
**PELATIHAN PEMASARAN ONLINE DALAM MENINGKATKAN
KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN BAGI SISWA SMK KARTINI
SURABAYA**

^{1*}Dwi Bhakti Iriantini, ²Redy Eko H.S, ³Giyana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma, Surabaya, Indonesia

Email : *dwibhaktiiriantini@uwks.ac.id

Manuskrip: Juli -2022; Ditinjau: Juli -2022; Diterima: Juli -2022;
Online: Juli-2022; Diterbitkan: Juli-2022

ABSTRAK

Pemasaran online merupakan ide yang dituangkan dalam dunia digital, hal yang menjadi tolak ukur kesuksesannya adalah ketika produk yang ditawarkan menjadi bahan pembicaraan masyarakat. Media digital memungkinkan konsumen untuk menelusuri informasi lebih dalam yang dibutuhkan untuk membuat keputusan sebelum melakukan pembelian. Selain itu, konsumen dapat melakukan interaksi secara cepat dengan penjual berkenaan dengan produk yang bisnis online. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan sejak dini pada siswa melalui pemasaran online. Diharapkan pada waktu yang akan datang para siswa menjadi wirausahawan yang handal dan profesional. Kegiatan ini dilakukan oleh team pengabdian masyarakat FEB UWKS dan bekerja sama dengan Kepala Sekolah SMK Kartini Surabaya, dari bulan maret 2022 sampai Agustus 2022. Jumlah siswa yang dibina dalam pelatihan pemasaran online sebanyak 35 orang, metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan pelatihan pemasaran online. Adapun pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan dengan pemberian materi kewirausahaan, pemasaran online dan praktek pemasaran online.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pemasaran Online

PENDAHULUAN

Perkembangan internet dan perkembangan teknologi gadget yang cukup pesat telah merevolusi proses jual beli akhir-akhir ini. Dikarenakan kondisi jalan yang semakin macet, dan kesibukan orang-orang dalam bekerja sehingga fenomena jual beli melalui toko online menjadi semakin marak. Melihat paradigma tersebut, maka kemampuan membuat toko online akan menjadi nilai tambah bagi setiap orang yang ingin memulai usaha tapi belum bisa memiliki toko secara fisik. Disamping itu, kemampuan membuat toko online itu dapat menjadi modal untuk ditawarkan kepada pemilik toko fisik agar bisa juga memanfaatkan toko online untuk meningkatkan pangsa pasar mereka

Lembaga sekolah khususnya SMK merupakan sarana strategis untuk menumbuhkan jiwa wirausaha. Hal ini karena sekolah adalah institusi pendidikan yang dipercaya masyarakat untuk membawa masa depan lebih baik. SMK juga merupakan sekolah formal di bawah Departemen Pendidikan Nasional yang bertujuan menghasilkan tamatan siap memasuki dunia kerja secara mandiri sebagai wirausaha (entrepreneur). Dan saat ini

pemerintah telah merancang kurikulum SMK dengan memasukkan mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan yang jumlah jamnya cukup banyak yaitu kelas XI 7 jam dan kelas XII 8 jam. Dengan jumlah jam yang demikian banyak tersebut diharapkan siswa terbekali dengan ilmu dan keterampilan yang akan menjadi bekal hidup di masyarakat (Anas, 2019)

Pelatihan pemasaran online memberikan keterampilan khusus pada siswa, sehingga dapat mengelola keterampilannya sebagai sumber kehidupannya. Menumbuhkan jiwa berwirausaha pada siswa akan mengurangi tingkat pengangguran, karena setelah lulus dari sekolah diharapkan siswa mampu merintis usaha sendiri. Menghadapi kenyataan diatas, SMK merupakan salah satu bagian dari sistem pendidikan diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang berkompeten dalam bidangnya, SMK membekali siswanya untuk bisa bekerja secara mandiri dan terampil. Bekal yang di dapat oleh siswa selama proses pelatihan online marketing diharapkan mampu meningkatkan jumlah wirausaha. Sehingga, siswa lebih mandiri dan mampu menghadapi para pesaing di masa depan.

Salah satu jenis usaha yang sedang marak saat ini adalah berjualan secara online atau biasa dikenal dengan bisnis online. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Whatsapp, Facebook marketplace, Instagram, Youtube dan sebagainya dapat menjadi sarana bagi mereka yang mau memulai usaha onlinenya (Artantri et al., 2021). Media sosial semakin populer sebagai alat marketing, sebab konsumen dimudahkan membeli produk tanpa harus mendatangi toko dan bertatap muka dengan penjualnya. Cukup dengan memilih produk atau jasa yang diinginkan dan barang dapat dikirim dalam waktu yang telah disepakati penjual dan pembeli.

Menghadapi kenyataan diatas, SMK merupakan salah satu bagian dari sistem pendidikan diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang berkompeten dalam bidangnya, SMK membekali siswanya untuk bisa bekerja secara mandiri dan terampil. Bekal yang di dapat oleh siswa selama proses pelatihan pemasaran online diharapkan mampu meningkatkan jumlah wirausaha. Sehingga, siswa lebih mandiri dan mampu menghadapi para pesaing di masa depan

Salah satu upaya yang kami lakukan sebagai tim abdimas FEB Universitas Wijaya Kusuma adalah memberikan pengetahuan materi pemasaran online untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi siswa SMK Kartini. Hal ini dilakukan karena perkembangan pemasaran online yang semakin diperlukan dan tidak memerlukan modal besar, namun diperlukan ide kreatif inovatif. Dengan adanya penyuluhan pelatihan pemasaran online diharapkan dapat mengasah kemampuan mereka dan menjadi lebih semangat dalam berwirausaha, dan mampu bersaing ,terutama mendapatkan uang saku dan siswa lebih mandiri terhadap finansial.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran online

Pemasaran online sudah terbukti memberikan banyak manfaat bagi para pelaku bisnis. Seperti, membantu perusahaan melakukan riset pasar sendiri. Dengan melakukan riset pasar, maka akan membantu Anda dalam menciptakan strategi pemasaran yang tepat, bahkan pemasaran online dapat lebih sukses dari pemasaran *offline* karena dapat menjangkau pasar lebih luas. Tidak bisa dipungkiri jika manusia semakin bergantung pada perangkat digital, kecanggihan teknologi, dan internet.

Bagi perusahaan, dengan melakukan pemasaran secara online, maka akan dapat menghemat anggaran perusahaan. Terlebih lagi jika berkaitan dengan komersil maupun

bisnis, dimana teknologi modern dan internet sangat membantu menunjang perusahaan dalam mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.

Beberapa manfaat pemasaran online

1. Jangkauan Pasar Yang Lebih Luas

Dengan adanya internet dan teknologi yang canggih seperti sekarang ini, maka bukan hal sulit untuk menghubungkan antara satu orang dengan orang lainnya. Bahkan jarak yang jauh sekalipun bukan menjadi masalah besar. Internet bisa diakses setiap saat, pengunjung bisa mengunjungi situs tempat yang Anda gunakan untuk memasarkan produk atau jasa milik perusahaan Anda kapanpun dan dimanapun selama konsumen mendapatkan akses internet. Bahkan bagi mereka yang tinggal di luar negeri sekalipun.

2. Menghemat Waktu Dan Biaya

Siapun pelaku usaha dalam menjalankan sebuah bisnis, pasti menginginkan agar semua hal dapat dilakukan secara efektif. Baik dalam segi waktu maupun biaya yang dikeluarkan. Ketika melakukan pemasaran secara online, maka Anda bisa memangkas waktu dan biaya. Karena tanpa keluar rumah pun Anda sudah bisa memantau dan memasarkan bisnis Anda kapanpun dan dimanapun tanpa batas

3. Kemudahan Memilih Target Pasar

Pelaku bisnis bisa menawarkan produk kepada para komunitas tertentu melalui forum maupun sosial media. Anda bahkan bisa memasang iklan baik secara gratis maupun berbayar dengan kata kunci tertentu. Hal tersebut akan membantu Anda dalam menentukan target pasar yang potensial dan tepat.

4. Mudah Untuk Dipantau

Karena pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan metode online, maka perkembangan bisnis Anda dapat dipantau kapan saja dan dimana saja. Prosesnya pun tidak sulit. Sehingga Anda tidak perlu mengkhawatirkan hal tersebut.

5. Bisnis Menjadi Lebih Mudah Dan Sederhana

Anda tidak perlu lagi memajang produk atau barang yang Anda jual secara fisik, namun Anda hanya cukup menyediakan katalog maupun daftar barang dengan deskripsi singkat mengenai masing-masing barang tersebut. Pelaku bisnis juga tidak membutuhkan banyak karyawan dalam menjual barang, Anda hanya perlu karyawan yang bertugas menangani pemesanan secara online dan karyawan yang melakukan pengiriman barang.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu pelatihan pemasaran online yang berupa menyampaikan materi dan diskusi tentang pemasaran di internet atau pemasaran online. serta praktik pemasaran online. Praktik pemasaran online berupa melakukan pemasaran online dengan memaksimalkan media sosial. Di akhir pertemuan, dilakukan evaluasi terhadap pelatihan yang dilakukan..dengan rincian sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman bagaimana menjadi wirausaha yang sukses
2. Memberikan pemahaman keuntungan pemasaran online
3. Memberikan Pelatihan cara melakukan pemasaran online
4. 4.Mendampingi melakukan pemasaran online5.Evaluasi pelaksanaan

Tahapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM): a.Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan Dosen pengabdikan berkoordinasi dengan mahasiswa dan Kepala Sekolah SMK Kartini Surabaya untuk menggali informasi mengenai kondisi geografis dan kondisi semua warga sekolah beserta untuk mendapatkan informasi lokasi serta permasalahan yang dihadapi.b.Persiapan Sarana dan Prasarana Kegiatan ini dilakukan guna

memperhatikan kebutuhan para siswa dengan menyediakan sarana dan prasarana demi tercapainya target Pengabdian kepada Masyarakat. C. Pelaksanaan Kegiatan Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh ketua pengusul beserta anggota dan beberapa mahasiswa. Kegiatan berupa pelatihan pemasaran online untuk berwirausaha dalam bentuk pertemuan secara langsung dengan siswa kelas 3 SMK Kartini Surabaya. D. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan ini dimaksudkan untuk meninjau perkembangan siswa terhadap kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya dengan harapan dapat dilaksanakan sesuai dengan pelatihan yang diperoleh oleh para siswa dari para dosen dan mahasiswa. Evaluasi bertujuan untuk memahami pola pemahaman siswa terhadap pelatihan yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan. Hasil ini diharapkan siswa mampu dan termotivasi untuk menjadi wirausaha dalam melaksanakan pemasaran online

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terlaksana dengan baik bertempat di SMK Kartini Surabaya. Tim pelaksana dari program studi Manajemen UWKS, Terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan disepakati oleh SMK Kartini Surabaya sebelum kegiatan ini dilaksanakan

Pengabdian kepada masyarakat ini telah melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama dimulai dengan melakukan tahap persiapan, pada tahapan ini dimulai dengan mempersiapkan proposal kegiatan pengabdian pada masyarakat, selanjutnya dilakukan observasi dan permohonan izin kepada pihak sekolah SMK Kartini Surabaya sebagai tempat pelaksanaan pengabdian ini. Disamping itu juga mengumpulkan informasi mengenai jumlah peserta yaitu jumlah siswa yang akan mengikuti pelatihan pembuatan makanan frozen

Tujuan dari kegiatan pelatihan ini dilaksanakan adalah dalam rangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi UWKS, yang salah satu adalah pengabdian pada masyarakat. Pelatihan ini ditujukan kepada siswa kelas X sebagai sasaran pemberdayaan pelatihan keterampilan dipilih karena beberapa alasan, diantaranya: masih belum padat dan berat beban mata pelajarannya sehingga waktu yang luang bisa dimanfaatkan secara positif, masih berperilaku seperti anak Sekolah Menengah Pertama (SMP). Remaja Kelas X mempunyai karakteristik masa remaja (12-21 tahun) yang merupakan masa peralihan antara masa kehidupan anak-anak dan masa kehidupan orang dewasa. (Desmita.2009: 37)

Tahap kedua adalah Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai dengan menjelaskan materi tentang Pemasaran online, manfaat pemasaran online, optimisasi pemasaran online. Dengan implementasi pemasaran online yang optimal siswa dapat memasarkan produk sesuai dengan target pasar yang diinginkan, para siswa yang berwirausaha dapat memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen untuk memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Media yang sering digunakan dalam adalah *media sosial, website, Email marketing, influencer marketing, content marketing*.

Tahapan pelaksanaan selanjutnya yaitu Peserta diberi kesempatan untuk mempraktekan secara langsung dengan bimbingan dari team penmas



Gambar. Kegiatan

HASIL YANG DICAPAI

Setelah kegiatan ini selesai dilaksanakan, maka tim abdimas melakukan evaluasi. Adapun evaluasi dari kegiatan ini dapat dinyatakan secara umum berhasil dengan baik dan memuaskan peserta siswa SMK kartini Surabaya maupun tim abdimas yang memberi pelatihan ini sendiri. Pelatihan ini mendapatkan sambutan yang hangat dan antusias yang sangat baik dari pihak sekolah terselenggaranya pelatihan ini.

Untuk menjembatani siswa yang mengalami kesulitan dalam mempraktekkan hasil makanan frosen ini, tim abdimas memberikan kesempatan pada siswa untuk berkoordinasi setiap hari Sabtu melalui daring selama 3 bulan. Mereka berharap pelatihan ini dapat dilaksanakan untuk tahun-tahun berikutnya.

SIMPULAN

Hasil kegiatan Pengabdian masyarakat pada SMK Kartini Surabaya berjalan dengan baik. Siswa antusias mempelajari pemasaran online yang disampaikan oleh para dosen pengabdian beserta para mahasiswa. Pelatihan ini memberikan keterampilan wirausaha, dapat mengasah kemampuan mereka dan menjadi lebih semangat dalam berwirausaha, serta mampu bersaing sebagai bekal wirausaha.

Peningkatan dan pengembangan keterampilan oleh siswa SMK Kartini Surabaya akan berdampak terhadap pertumbuhan usaha rumah tangga yang nantinya mampu meningkatkan pendapatan siswa sekaligus dapat menciptakan lapangan usaha bagi siswa, terutama mendapatkan uang saku serta siswa lebih mandiri terhadap finansial.

SARAN

Para Siswa SMK Kartini Surabaya diharapkan lebih berinovasi dan kreatif dalam menerapkan pemasaran online sehingga mampu menjadi wirausaha dengan mengikuti perkembangan dalam memasarkan produk

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2021) 'Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masa Pandemi Di Blitar', *JUPEKO: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), pp. 35–38. doi:<https://doi.org/10.29100/jupeko.v6i1.1916>
- Artantri, M. W. et al. (2021) 'The Development of Digital-Based Economics in Sustaining Interest in Shopping Online through the Marketplaces during the COVID-19 Pandemic', 8(March), pp. 260–268. Available at: https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.8_Issue.3_March2021/IJRR034.pdf
- Atiya, T. and Osman, Z. (2021) 'The effect of entrepreneurial characteristics on the entrepreneurial intention of university students in Oman and Sudan', *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), pp. 217–234. doi: 10.9770/jesi.2021.8.4(12).
- Fierro, F. and Andrade, J. M. (2021) 'The complex relationship between entrepreneurship and its context', *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), pp. 235–249. doi: 10.9770/jesi.2021.8.4(13)
- Gawel, A. (2021) 'The gender-based attainment of education and female entrepreneurship: the European perspective', *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), pp. 403–417. doi: 10.9770/jesi.2021.8.4(24)
- Handayani, S. et al. (2021) 'Peningkatan Young Entrepreneur Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pengeolaan Ekonomi Kreatif', *Jurkami*, 6(1), p. 2021. doi: <https://doi.org/10.31932/jpe.v6i1>
- Handayani, Muri, 2016, *Emak-Emak Jago Jualan*, Bandung: Billionaire Sinergi Korpora. <http://smkmuh2-yog.sch.id/v2/>, diakses pada 9 April 2018.
- Muttaqin, Zainal, 2011, *Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern*, Teknologi, Vol. 1, No. 2, 103.
- Ramsaran, Rooma, 2013, *The Implications of Facebook Marketing for Organization*, *Contemporary Management Research* Vol. 9 No. 1
- Utami, Agustin dan Purnama, B, 2012, *Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Di Batik Solo 85)*, Seruni FTI UNSA, Volume 1