

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DI SEKOLAH SMKN 6 MALUKU TENGAH

Hesti Flora Situmorang

Universitas Pattimura

Email korespondensi: hestiflora0704@gmail.com

Abstrak

Digital Marketing merupakan cara memasarkan produk atau jasa menggunakan digital. Pemasaran sering dianggap orang sesederhana promosi atau iklan. Namun pemasaran harus dilakukan secara efektif, cermat, kreatif dan cerdas supaya pertumbuhan bisnis optimal. Di era pebisnis sekarang pasti pernah mengalami masalah dalam menjalankan bisnisnya, seperti taktik marketing untuk memperkenalkan dan memasarkan produk atau jasa dengan lebih efektif. Digital marketing sangat membantu seluruh pebisnis dalam menjalankan usahanya baik dalam memasarkan produknya maupun mempromosikan produk, karena sangat praktis penggunaannya. Namun demikian digital marketing juga membawa dampak negatif jika tidak memahami cara kerja digital marketing tersebut. Maka dari itu pemerintah perlu melakukan program sosialisasi ke masyarakat khususnya anak-anak muda untuk memperkenalkan digital marketing tersebut. Oleh karena itu, untuk mendukung salah satu program tersebut, maka dilaksanakanlah sosialisasi mengenai digital marketing tersebut oleh Mahasiswa KKN Tematik Individu Universitas Pattimura Angkatan XLIX Gelombang II Tahun Akademik 2022/2023. Adapun salah satu sekolah yang menjadi sasaran dari pelaksanaan program ini ialah SMK N 6 Kecamatan Seram Utara Timur Seti, Kabupaten Maluku Tengah. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi dan metode diskusi. Proses sosialisasi terkait Penjelasan Mengenai Kegunaan Digital Marketing ini disajikan dalam bentuk pemaparan materi secara langsung, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Hasil dari dilakukannya kegiatan ini adalah siswa-siswi SMK N 6 Maluku Tengah dapat menyimak, menerima serta menanggapi paparan dari materi terkait penggunaan digital marketing yang bermanfaat untuk meningkatkan pemasaran dan promosi produk atau jasa yang serba canggih saat ini di Indonesia.

Kata kunci: digital marketing, sekolah, pemasaran, promosi

Abstract

Digital Marketing is a way of marketing products or services using digital. Marketing is often thought of as stopping people from promoting or advertising. However, marketing must be carried out effectively, carefully, creatively and intelligently so that business growth is optimal. In the current era of business people, they must have experienced problems in running their business, such as marketing strategies to introduce and market products or services more effectively. Digital marketing really helps all business people in running their business both in marketing their products and promoting products, because it is very practical to use. However, digital marketing also has a negative impact if you don't understand how digital marketing works. Therefore, the government needs to socialize the program to the public, especially young people to introduce digital marketing. Therefore, to support one of these programs, the digital marketing outreach was carried out by Pattimura University Individual Thematic Community Service Students Batch XLIX Batch II Academic Year 2022/2023. One of the schools targeted for implementing this program is SMK N 6, North Seram Timur Seti District, Central Maluku Regency. This service activity uses the socialization method and the discussion method. The socialization process regarding the Explanation of Uses Regarding Digital Marketing is presented in the form of direct presentation of the material, then followed by a question and answer session. The results of the activities carried out are that students of SMK N 6 Central Maluku can listen, receive and respond to exposure to material related to the use of digital marketing which is useful for increasing the marketing and promotion of products or services that are currently sophisticated in Indonesia.

Keywords: digital marketing, school, marketing, promotion

1. PENDAHULUAN

Digital Marketing merupakan cara memasarkan produk atau jasa menggunakan digital. Pemasaran sering dianggap kebanyakan orang sesederhana promosi atau iklan. Tapi sebenarnya pemasaran merupakan konsep kompleks yang digunakan untuk membuat rencana tindakan komprehensif untuk menciptakan kesadaran tentang bisnis meningkatkan basis pelanggan meningkatkan penjualan, dan mempromosikan produk dan merk serta membangun brand.

Pemasaran tersebut perlu dilakukan secara efektif, cermat, kreatif dan cerdas, supaya pertumbuhan bisnis optimal. Paling mempengaruhi perubahan budaya, ekonomi dan sosial yang terlihat pada abad ke-21 (Henning dkk, 2010). Seiring dengan kemajuan teknologi (perkembangan internet dan World Wide Web serta teknologi digital lainnya), tren di dunia bisnis juga semakin bervariasi dan berkembang, salah satu tren tersebut berupa pemasaran digital (digital marketing). Internet telah menjadi factor yang paling mempengaruhi perubahan budaya, ekonomi dan sosial yang terlihat pada abad ke-21 (Henning dkk, 2010). Seiring dengan kemajuan teknologi (perkembangan internet dan World Wide Web serta teknologi digital lainnya), tren di dunia bisnis juga semakin bervariasi dan berkembang, salah satu tren tersebut berupa pemasaran digital (digital marketing).

Di era sekarang pebisnis pasti pernah mengalami masalah dalam menjalankan bisnisnya, seperti taktik marketing untuk memperkenalkan dan memasarkan produk atau jasa dengan lebih efektif. Sebagian besar tantangan di dunia pemasaran atau marketing berfokus pada kombinasi strategi terbaik dengan budget yang ada namun sulit untuk mencapai target yang diinginkan. Untuk menjawab setiap permasalahan yang dialami oleh pebisnis pada saat ini salah satunya ialah Digital Marketing. Digital marketing sangat membantu seluruh pebisnis dalam menjalankan usahanya, baik dalam memasarkan produknya maupun mempromosikan produk, karena sangat praktis penggunaannya. Namun digital marketing juga memberikan dampak negatif jika kita tidak memahami cara kerja digital marketing tersebut. Oleh karena itu digital marketing dapat diterapkan sedini mungkin kepada anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah, supaya dapat memanfaatkan teknologi secara benar dan bermanfaat untuk masa depan.

Oleh karena itu, maka dilaksanakanlah sosialisasi mengenai digital marketing tersebut oleh Mahasiswa KKN Tematik Individu Universitas Pattimura Angkatan XLIX Gelombang II Tahun Akademik 2022/2023. Adapun salah satu sekolah yang menjadi sasaran dari pelaksanaan program ini ialah Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 6 Maluku Tengah.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi dan metode diskusi. Proses sosialisasi terkait Digital Marketing sebagai alat pemasaran dan promosi produk dan jasa yang dapat membantu para pebisnis ini disajikan dalam bentuk pemaparan materi secara langsung, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Dalam kegiatan sosialisasi ini Mahasiswa KKN Tematik Individu Universitas Pattimura Angkatan XLIX Gelombang II Tahun Akademik 2022/2023 didampingi oleh pembimbing dan kepala sekolah yang bertugas di sekolah. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada Hari Kamis, 11 Mei 2022, pukul 10.00 WIT yang bertempat di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 6 dan dihadiri kurang lebih oleh kurang lebih 36 orang peserta yang mana merupakan siswa-siswi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi terkait Penggunaan Digital Marketing Untuk Membantu Para Pebisnis Dalam Menjalankan Usahanya yang berlangsung di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 6 yang dihadiri oleh siswa-siswi, juga Kepala Sekolah Ibu Rahayu Wailissa S.Pd. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dalam tiga tahapan utama, dimana tahap pertama merupakan pembukaan yang

berisikan perkenalan singkat terkait maksud dan tujuan dari sosialisasi dan dibantu oleh staff yang ada di SMK N 6 Maluku Tengah.



Gambar 1. Perkenalan singkat dengan Kepala Sekolah

Pada tahap pertama yaitu dengan meminta izin dan memberitahu maksud dan tujuan di adakan nya sosialisasi ini kepada kepala sekolah dengan bantuan pembimbing sekaligus staf yang bekerja di sekolah tersebut. Setelah itu pemaparan materi kepada siswa-siswi tentang apa itu digital marketing dan bagaimana cara menggunakannya di era yang serba canggih saat ini. Banyaknya bisnis yang ada di Indonesia pada saat ini mengakibatkan bisnis pemula kalah saing untuk mempromosikan produknya. Bisnis pemula sangat terbantu dengan adanya digital marketing di era dunia yang serba mengandalkan alat elektronik pada saat ini. Sebagian besar tantangan di dunia pemasaran atau marketing berkuat pada kombinasi strategi terbaik dengan budget yang ada namun sulit untuk mencapai target yang di inginkan. Untuk menjawab setiap permasalahan yang di alami oleh pebisnis pada saat ini salah satu nya ialah Digital Marketing. Digital marketing sangat membantu seluruh pebisnis dalam menjalankan usahanya, baik dalam memasarkan produknya maupun mempromosikan produk, karena sangat praktis penggunaannya.



Gambar 2. Penyampaian Materi

Setelah pemaparan materi yang disampaikan, maka tahap berikutnya adalah tahap diskusi atau sesi tanya jawab, dimana terdapat 2 orang siswa-siswi yang dengan antusias bertanya baik mengenai materi, maupun terkait jalan keluar dari masalah yang dihadapi di lapangan. Dengan adanya sesi tanya jawab ini, dapat disimpulkan bahwa para siswa-siswi dinilai sangat antusias dalam mengikuti setiap pemaparan materi yang disampaikan.



Gambar 3. Sesi tanya jawab

Mahasiswa KKN Tematik Individu Universitas Pattimura Angkatan XLIX Gelombang II Tahun Akademik 2022/2023 bersama dengan pegawai yang berada sekolah, Ibu Rahayu Wailissa, S.Pd selaku kepala sekolah SMK N 6 Maluku Tengah, serta para siswa-siswi SMK N 6 Maluku Tengah.



Gambar 4. Sesi foto bersama

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengabdian melalui Kegiatan sosialisasi Digital Marketing di Sekolah yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN Tematik Individu Universitas Pattimura Angkatan XLIX Gelombang II Tahun Akademik 2022/2023 atas kerja sama dengan kepala sekolah SMK N 6 Maluku Tengah, dapat disimpulkan bahwa siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 6 Maluku Tengah dapat menyimak, menerima serta menanggapi paparan dari materi terkait penggunaan digital marketing sebagai salah satu cara dalam membantu pengusaha dalam menjalankan usahanya di era penggunaan elektronik yang semakin canggih saat ini khususnya di Provinsi Maluku.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Haderani, H. (2018). Tinjauan Filosofis Tentang Fungsi Pendidikan Dalam Hidup Manusia. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Komalasari, Dewi, Alshaf Pebrianggara, and Mas Oetarjo. "Buku Ajar Digital Marketing." *Umsida Press* (2021): 1-83.

- Krugman, P. R., & Maurice, O. (2004). *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., ... & Pujiyanto, D. (2020). *Digital Marketing*.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Samudra KKN Tahun 2017. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57-68.
- Sulistiyowati, Liliek Nur, et al. "Digitalisasi Pemasaran UMKM Tape Singkong di Desa Mojoyayung Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun." *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"* 2.01 (2023).
- Utami, Isnaniah Nur. "Potensi Sekolah Dalam Mengembangkan Kemitraan Di Smk Muhammadiyah 3 Yogyakarta." *Spektrum Analisis Kebijakan Pendidikan* 4.2 (2015).
- Yusnandar, W., Deliaty, D., & Jufrizen, J. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Keterampilan Wirausaha olahan Tahun Didesa Kotangan Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 39-51