegiatan ini mayoritas berada di kategori kurang memahami. Tetapi setelah terselenggaranya kegiatan ini, diketahui bahwa pengetahuan peserta pelatihan mengenai kampanye digital marketing semakin meningkat. Selain itu pemateri juga memberikan usulan yang sangat potensial untuk perkembangan Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi yaitu model bisnis sharing ekonomi dengan membuat marketplace, yang didalamnya akan menjual produk UMKM binaan dari Kecamatan Tambun Selatan, tentunya dengan menyesuaikan kebutuhan pasar.

Pembicara juga memberikan saran untuk menjalankan bisnis diatas adalah dengan membentuk inkubator bisnis, yaitu dengan urung dana dari masyarakat Desa Lambangsari serta mengedukasi, sosialisasi ke semua Pihak termasuk dengan melibatkan masyarakat, pemerintah, swasta, pengusaha dan para profesional lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada DPPM Universitas Pelita Bangsa, Temen-temen dosen yang terlibat secara langsung dan tidak langsung terhdapa PKM ini, Juga terima kasih kepada SMK Boedi Luhur yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada kami, untuk melaksanakan pengabdian di SMK Boedi Luhur

DAFTAR PUSTAKA

- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. Jurnal Pengabdian Boedi Luhur, 1(1), 10–16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Indriyatni, L. (2013). Pengaruh Matakuliah Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Pelita Nusantara Semarang). Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 8(1).

- Kumala, D., Novianti, Y., Safitri, N., & others. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran bagi Pengurus Koperasi Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Tugu Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 6–9.
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung-Bogor. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 22–28.
- Susanto, A. (2012). MENUMBUHKAN JIWA WIRAUSAHA SISWA SMK. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 7(1).
- Tahirs, J. P., & Rambulangi, A. C. (2020). Menumbuhkan minat berwirausaha melalui pelatihan kewirausahaan bagi siswa smk. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 125–129.
- Ulwiyah, N. (2012). Integrasi Nilai-nilai Entrepreneurship Dalam Proses Pembelajaran di Kelas Guna Menciptakan Academic Entrepreneur Berkarakter. *Prosiding Seminas*, 1(2).
- Zimmerer, K. S. (1996). *Changing fortunes*. University of California Press.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2021). *Berita Resmi Statistik: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Jawa Barat sebesar 9,82 persen*, di unduh melalui situs <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/902/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--jawa-barat-sebesar-9-82-persen.html> pada tanggal 5 Desember 2021 pukul 18:21 WIB.