

PELATIHAN DIGITAL MARKETING GUNA MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA SISWI SMK NEGERI 3 TUBAN

Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri¹⁾, Diki Ahmad Mudhakhir²⁾, Khoridatun
Nisa³⁾, Arini Mayang Fauna⁴⁾, Ahmad Choirul Mustofa⁵⁾

Institut Teknologi dan Bisnis Tuban

Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Tuban

Abstrak

Bagi para pelaku bisnis khususnya siswa/i SMK Negeri 3 Tuban yang membutuhkan kreativitas untuk melawan lemahnya perekonomian, pemasaran digital menawarkan solusinya. Permasalahannya adalah mereka masih kurang memiliki keahlian dalam pemanfaatan digital marketing untuk berwirausaha. Oleh karena itu, para dosen Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi dan Bisnis Tuban melakukan sesi pelatihan. Melalui pemanfaatan pemasaran digital pada barang dagangan mereka, para siswa SMK Negeri 3 Tuban akan lebih memperoleh keterampilan dan kompetensi sebagai pelaku usaha di masa depan, lebih siap menghadapi kesulitan berwirausaha di era digital. Selain itu untuk memperluas jangkauan media yang bisa digunakan dalam memasarkan produknya. Pelatihan adalah teknik yang digunakan. Langkah-langkah yang dilakukan seperti : perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, penilaian, dan pemberian pendampingan sebagai pelaksanaan operasional pelayanan yang sebenarnya. Konten yang ditawarkan adalah pemasaran digital melalui penggunaan platform media sosial antara lain Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Dari awal latihan hingga selesai setiap orang terlibat di dalamnya dengan antusias dengan menunjukkan minat yang tinggi. Sebagai timbal balik dari praktik tersebut, setiap individu diharapkan dapat memproduksi dan mempromosikan barangnya melalui media sosial. Selain itu, dari temuan penilaian diketahui bahwa setelah mengikuti kegiatan pelatihan ini pengetahuan dan kemampuan peserta meningkat.

Keywords: Pelatihan Digital Marketing, Sosial Media, Facebook, Whatsapp, Instagram, TikTok

Abstract

For business people especially students at SMK Negeri 3 Tuban who need creativity to fight the weak economy, digital marketing offers a solution. The problem is that they still lack expertise in using digital marketing for entrepreneurship. Therefore, the lecturers of

the Digital Business Study Program at the Tuban Institute of Technology and Business conducted training sessions. Through the use of digital marketing on their merchandise, students at SMK Negeri 3 Tuban will gain more skills and competencies as business people in the future, and be better prepared to face the difficulties of entrepreneurship in the digital era. Apart from that, to expand the reach of media that can be used to market their products. Training is the technique used. The steps taken include: planning, organizing, implementing, assessing, and providing assistance as the actual implementation of service operations. The content offered is digital marketing through the use of social media platforms including Facebook, Instagram, WhatsApp and TikTok. From the start of the exercise to the end, everyone was involved in it enthusiastically by showing high interest. As a return to this practice, each individual is expected to produce and promote their goods via social media. Apart from that, from the assessment findings it is known that after participating in this training activity the participants' knowledge and abilities increased.

Keywords: Digital Marketing Training, Social Media, Facebook, Whatsapp, Instagram, TikTok

*Correspondence author: Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri,
rismayazaskiya@gmail.com, Tuban, Indonesia*

PENDAHULUAN

Digital Marketing merupakan salah satu aspek penting yang wajib dikuasai oleh para pelaku ekonomi saat ini, terutama masyarakat dengan mata pencaharian sebagai pedagang yang menjual produk maupun jasa. Hal ini didukung data statistik yang menyatakan bahwa pengguna sosial media di dunia total pengguna media sosial telah mencapai 4,76 miliar, yang setara dengan 60% populasi dunia di tahun 2023. Sedangkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Penduduk dunia juga menghabiskan semakin banyak waktu berseluncur di media sosial. Rata-rata orang menghabiskan 2 jam 31 menit per hari untuk bermain media sosial.

Melansir Data Reportal, Facebook merupakan media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di tahun 2023, dengan total *user* sebanyak 2,958 miliar. Facebook telah menjadi juara bertahan sejak tahun 2021 dengan total 2,91 miliar pengguna. Menyusul di peringkat kedua adalah YouTube.

Pada tahun 2023, YouTube telah memiliki lebih dari 2,5 miliar pengguna. Posisi ketiga dipegang oleh Whatsapp dan Instagram dengan total 2 miliar pengguna di seluruh dunia. WeChat bertengger di posisi kelima dengan 1,3 miliar pengguna. Media sosial yang akhir-akhir ini menjadi viral di berbagai belahan dunia, TikTok, memiliki jumlah pengguna aktif sebesar 1,05 miliar, menjadikannya duduk di posisi keenam media sosial dengan pengguna terbanyak di tahun 2023. Meski begitu, TikTok merupakan media sosial dengan waktu pemakaian terlama sepanjang tahun 2023. Rata-rata pengguna menghabiskan lebih dari 23 jam per bulan di aplikasi tersebut. Melihat data ini dapat disimpulkan bahwa peluang Digital Marketing masih sangat besar.

Perdagangan dan jasa menjadi mata pencaharian utama dari masyarakat di Indonesia. Tantangan yang ada saat ini adalah daya beli masyarakat yang rendah hingga mengharuskan para pelaku usaha untuk dapat mengeluarkan kreativitas mereka guna menarik pembeli.

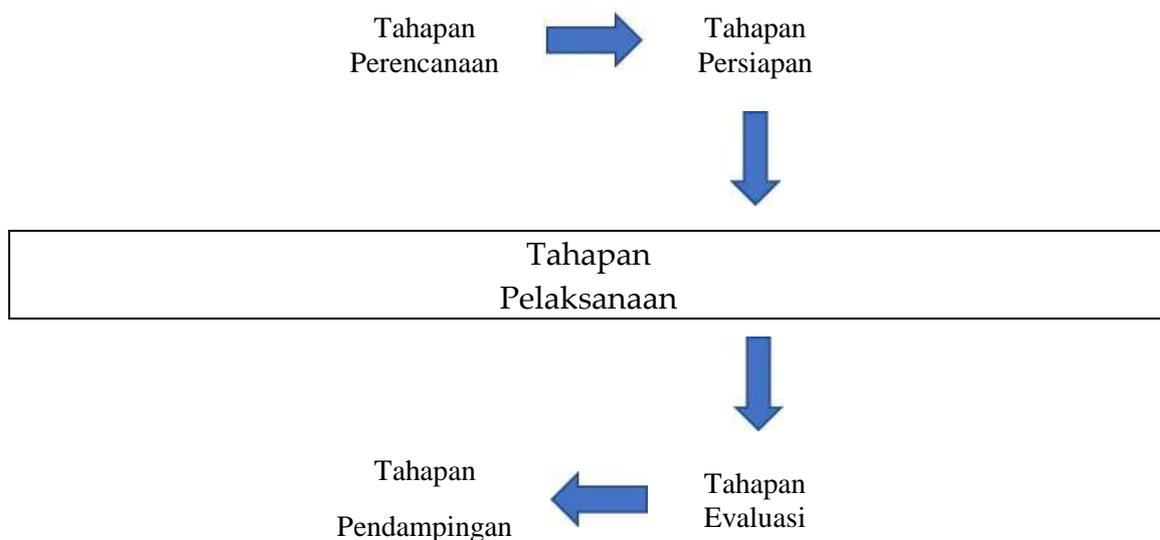
Lesunya perekonomian daya beli masyarakat sebagai dampak pandemic saat ini juga menjadi tantangan terbesar bagi pelaku usaha di Indonesia. Untuk itu Digital Marketing dapat digunakan sebagai salah satu solusi dalam menarik pembeli. Permasalahan berikutnya yang muncul adalah belum meratanya pengetahuan dalam penerapan Digital Marketing pada masyarakat pelaku usaha. Untuk meratakan dan meningkatkan kualitas sebagai agen pelaku usaha siswa/i SMK Negeri 3 Tuban dalam penerapan Digital Marketing, maka Dosen Prodi Bisnis Digital Institut Teknologi dan Bisnis Tuban berinisiatif melaksanakan pelatihan Strategi Entrepreneurship yang berfokus pada Digital Marketing.

Kegiatan - kegiatan pelatihan dengan tema Digital Marketing memang dirasa perlu. Hal ini didukung oleh hasil kegiatan terdahulu yakni pelatihan pembuatan konten digital marketing dengan target peserta siswa/i SMK Negeri 3 Tuban. Hal yang diajarkan yakni pembuatan konten digital marketing yang dipasarkan melalui sosial media. Dari pemantauan selama kegiatan, diketahui bahwa siswa/i antusias mengikuti pelatihan. Pelatihan ini juga membuat mereka dalam melakukan kegiatan awal berwirausaha di usia muda. Kegiatan lainnya berupa pemberdayaan siswa/i dalam melakukan digital marketing hasil produk yang dihasilkan dari praktikum prakarya. Hasil dari kegiatan adanya kemandirian siswa/i yang mampu memasarkan produk dari e-commerce. Pelatihan yang diberikan berupa DMS (Digital Marketing Strategy) dengan hasil berupa pembagian tanggung jawab mitra. Selain itu juga adanya 4 akun online shop untuk pemasaran produk. Hasil dari kegiatan berupa peningkatan jumlah pesanan produk dari media online. Demikian juga kegiatan pelatihan diadakan guna meningkatkan motivasi dalam berwirausaha. Digunakan studi deskriptif

dengan penelitian kualitatif untuk mencapai tujuan kegiatan. Hasil kegiatan berjalan dengan baik, namun aspek komunikasi, logistik, fasilitator, peserta, dan prasarana mesti diperhatikan. Pendampingan dan pemberian motivasi yang berkesinambungan dirasa sangat penting. Untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan digunakan pendekatan eksploratif sehingga diputuskan menggunakan metode pelatihan tematik melalui webinar. Para peserta kegiatan dapat mempromosikan produk melalui social media mereka. Digital Marketing juga diajarkan pada usaha online shop yang dimiliki siswa/i SMK Negeri 3 Tuban dimana menggunakan sosial media dan marketplace sebagai alat bantu. Hasil dari kegiatan adalah meningkatnya wawasan, keterampilan siswa/i, dan juga pesanan produk.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan.



Gambar 1 Tahapan Kegiatan Pengabdian

Tahapan Perencanaan, Pada tahapan ini dilakukan perencanaan pelaksanaan kegiatan. Penulis beserta siswa/i SMK Negeri 3 Tuban bertatap muka untuk merumuskan masalah pelaku usaha di Kabupaten Tuban, mencari solusi, merumuskan materi, dan menentukan model pelatihan seperti apa yang akan diberikan.

Tahapan Persiapan, Pada tahapan ini dilakukan persiapan pelaksanaan kegiatan. Persiapan dilaksanakan sesuai apa yang sudah disepakati pada tahapan perencanaan. Internet, sound system, dan perangkat presentasi menjadi fokus persiapan kegiatan.

Tahapan Pelaksanaan, Tahapan ini merupakan pelaksanaan kegiatan yang diadakan pada tanggal 12 Agustus-9 September 2023. Panitia beserta pemateri berperan aktif pada tahapan ini.

Tahapan Evaluasi

Setelah pelaksanaan, tahapan selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi yang diberikan berupa survey kepada peserta pelatihan. Dengan adanya post test ini diharapkan dapat menjadi *feedback* bagi penulis untuk pelaksanaan kegiatan-kegiatan berikutnya.

Tahapan Pendampingan

Untuk menjamin kebermanfaatan kegiatan, tahapan pendampingan juga dilakukan. Peserta tetap mendapatkan pendampingan melalui grup Whatsapp. Sharing pengalaman, tips, dan trik praktik digital marketing tetap dibahas pada tahapan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilaksanakan di Laboratorium Komputer SMK Negeri 3 Tuban dari bulan Agustus-September dengan jadwal terstruktur. Peserta pelatihan sejumlah 20 orang. Dalam memberikan penjabaran materi, tim pelaksana menggunakan bantuan media presentasi berupa ppt untuk menampilkan materi.

Gambar 2 merupakan tampilan pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilakukan.



Pelatihan juga memberikan kesempatan bagi peserta dalam memberikan pertanyaan terkait permasalahan yang dialami serta beberapa hal yang berkaitan dengan materi yang disampaikan selama pelatihan berlangsung. Setiap peserta yang berhasil menjawab pertanyaan dari pemateri mendapatkan gift, tujuannya agar peserta menjadi semakin semangat dalam memaparkan ide-ide atau jawabannya.

Sesi tanya jawab seperti pada Gambar 3.





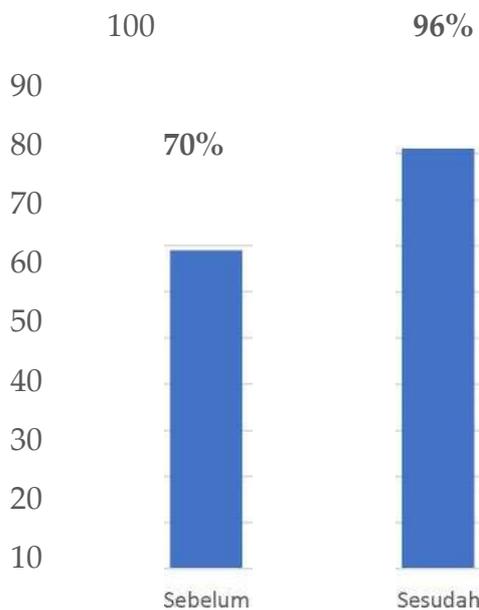
Materi yang diberikan berupa dasar pengantar Digital Marketing dan Strategi Entrepreneur di Era Digital, pentingnya Digital Marketing, keuntungan Digital Marketing, dan tantangan penggunaan Digital Marketing. Baru setelahnya diberikan kesempatan untuk praktik pembuatan konten produk pada social media Facebook, Instagram, Whatsapp, dan TikTok. Ketiga media ini dipilih karena mewakili apa yang masih hangat pada masyarakat umumnya.

Pada materi pengajaran Instagram turut pula diajarkan dalam penggunaan fitur

Insight. Fitur ini berfungsi sebagai analisa yang menyediakan sejumlah data yang berkaitan dengan demografi audiens, interaksi followers, hingga metrik-metrik yang bermanfaat untuk memahami target audiens.

Pada pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana menemukan hal yang menjadi kendala yakni belum adanya akun pada social media TikTok. Untuk itu peserta diminta terlebih dahulu untuk menginstal aplikasi pada smartphone masing-masing, dan selanjutnya membuat akun TikTok. Baru setelah itu materi dapat diberikan dengan lancar.

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, tim pelaksana membagikan kuesioner kepada peserta. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dampak dan manfaat bagi peserta dalam mengikuti pelatihan. Kuesioner dilakukan dengan memberikan pernyataan mengenai kompetensi peserta sebelum dan setelah kegiatan. Sebelum pelatihan persentase kompetensi peserta sebesar 70% dan setelah pelatihan kompetensi peserta menjadi 96%.



Setelah kegiatan selesai, tim pelaksana juga memberikan pendampingan melalui Grup Whatsapp yang berisi seluruh peserta dan tim pelaksana kegiatan. Pada tahapan ini proses pendampingan yang dilakukan berupa sharing pengalaman dan pertukaran informasi penjualan.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan yakni setelah mengikuti kegiatan ini, peserta menjadi meningkat kemampuan Digital Marketingnya dan mampu meningkat pula pendapatan dari hasil penjualan di social media. Selain itu juga para peserta mendapatkan metode baru dalam berjualan, yakni TikTok yang masih baru penggunaan Digital Marketingnya. Ditinjau dari metode yang digunakan, secara umum para peserta dapat mengikuti kegiatan mulai dari pelaksanaan hingga pendampingan dengan baik.

Sebagai saran untuk pelaksanaan kegiatan berikutnya agar perlu untuk lebih menekankan pada kebutuhan apa saja yang mesti dilakukan peserta. Diharapkan agar kekurangan peserta yang belum menginstal aplikasi TikTok saat kegiatan dapat dihindari.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanief, S., Januhari, N. N. U., & Asmara, A. . R. (2020). Pelatihan Digital Marketing Memanfaatkan Sosial Media dan Marketplace pada Usaha Dekorasi dan Catering Pernikahan. *Widyabhakti*, 2(3), 146-156.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120-125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Kace Timur, D. (2018). *Potensi Desa/Tipologi Desa*. <http://kacetimur.bangka.go.id/content/potensi-desatipologi-desa>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Pramudyatama, Y. (2020). *Cara Menggunakan Instagram Insight untuk Perkembangan Bisnis Kamu*. <https://whello.id/tips-digital-marketing/cara-menggunakan-instagram-insight/>
- Sadikin, A., Komar, O., & Sukmana, C. (2020). IMPLEMENTASI PELATIHAN BERBASIS DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BERWIRUSAHA BAGI PELAKU UMKM KOTA CIMAHI. *Abdimas Siliwangi*, 04(01), 13-26.
- Suhardi, A. R., Marinda, V. S., Rohendra, T., Putra, I. G. S., & Budiawan, A.

- (2021). PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM BINAAN KADIN JAWA BARAT DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(2), 100-105.
- Widiawati, A. M., Pratiwi, A. A., & Bimandra, G. (2019). Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147-157. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2676>
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Faisal Akbar, M. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169-175.
- Biru. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 131-141.