

Cerdas Digital Marketing di Era Digital pada SMK AI Amanah

Fina Ratnasari, Puspita Handayani, Ayumi Rahma

Universitas Pamulang

Email: dosen02630@unpam.ac.id

ABSTRAK

Di zaman digital yang kini berlangsung, teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita. Siswa-siswa di seluruh dunia tidak hanya mengandalkan teknologi sebagai alat pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana interaksi, berbagi informasi, dan menjelajahi dunia di sekitar mereka. Dalam konteks ini, *digital marketing* menjadi unsur krusial yang perlu dipahami oleh para siswa. Dalam rangka mempersiapkan siswa untuk masa depan yang semakin digital, pemahaman tentang *digital marketing* tidak hanya menjadi nilai tambah, tetapi juga kebutuhan bagi para siswa. Sasaran kegiatan PKM ini adalah Siswa-siswi SMK AI Amanah khususnya siswa pada Kompetensi Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran (Online Business). Tujuan dari program ini adalah menyelenggarakan pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan kompetensi siswa serta mendukung sociopreneur. Hal mendasar yang ditawarkan untuk ikut memecahkan masalah adalah melalui kegiatan pelatihan terkait strategi *digital marketing* dengan memanfaatkan social media kepada siswa-siswi SMK AI Amanah. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan tutorial, pendampingan, dan evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan ini memberikan wawasan baru peserta terkait penerapan dan strategi digital marketing yang dilakukan melalui social media sekaligus membantu peserta menerapkan strategi tersebut dalam usahanya nanti.

Kata kunci : Digital Marketing, Kompetensi Siswa, Sosial Media

ABSTRACT

In the current digital era, technology has become an inseparable part of our lives. Students worldwide not only rely on technology as a learning tool but also as a means of interaction, sharing information, and exploring the world around them. In this context, digital marketing becomes a crucial element that needs to be understood by students. In preparing students for an increasingly digital future, understanding digital marketing is not only an added value but also a necessity. The target of this community service program is students of AI Amanah Vocational High School, especially those in the Online Business and Marketing Competency. The objective of this program is to conduct Digital Marketing training to enhance students' competencies and support sociopreneurship. The fundamental offering to address this issue is through training activities related to digital marketing strategies utilizing social media for AI Amanah Vocational High School students. The method employed includes tutorial approaches, mentoring, and evaluation. Based on the results of the community service activity, it can be concluded that the implementation of this program provides participants with new insights into the application and strategies of digital marketing through social media, thereby assisting participants in applying these strategies in their future endeavors.

Keywords: Digital Marketing, Student Competencies, Social Media.

PENDAHULUAN

Di zaman *digital* yang kini berlangsung, teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita. Siswa-siswa di seluruh dunia tidak hanya mengandalkan teknologi sebagai alat pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana interaksi, berbagi informasi, dan menjelajahi dunia di sekitar mereka. Dalam konteks ini, *digital marketing* menjadi unsur krusial yang perlu

dipahami oleh para siswa. Sebagaimana dikutip dari Tribunnews, digitalisasi di berbagai sektor mengakibatkan pergeseran paradigma dalam pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional, kini beralih menggunakan teknologi internet. Peran internet dalam memasarkan produk dan jasa membantu berbagai sektor bisnis untuk memperluas jangkauan mereka melalui metode *digital marketing*. Hal ini juga berlaku

untuk lembaga pendidikan, pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), saat ini membuka kejuruan pemasaran digital. Pemasaran *digital* dirasa sangat penting untuk mendukung dan mempromosikan berbagai keunggulan dari sebuah usaha.

Salah satu contohnya adalah SMK Al-Amanah, sebuah sekolah menengah kejuruan (SMK) unggulan yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan dan Pondok Pesantren Al-Amanah Al Bantani, yang terletak di Kota Tangerang Selatan. SMK Al-Amanah memiliki beberapa kompetensi keahlian, seperti Rekayasa Perangkat Lunak (*Programming*), Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (*Secretary*), Akuntansi dan Keuangan Lembaga (*Accounting*), dan Perbankan Syariah (*Syariah Banking*), serta Bisnis Daring dan Pemasaran (*Online Business*).

Digital marketing merupakan upaya untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek melalui berbagai *platform digital* seperti media sosial, mesin pencari, situs web, dan email. Ini tidak hanya menjadi tren, tetapi juga menjadi suatu kebutuhan dalam dunia bisnis dan komunikasi modern. Pentingnya *digital marketing* sangat terasa bagi siswa SMK Al-Amanah yang mengambil kompetensi keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran, karena:

1. Pengembangan Kreativitas: *Digital marketing* memungkinkan siswa untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui konten yang mereka buat. Mereka dapat mengembangkan ide-ide inovatif dan melihat bagaimana ide-ide ini berinteraksi dengan audiens mereka.
2. Keterampilan *Digital* yang Diperlukan: *Digital marketing* tidak hanya mengajarkan tentang pemasaran, tetapi juga tentang penggunaan alat-alat *digital* yang diperlukan dalam berbagai aspek kehidupan. Siswa akan belajar tentang analitik web, manajemen email, dan penggunaan perangkat lunak yang relevan.
3. Menggabungkan Teori dengan Praktik: Studi tentang *digital marketing* tidak hanya tentang teori, tetapi juga tentang implementasi nyata. Siswa dapat menerapkan pengetahuan mereka dalam proyek-proyek praktis, mengembangkan strategi pemasaran, dan melihat hasilnya secara langsung.
4. Kesadaran tentang Keamanan *Digital*: *Digital marketing* juga mencakup aspek keamanan digital. Siswa yang terlibat dalam *digital marketing* akan belajar tentang pentingnya melindungi data pribadi dan bisnis dari ancaman *cyber*.

Dalam rangka mempersiapkan siswa untuk masa depan yang semakin *digital*, pemahaman tentang *digital marketing* tidak hanya menjadi nilai tambah, tetapi juga kebutuhan. Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk mengintegrasikan konsep-konsep *digital marketing* ke dalam kurikulum mereka agar siswa dapat memahami, mengembangkan, dan menerapkan keterampilan ini dalam berbagai konteks. *Digital marketing* diartikan sebagai kegiatan *marketing* yang menggunakan berbagai media berbasis web (Saputra et al., 2020). Pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi *digital* dalam upaya mencapai tujuan pemasaran serta pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran yang dilakukan perusahaan (Gunawan & Septianie, 2021). *Digital marketing* juga diartikan sebagai kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi secara digital.

Pada era digital saat ini, masyarakat telah terpacu untuk memilih metode yang serba cepat, mudah, dan efisien. Oleh karena itu, para pelaku usaha dituntut harus bertindak lebih cepat dan efisien agar mampu menyeimbangi perkembangan zaman dan tren yang sedang terjadi di masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, pelaku usaha harus tanggap akan perubahan digital salah satunya dengan cara melakukan strategi pemasaran melalui media sosial dan memanfaatkan aplikasi keuangan untuk mempermudah pembuatan laporan keuangan usaha.

Saat ini, media sosial telah menjadi komponen yang sangat signifikan sebagai alat pemasaran utama dalam dunia bisnis. Tidak peduli seberapa besar atau kecilnya jenis bisnis, strategi pemasaran melalui media sosial menjadi suatu keharusan. Terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh melalui penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran, salah satunya adalah bahwa calon konsumen atau pelanggan dapat menerima informasi dan tanggapan dengan lebih cepat melalui media sosial jika dibandingkan dengan alat komunikasi lainnya.

Pemanfaatan media sosial juga berfungsi sebagai kanal untuk menerima kritik dan masukan dari pelanggan dalam operasional bisnis kita. Lewat *platform-platform* ini, kita memiliki peluang untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pasar target secara lebih efisien. Selain merencanakan target audiens untuk strategi pemasaran media sosial, kita juga perlu memilih *platform* yang sesuai dengan jenis konten atau layanan yang ingin kita

tampilkan. Misalnya, Instagram dan Pinterest sangat cocok bagi perusahaan yang fokus pada visual dengan banyak gambar cantik dan produk bermerek. Penggunaan Facebook dan Instagram lebih efektif untuk bisnis yang menghasilkan banyak konten editorial. Strategi ini terbukti efektif jika konten yang dibagikan melalui Facebook dan Instagram adalah melalui tautan. Selanjutnya, TikTok dan YouTube dapat menjadi alternatif yang baik untuk produk dengan fasilitas produksi tingkat profesional, terutama dalam hal video dan konten yang dihasilkan dari proses pembuatan yang serius.

Pada era digital ini, kesuksesan dalam mencapai omset dan branding yang baik juga sangat dipengaruhi bagaimana cara kita untuk memasarkan produknya, oleh karena itu sangat penting menerapkan *Digital Marketing* dalam menjalankan usaha, terutama usaha yang masih tergolong baru. *Digital Marketing* mempunyai manfaat bagi wirausaha terutama wirausaha baru seperti penargetan pasar lebih sesuai, evaluasi strategi yang sudah dijalankan, bisa menjangkau ke semua pasar, biaya lebih murah bahkan bisa juga meningkatkan reputasi brand.

Banyak tantangan dalam memulai berwirausaha dalam era *digital* ini, salah satunya pesaing yang terus bertambah dengan cepat. Para wirausaha baru dituntut untuk memiliki keterampilan bukan hanya dalam kualitas produknya, tetapi harus memiliki keterampilan dalam penerapan digital marketing untuk memasarkan produknya agar pencapaian sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Jiwa *entrepreneur* hendaknya dimiliki oleh para anak muda di era saat ini terutama bagi para Siswa-siswi yang saat ini sedang menempuh Sekolah Menengah keatas agar kelak pada saat mereka sudah sudah lulus dari Sekolahnya tidak hanya bergantung dari lowongan kerja yang ada untuk bekerja, tetapi harapannya adalah mereka yang telah lulus dari sekolahnya mampu menjadi seorang *entrepreneur* yang kedepannya bisa memberikan lowongan pekerjaan bagi orang lain. Pelatihan keterampilan *digital marketing* bisa memberikan keterampilan khusus pada siswa-siswi, sehingga nantinya bermanfaat bagi para siswa-siswi yang ingin berwirausaha setelah lulus sekolah. Disamping itu, juga dapat menumbuhkan jiwa berwirausaha pada siswa-siswi sehingga akan mengurangi tingkat pengangguran.

Berdasarkan analisis situasi permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana memberikan informasi untuk melakukan strategi pemasaran melalui sosial media pada siswa SMK Al-Amanah kompetensi keahlian bisnis daring dan pemasaran.
2. Bagaimana meningkatkan kreativitas dan keahlian di bidang pemasaran melalui social media pada siswa SMK Al-Amanah kompetensi keahlian bisnis daring dan pemasaran.

Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah menyelenggarakan pelatihan *Digital Marketing* untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam menerapkan *digital marketing* untuk mendukung *sociopreneur*. Dengan fokus pada penerapan *social media marketing* untuk mendongkrak penjualan, program ini mentransfer *knowledge* dan *skill* kepada mitra dengan menggunakan metode *training*, *coaching*, *mentoring*, dan *consulting*. Diharapkan program ini dapat membantu memecahkan permasalahan para siswa, yaitu kurangnya praktik *digital marketing* menggunakan sosial media, kurangnya inovasi dibidang pemasaran karena kurangnya ketrampilan pengelolaan *social media marketing*, dan terhambatnya pencapaian target volume usaha akibat ketatnya persaingan bisnis. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, solusi jangka pendek yang ditawarkan meliputi, mendorong penggunaan *social media* untuk mempromosikan produk, dan menciptakan inovasi produk. Secara khusus tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

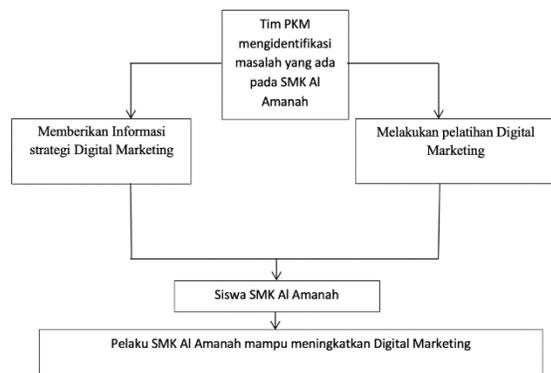
1. Membantu memberikan informasi untuk melakukan strategi pemasaran melalui sosial media pada siswa SMK Al-Amanah kompetensi keahlian bisnis daring dan pemasaran.
2. Membantu meningkatkan kreativitas dan keahlian di bidang pemasaran melalui social media pada siswa SMK Al-Amanah kompetensi keahlian bisnis daring dan pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Dari survey dan wawancara mendalam dengan para guru SMK Al-Amanah, bahwa para guru menyatakan siswa mereka ingin mengetahui bagaimana cara meningkatkan kreativitas dan keahlian dibidang pemasaran karena kurangnya ketrampilan pengelolaan *social media marketing* untuk pemasaran melalui sosial media. Dikarenakan minat para siswa SMK Al-Amanah sangat tinggi, maka pelatihan ini dilakukan dengan cara pembimbingan

secara tatap muka. Dengan latar belakang tersebut maka PKM ini mengusulkan diterapkannya digital marketing untuk meningkatkan kompetensi dan praktik siswa untuk berwirausaha dengan digital marketing pada SMK AI-Amanah dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan Facebook

Hal mendasar yang ditawarkan untuk ikut memecahkan masalah adalah melalui kegiatan pelatihan terkait strategi digital marketing kepada siswa-siswi SMK AI Amanah yang dikemas dengan nama kegiatan "CERDAS DIGITAL MARKETING DI ERA DIGITAL pada SMK AI AMANAH". Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam skema di bawah ini:



Pelatihan dan pembimbingan diberikan oleh tim dosen, sehingga apa yang menjadi kebutuhan dan ingin diketahui oleh para siswa bisa terjawab secara tepat dan jelas. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan:

1. Metode Tutorial

Peserta pelatihan diberikan materi Pemasaran dimulai dari pentingnya strategi pemasaran produk. Pelatihan digital marketing diberikan dengan materi antara lain pengertian, konsep, dan manfaat digital marketing, serta pelatihan praktik membuat IG Story.

2. Metode Pendampingan

Pendampingan secara langsung kepada peserta dalam penerapan digital marketing melalui social media.

Adapun langkah-langkah sosialisasi yang dilakukan oleh tim pelaksana PKM pada saat pelaksanaan penyuluhan adalah sebagai berikut:

1. Para siswa AI Amanah akan diinformasi materi terkait digital marketing.
2. Selanjutnya kami akan memantau secara berkala atau pendampingan mengenai penerapan digital marketing melalui social media pada SMK AI Amanah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 02 Oktober 2023 yang dihadiri oleh dua puluh tujuh siswa, yaitu dari Universitas Pamulang dihadiri oleh tim dosen akuntansi, Ayumi Rahma, S.E., M.Akt, Fina Ratnasari, S.E., M.Ak., Puspita Handayani, S.E., M.Ak. Pemaparan materi disampaikan oleh Ibu Puspita Handayani, S.E., M.Ak. Materi yang disampaikan mengenai cara-cara memasarkan produk menggunakan sosial media.

Pelaksanaan pelatihan pada hari Jumat, 2 Oktober 2023. Dikarenakan minat para siswa SMK AI-Amanah sangat tinggi, maka pelatihan ini dilakukan dengan cara pembimbingan secara tatap muka. Pemaparan materi yang diberikan menekankan pada penerapan digital marketing dengan memanfaatkan media social Instagram dan Facebook. Implementasi digital marketing menggunakan media sosial Instagram dan Facebook memiliki beberapa kelebihan dibandingkan pemasaran tradisional. Yaitu 1) dapat menjangkau target pasar yang lebih luas, 2) membutuhkan biaya relatif murah dan bisa diatur untuk menggunakan platform digital gratis, 3) menghemat waktu dengan memanfaatkan berbagai tools otomatis untuk melakukan promosi, dan 4) lebih fleksibel menentukan kapan dan durasi pelaksanaan program pemasaran.

Berdasarkan tanya jawab dan pengamatan selama kegiatan berlangsung, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan kontribusi bagi para peserta berupa:

1. Pemahaman mengenai manfaat dan penerapan digital marketing dalam suatu usaha.
2. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan media social seperti Instagram dan facebook secara maksimal untuk meningkatkan penjualan serta menarik minat pembeli.

Kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar dan interaktif. Para siswa yang hadir mendengarkan materi yang diberikan dengan antusias. Hal itu tercermin ketika kami memaparkan materi dan interaksi yang terjadi antara kami dengan para siswa. Beberapa pertanyaan juga terlontar dari Para siswa terkait materi yang diberikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim dosen Prodi Akuntansi

Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan ini memberikan wawasan baru peserta terkait penerapan dan strategi digital marketing yang dilakukan melalui social media sekaligus membantu peserta menerapkan strategi tersebut dalam usahanya nanti. Terlihat para siswa sangat antusias mengikuti kegiatan dengan menyimak materi sampai selesai dan peserta dapat memahami serta merasakan manfaat penjelasan materi tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam pelaksanaan PKM ini tidak sedikit penulis mengalami kendala dan hambatan, namun berkat dukungan materi maupun moril dari berbagai pihak yang penulis terima, sampai akhirnya kegiatan PKM ini dapat terselenggara dengan baik. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat, semoga dengan rahmat dan karunia-Nya, Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan. Dengan rasa syukur dan terima kasih penulis mengucapkan kepada pihak-pihak yang mendukung dalam penulisan ini, yaitu:

1. Bapak Dr. E Nurzaman, M.Si selaku Rektor Universitas Pamulang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Tridharma Perguruan Tinggi di Universitas Pamulang.
2. Bapak Dr. Susanto, S.H., M.M., M.H selaku ketua LPPM yang telah membimbing materi dan teknis, menyediakan waktu, serta dengan penuh kesabaran dan pengertian membantu serta membimbing penulis hingga kegiatan PKM ini dapat terselenggara dengan baik.
3. Ibu Effriyanti, SE., Ak., MSi., CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi S1 Universitas Pamulang yang telah memberi arahan teori maupun arahan teknik dan sekaligus memberi dukungan sehingga kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan baik.
4. Bapak Muhammad Muwahid, S.Kom selaku Kepala Sekolah SMK Al Amanah yang telah memberikan kesempatan kepada kami dalam menjalankan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The Effect of Trust and Risk Perceptions Using ECommerce on Consumer Purchase

Intentions. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 1(3), 239–247.

Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.

<https://www.tribunnews.com/regional/2021/07/25/peran-penting-digital-marketing-untuk-sektor-pendidikan>.