



WORKSHOP DIGITAL MARKETING “TEMUKAN TEKNIK PEMASARAN SECARA DARING”

Auliya Rahman Isnain¹, Donayah Pasha², Sanriomi Sintaro³

Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia¹

Teknologi Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia²

Teknik Komputer, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia³

Email : auliyarahman@teknokrat.ac.id¹, donayapasha@teknokrat.ac.id², sanriomi@teknokrat.ac.id³

Received: (6 September 2021)

Accepted: (9 September 2021)

Published : (15 September 2021)

Abstract

Gajah Mada SMK Bandar Lampung, initially named SMEA Gajah Mada with the Decree of the Minister of Education and Culture of the Republic of Indonesia No. 4111/12B/4/1990 with REGISTERED status, which is located at Jalan Soekarno Hatta No.1 Tanjung Happy Village, Tanjung Glad District, The city of Bandar Lampung then in 1990 had the status of RECOGNIZED, and in 2006 its status became ACCREDITED with two majors, namely Accounting and received a B value and Office Administration received a C value. (Marketing) and has been completed with a grade of “Accredited B” while the Computer and Network Engineering major was only opened in the 2014/2015 Academic Year.

The problem faced by SMK Gajah Mada Bandar Lampung is the lack of knowledge of teachers and students on technological developments to carry out online or digital marketing processes. During the COVID-19 pandemic, the entrepreneurship department of the Gajah Mada Vocational School continued to develop techniques to provide students with knowledge about online marketing. In addition, the problems faced are as follows: 1) Lack of understanding and learning media about Digital Marketing, 2) Lack of understanding of teachers and students on the concept of digitalization in marketing, 3) Lack of understanding of teachers and students on marketing patterns with digital media.

Keywords: *Auto, Pump, SMK, Covid-19, Digitalization Concept,*

Abstrak

SMK Gajah Mada Bandar Lampung, awal berdirinya bernama SMEA Gajah Mada dengan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No.4111/12B/4/1990 dengan status TERDAFTAR, yang berada dilokasi Jalan Soekarno Hatta No.1 Kelurahan Tanjung Senang, Kecamatan Tanjung Senang, Kota Bandar Lampung kemudian pada tahun 1990 berstatus DIAKUI, dan pada tahun 2006 statusnya menjadi TERAKREDITASI dengan dua jurusan yaitu Akuntansi mendapat nilai B dan Administrasi Perkantoran mendapat nilai C Kemudian pada tahun 2010 SMK Gajah Mada telah melaksanakan akreditasi ulang untuk jurusan Akuntansi, Administrasi Perkantoran dan Pemasaran (Marketing) dan telah selesai dengan nilai “Terakreditasi B” sedangkan untuk jurusan Teknik Komputer dan Jaringan baru dibuka pada Tahun Pelajaran 2014/2015.

Permasalahan yang dihadapi oleh SMK Gajah Mada Bandar Lampung adalah kurangnya pengetahuan guru-guru dan siswa terhadap perkembangan teknologi untuk melakukan proses pemasaran secara online atau secara digital. Dimasa pandemi covid-19 jurusan kewirausahaan SMK Gajah Mada terus mengembangkan teknik pembelajaran untuk memeberikan pengetahuan kepada siswa tentang pemasaran secara online. Seilain itu juga permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut: 1) Kurangnya pemahaman serta media pembelajaran mengenai Digital Marketing, 2) Kurangnya pemahaman guru dan siswa terhadap konsep digitalisasi dalam pemasaran, 3) Kurangnya pemahaman guru dan siswa terhadap pola pemasaran dengan media digital.

Kata Kunci: *Digital Marketing, SMK, Covid-19, Konsep Ditigitalisasi*

To cite this article:

Auliya Rahman Isnain, Donayah Pasha, Sanriomi Sintaro. (2021). WORKSHOP DIGITAL MARKETING “TEMUKAN TEKNIK PEMASARAN SECARA DARING”. Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS), Vol(2), 113-120.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Revolusi digital telah mengguncang pemasaran hingga ke intinya. Apa arti penetapan harga di dunia di mana pelanggan mengajukan harga mereka sendiri (seperti di priceline.com) atau pembeli dan penjual menawar secara independen dalam lelang (seperti di e-Bay dan banyak situs lelang bisnis-ke-bisnis)? Apakah merek lebih kuat atau kurang kuat saat kita mendekati informasi yang sempurna? Apa artinya riset pemasaran ketika perusahaan dapat melacak setiap klik dari proses pengambilan keputusan? Bagaimana mereka dapat beralih dari komunikasi siaran ke komunikasi interaktif yang memberikan informasi sekaligus mendidik, menghibur, dan pada akhirnya membujuk konsumen? Seperti yang ditunjukkan Mohanbir Sawhney, metafora kami untuk pemasaran mungkin perlu diubah. Kami sekarang berbicara tentang pemasaran seolah-olah itu adalah perburuan - 'menargetkan pelanggan'. Kita mungkin perlu beralih ke metafora berkebutan yang lebih banyak - 'memelihara ekosistem'. Metafora berkebutan interaktif ini konsisten dengan revolusi digital seperti yang diungkapkan oleh Nicolas Negroponte dalam bukunya Being Digital. Menurut Negroponte, perbedaan antara layar televisi dan layar komputer menjadi salah satu ukuran belaka. Dan sebelumnya media 'massa' berkembang menjadi jalan komunikasi dua arah yang dipersonalisasi. Informasi tidak lagi 'didorong' ke konsumen. (Wind and Mahajan, 2002)(Nakamura, Samuels and Soloveichik, 2017)

Digitalisasi menjadi perlu untuk diimplementasikan karena melihat aktivitas masyarakat yang tidak bisa dipisahkan dari media sosial. Tidak hanya itu, digitalisasi juga memungkinkan Anda untuk memperluas tujuan pemasaran, yang jumlahnya berkali-kali lipat dari pemasaran tradisional. Dan alasan terakhir digitalisasi diperlukan adalah karena teknologi digital sangat erat kaitannya dengan kehidupan generasi muda, yang artinya ini adalah peluang besar bagi kaum muda untuk terlibat dalam pemasaran digital atau pemasaran online. (Rustam, 2018)

SMK Gajah Mada Bandar Lampung, awal berdirinya bernama SMEA Gajah Mada dengan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No.4111/12B/4/1990 dengan status TERDAFTAR, yang berada di lokasi Jalan Soekarno Hatta No.1 Kelurahan Tanjung Senang, Kecamatan Tanjung Senang, Kota Bandar Lampung kemudian pada tahun 1990 berstatus DIAKUI, dan pada tahun 2006 statusnya menjadi TERAKREDITASI dengan dua jurusan yaitu Akuntansi mendapat nilai B dan Administrasi Perkantoran mendapat nilai C Kemudian pada tahun 2010 SMK Gajah Mada telah melaksanakan akreditasi ulang untuk jurusan Akuntansi, Administrasi Perkantoran dan Pemasaran (Marketing) dan telah selesai dengan nilai “Terakreditasi B” sedangkan untuk jurusan Teknik Komputer dan Jaringan baru dibuka pada Tahun Pelajaran 2014/2015. (SMK Gajah Mada Bandar Lampung)



Gambar 1 SMK Gajah Mada Bandar Lampung

1.2. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi oleh SMK Gajah Mada Bandar Lampung adalah kurangnya pengetahuan guru-guru dan siswa terhadap perkembangan teknologi untuk melakukan proses pemasaran secara online atau secara digital. Dimasa pandemi covid-19 jurusan kewirausahaan SMK Gajah Mada terus mengembangkan teknik pembelajaran untuk memeberikan pengetahuan kepada siswa tentang pemasaran secara online. Selain itu juga permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut: 1) Kurangnya pemahaman serta media pembelajaran mengenai Digital Marketing, 2) Kurangnya pemahaman guru dan siswa terhadap konsep digitalisasi dalam pemasaran, 3) Kurangnya pemahaman guru dan siswa terhadap pola pemasaran dengan media digital.

Berdasarkan hasil pengamatan, diskusi dan pengumpulan kebutuhan yang tim pengusul lakukan dengan mitra, pihak mitra yaitu SMK Gajah Mada Bandar Lampung mengusulkan untuk melaksanakan *Workshop Digital Marketing* kepada tim pengusul PKM Universitas Teknokrat Indonesia yang dapat mengatasi permasalahan yang telah dijelaskan. Pihak sekolah berharap dengan adanya *Workshop Digital Marketing* dapat meningkatkan pengetahuan kepada guru-guru dan siswa SMK Gajah Mada Bandar Lampung terhadap Digital Marketing. Dengan adanya kerjasama ini pihak sekolah ingin siswa mereka juga mampu menerapkan pembelajaran Ditial Marketing Sekolah sebagai bekal untuk meningkatkan kemampuan siswa mereka. Hal ini dapat diwujudkan oleh tim pengusul dalam bentuk pelatihan yang akan diberikan kepada Guru dan Siswa SMK Gajah Mada Bandar Lampung.

METODE PELAKSANAAN

Tempat dan Waktu

Tempat pelaksanaan kegiatan dilakukan di ruang pertemuan SMK Gajah Mada Bandar Lampung yang di hadiri oleh 10 Guru SMK Gajah Mada Bandar Lampung. Kegiatan ini berlangsung selama 120 menit.

Khalayak Sasaran

Sasaran Kegiatan PkM Sekolah Binaan ini adalah Guru dan Siswa SMK Gajah Mada

Tahapan Pelatihan

Kegiatan Workshop Digital Marketing ini dilaksanakan setelah adanya diskusi antara tim PkM Sekolah Binaan Unversitas Teknokrat Indonesia dengan Kajor Kewirausahaan SMK Gajah Mada Bandar Lampung. Kegiatan pelaksanaan di lakukan di Lab Komputer SMK Gajah Mada dengan materi Pembuatan Konten Digital Marketing dan Facebook Advertisement.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam 2 sesi, yang pertama praktikum pembuatan konten yaitu membuat flyer promosi dengan menggunakan aplikasi powerpoint. Yang kedua yaitu praktikum implementasi facebook add untuk meningkatkan jangkauan pemasaran.

Rincian Kegiatan Kunjungan

Berikut ini merupakan rincian kunjungan yang dilakukan oleh Tim PkM Sekolah Binaan Universitas Teknokrat Indonesia pada Tabel 1:

Tabel 1 Rincian Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu
1	Pengumpulan Kebutuhan	1 Februari 2021 – 15 Februari 2021
2	Sosialisasi	15 Maret 2021 – 30 Maret 2021
3	Pelatihan Pembuatan	15 April 2021 – 30 April 2021
4	Evaluasi Kegiatan PKM Sekolah Binaan	15 Mei 2021 – 30 Mei 2021

Parsipasi Mitra

Semua kegiatan yang dilakukan oleh tim pengusul dalam program pengabdian kepada masyarakat ini tidak terlepas dari peran dan partisipasi mitra, dalam hal ini mitra berperan aktif dalam kegiatan setiap pelaksanaannya dari mulai pembuatan perencanaan pembuatan aplikasi, penggunaan aplikasi, dan menguji aplikasi sistem pembelajaran dalam jaringan apakah sudah sesuai atau belum dengan yang diharapkan sampai dengan tahap akhir yaitu evaluasi ketercapaian hasil dari kegiatan yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai dan setelah kegiatan pelatihan dengan menyebarkan kuesioner menunjukkan bahwa siswa SMK Gajah Mada Bandar Lampung menjadi lebih memahami dan dapat membuat alat Auto Pump Hand Sanitizer Berbasis IoT. Tabel Peningkatan Indikator Penilaian dapat dilihat pada Tabel 1:

Tabel 1 Peningkatan Indikator Penilaian Kuesioner

No	Pernyataan	Nilai	
		Sebelum	Sesudah
1.	Saya sudah mengetahui teknik membuat desain konten promosi dengan aplikasi ppt?	50%	83,3%
2.	saya sudah mengetahui tentang facebook ads	56,3%	100%
3.	saya sudah mengetahui cara membuat halaman di facebook	62,5%	100%
4.	saya sudah mengetahui cara beriklan di facebook ads	56,3%	83,3%
5.	saya sudah mengetahui cara berjualan dengan Aplikasi Facebook	62,5%	83,3%
Rata-Rata Nilai		58%	0,90

Berdasarkan Tabel 5, rata-rata penilaian tiap indikator dari pelatihan digital marketing mengalami peningkatan dari rata-rata 58% meningkat menjadi 90%. Peningkatan nilai rata-rata sebelum dan sesudah dilaksanakan pelatihan sebesar 32%. Untuk alat yang di buat dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Contoh Hasil E Poster Pelatihan Pembuatan Konten

Pada Gambar 2 merupakan e-poster hasil dari pelatihan pembuatan konten yang dilaksanakannnn. Pembuatan e-poster ini menggunakan aplikasi powerpoint mudah digunakan dan sudah sangat familiar digunakan oleh siswa dan guru.

KESIMPULAN

Secara umum, kegiatan PKM Sekolah Binaan yang lakukan di SMK Gajah Madah Bandarlampung telah terlaksana dengan baik. Dengan adanya kegiatan ini dapat memperkenalkan Universitas Teknokrat Indonesia kepada sekolah tujuan PKM Sekolah Binaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan penulis pada Universitas Teknokrat Indonesia (UTI) melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) karena berkat hibah internalnya dengan nomor kontrak **118/UTI/LPPM/E.1.8/III/2021** tanggal 1 Maret 2021, pelaksanaan kegiatan PkM di SMK Gajah Mada ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada mitra PkM, keluarga besar SMK Gajah Mada Bandar Lampung. Berkat dukungan dari mitra dan semangat dari guru-guru SMK Gajah Mada Bandar Lampung, kegiatan peningkatkan kompetensi pelatihan pembuatan alat auto pomp hand sanitizer ini dapat terlaksana dengan baik dengan menghasilkan luaran sesuai target. Semoga kegiatan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Nakamura, L., Samuels, J. and Soloveichik, R. (2017) ‘Measuring the Free Digital Economy within the GDP and Productivity Accounts’, *FRB of Philadelphia Working Paper*, (17–37), pp. 1–69.
- Rustam, I. (2018) ‘Laporan Pengabdian Pada Masyarakat Pelatihan “ Online Marketing ” Bagi Pemuda Karang Taruna Desa Bilebante-Lombok Tengah Dalam Rangka Universitas Mataram’.
- SMK Gajah Mada Bandar Lampung* (no date). Available at: <https://www.smkgamabdl.sch.id/> (Accessed: 1 January 2021).
- Wind, J. and Mahajan, V. (2002) ‘Digital Marketing’, *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), pp. 43–54. doi: 10.4468/2002.1.04wind.mahajan.

LAMPIRAN

- Dokumentasi Kegiatan





BIOGRAFI PENULIS

	<p>Auliya Rahman Isnain, S.Kom., M.Cs. Penulis lahir di Muara Dua pada tahun 1992. Lulus pada Program Studi S1 Sistem Informasi STMIK Teknokrat Lampung pada tahun 2015. Kemudian menyelesaikan pendidikan S2 Magister Ilmu Komputer pada bidang Data Science di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada Tahun 2020, dan saat ini sedang aktif mengajar di Universitas Teknokrat Indonesia. Minat bidang penelitian penulis adalah Data Science, Data Mining dan Text Mining.</p>
	<p>Sanriomi Sintaro, S.Kom., M.Kom lahir di Tanjung Karang pada tanggal 13 Oktober 1986. Mengawali pendidikan Strata 1 di Universitas Teknokrat Indonesia pada jurusan Informatika dan lulus pada 2013. Pada tahun 2015, penulis melanjutkan studi S2 pada Program Studi Magister Ilmu Komputer Universitas Budi Luhur dan lulus pada tahun 2017. Menjadi tenaga pengajar di Universitas Teknokrat Indonesia pada tahun 2017 sampai sekarang.</p>
	<p>Donaya Pasha, S.Kom., MKom Penulis lahir di Bandar Lampung pada tahun 1991. Lulus pada Program Studi S1 Sistem Informasi STMIK Teknokrat Lampung 2013. Kemudian menyelesaikan pendidikan S2 Magister Ilmu Komputer pada bidang Sistem Informasi pada Tahun 2017, dan saat ini sedang aktif mengajar di Universitas Teknokrat Indonesia. Minat bidang penelitian penulis adalah Multimedia dan Desain Grafis.</p>