

SOSIALISASI PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA SISWA/SISWI SMK NURUL HUDA BAROS

Sela Novitasari¹, Harry Triana², Yofi³, Nida Tiyalegina⁴

^{1,2,3,4}*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pamulang Kota Serang*

E-mail: dosen10128@unpam.ac.id, dosen02740unpam.ac.id, dosen1006@unpam.ac.id,
nidatiyalegina21@gmail.com

ABSTRAK

Perencanaan Marketing adalah salah satu rahasia kesuksesan bisnis. Untuk memiliki action plan yang bagus diperlukan dokumen perencanaan. Dengan dokumen perencanaan tersebut, kita bisa menjalankan tugas lebih terarah untuk mencapai tujuan. Pada umumnya action plan berisi rincian tugas lengkap dengan tenggat waktu yang diberikan. Selain itu, kita juga bisa mengatur prioritas tugas yang harus segera diselesaikan. Metode pelaksanaan PkM ini yaitu tahapan perencanaan, tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, tahapan evaluasi, tahapan pendampingan. Adapun hasil dari kegiatan ini Hal-hal yang dapat disimpulkan dari pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan adalah: Kemampuan digital peserta meningkat akibat kegiatan ini. Pemasaran media sosial juga berpotensi meningkatkan pendapatan dari penjualan. Selain itu, TikTok yang masih terbilang baru di dunia digital marketing diberikan kepada para peserta sebagai strategi penjualan segar. Tergantung pada pendekatan yang diambil, peserta umumnya dapat terlibat dalam tugas mulai dari implementasi hingga memberikan dukungan yang bermanfaat. Adapun hasil Sebelum pelatihan persentase kompetensi peserta sebesar 69% dan setelah pelatihan kompetensi peserta menjadi 91%.

Kata Kunci: Digital Marketing; Minat; Berwirausaha.

ABSTRACT

Marketing planning is one of the secrets of business success. To have a good action plan, you need a planning document. With this planning document, we can carry out our tasks more focusedly to achieve our goals. In general, action plans contain complete task details with given deadlines. Apart from that, we can also set priorities for tasks that must be completed immediately. The method for implementing this PkM is the planning stage, preparation stage, implementation stage, evaluation stage, mentoring stage. The results of this activity. Things that can be concluded from the implementation of the activities that have been carried out are: The digital abilities of the participants increased as a result of this activity. Social media marketing also has the potential to increase revenue from sales. Apart from that, TikTok, which is still relatively new in the world of digital marketing, was given

to the participants as a fresh sales strategy. Depending on the approach taken, participants can generally be involved in tasks ranging from implementation to providing useful support. The results: Before the training, the percentage of participant competency was 69% and after the training, participant competency was 91%.

Keywords: Digital Marketing; Interests; Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Perencanaan Marketing adalah salah satu rahasia kesuksesan bisnis. Untuk memiliki action plan yang bagus diperlukan dokumen perencanaan. Dengan dokumen perencanaan tersebut, kita bisa menjalankan tugas lebih terarah untuk mencapai tujuan. Pada umumnya action plan berisi rincian tugas lengkap dengan tenggat waktu yang diberikan. Selain itu, kita juga bisa mengatur prioritas tugas yang harus segera diselesaikan.(Alfina, 2020)

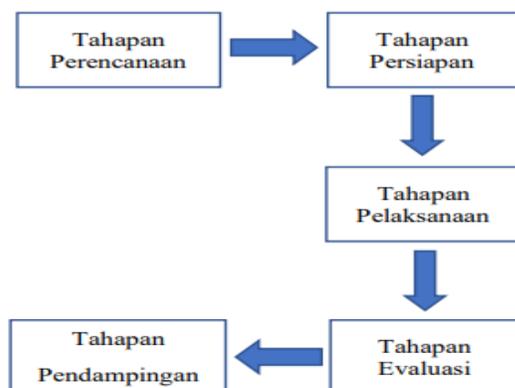
Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang yang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha dan bagaimana melakukan pemasaran yang baik. (Azizah, 2019). Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuka lapangan kerja, karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat

banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia dan pengawsan.(Hanief, 2020) Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam jumlah mutu wirausaha. Sekarang ini menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit.sehingga persoalan pembangunan wirausaha di Indonesia sangat mendesak. (Hendriadi, 2019)

Media online adalah metode untuk memperkenalkan dan memasarkan suatu produk atau informasi seperti memberikan sebuah iklan. Saat ini media online merupakan hal yang sangat penting pada proses transaksi penjualan dan pengenalan produk untuk mendapatkan informasi dari produk yang ditawarkan.(Pramudyatama, 2020) Dengan metode Digital Marketing penawaran dan pendataan barang yang terjual akan lebih cepat, mudah dan rapi. Para pelaku usaha yang akan di terapkan oleh Siswa / Siswa Di SMK Nurul Huda Baros umumnya tidak memiliki pengalaman dalam implementasi

berwirausaha yang terjadi di era digital saat ini, ketrampilan khusus yang dimiliki terbatas dan sangat kekurangan modal kerja. Oleh sebab itu, produktivitasnya dan pendapatan mereka cenderung lebih rendah dari pada kegiatan-kegiatan bisnis lainnya. (Kace, 2018). Pertumbuhan industri e-commerce per tahun yang mencapai 50 persen ditambah dengan pengguna smartphone yang terus bertumbuh merupakan peluang yang sangat besar untuk pelaku UMKM yang digerakan oleh Pemuda Karang Taruna dalam meningkatkan penjualan produk mereka. (Sadikin. 2020) Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Pamulang PSDKU Serang, dan dilaksanakan di Aula SMK Nurul Huda Baros.

METODE PELAKSANAAN



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM

Praktek mempromosikan suatu produk atau jasa melalui media digital untuk meningkatkan jangkauan audiensnya dikenal dengan istilah pemasaran digital. Sebanyak 53 siswa kelas XI dan XII SMK Nurul Huda Baros menjadi sasaran demografi layanan tersebut. Tahapan atau proses yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan PKM adalah observasi, pelaksanaan, dan penilaian.

Tahap Perencanaan

Bersamaan dengan tahap observasi. Tim pengabdian masyarakat menentukan permasalahan yang dihadapi mitranya. Selain itu, perencanaan tanggal pelaksanaan dilakukan pada saat ini. Selain pengorganisasian bersama kepala SMK Nurul Huda Baros.

Tahap Persiapan

Pada tahapan ini dilakukan persiapan pelaksanaan kegiatan. Persiapan dilaksanakan sesuai apa yang sudah disepakati pada tahapan perencanaan. Internet, *sound system*, dan perangkat presentasi menjadi fokus persiapan kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

tim pelaksana juga menyiapkan materi dan personel yang diperlukan dalam kegiatan tersebut khusus menyediakan layanan pemasaran dan promosi digital untuk barang dan jasa. Kali ini, pembicaraan dan diskusi akan digunakan sebagai metode pendidikan masyarakat. Sebelum penyampaian informasi, terlebih dahulu dilakukan pretest berupa soal-soal pada lembar observasi. Materi Pokok Hal ini membantu untuk mengetahui tingkat awal pemahaman peserta dalam latihan PKM. diawali dengan observasi dan diakhiri dengan penyusunan laporan kegiatan pelaksanaan PKM.

Tahap Evaluasi

Berfungsi sebagai tolak ukur sejauh mana berjalannya operasional PKM. Soal pilihan ganda posttest berdasarkan lembar observasi/wawancara digunakan untuk evaluasi. Microsoft digunakan untuk menghitung data temuan pretest dan posttest.

Tahap Pendampingan

Untuk menjamin kebermanfaatan kegiatan, tahapan pendampingan juga dilakukan. Peserta tetap mendapatkan

pendampingan melalui grup Whatsapp. Sharing pengalaman, tips, dan trik praktik digital marketing tetap dibahas pada tahapan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pelaksana dan mitra mencapai kesepakatan, dan pada hari rabu dan kamis 1-2 November 2023, kegiatan tersebut telah selesai. Pada tahap pelaksanaan, peserta harus lapor tugas atau mengganti waktu yang terlewat pada sesi pertama. Selanjutnya acara dilanjutkan dengan pembukaan dan pemaparan materi yang berkaitan dengan materi pengabdian. Materi disampaikan oleh Narasumber yaitu dosen program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Sela Novitasari, S.E., M.M. yang diberikan berupa dasar pengantar Digital Marketing, pentingnya Digital Marketing, keuntungan Digital Marketing, dan tantangan penggunaan Digital Marketing. Baru setelahnya diberikan kesempatan untuk praktik pembuatan konten produk pada social media Instagram, Whatsapp, dan TikTok. Ketiga media ini dipilih karena mewakili apa yang masih hangat pada masyarakat umumnya. Pada materi pengajaran Instagram turut pula diajarkan

dalam penggunaan fitur Insight. Fitur ini berfungsi sebagai analisa yang menyediakan sejumlah data yang berkaitan dengan demografi audiens, interaksi followers, hingga metrik-metrik yang bermanfaat untuk memahami target audiens.



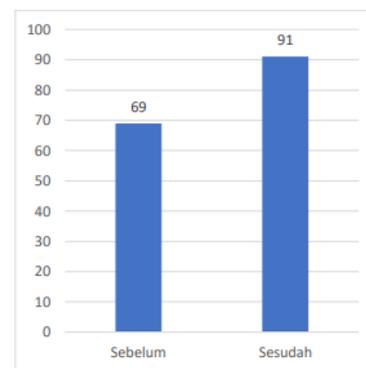
Gambar 2. Penyampaian Materi Narasumber Sela Novitasari, S.E., M.M

Pelatihan juga memberikan kesempatan bagi peserta dalam memberikan pertanyaan terkait permasalahan yang dialami. Sesi tanya jawab dilakukan untuk mengetahui paham atau tidaknya materi yang telah diberikan ke audience.



Gambar 3. Sesi Dokumentasi Foto Bersama

Pada pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana menemukan hal yang menjadi kendala yakni belum adanya akun pada social media TikTok. Untuk itu peserta diminta terlebih dahulu untuk menginstal aplikasi pada smartphone masing-masing, dan selanjutnya membuat akun TikTok. Baru setelah itu materi dapat diberikan dengan lancar. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, tim pelaksana membagikan kuesioner kepada peserta. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dampak dan manfaat bagi peserta dalam mengikuti pelatihan. Kuesioner dilakukan dengan memberikan pernyataan mengenai kompetensi peserta sebelum dan setelah kegiatan. Sebelum pelatihan persentase kompetensi peserta sebesar 69% dan setelah pelatihan kompetensi peserta menjadi 91%.



Gambar 4. Grafik Pengetahuan Peserta Sebelum dan Sesudah Kegiatan

KESIMPULAN

Hal-hal yang dapat disimpulkan dari pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan adalah: Kemampuan digital peserta meningkat akibat kegiatan ini. Pemasaran media sosial juga berpotensi meningkatkan pendapatan dari penjualan. Selain itu, TikTok yang masih terbilang baru di dunia digital marketing diberikan kepada para peserta sebagai strategi penjualan segar. Tergantung pada pendekatan yang diambil, peserta umumnya dapat terlibat dalam tugas mulai dari implementasi hingga memberikan dukungan yang bermanfaat.

SARAN

Sebagai rekomendasi pelaksanaan tugas-tugas mendatang yang memerlukan fokus lebih besar pada tindakan yang harus dilakukan peserta. Hal ini bertujuan untuk menghindari kekurangan peserta yaitu mereka yang tidak menginstall program TikTok pada saat kegiatan berlangsung, dan kendala seperti belum ada gadget dan sarana seperti laptop dan computer untuk media pembelajaran digital marketing lebih efektif lagi.

REFERENSI

- Alfina, A., Khoirina, M. M., & Nastiti, T. A. (2020). Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur Di Kota Gresik. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 797–804.
- Azizah, N., Wahyudi, E. R., Nissa, K., Wahyudi, A. F., & Ummah, S. K. (2019). Pelatihan Pemberdayaan Istri Nelayan Melalui Pelatihan Digital Marketing Strategy (DMS) Darah Fransiskus Panca Juniawan, Melati Suci Mayasari, Harrizki Arie Pradana, Lukas Tommy, Dwi Yuny Sylfania *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 06 No. 01, Januari-Februari 2023, 17-25 | 25 Biru. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 131–141. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2675>
- Hanief, S., Januhari, N. N. U., & Asmara, A. . R. (2020). Pelatihan Digital Marketing Memanfaatkan Sosial Media dan Marketplace pada Usaha Dekorasi dan Catering Pernikahan. *Widyabhakti*, 2(3), 146–156.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>

- Kace Timur, D. (2018). Potensi Desa/Tipologi Desa. <http://kacetimur.bangka.go.id/content/potensi-desatipologi-desa>
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Pramudyatama, Y. (2020). Cara Menggunakan Instagram Insight untuk Perkembangan Bisnis Kamu. <https://whello.id/tips-digital-marketing/cara-menggunakan-instagram-insight/>
- Sadikin, A., Komar, O., & Sukmana, C. (2020). Implementasi Pelatihan Berbasis Digital Marketing Dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Bagi Pelaku UMKM Kota Cimahi. *Abdimas Siliwangi*, 04(01), 13–26.
- Suhardi, A. R., Marinda, V. S., Rohendra, T., Putra, I. G. S., & Budiawan, A. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Binaan Kadin Jawa Barat Dalam Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(2), 100–105.
- Widiawati, A. M., Pratiwi, A. A., & Bimandra, G. (2019). Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147–157. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2676>
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Faisal Akbar, M. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175.