

Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur

Almira Devita Putri^{1*}, Heri Kuswoyo², Ingatan Gulo³, E. Ngestirosa⁴, Ellisa Ghina Febrina⁵

^{1,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknokrat Indonesia

^{2,3,4}Sastra Inggris, Fakultas Sastra dan Ilmu Pendidikan, Universitas Teknokrat Indonesia

Email: ^{1*}almiradevita@teknokrat.ac.id, ²hery@teknokrat.ac.id, ³atan@teknokrat.ac.id,

⁴ngestirosa@teknokrat.ac.id, ⁵ellisa_ghina_febrina@teknokrat.ac.id

(Almira Devita Putri* : coresponding author)

Received	Accepted	Publish
3-March-2023	6-March-2023	15-March-2023

Abstrak– *Digital Marketing* adalah suatu kegiatan promosi produk berupa barang/jasa menggunakan jejaring sosial sehingga memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran. Namun, Pandemi Covid-19 yang telah berlalu menjadi titik tolak perubahan dalam pendidikan di Indonesia bahkan dunia yang menyebabkan pihak sekolah dan pengajar di Indonesia harus beralih ke sistem belajar dan mengajar secara digital. Situasi *Post Pandemic* Covid-19 telah menjadikan kegiatan dilakukan secara digital sebagai hal yang pasti digunakan saat ini. Oleh karena itu, Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Indonesia merupakan wadah dan ajang bagi sekolah khususnya guru untuk dapat belajar pemasaran digital secara mendalam tidak hanya dalam aspek teknis tetapi juga dalam hal penggunaannya dalam proses kegiatan belajar mengajar. Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada SMK N 1 Labuhan Maringgai, Provinsi Lampung. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membuka wawasan guru dalam melakukan proses pemasaran secara digital. Tidak hanya itu saja, melalui kegiatan ini juga turut memberikan paparan mengenai bagaimana cara membangun bisnis di era digital dengan melihat potensi yang ada di Labuhan Maringgai. Dengan demikian, diharapkan guru mampu berkontribusi tidak hanya untuk diri sendiri dan keluarga, namun untuk siswa serta masyarakat sekitar.

Kata Kunci: *Digital Marketing*; Era Digital; Guru; Sekolah, Post Pandemic Covid-19

Abstract– Digital marketing is a product promotion activity in the form of goods or services using social networks so as to contribute to marketing activities. However, Pandemi Covid-19 which has passed is a starting point for changes in education in Indonesia and even the world that causes schools and teachers in Indonesia must switch to the learning and teaching system digitally. The situation of Post Pandemic Covid-19 has made the activity carried out digitally as a thing that is definitely used today. Therefore, the community service (PKM) of the University of Indonesia is a facilitator and an event for schools, especially teachers to be able to learn digital marketing in depth not only in technical aspects but also in terms of its use in the process of teaching and learning activities. Community service was carried out at SMKN 1 Labuhan Maringgai, Lampung Province. This is done with the aim of opening the teacher's insight in carrying out a digital marketing process. Not only that, through this activity also gave a presentation on how to build a business in the digital era by looking at the potential that exists in Labuhan Maringgai. Thus, the teacher is expected to be able to contribute not only to themselves and their families, but for students and the community.

Keywords: *Digital Marketing*; Digital Era; Teacher; School; Post Pandemic Covid-19

1. PENDAHULUAN

Dalam proses belajar mengajar, peran guru sangatlah penting sebagai pemeran utama di Lembaga Pendidikan formal. Dalam proses belajar mengajar mengandung serangkaian aktivitas guru dan murid atau peserta didik atas dasar hubungan timbal balik yang berlangsung dalam situasi edukatif untuk mencapai tujuan tertentu, yang mana hubungan tersebut merupakan syarat utama bagi proses berlangsungnya belajar mengajar. Selain itu, proses belajar mengajar juga dapat melatih sikap dan nilai pada murid atau peserta didik yang sedang belajar. Guru juga menempati kedudukan yang terhormat di masyarakat. Istilah pahlawan tanpa

tanda jasa pada guru tersebut menunjukkan kewibawaan yang menyebabkan guru dihormati, sehingga masyarakat yakin bahwa meskipun guru diberikan tugas dan tanggung jawab yang berat, namun guru tetap melakukan tugas dan tanggung jawab tersebut dengan sepenuh hati menghadapi berbagai macam murid. Pembinaan yang harus guru lakukan tidak hanya berdasarkan kelompo saja tetapi juga secara individual, yang mana hal ini membuat guru selalu memperhatikan sikap, tingkah laku, dan perbuatan para muridnya yang tidak hanya dilakukan didalam sekolah tetapi juga diluar sekolah.

Sebagai salah satu upaya untuk membantu peningkatan pada Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan dalam pemenuhan Standar Nasional Pendidikan, maka dilaksanakannya pengenalan wawasan digital marketing kepada guru di SMKN1 Labuhan Maringgai. Dengan adanya pengenalan wawasan terkait digital marketing para guru nantinya bukan hanya dapat memulai bisnis baru yang akan membuka peluang usaha bagi diri sendiri, tetapi juga akan mengajarkan secara tidak langsung proses berbisnis berbasis digital di era digital, yang akan membantu para murid yang memiliki jiwa kewirausahaan dalam proses berdagang.

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum dengan mulai memenuhi kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Menurut Abdurrahman et al., (Jasmani, Maduningtias and Irmal, 2019; Abdurrahman et al., 2020; Munarsih et al., 2020; Susanti, 2020; Wijoyo et al., 2020) pemasaran digital merupakan model pemasaran melalui internet dan dilaksanakan secara digitalisasi. Pemasaran digital merupakan upaya marketer dalam mendayagunakan elektronik sehingga penjual dapat memasarkan, menjual produk atau jasanya secara online dan nantinya dapat dikenal masyarakat (Urmila Dewi et al., 2018).

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan berbagai media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan, oleh karena itu menurut Menurut Chaffey (2002), digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran. Terlebih dengan adanya pandemic Covid 19 kemarin menjadikan efek digital marketing menjadi semakin marak, dimana banyak orang beralih dari pemasaran offline seperti menyebar brosur atau memasang iklan di papan iklan dialihkan menjadi online, namun sebagai akibatnya justru membawa perubahan baru bagi para entrepreneur yang akan memulai bisnisnya dan mempromosikannya melalui jejaring social media. Melihat peluang saat ini, maka perlu khususnya bagi guru SMKN1 Labuhan Maringgai untuk dapat menangkap peluang baik di era ini. Adanya fakta bahwa guru perlu dibekali dengan motivasi serta arahan untuk mampu menerapkan digital marketing yang dapat dikembangkan menjadi kemampuan yang sangat menguntungkan

SMKN1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur yang berlokasi di Jl. Karang Anyar No.11, Karang Anyar, Kec. Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur Lampung memiliki potensi untuk berkembang. SMKN 1 Labuhan Maringgai berfokus kepada Multimedia, sehingga baik siswa ataupun guru telah memiliki pemahaman dasar terkait teknologi digital. SMKN 1 Labuhan Maringgai sudah cukup baik dalam mengetahui dan menerapkan keahlian dalam dunia teknologi informasi seperti pemasaran digital, namun sebagai sarana pelaksanaan Pendidikan atau membangun bisnis di era digital SMKN 1 Labuhan Maringgai masih sangat memerlukan kegiatan motivasi serta membuka wawasan berfikir bagi para gurunya mengenai pentingnya pemasaran digital, sehingga para guru mampu menerapkan proses pemasaran digital pada bisnisnya sendiri ataupun bagi SMKN 1 Labuhan Maringgai. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan

tujuan untuk memberikan motivasi, dan arahan kepada guru untuk lebih memahami dan menerapkan pemasaran yang memanfaatkan *platform* bisnis digital.

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu guru SMKN 1 Labuhan Maringgai adalah: (1) Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai belum memiliki pemahaman akan pentingnya pemasaran digital. (2) Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai belum mengenal besarnya peluang dari digital marketing. (3) Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai belum mengetahui cara menerapkan digital marketing di era digital

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan 3 metode yaitu analisis situasi untuk mengetahui masalah dan selanjutnya melakukan pelatihan guna memberikan solusi serta dilakukan evaluasi

2.1 Tempat dan Waktu

Adapun Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan:

Tempat : SMKN 1 LABUHAN MARINGGAI, LAMPUNG TIMUR

Waktu : 16 Februari 2023

2.2 Khalayak Sasaran

Adapun khalayak sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah guru-guru SMKN 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan beberapa kegiatan untuk mendapatkan data yang dapat diolah dan dievaluasi. Adapun rincian kegiatan yang telah dilakukan adalah:

- 1) Analisis Kebutuhan Mitra
Analisis kebutuhan ini bertujuan mengetahui hal-hal yang diperlukan mitra agar kegiatan yang dilakukan dapat berjalan efektif dan efisien. Adanya analisis kebutuhan mitra, pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu memberikan sosialisasi yang tepat guna dan tepat sasaran.
- 2) Sosialisasi Pemahaman Digital Marketing
Sosialisasi ini dilakukan untuk membuka wawasan guru mengenai penggunaan digital marketing dalam dunia akademis yaitu pemasaran sekolah dan pembelajaran bagi siswa/i yang dapat menghasilkan manfaat atau keuntungan yang akan berguna di masa depan.
- 3) Sosialisasi Pentingnya *Personal Branding*
Sosialisasi ini dilakukan untuk membuka wawasan sekaligus membekali guru dengan keterampilan baru yaitu menganalisis citra diri yang akan menjadi symbol personal branding bagi masing-masing guru. Kemudian, personal branding ini dapat menjadi alat yang dapat membantu mereka dalam menentukan keahlian yang dimiliki oleh masing-masing guru dan dapat diajarkan kepada para siswa/i.
- 4) Sosialisasi Membangun bisnis di Era Digital
Sosialisasi ini dilakukan untuk membuka wawasan guru tentang menerapkan digital marketing untuk pembuatan bisnis di era digital ini, sehingga guru dapat

mewujudkan suatu ide bisnis yang dapat dilihat orang banyak dan menguntungkan serta bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat sekitarnya.

2.4 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Persiapan
Tahap persiapan yaitu ketua dan tim berkoordinasi dengan Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Teknokrat Indonesia untuk melakukan perencanaan pengabdian kepada masyarakat kepada mitra SMKN 1 Labuhan Maringgai.
2. Pelaksanaan Kegiatan
Pada tahap ini, ketua dan tim melakukan pelaksanaan kegiatan yang dimulai dengan melakukan analisis situasi dan mengidentifikasi permasalahan yang ada pada mitra. Selanjutnya tim membuat program pendampingan berupa sosialisasi untuk mendukung pengembangan kemampuan pemasaran digital di era digital.
3. Pelatihan dan Pendampingan
Tahap ini dimana ketua dan tim akan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam mengimplementasikan materi yang telah diperoleh, sehingga dapat membantu secara langsung kendala yang dihadapi oleh mitra.
4. Pelaporan dan Publikasi
Pada tahap ini, ketua dan tim akan membuat pelaporan kemajuan, laporan akhir program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dan publikasi di media *online*.
5. Evaluasi
Ketua dan tim akan mengevaluasi dari penerapan program-program yang telah diberikan dan dilaksanakan agar tetap tepat sasaran dan membantu mitra jika menghadapi kendala dalam pelaksanaan program

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisis situasi maka dilakukan pemberian solusi untuk permasalahan yang ada di SMKN 1 Labuhan Maringgai seperti tabel berikut:

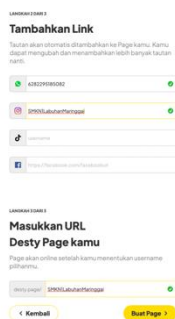
3.1 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

Berikut pemahaman dari sebelum kegiatan di laksanakan mdan setelah kegiatan di laksanakan :

Sebelum	Sesudah
Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai belum memiliki pemahaman akan pentingnya pemasaran digital.	Guru mengetahui bahwa akan pentingnya pemasaran digital dalam dunia akademis yaitu meliputi personal branding untuk menunjang kehandalan secara personal.
Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai belum mengenal besarnya peluang dari digital marketing	Guru dapat memanfaatkan peluang peluang digital marketing melalui pengembangan website, social media reference landing, serta teknik copywriting
Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai belum mengetahui cara menerapkan digital marketing di era digital	Guru dapat memahami penggunaan tools digital marketing melalui aplikasi seperti <i>desty.page</i> sebagai social media reference

landing dan *rytr.me* untuk pembuatan copy writing

SOCIAL MEDIA REFERENCE LANDING



Digital Marketing :

Menurut Kotler & Armstrong (2006, p521), pemasaran online merupakan bagian dari e-commerce yaitu, perusahaan untuk berkomunikasi, promosi, dan menjual barang dan jasa melalui internet

Pemasaran digital lebih dari sekadar menjual produk; hal tsb telah mencakup keterlibatan dengan konsumen/audience di berbagai jenis saluran elektronik.

Tujuan Pemasaran Digital: *engagement, awareness, branding, publikasi konten, relasi pelanggan, penjualan, dll*

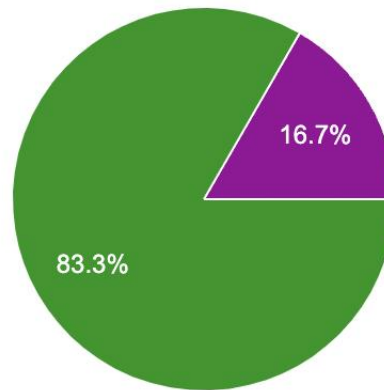
Gambar 1. Materi Presentasi tentang *Digital Marketing*

Pertemuan dibuka dengan perkenalan materi disampaikan oleh Almira Devita Putri, M.AB. Para Guru menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis yang dinyatakan pada bagian analisis situasi. Belum meratanya pengetahuan Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai akan pentingnya pemasaran digital. Dengan demikian, para peserta diberikan gambaran mengenai definisi *digital marketing* dan materi bahasan yang disampaikan melalui kegiatan pengabdian. Agenda selanjutnya membahas mengenai materi inti dan pelatihan serta pendampingan pembuatan *social media reference landing* khususnya untuk tujuan promosi sekolah. Materi pembahasan mencakup persiapan yang perlu dipertimbangkan dan tujuan yang ingin dicapai oleh para Guru dalam mengembangkan pemasaran di dunia akademis yang bermanfaat bagi sekolah maupun siswa/i.

Berikut ini merupakan hasil *post-test* peserta dalam merefleksikan pengetahuan dan keterampilan mereka ke dalam 5 *item* pernyataan.

Tabel 1. Hasil *Post Test* Peserta Pelatihan *Digital Marketing*

No.	Item	Rata-Rata Jawaban
1.	Dengan adanya pelatihan Digital Marketing ini, saya mengetahui tentang tips dan trik marketing berbasis digital.	Setuju
2.	Pelatihan menambah pengetahuan saya tentang tips melakukan marketing berbasis digital.	Setuju
3.	Materi pelatihan relevan dengan tujuan pelatihan	Setuju
4.	Saya bisa memahami topik pelatihan digital marketing dengan baik.	Setuju
5.	Latihan yang diberikan dalam pelatihan mudah diikuti	Setuju



Gambar 2. Rata-Rata Jawaban Berdasarkan Hasil Post Test

3.3 Dokumentasi Kegiatan

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan penjelasan mengenai teknik penggunaan digital marketing dengan menggunakan platform digital dan wawasan mengenai bisnis. Para Guru SMKN 1 Labuhan Maringgai menyimak dan aktif melakukan tanya jawab mengenai Digital Marketing.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan PKM sekolah binaan sebagai berikut terdapat peningkatan pemahaman mengenai wawasan digital marketing pada guru SMKN 1 Labuhan Maringgai. Pihak SMKN 1 Labuhan Maringgai mendukung penuh kegiatan yang dilakukan dan telah menjalin kerjasama jangka panjang melalui penandatanganan nota kesepahaman (MOU) UTI- SMKN 1 Labuhan Maringgai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada yayasan Universitas Teknokrat Indonesia yang telah memfasilitasi baik materil maupun non materil untuk terselenggaranya kegiatan ini dan juga kepada pihak yayasan SMKN 1 Labuhan Maringgai sebagai lokasi pelaksanaan PKM ini, terimakasih atas kerjasama dan fasilitasnya yang membantu kelancaran kegiatan kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman et al., (Jasmani, Maduningtias and Irmal, 2019; Abdurrahman et al., 2020; Munarsih et al., 2020; Susanti, 2020; Wijoyo et al., 2020). (Urmila Dewi et al., 2018). (Chaffey, 2002)
- Digital Marketing (Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dimensi dan Strategi) (2020). Diambil kembali dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/digital-marketing.html>
- [G Chakti](https://books.google.com) - 2019 - books.google.com [The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital.](https://books.google.co.id/books)
- Narindro, L., Mardjono, R., Mulya, D., & Harahap, E. F. (2021). Pengembangan Keterampilan Guru Melalui Pelatihan Pengelolaan Media Pemasaran Berbasis Digital. *Abdimas Universal*, 3(2), 111–122. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v3i2.120>
- Peran dan Tugas Guru (Desember 21, 2022). Diambil kembali dari Source: <https://www.mandandi.com/2018/12/peran-dan-tugas-guru-profil-tenaga.html>