



## **Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengenalan Strategi Marketing Pada Siswa SMK Siding Puri Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep**

M. Haidir<sup>1\*</sup>, Reza Maulana<sup>2</sup>, Siti Chotijah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Trunojoyo Madura

Email: [haidirusman1216@gmail.com](mailto:haidirusman1216@gmail.com), [210211100121@student.trunojoyo.co.id](mailto:210211100121@student.trunojoyo.co.id),  
[220711100114@student.trunojoyo.co.id](mailto:220711100114@student.trunojoyo.co.id)

### **ABSTRAK**

Tujuan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik ini adalah untuk memberikan pelatihan tentang digital marketing sebagai penambah wawasan, terutama bagi kaum milenial. Metode kegiatan ini adalah dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Pada kegiatan ini, sasaran utamanya adalah generasi muda atau kaum milenial, yaitu siswa-siswi SMK Siding Puri, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. Jumlah peserta dalam kegiatan ini sebanyak 20 orang. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 13 Oktober 2024 di ruang kelas SMK Siding Puri. Pada kegiatan ini, membahas tentang *digital marketing*, strategi *marketing* yang efektif, pemanfaatan media sosial, pengenalan *marketplace* (Shopee dan TikTok Shop), dan mengenalkan mengenai peluang untuk mendapatkan uang melalui internet. Hal yang diharapkan dari pelatihan ini adalah mampu meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran digital sebagai keterampilan yang relevan di era teknologi, memberi mereka wawasan tentang cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan, memperkenalkan alat dan strategi pemasaran yang dapat digunakan secara praktis, serta memberikan wawasan mengenai peluang yang bisa dilakukan melalui internet.

**Kata Kunci: Digital Marketing, Pelatihan Digital Marketing, Marketplace**

### **ABSTRACT**

*The purpose of this Thematic Real Work Lecture activity is to provide training on digital marketing as an added insight, especially for millennials. The method of this activity is to use lecture and discussion methods. In this activity, the main target is the younger generation or millennials, namely students of SMK Siding Puri, Lenteng District, Sumenep Regency. The number of participants in this activity was 20 people. This activity was held on Sunday, October 13, 2024, in the classroom of SMK Siding Puri. This activity discusses digital marketing, effective marketing strategies, utilizing social media, introducing marketplaces (Shopee and TikTok Shop), and introducing opportunities to earn money through the internet. What is expected from this training is to be able to increase their understanding of digital marketing as a relevant skill in the technological era, give them insight into how to use social media to promote products or services, introduce marketing tools and strategies that can be used practically, and provide insight into opportunities that can be done through the internet.*

**Keywords: Digital Marketing, Digital Marketing Training, Marketplace**

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara bisnis memasarkan produk dan layanan mereka. Dalam beberapa dekade terakhir, *digital marketing* atau pemasaran digital telah mengalami evolusi pesat, berkat kemajuan teknologi seperti internet, perangkat mobile, dan media sosial. Teknologi digital memberikan akses yang lebih luas dan cepat terhadap informasi, serta memungkinkan bisnis untuk mencapai target pasar mereka dengan lebih efektif dan efisien. Ini terjadi karena banyak orang sekarang lebih suka berbelanja online, karena mereka bisa menemukan semua jenis produk yang mereka butuhkan di internet. Sementara itu, para produsen akan lebih banyak menjual produk mereka secara online dibandingkan sebelumnya (Septiana et al., 2021).

Banyak pengguna internet yang belum memanfaatkan berbagai platform media dengan optimal, terutama di kalangan anak muda. Mereka cenderung menggunakan internet hanya untuk bersenang-senang dan mencari hiburan. Sebenarnya, siapapun saat ini bisa memulai bisnis jika memiliki keterampilan dan niat yang kuat. Dengan adanya kemudahan dalam menyebarkan informasi melalui media, seseorang bisa lebih mudah menjalankan bisnisnya agar dikenal luas dan menarik perhatian konsumen (Abdilah et al., 2022). Hal ini disebabkan oleh keterbatasan infrastruktur di daerah terpencil, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan ekonomi yang membuat

biaya perangkat dan langganan data terasa mahal. Selain itu, kekhawatiran akan keamanan data pribadi serta kurangnya konten lokal yang relevan juga menjadi faktor yang membuat masyarakat enggan memanfaatkan internet secara optimal.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat, terutama dalam penggunaan internet yang semakin meluas, telah memberikan peluang besar bagi generasi milenial untuk memulai bisnis dengan cara yang lebih efisien dan kreatif. Kehadiran platform digital menawarkan solusi efektif bagi mereka untuk memasarkan produk atau layanan dengan lebih mudah dan tanpa batasan geografis yang dulu mungkin membatasi ruang gerak bisnis (Apriyani et al., 2022). Kini, hanya dengan menggunakan *smartphone* atau perangkat digital lain yang terhubung dengan internet, generasi milenial dapat mengakses berbagai alat dan aplikasi yang mempermudah mereka dalam menjalankan operasional bisnis, mulai dari pemasaran hingga transaksi. Salah satu aspek terpenting dari transformasi ini adalah peran media sosial, yang telah berkembang menjadi alat promosi yang sangat kuat dan berpengaruh, di mana para pengguna dapat langsung membagikan konten dalam bentuk gambar, video, atau teks promosi kepada para pengikutnya dengan cepat dan real-time. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, misalnya, memungkinkan para pebisnis muda ini untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan, membangun komunitas, serta meningkatkan *brand awareness* secara organik maupun

melalui iklan berbayar (Hadion Wijoyo et al, 2021:16). Selain itu, media sosial menyediakan data analitik yang membantu para pelaku usaha untuk memahami demografi dan preferensi audiens mereka dengan lebih baik, sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan secara spesifik untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Dengan begitu, teknologi internet dan media sosial tidak hanya mengubah cara berbisnis tetapi juga membuka peluang yang lebih luas bagi generasi milenial untuk menjadi pengusaha yang adaptif dan inovatif, memanfaatkan setiap peluang yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi di era digital ini (Kusuma, 2021).

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, siapa pun dengan rentang usia tertentu dapat menggunakan media sosial dan marketplace untuk memulai bisnis, sehingga batasan usia tidak lagi relevan. Keuntungan jika anak sekolah menggunakan media sosial dan marketplace untuk belajar berwirausaha pada saat yang bersamaan adalah mereka dapat memiliki penghasilan sendiri, dan belajar membuat produk dengan kemampuan mereka, membangun bisnis, dan lain sebagainya (Abdilah et al., 2022).

SMK Siding Puri adalah salah satu sekolah yang berada di kecamatan Lenteng, kabupaten Sumenep. Karena sekolah ini belum pernah mengadakan kegiatan penyuluhan mengenai strategi pemasaran digital, maka akan sangat bermanfaat bila dilakukan di SMK ini. Dengan adanya ijin dari pihak sekolah dan respon positif dari para siswa, diharapkan kegiatan ini akan

memberikan pengetahuan baru kepada para siswa dan membuka wawasan mereka tentang perkembangan teknologi saat ini, khususnya dalam hal digital marketing.

## **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Metode yang digunakan adalah metode pendidikan masyarakat melalui berbagai kegiatan, seperti penyuluhan. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada siswa-siswi SMK Siding Puri mengenai cara kerja *digital marketing*. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) terdiri dari beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Observasi  
Dari hasil observasi, diketahui bahwa siswa-siswi tersebut belum pernah mengikuti pelatihan mengenai topik ini. Dari pihak Kepala Sekolah SMK Siding Puri juga menyarankan untuk membuat program pelatihan ini untuk meningkatkan *soft skill* dari para siswa-siswi.
2. Tahap Persiapan  
Persiapan dimulai dengan memberikan surat pengantar KKNT, bertemu dengan pihak SMK Siding Puri untuk meminta izin melaksanakan kegiatan KKNT, mendiskusikan rencana kegiatan, tujuan, jumlah peserta, dan lokasi pelatihan..
3. Tahap Pelaksanaan  
dimulai dengan persiapan materi dan peralatan yang mencakup pengenalan konsep dasar digital marketing dan peran media sosial

dalam pemasaran. Setelah itu, siswa diberikan sesi teori diikuti dengan praktik langsung, di mana mereka belajar membuat akun bisnis, merancang konten promosi, serta menggunakan alat analitik sederhana. Pelatihan dilanjutkan dengan studi kasus dan diskusi kelompok untuk menyusun strategi pemasaran, dan diakhiri dengan evaluasi pemahaman siswa serta tindak lanjut untuk memastikan keterampilan *digital marketing* mereka terus berkembang.

#### 4. Tahap Evaluasi

Dimulai dengan adanya sesi tanya jawab dengan para peserta kegiatan sosialisasi untuk mengetahui lebih lanjut dan merasakan penggunaan pemasaran digital sebagai peluang untuk mengembangkan minat siswa.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara garis besar kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) dengan pelatihan mengenai “Pelatihan *Digital Marketing* sebagai Upaya Pengenalan Strategi Pemasaran kepada siswa SMK Siding Puri, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep” berjalan dengan sangat baik hingga keseluruhan acara selesai. Semuanya berjalan dengan lancar dari awal tahap observasi, hingga persiapan kegiatan, persiapan kebutuhan kegiatan, dan saat pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) ini dilaksanakan pada hari Minggu, 13 Oktober 2024 mulai pukul 09.00 hingga pukul 12.00 WIB di ruang kelas SMK Siding Puri. Peserta dalam kegiatan ini adalah siswa-siswi yang berminat untuk mengikuti kegiatan

ini, jumlah peserta yang mengikuti sebanyak 20 orang dan dihadiri oleh Kepala Sekolah SMK Siding Puri. Kegiatan ini diawali dengan pembukan dan sambutan dari anggota KKNT serta sambutan dari Kepala Sekolah SMK Siding Puri. Setelah itu kegiatan pelatihan dilakukan dengan menyampaikan materi mengenai *digital marketing*.



Gambar 1. Peserta Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik

Adapun materi kegiatan pelatihan yang disampaikan berisikan tentang konsep *digital marketing*, strategi *marketing* yang efektif, pemanfaatan media sosial, pengenalan marketplace (Shopee dan Tiktok Shop), dan mengenalkan mengenai peluang untuk mendapatkan uang melalui internet. Hal ini bertujuan untuk membuka wawasan baru bagi para siswa mengenai perkembangan teknologi terutama tentang *digital marketing* saat ini.



Gambar 2. Penyampaian Materi Tentang *Digital Marketing*



Gambar 3. Materi Tentang Marketplace Shopee



Gambar 5. Foto Bersama Dengan Kepala Sekolah SMK Siding Puri



Gambar 4. Penyampaian Materi Tentang Tiktok

Selama kegiatan KKNT berlangsung, SMK Siding Puri sangat antusias dan aktif dalam mendiskusikan materi yang disampaikan selama kegiatan KKNT berlangsung. Setelah materi disampaikan, sesi tanya jawab berjalan dengan baik karena para peserta sangat antusias dalam mengajukan beberapa pertanyaan yang menarik dan mereka juga berbagi pengalaman mengenai digital marketing itu sendiri, seperti mencoba memasarkan di Tiktok Shop.

Setelah mengikuti kegiatan KKNT “Pelatihan *Digital Marketing* Sebagai Upaya Pengenalan Strategi Marketing pada siswa SMK Siding Puri Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep” diharapkan para siswa-siswi mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran digital sebagai keterampilan yang relevan di era teknologi.
2. Memberi mereka wawasan tentang cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan.
3. Memperkenalkan alat dan strategi pemasaran yang dapat digunakan secara praktis.
4. Serta memberikan wawasan mengenai peluang yang bisa dilakukan melalui internet.

## KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) dilaksanakan pada tanggal 13 Oktober 2024 di ruang kelas SMK Siding Puri telah selesai dan berjalan dengan sangat baik. Metode yang digunakan dalam kegiatan yaitu metode ceramah dan diskusi. Hasil dari

kegiatan memberikan bekal penting bagi siswa-sisi SMK Siding Puri dalam memahami dan menguasai keterampilan pemasaran digital yang sangat relevan di era modern. Melalui materi dan praktik yang disampaikan, siswa dapat mengenal peran media sosial sebagai alat promosi, mengembangkan kreativitas dalam membuat konten yang efektif, serta memahami dasar-dasar analisis data untuk mengevaluasi strategi pemasaran mereka. Pelatihan ini tidak hanya membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam dunia pemasaran digital, tetapi juga memperluas peluang karir mereka di masa depan dengan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri saat ini, serta mendapatkan pemahaman mengenai peluang yang dapat dihasilkan dari internet.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, R. F., Sulton, M., Digital, P., Sebagai, M., Pengenalan, U., Marketing, S., Siswa, P., Al, S., Kecamatan, I., Kabupaten Jember, G., Kabupaten, G., Rijal, J., Abdilah, F., Amin, A. M., Satrya, B., Abidin, F., & Febriyanti, B. D. (2022). *p-issn : 2808-6996-BY-SA license*. 2, 65–76.
- Apriyani, N. R., ZA, S. Z., Ramadhani, S. E. N., Vauza, V. T. S., Nabila, S., & Andre, A. (2022). Motivasi Belajar untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha dengan Memanfaatkan Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis pada Siswa SMK Negeri 4 Samarinda. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(3), 160–164. <https://doi.org/10.55382/jurnalpust>

akamitra.v2i3.206

- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, dan I. I. (2546). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Vol. 5, Nomor 1).
- Kusuma, Indra Lila. (2021). *2450-9318-2-Pb*. 03(02), 315–321.
- Septiana, L., Sapitri, S., & Muhlida, S. M. (2021). Pelatihan Digital Marketing dan Pembuatan Sabun pada Siswa – Siswi SMP Yayasan Perguruan Islam As Sa’adah. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.35335/abdimas.v5i1.1843>