



Penerapan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Tingkat Partisipasi Calon Peserta Didik pada SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan

Petrus Sianggian P¹⁾, Ghema Nusa Persada²⁾, Rahmat Hartono³⁾

Universitas Pamulang

¹⁾dosen02684@unpam.ac.id, ²⁾dosen02682@unpam.ac.id

Abstrak. Pada era glocalisasi perkembangan strategi digital marketing bisnis teknologi memberikan berbagai dampak yang signifikan, terutama dalam dunia pendidikan. Berbagai metode penyampaian materi dalam proses pembelajaran mengalami pergeseran. Dimana pada saat ini, sekolah umumnya sudah memiliki komputer bahkan jaringan internet yang baik. Hadirnya media penyampaian informasi dengan menggunakan teknologi informasi tentu saja sangat membantu agar pesan atau materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Perkembangan pemasaran secara digital saat ini digunakan selain dalam bisnis juga dapat berguna untuk bidang pendidikan dengan berbagai macam media digunakan untuk menyampaikan materi, mulai dari papan tulis, dengan menggunakan website tentunya lebih memudahkan siswa dalam hal berkreasi tentang ilmu yang didapatkan di sekolah bisa dapat langsung dituangkan dalam bentuk tulisan. Media baru ini membantu menyediakan template yang dapat digunakan dengan mudah dan desain yang sangat menarik. Pemanfaatan ini tinggal mengasah kreatifitas sehingga dapat digunakan secara maksimal. Terdapat banyak situs yang memberikan layanan seperti pemasaran digital mulai dari yang gratis sampai dengan berbayar. Dengan desain yang beragam dan menarik, membuat strategi digital marketing menjadi tidak membosankan. Dengan menggunakan aplikasi di beberapa media online, guru dan peserta didik dapat menginformasikan kepada dunia tentang ilmu pengetahuan, kreativitas, serta keterampilan yang akan didapatkan untuk peserta didik, sehingga strategi ini juga dapat dimanfaatkan dalam berbagai kesempatan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dibagi kedalam beberapa tim pengusul melakukan pendekatan dan sosialisasi tentang kegiatan yang akan dilaksanakan untuk menjalin kerjasama dengan pihak SMAN 10 Kota Tangerang Selatan.

Kata kunci : Teknologi Informasi, Strategi, Digital Marketing, Pelatihan

Abstract. In the era of globalization, the development of digital marketing strategies for business technology has had a significant impact, especially in the world of education. Various methods of delivering material in the learning process have shifted. Where at this time, schools generally already have a computer and even a good internet network. The presence of information delivery media using information technology is of course very helpful so that the message or material conveyed can be well received. The development of digital marketing is currently being used in addition to business, it can



also be useful in the field of education with various kinds of media used to convey material, starting from the blackboard, using the website, of course, it makes it easier for students to be creative about the knowledge they get at school, which can be poured right away. in written form. This new medium helps provide easy-to-use templates and highly attractive designs. Utilization of this just hone creativity so that it can be used optimally. There are many sites that provide services such as digital marketing ranging from free to paid. With various and attractive designs, making a digital marketing strategy is not boring. By using applications in several online media, teachers and students can inform the world about knowledge, creativity, and skills that will be obtained for students, so that this strategy can also be used on various occasions. The implementation of community service activities was divided into several proposing teams to approach and socialize the activities to be carried out to establish cooperation with SMAN 10 Kota Tangerang Selatan.

Keywords: *Information Technology, Strategy, Digital Marketing, Training*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, peserta didik dituntut untuk berperan aktif, tidak hanya di lingkungan sekolah namun harus berperan aktif di kegiatan kemasyarakatan. Peserta didik adalah intellectual human in the school. Peserta didik sebagai ujung tombak Pendidikan sudah sepatutnya menjadi role model dalam kehidupan bermasyarakat yang didasari dengan ilmu pengetahuannya dan di barengi dengan derajat pendidikannya, serta mindsetnya. Kendati demikian, kenyataan yang ada berbanding terbalik dengan harapan yang diinginkan. Peserta didik pada umumnya memiliki hasrat hanya untuk mendalami ilmu yang bersifat teori di bangku sekolah dan minoritas dari peserta didik yang berkontribusi aktif dalam sosial kemasyarakatan, kendatipun demikian ada beberapa peserta didik yang sudah memulai untuk dapat berkontribusi melakukan program wirausaha melalui program yang dilakukan oleh sekolah. Dunia digital marketing media online telah merambah ke segala bidang seperti E-Commerce, Lembaga Pendidikan, Travel, blog, forum hingga lembaga keuangan baik perbankan maupun non perbankan sehingga melahirkan platform media online website yang dibangun menggunakan Content Management System untuk menarik minat masyarakat sehingga komunikasi, penjualan produk dan jasa maupun penulisan artikel dapat tersampaikan secara efektif dan efisien.

Digital marketing saat ini telah berkembang pesat hingga seluruh dunia. Dan saat ini terdapat beberapa Content Management System yang memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk membangun sebuah digital marketing dari awal meskipun ia tidak paham dengan bahasa pemrograman. Dan itu merupakan salah satu keuntungan yang dapat diperoleh dari penggunaan produk tersebut untuk melakukan pemasaran. Sebagai wadah edukasi mengenai digital marketing. Kami yang tergabung dalam PKM ini, berharap agar masyarakat



khususnya para peserta didik menjadi termotivasi untuk meningkatkan kreatifitas pada masing – masing individu.

LITERATUR REVIEW

Di era perkembangan internet di mana hampir seluruh dunia memfokuskan perubahan digitalisasi di berbagai area seperti pemasaran, di mana media pemasaran merubah media konsumsinya dari surat kabar, majalah, radio, dan TV menjadi media internet. Dan menurut Internet World Stats pada tahun 2012 internet digunakan oleh 2,4 milyar pengguna di seluruh dunia, dan penggunaanya terus bertambah pertahunnya (Diamond, 2015). Pemasaran digital merupakan pendekatan pemasaran yang baru dan bukan hanya pemasaran tradisional yang diperkuat oleh elemen digital saja (Kotler, 2009). Pemasaran digital mempunyai karakteristik dan dinamika tersendiri yang harus dipelajari dan dipahami lebih dalam untuk dapat menggunakan media pemasaran digital ini secara efektif baik dari segi taktik atau strategi pemasarannya (Nicolino, 2004). Jalur pemasaran digital satu arah seperti website, e-mail newsletters, online directories, dan banner advertising merupakan alat pemasaran yang memiliki tingkat kontrol dari perusahaan yang sangat tinggi, dengan website yang memiliki potensi terbesar sebagai satu brand dari perusahaan tersebut, sedangkan SEO dan SEA merupakan alat pemasaran yang tidak dapat dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan (Heini & Heikki, 2014). Praktik penumbuhan keterampilan sosial sebagai perilaku spesifik, inisiatif, mengarahkan pada hasil sosial mampu diakomodir melalui ragam mata kuliah tanpa terkecuali kewirausahaan (Santrock, 2012; Astamoen, 2005). Tujuan dari pembelajaran kewirausahaan tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan pembisnis atau business entrepreneur, tetapi profesi yang didasari oleh nilai-nilai kewirausahaan.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Kerangka Pemecahan Masalah

Desain kerangka pemecahan masalah pengabdian kepada masyarakat adalah rencana mengenai kegiatan yang akan dilakukan pada saat kegiatan yang dilakukan Hal yang mendasari untuk pemecahan masalah ini adalah melalui kegiatan yang mengedukasi berupa penyuluhan dan pelatihan kepada siswa SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan yang di kemas dengan nama kegiatan “Penerapan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Tingkat Partisipasi Calon Peserta Didik pada SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan “ .



Berikut adalah flowchart mengenai desain pemecahan masalah tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat dari skema desain pemecahan masalah pada objek PKM di SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan, diantaranya:

1. Pembukaan Workshop materi Penerapan Strategi Digital Marketing yang Menarik Menggunakan Media Online dan Sosial
 2. Praktek Pembuatan strategi Digital Marketing dengan Design Persentasi atau video yang ada dan menarik .
 3. Sesi quiz tanya jawab
 4. Penutupan
2. Peserta dan Waktu Kegiatan

Sasaran yang terjadi pada sat ini adalah peserta didik pada sekolah SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan terutama anak OSIS – MPK dimana berjumlah kisaran 30 orang terdiri dari kelas X dan XI. Tempat pelaksanaan dilaksanakan pada SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan, beralamatkan Jl. Raya Tegal Rotan Bintaro Sektor 9 Ciputat Tangerang Selatan – 15413. Berikut ini susunan acara kegiatan :

Tabel 1 – Susunan Acara Kegiatan

WAKTU	DURASI	ACARA	PELAKSANAAN
07:00 – 07:30	30 menit	Persiapan Bahan PKM	Panitia
07:30 – 07:40	10 menit	Pembukaan	Panitia
07:40 – 07:50	10 menit	Sambutan Kepala Sekolah	Drs. Usman, M. Pd
07:50 – 07:55	5 menit	Sambutan Dosen PKM	Rohmat H, M.Kom
07:55 – 08:00	5 menit	Sambutan Ketua Pelaksana PKM	Petrus S.P, M.Kom
08:00 – 08:30	30 menit	Materi Pengenalan Media Promosi	Panitia
08:30 – 09:30	60 menit	Praktek Pembuatan Strategi Promosi	Panitia & Peserta
09:30 – 09:40	10 menit	Question & Answer	Panitia & Peserta
09:40 – 09:50	10 menit	Quiz	Panitia & Peserta
09:50 – 10:00	10 menit	Penutup dan Doa	Panitia

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Saat ini merupakan kelemahan dari peserta didik SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan dimana sudah melakukan pengembangan jiwa berwirausaha serta ingin meningkatkan jumlah peserta didik di sekolah akan tetapi belum mampu dari sisi strategi pemasarannya. Untuk peserta didik sendiri pada mata pelajaran prakarya dan kewirausahaan sudah dituntut untuk mengembangkan jiwa wirausaha dengan menghasilkan sebuah produk yang dapat bermanfaat untuk dijual atau di distribusikan.



Tujuan pendampingan ini secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu tujuan jangka panjang untuk membangun nama baik sekolah SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan, mendidik peserta didik, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk yang dihasilkan pada mata pelajaran prakarya dan kewirausahaan. Adapun tujuan jangka pendek diantaranya menaikkan jumlah peserta didik pada sekolah tersebut. Strategi bisnis yang akan dipilih dan dikembangkan untuk mempertahankan kelangsungan sekolah adalah strategi kooperatif yang dapat menghasilkan sumber daya baru sebagai sumber diferensiasi.

Pada hari Jumat, 12 Mei 2023 secara offline dengan memperhatikan protokol kesehatan seperti menjaga jarak, mencuci tangan dan memakai masker. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan selesai dilakukan, dengan cara penyampaian materi dilakukan dengan melibatkan siswa/siswi SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan dengan memberikan panduan bagaimana cara membuat, memanipulasi, dan melakukan strategi pemasaran secara daring menggunakan media sosial serta media daring lainnya. Dan tahap selanjutnya akan dilakukan pembuatan laporan akhir dan desiminasi sebagai laporan akhir kegiatan PKM dilaksanakan. Adapun atas program pengabdian kepada masyarakat tepatnya diharapkan mendapatkan luaran sebagai berikut :

a. Mampu memanfaatkan teknologi informasi.

Dari usulan program ini di harapkan menambah kompetensi dalam dunia digital yakni bagaiman startegi pemasarng secara digital yang dikuasai oleh peserta didik SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan.



Gambar 1 – Pembukaan PKM

b. Publikasi

Peserta didik mampu membuat suatu karya ilmiah yang akan di publikasi dalam pemasaran digital untuk mendongkrak penjualan dalam mata pelajaran prakarya dan kewirausahaan pelatihan terhadap peerta didik dalam membuat strategi pemasaran digital dengan kemampuan digital teknologi website, media sosial, desain pemasaran, sehingga

nantinya peserta didik dimasa depan dapat mengembangkan ide kreatif pemasaran produk, blog pribadi maupun forum sosial sehingga menciptakan manusia yang unggul.



Gambar 2 – Sambutan dari Ketua PKM

c. Media social dan pemasaran

Terciptanya media digital yang dapat digunakan dalam bersosialisasi atau promosi produk yang dimiliki yang dilakukan oleh peserta didik SMA Negeri 10 Kota Tangerang Selatan



Gambar 3 – Penyampaian Materi

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat, peserta didik sudah mampu memahami dan mengimplementasikan bagaimana cara strategi pemasaran dalam digital dengan menggunakan platform yang ada. Dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian tentang pendampiangn strategi pemasaran Pada sektor pendidikan terutama mata pelajaran prakarya dan kewirausahaan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada peserta didik dalam mengembangkan usahanya. Respon dari para peserta sangat antusias selama mengikuti kegiatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan dan diskusi yang dilakukan selama pelatihan. Dengan demikian menunjukkan bahwa minat dan keinginan yang sangat besar bagi peserta untuk mermasarkan hasil produksinya serta dapat mengembangkan serta mengelola usaha dengan baik. Saran yang dapat disampaikan adalah bahwa perlu dilakukan tindak lanjut kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

SARAN



Saran yang dihasilkan untuk Universitas Pamulang sendiri tertuama pada program studi sistem informasi, tetang bagaimana cara megelola keuangan dalam bidang usaha dan bagaimana cara menghitung keutungan balik modal nya. Sehingga parra peserta didik dapat mampu menjadi enterpreneurship muda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin memberikan apresiasi yang teramat dalam kepada pihak dalam hal ini telah mensupport dalam kegiatan tersebut diantaranya :

1. Bapak Dr. Susanto, S.H., MM., M.H. selaku Ketua LPPM.
2. Bapak Dr. Ir. H. Sarwani, M.T., M.M., Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pamulang
3. Bapak Heri Haerudin, S.Kom., M.Kom selaku Ka. Prodi Sistem Informasi Universitas Pamulang.
4. Bapak Drs. Usman, M. Pd Selaku Kepala SMAN 10 Kota Tangerang Selatan.
5. Bapak Santosa Wijayanto, S.T, M.Kom selaku Koor. Bidang Penelitiandan PkM.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D. & Patron, M. (2012). From Web Analytics to Digital Marketing Optimization: Increasing the Commercial Value of Digital Analytics. *Journal of Direct, Data, and Digital Marketing Practice*, 14(1), 30- 45.
- Junadi, S. (2021). Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Daring Untuk Meningkatkan Kemampuan Kreatifitas Mahasiswa Pada Mata Kuliah English For Information Communication And Technology.
- Kotler, P., Kartajaya, H., and Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken, New Jersey: JohnWiley& Sons, Inc.
- M, M. (2014). Pemanfaatan Media Pembelajaran Untuk Peningkatan Kualitas Belajar Siswa. *JURNAL KWANGSAN*, Vol.2(1), 95-105.
- Nurdiyansyah. (2014). *Peluang dan Tantangan Pariwisata Indonesia*. Alfabeta.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi Offset.
- Putra, P. (2022, Agustus 22). Kemenkominfo Beri Pelatihan Digital ke 50 Ribu Peserta.
- Pelangi. (2021, Oktober). Dipetik April 15 , 2022, dari <https://www.canva.com/idLemahbangKecamatanSukorejo>". *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (July 14, 2021): 41-48. Accessed July 30, 2021.