

# Optimalisasi Penggunaan Internet Untuk Membuka Peluang Usaha Siswa Smk Sasmita Jaya 2

Wahyu Nurul Faroh\*<sup>1</sup>, Ambar Widya Lestari<sup>2</sup>, Kustitik<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pamulang

E-mail: wahyunurulfaroh@gmail.com

## Abstract

*This Community Service Lecturer at Pamulang University Management Study Program aims to increase students' knowledge and skills on how to: (1) search for information and develop marketing through internet media, (2) measure the credibility of information sources on the internet, and (3) process and apply information in internet to develop innovative marketing with social media. The activity was carried out at Sasmita Jaya 2 Vocational School with a total of 56 students consisting of various expertise programs. The implementation method is training by means of general presentation of the material and direct practice by students accompanied by the implementation team. Participants are trained to create advertising content on Instagram social media with their personal accounts. The content created is in the form of feeds, reels, and stories. Here students practice guided by speakers and a team of community service implementers. Through this activity it is hoped that it will shape the mindset of participants to optimize internet media as a means of marketing products and be able to filter information available on the internet to develop innovative marketing.*

**Keywords:** Internet; Business Opportunities; Vocational School

## Abstrak

*Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Universitas Pamulang Prodi Manajemen ini bertujuan untuk meningkatkan penerahuan dan keterampilan siswa tentang cara: (1) mencari informasi dan mengembangkan pemasaran melalui media internet, (2) mengukur kredibilitas sumber informasi di internet, dan (3) mengolah dan mengaplikasikan informasi di internet untuk mengembangkan pemasaran yang inovatif dengan media sosial. Kegiatan dilaksanakan di SMK Sasmita Jaya 2 dengan jumlah peserta sebanyak 56 siswa yang terdiri dari berbagai program keahlian. Metode pelaksanaan yaitu pelatihan dengan cara pemaparan materi secara umum dan praktik secara langsung oleh siswa di dampingi oleh tim pelaksana. Peserta dilatih untuk membuat konten iklan di media sosial instragram dengan akun pribadi yang telah dimiliki. Konten yang dibuat berupa feed, reels, dan stories. Disini siswa praktik dengan dipandu oleh pemateri dan tim pelaksana pengabdian masyarakat. Melalui kegiatan ini di harapkan dapat membentuk pola pikir peserta untuk mengoptimalkan media internet sebagai sarana memasarkan produk dan dapat menyaring informasi yang tersedia di internet untuk mengembangkan pemasaran yang inovatif.*

**Kata kunci:** Internet; Peluang Usaha; Siswa Sekolah Menengah Kejuruan

## 1. PENDAHULUAN

Sudah hampir seperempat abad masyarakat dunia menggunakan Internet. Hingga saat ini Internet sudah digunakan oleh masyarakat dari berbagai usia dan generasi. Hasil penelitian Yahoo dan Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia tahun 2009 menunjukkan pengakses terbesar di Indonesia adalah mereka yang berusia antara 15-19 tahun. Dari 2.000 responden yang mengikuti survei ini, didapat hasil sebanyak 64 persen adalah anak muda. Masih dari hasil penelitian yang sama, 53 persen dari anak usia 15-19 tersebut ternyata menggunakan mengakses internet dari warnet. Kemudian berdasarkan temuan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemenkominfo) dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2010, total pengguna internet di Indonesia menembus 40 juta pengguna. Dari angka itu, 64persen adalah remaja. Artinya, internet saat ini memegang peranan penting bagi generasi masa depan Indonesia. Sama halnya menurut Febriansyah (2021) Tingginya persentase akses penggunaan internet berasal dari siswa/siswi yang menggunakan internet untuk mengakses media sosial, menjadikan informasi dapat diakses secara bebas untuk siapa saja memproduksi dan menyebarkan informasi kepada orang lain.

Berbagai penelitian penggunaan Internet di kalangan remaja di atas menunjukkan bahwa Internet telah menjadibagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari anak-anak dan remaja di Indonesia. Sehingga Kemenkominfo memandang perlu ada berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan mereka dalam kaitannya dengan keamanan berinternet. Hal ini dapat dicapai melalui sosialisasi, pendidikan literasi maupun pelatihan. Seperti halnya menurut Praditya (2023) Dalam era digital saat ini, kehadiran online yang kuat sangat penting bagi individu yang ingin memperkuat merek pribadi mereka dan membangun kepercayaan dari audiens mereka. Dengan menggunakan media sosial, individu dapat membangun merek pribadi mereka sendiri dan memperluas jangkauan mereka. Salah satu manfaat utama media sosial bagi personal branding adalah dapat membantu individu memperkenalkan diri mereka, menampilkan keahlian dan pengalaman mereka, serta membangun kredibilitas di bidang mereka. Melalui konten yang berkualitas dan bermanfaat, individu dapat menarik minat audiens mereka dan meningkatkan kesadaran merek pribadi mereka. Ini juga dapat membantu individu memperluas jaringan profesional mereka dan memperoleh kesempatan karir yang lebih baik.

Sedangkan menurut Setiawan dan Ismurjanti (2018) Bagi kalangan pelajar, salah satu fungsi terpenting internet adalah untuk melakukan pencarian informasi. Informasi yang diperoleh dari internet dapat digunakan untuk berbagai keperluan, misalnya mengerjakan tugas-tugas dari sekolah, memperdalam pengetahuan tentang berbagai topik, mengembangkan keterampilan atau bakat tertentu, dan lain sebagainya.

Penanaman pemahaman penggunaan dan keamanan media digital untuk anak-anak dan remaja dinilai sangat penting karena konten yang masuk ke dalam jaringan Internet sangat bebas dan sulit disaring. Karena saat ini tingkat kejahatan dunia maya meningkat sangat tajam, seperti pornografi, penipuan, perjudian, pencurian data, penyesatan opini, dan sebagainya. Berbagai potensi negatif tersebut mengintai pengguna internet yang saat ini didominasi kalangan remaja. Besarnya pengaruh negatif internet tersebut kalau tidak dibendung dengan berbagai kegiatan internet yang aman dikhawatirkan akan merusak generasi mendatang. Padahal Internet juga menyediakan berbagai informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Karena saat ini Internet menjadi sumber informasi yang paling mudah, cepat dan luas. Kelebihan Internet tersebut kemudian menjadikan ketergantungan, sehingga ketika kita membutuhkan informasi pintu utamanya adalah internet. Apalagi mesin pencari seperti Google memudahkan pengguna untuk menemukan banyak hal.

Menurut Febrianto dan Arisandi (2018) menyebutkan bahwa terdapat beberapa keunggulan dan kelemahan dalam *digital marketing*. Keunggulan *digital marketing*, antara lain:

1. Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan;
2. Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai;
3. Biaya jauh lebih murah dari pada pemasaran konvensional;
4. Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis;
5. Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu;
6. Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian online;

Maka dapat disimpulkan bahwa anak usia remaja memiliki peluang sekaligus tantangan dengan banyaknya waktu luang yang dimiliki dan tingginya intensitas waktu yang mereka gunakan untuk mengakses internet. Untuk itu, melalui pengabdian masyarakat ini solusi yang ditawarkan yaitu meningkatkan pengetahuan dalam menyaring informasi yang tersedia di internet serta memanfaatkan media internet untuk membangun pemasaran yang inovatif dengan tema "Optimalisasi Penggunaan Internet Untuk Membuka peluang Usaha Siswa SMK Sasmita Jaya 2".

## 2. METODE

Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan acara tatap muka dan praktek langsung membuat media pemasaran di internet melalui media sosial Instragram. Khalayak sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu siswa SMK Sasmita Jaya 2 yang berjumlah 56 siswa. Jumlah tersebut merupakan gabungan perwakilan dari masing program keahlian. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMK Sasmita Jaya 2 yang beralamat di Jl. Surya Kencana 2, Pamulang Barat, Kota Tangerang. Adapun waktu pelaksanaannya yaitu hari senin tanggal 28 November 2022.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini direncanakan sebagai berikut:

1. Penyampaian Materi:
  - a. Cara mengukur kredibilitas informasi di internet
  - b. Cara memilih media pemasaran di internet yang sesuai dengan segmen pasar
  - c. Cara membuat media pemasaran yang menarik
2. Praktik  
Sesi ini siswa diberikan kesempatan untuk praktik langsung membuat media pemasaran di internet melalui media sosial Instragram.
3. Tanya Jawab dan Diskusi  
Sesi ini digunakan untuk media tanya jawab dengan peserta tentang materi yang sudah disampaikan dan untuk sharing pengalaman tentang digital marketing.
4. Evaluasi  
Evaluasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh peserta dapat memahami materi yang disampaikan

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 16 Mei 2023 dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 56 orang. Tempat pelaksanaan kegiatan yaitu di Aula sekolah SMK Sasmita Jaya 2. Kegiatan ini dibagi menjadi 3 sesi, yaitu pembukaan, kegiatan inti dan penutup. Pembukaan diisi dengan sambutan yang disampaikan oleh kepala kekolah dan ketua pelaksana kegiatan PKM. Selanjutnya kegiatan inti yang disampaikan oleh pemateri dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

1. Penyampaian materi

Media yang digunakan untuk menyampaikan materi yaitu berupa *PowerPoint Presentation* (PPT) yang berisi materi teks dan video. Sedangkan alat yang digunakan yaitu LCD proyektor yang digunakan untuk menampilkan PPT.



Gambar 1. Sesi Materi

## 2. Tanya Jawab dan Diskusi

Setelah sesi materi, kegiatan selanjutnya yaitu tanya jawab. Dalam sesi ini peserta diberikan waktu untuk bertanya seputar materi yang sudah didapatkan. Antusiasme peserta terlihat dari banyaknya peserta yang banyak bertanya pada sesi ini. Namun sesi ini dibatasi 6 penanya, karena pemateri akan melanjutkan untuk sesi praktik.



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab

## 3. Praktik

Pada sesi ini peserta dilatih untuk membuat konten iklan di media sosial Instagram dengan akun pribadi yang telah dimiliki. Konten yang dibuat berupa *feed*, *reels*, dan *stories*. Disini siswa praktik dengan dipandu oleh pemateri dan tim pelaksana pengabdian masyarakat.

## 4. Evaluasi

Evaluasi ini digunakan sebagai sarana untuk memberikan kesan, masukan dan saran terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan. Selain itu, sesi ini juga digunakan untuk menggali permasalahan lain yang sedang dihadapi oleh peserta, harapannya pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya dapat membantu menyelesaikan masalah yang aktual sedang terjadi.

Setelah rangkaian kegiatan inti selesai, selanjutnya yaitu penutup. Acara ditutup dengan membacakan doa dan dilanjutkan foto bersama.

## 4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu:

1. Cara mengukur kredibilitas sumber informasi di internet yaitu dengan memperhatikan: luas cakupan informasi, kedalaman informasi, waktu, konten, dan akurasi.
2. Cara memilih media sosial yang tepat untuk bisnis yaitu: tentukan target audience, pilih jenis platform berdasarkan usaha yang dimiliki, dan buat strategi khusus pada konten
3. Cara membuat pemasaram melalui media internet yang menarik yaitu: buatlah konten yang original, kenali audiens, dan perhatikan caption.

Adapun saran yang dapat berikan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu hendaknya untuk pengabdian kepada masyarakat yang selanjutnya untuk memberikan pelatihan cara membuat *affiliate marketing*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Febriansyah, E dkk. (2021). *Penggunaan Internet Sebagai Sumber Informasi Bagi Masyarakat Kepada Yayasan Baitul Yatim H. Caong*. Jurnal Kreativitas Mahasiswa Informatika Volume 2 Nomor 3 Tahun 2021 Page 563 - 566 p-ISSN: 2797-6327 e-ISSN
- Febrianto, M T dan Arisandi, D. (2018). "*Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*", 67-68.
- Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Laksana, D dan Dharmayanti, D. (2018). "Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan intellectual capital Dan perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 12, No.1 April 2018.
- Marwoko, G. (2019). Psikologi Perkembangan Masa Remaja. *Jurnal Tarbiyah dan Syari'ah Islamiyah*, Vol 26 No(1), 60-75.
- Munandar, U. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Praditya, A dkk. (2023). *Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Pribadi Kepada Pemberi Kerja di SMK Via Medika Ciputat Tangerang Selatan*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen Vol. 3, No. 2 Juni 2023, Hal. 100-104.
- Setiawan, E P & Ismurjanti. (2018). *Penggunaan internet sebagai sumber informasi dalam penyusunan karya ilmiah siswa SMA Negeri 8 Yogyakarta*. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 6, No. 2 (Desember 2018) 169-182 ISSN 2303-2677 (Print) ISSN 2540-9239 (Online)
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana
- Tjiptono, F dan Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Cusoemer Satisfaction, Stategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 3*, 445.