

**Pendampingan Menggunakan Video Marketing Untuk Mempromosikan Produk  
Di SMK Negeri 5 Tangerang Selatan**

Yeni Septiani,Dwi Septiani, Luvina Ardelia Putri dan Vina Rosalina

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pamulang

Email :

[dosen00723@unpam.ac.id](mailto:dosen00723@unpam.ac.id), [septianidwi1404@gmail.com](mailto:septianidwi1404@gmail.com), [luvinaardeliap@gmail.com](mailto:luvinaardeliap@gmail.com),  
[vinarosalina93@gmail.com](mailto:vinarosalina93@gmail.com)

**ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memanfaatkan video marketing sebagai strategi promosi produk. Pendampingan ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi UMKM, seperti kurangnya pemahaman tentang konsep video marketing, keterbatasan keterampilan teknis dalam pembuatan video promosi, serta rendahnya penerapan strategi pemasaran digital yang efektif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan, praktik langsung. Pelaku UMKM diberikan pengetahuan dasar mengenai pentingnya video marketing, teknik pembuatan video yang menarik, dan strategi untuk mendistribusikan video promosi melalui platform digital. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup evaluasi terhadap hasil video promosi yang dibuat oleh peserta untuk memastikan kualitas dan efektivitasnya. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para peserta berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam membuat serta memanfaatkan video marketing. UMKM yang terlibat mampu memproduksi video promosi yang menarik dan mulai mengintegrasikan video marketing dalam strategi pemasaran mereka. Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM dapat lebih kompetitif di era digital, sehingga mampu memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi dosen pembimbing dan mahasiswa pengabdian dalam hal pengalaman praktis serta kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat.

**Kata Kunci:** Pendampingan, UMKM, video marketing, promosi produk, pemasaran digital.

**ABSTRACT**

*This community service activity aims to assist micro, small and medium enterprises (UMKM) in utilizing video marketing as a product promotion strategy. This assistance is carried out to answer problems faced by UMKM, such as lack of understanding of the concept of video marketing, limited technical skills in making promotional videos, and low implementation of effective digital marketing strategies. The methods used in this activity include training, hands-on practice. UMKM players are given basic knowledge about the importance of video marketing, techniques for making attractive videos, and strategies for distributing promotional videos through digital platforms. In addition, this activity also includes an evaluation of the results of promotional videos made by participants to ensure their quality and effectiveness. The results of this activity show that the participants successfully improved their understanding and skills in creating and utilizing marketing videos. The UMKM involved were able to produce attractive promotional videos and started to integrate video marketing in their marketing strategies. Through this activity, it is hoped that UMKM can be more competitive in the digital era, so*

*as to expand their market and increase competitiveness. This activity also provides benefits for supervisors and service students in terms of practical experience and contribution to community empowerment.*

*Keywords: Mentoring, UMKM, video marketing, product promotion, digital marketing.*

## PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media pemasaran berbasis video menjadi salah satu metode yang paling efektif untuk meningkatkan daya tarik produk dan menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang belum memanfaatkan media ini secara maksimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan pengetahuan tentang pembuatan dan pengelolaan konten video, kurangnya pemahaman akan strategi pemasaran digital, serta kendala teknis seperti akses terhadap perangkat lunak atau perangkat keras yang dibutuhkan.

UMKM sering kali masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti brosur atau pemasaran dari mulut ke mulut, yang memiliki jangkauan terbatas. Akibatnya, potensi untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar belum sepenuhnya terealisasi. Selain itu, kurangnya strategi promosi yang efektif membuat produk UMKM kalah bersaing dengan produk serupa yang sudah lebih dulu dikenal masyarakat melalui platform digital.

Pendampingan ini bertujuan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan tersebut melalui pelatihan dan bimbingan dalam penggunaan video marketing sebagai salah satu strategi promosi yang relevan dan efektif.

## RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi permasalahan yang telah diutarakan diatas kami berinisiatif untuk membentuk pengabdian kepada masyarakat bagi para Mahasiswa.

Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan analisis situasi permasalahan, sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang konsep dan manfaat video marketing untuk promosi produk?
2. Bagaimana memberikan keterampilan teknis kepada pelaku UMKM dalam membuat dan mengelola video marketing yang menarik dan efektif?
3. Bagaimana membantu pelaku UMKM mengaplikasikan video marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka?

## TUJUAN KEGIATAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema **“Pendampingan Menggunakan Video Marketing Untuk Mempromosikan Produk di SMK Negeri 5 Tangerang Selatan”** memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang konsep dan manfaat video marketing sebagai strategi promosi.
2. Untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan teknis dalam pembuatan video promosi yang efektif, mulai dari proses perencanaan hingga eksekusi.
3. Untuk mendukung pelaku UMKM dalam menerapkan video marketing untuk meningkatkan daya saing produk dan memperluas jangkauan pasar.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Pentingnya Pemahaman Konsep dan Manfaat Video Marketing**

Pentingnya memahami konsep video marketing terletak pada bagaimana strategi ini memanfaatkan elemen visual dan audio untuk

menyampaikan pesan secara menarik dan efektif kepada audiens. Video marketing mencakup berbagai format seperti video edukasi, testimoni, promosi produk, hingga siaran langsung, yang dapat meningkatkan brand awareness, memperkuat hubungan emosional dengan audiens, dan mendorong konversi penjualan. Menurut Lyrid Prima Indonesia (2023), video marketing mampu meningkatkan interaksi hingga mendukung optimasi SEO dengan memperpanjang waktu kunjungan di situs web.

Menurut Kotler dan Keller (2016), video marketing adalah bagian dari strategi pemasaran digital yang bertujuan menciptakan pengalaman yang menghibur sekaligus memengaruhi perilaku konsumen. Konsep ini mencakup produksi konten kreatif, distribusi di platform digital, hingga analisis performa video.

Manfaat utama dari video marketing meliputi membangun kepercayaan pelanggan melalui bukti visual, menarik perhatian audiens lebih cepat dibandingkan teks, dan memperkuat identitas brand. Selain itu, Google cenderung memprioritaskan konten video dalam hasil pencarian, menjadikannya alat penting untuk meningkatkan visibilitas digital bisnis Anda. Populix (2023) menambahkan bahwa video yang dirancang dengan baik bisa lebih mudah dibagikan, memperluas jangkauan audiens secara signifikan.

### **Keterampilan Teknis dalam Membuat dan Mengelola Video Marketing**

Keterampilan teknis dalam membuat dan mengelola video marketing mencakup kemampuan teknis yang diperlukan untuk menghasilkan, mengedit, dan mengoptimalkan video agar dapat menarik audiens dan mencapai tujuan pemasaran.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) dalam buku *Marketing Management*, keterampilan teknis mencakup pemahaman alat-alat dan teknologi yang relevan. Dalam konteks video marketing, ini berarti penguasaan perangkat lunak pengeditan

video, kamera, dan perangkat perekam suara untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi.

### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dengan metode penelitian aksi partisipatif dan pendekatan berbasis teknologi. Tahapan pelaksanaan ini meliputi :

1. Melakukan observasi terhadap produk yang dimiliki oleh siswa dan potensi yang ada di SMK Negeri 5 Tangerang Selatan.
2. Mengadakan sesi pelatihan tentang pembuatan video marketing, termasuk teknik dasar pengambilan gambar, pencahayaan, editing video, dan strategi konten yang menarik.
3. Membimbing siswa dalam proses pembuatan video promosi untuk produk yang mereka pilih, termasuk dalam penentuan konsep, pemilihan materi visual, pengaturan narasi, dan teknik editing.
4. Menyusun rencana distribusi video melalui berbagai platform media sosial yang relevan (misalnya, YouTube, Instagram, TikTok, Facebook).
5. Mengadakan sesi evaluasi bersama siswa untuk membahas hasil video marketing yang telah dibuat dan diterbitkan.
6. Menyusun laporan hasil pengabdian, termasuk temuan-temuan penting dari proses pembuatan video marketing dan publikasinya.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Kegiatan**

Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa dan siswi SMKN 5 TANGERANG SELATAN telah terbentuk dan memiliki struktur organisasi yang jelas. Dan berikut hasil observasi terkait pelaksanaan program ini :

1. Siswa terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pendampingan ini dapat membantu siswa dalam

## *Kreatif*

memahami bagaimana video marketing digunakan untuk promosi

2. SMKN 5 Tangerang Selatan sudah menyediakan fasilitas yang sangat cukup mendukung, dengan ruang komputer dan perangkat lunak
3. Pendampingan dilakukan dengan pendekatan interaktif dan berbasis proyek dengan Teknik penting dalam video marketing.

### **Pembahasan**

Tantangan dan Peluang

Tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi:

1. Keterbatasan Anggaran (Budget)
2. Keterbatasan Keahlian dalam Produksi Video
3. Keterbatasan Infrastruktur dan Teknologi
4. Kurangnya Strategi Video yang Jelas

Peluang yang dapat dioptimalkan antara lain:

1. Menggunakan Video untuk Meningkatkan Konversi Penjualan
2. Meningkatkan Visibilitas dengan Platform Gratis atau Terjangkau
3. Membangun Kepercayaan dan Kredibilitas Merek
4. Menciptakan Koneksi Emosional dengan Audiens

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Peran Penting Video Marketing untuk UMKM dalam membantu mempromosikan produk mereka di era digital. Meskipun efektif, banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi ini karena keterbatasan pengetahuan dan teknologi.
2. Pengembangan Keterampilan melalui Pelatihan dan Pendampingan, yang dilaksanakan di SMKN 5 Tangerang

Selatan menunjukkan pentingnya pengembangan keterampilan praktis dalam pembuatan konten video. Dengan pendekatan berbasis proyek, peserta dapat langsung mengaplikasikan teori yang didapat, meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat video yang menarik dan efektif untuk promosi produk.

3. Kolaborasi Institusi Pendidikan dan UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing, untuk mengatasi tantangan pemasaran digital. Dukungan dari sekolah atau lembaga pendidikan dalam memberikan pelatihan dan pendampingan dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan video marketing

#### **Saran**

1. Pelatihan dalam penggunaan video marketing sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk mereka dan memperluas jangkauan pasar.
2. Kolaborasi antara institusi pendidikan dan industri perlu diperkuat untuk menciptakan peluang kerja bagi lulusan serta mendukung pengembangan UMKM.
3. Penyediaan sumber daya yang lebih baik, termasuk akses ke perangkat lunak dan perangkat keras yang diperlukan untuk produksi video, akan sangat membantu pelaku UMKM dalam memaksimalkan strategi pemasaran mereka melalui video.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur

Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diyayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat



Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm, 1*(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1*(1), 177-180.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited.

Lyrid Prima Indonesia. (2023). Pentingnya Video Marketing dalam Strategi Pemasaran Digital.

Populix. (2023). Mengoptimalkan Video Marketing untuk UMKM.

## DOKUMENTASI KEGIATAN

