
PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL UNTUK MEMBANGUN GENERASI MUDA MENJADI *ENTREPRENEUR* DI SMA XYZ

Sonhaji¹, Haries Anom Susetyo Aji Nugroho², Dwi Atmoko³, Sri Lestari⁴

^{1), 2)} Prodi S1 Informatika, Fakultas Ilmu Kom[puter, Universitas Bhamada Slawi

³⁾ Prodi Keselamatan dan Kesehatan Kerja (D-IV) Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Bhamada Slawi

⁴⁾ Prodi DIII Teknik Informatika, Politeknik Purbaya Tegal

Email: sonhaji98@gmail.com¹, anom.haries@gmail.com², atmokodwi120@gmail.com³, srilestarislw18@gmail.com⁴

ABSTRACT

Digital promotional media is expected to be an effective choice for businesses in developing business and reaching national and international markets. Digital marketing and e-commerce or marketplace can reach a wider area than conventional marketing, so this is a solution for business expansion. This training aims to educate students about digital marketing and how to use e-commerce or marketplace. The materials presented in the training include: 1) Providing introductory material on digital marketing and e-commerce, 2) Providing training to students on creating stores in e-commerce and social media accounts that are a trend in business promotion media today. With this activity, it is hoped that students can open new insights and knowledge and make them technology users who can utilize internet media wisely because there are many things that can be utilized and known positively from internet developments, especially product marketing.

Keywords: *Training, digital marketing, e-commerce*

ABSTRAK

Media promosi *digital* diharapkan menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Digital marketing dan *e-commerce* atau *marketplace* dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi bisnis. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada siswa tentang *digital marketing* dan bagaimana menggunakan *e-commerce* atau *marketplace*. Adapun materi yang disampaikan dalam pelatihan tersebut meliputi: 1) Pemberian materi pengenalan *digital marketing* dan *e-commerce*, 2) Pemberian pelatihan kepada siswa mengenai pembuatan toko di *e-commerce* dan akun media sosial yang menjadi *trend* dalam media promosi bisnis saat ini. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan siswa dapat membuka wawasan dan pengetahuan baru dan menjadikan mereka pengguna teknologi yang bisa memanfaatkan media internet secara bijaksana karena banyak hal yang bisa dimanfaatkan dan diketahui secara positif dari perkembangan internet khususnya pemasaran produk.

Keywords: *Pelatihan, digital marketing, e-commerce*

I. PENDAHULUAN

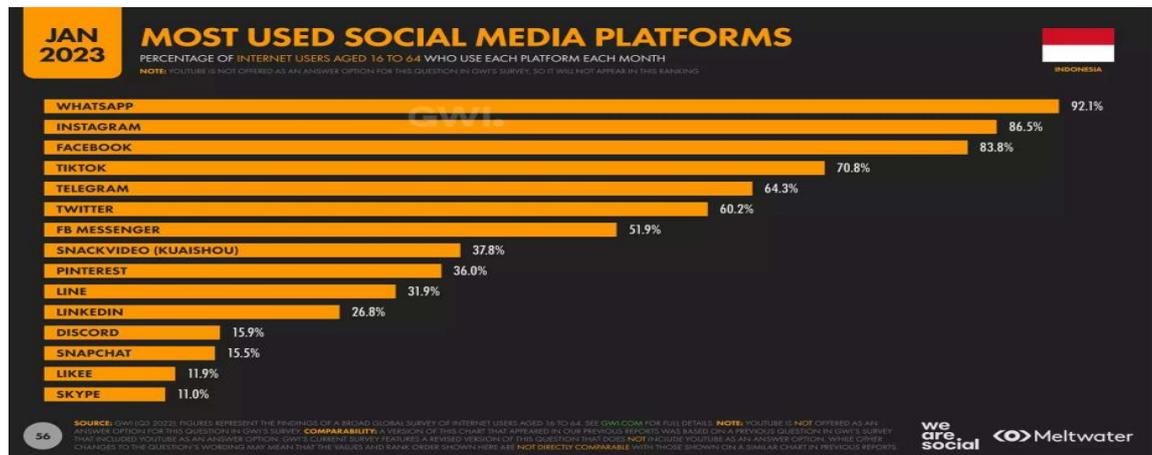
Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Pelaku Usaha dapat memanfaatkan *e-commerce* dan *marketplace* yang memberikan peluang

yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital. Pelaku usaha perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada. Namun, berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), baru sekitar 3.79 juta pelaku usaha yang sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku usaha di Indonesia, yaitu 59.2 juta (www.cnnindonesia.com).

Pertumbuhan industri *e-Commerce* Indonesia diprediksi mencapai sebesar US\$ 130 miliar pada tahun 2022. Pertumbuhan industri e-commerce per tahun yang mencapai 50 persen ditambah dengan pengguna *smartphone* yang terus bertumbuh merupakan peluang yang sangat besar untuk pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan produk mereka.

Digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Hingga tahun 2023 ini belum ada data yang menunjukkan pelaku usaha yang menerapkan *e-commerce* untuk menjual produk yang dihasilkan. Ini menjadi salah satu hal yang patut diperhatikan ditengah kemajuan dalam bidang pemasaran. Media promosi konvensional hendaknya dapat berkolaborasi dengan media digital, sehingga pelaku usaha lebih maksimal dalam memasarkan produk.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, didapatkan fakta bahwa masih sangat minim pelaku usaha yang menggunakan *digital marketing*. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pengetahuan dari pelaku usaha mengenai *digital marketing*. Permasalahan ini dapat diatasi dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya penguasaan *digital marketing* dalam dunia usaha. Sementara itu APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) merilis data yang menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan angka pertumbuhan pengguna internet setiap tahunnya (gambar terlampir). Bertambahnya angka pengguna internet merupakan potensi besar bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan *platform* penjualan melalui dunia maya. Sehingga pelaku usaha dapat melakukan ekspansi bisnis melalui kegiatan *offline* maupun *online*.



Gambar 1.1 Platform media sosial terpopuler

Media promosi *digital* diharapkan menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Media promosi konvensional yang banyak membutuhkan biaya dan jauh lebih rumit dengan sendirinya tidak lagi menjadi perhatian utama bagi pelaku usaha karena adanya *digital marketing*. Pelaku usaha, dengan menggunakan *e-commerce* atau *marketplace* dapat menjangkau calon *customer* yang lebih luas dan lebih banyak, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah promosi saja. Digital marketing dan *e-commerce* atau *marketplace* dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi bisnis.

Pelatihan ini sasarannya adalah siswa SMA. Pada pelatihan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada siswa tentang *digital marketing* dan bagaimana menggunakan *e-commerce* atau *marketplace*.

II. TARGET DAN LUARAN

Target yang diharapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini: untuk memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada siswa SMA tentang Pelatihan Digital Marketing dengan Memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Jiwa Muda menjadi *Entrepreneur*.

III. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial untuk membangun jiwa muda menjadi entrepreneur bagi siswa SMA dilakukan dengan 2 sesi,

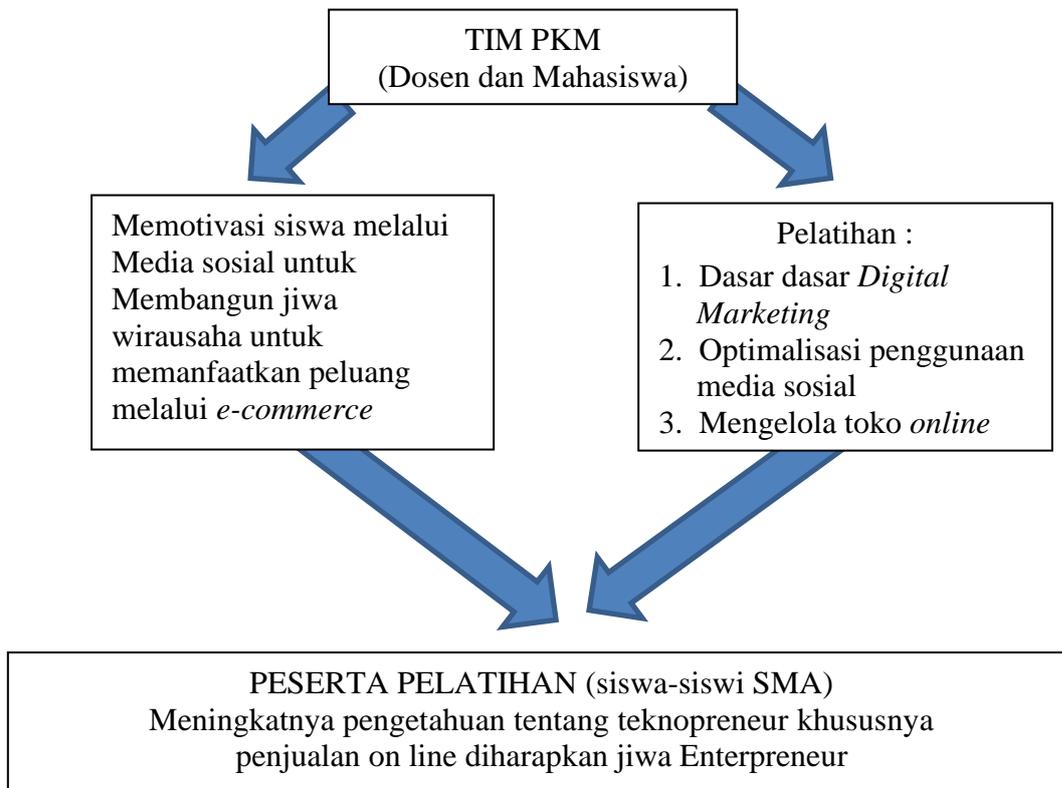
yaitu sesi teori dan praktik. Dimulai dari jam 07.00 sampai dengan selesai dengan teknik ceramah dan pelatihan. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu memberi teori tentang langkah-langkah membuat pembuatan akun media sosial, optimalisasi media sosial dan pengenalan toko *online* dengan menggunakan *handphone* (HP) *android*.

Kegiatan dibuka dengan memberi ceramah tentang tujuan dari kegiatan ini, mengenai kelebihan media sosial, dilanjutkan dengan memberi pelatihan secara teori dan praktik dengan komputer/laptop dan HP *android* di SMA. Dimulai dari membuat akun, dilanjutkan dengan membuat toko *online*.

Metode yang digunakan adalah dengan ceramah dan pelatihan dengan melakukan praktik terstruktur dengan target ketercapaian minimal 75% pengetahuan dan 25% kognitif terpenuhi. Proses pelaksanaan pengabdian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pemberian materi melalui pengenalan *digital marketing* dan *e-commerce* bagi siswa
 - a. Mengenalkan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi
 - b. Mengenalkan *digital marketing* dan *e-commerce*
2. Pelatihan kepada siswa mengenai pembuatan toko di *e-commerce* dan akun-akun media sosial yang menjadi trend dalam media promosi bisnis saat ini.
 - a. Tim pelatihan akan mengajarkan membuat toko di *e-commerce*
 - b. Tim pelatihan akan mengajarkan bagaimana pembuatan akun media sosial dan mengelola akun tersebut.
 - c. Memberikan pelatihan penggunaan pesan persuasif yang efektif untuk meningkatkan *awareness* calon pembeli
 - d. Memberikan pelatihan bagaimana mengelola toko *e-commerce* tersebut
3. Mengadakan pelatihan pesan efektif. Kemampuan ini harus dimiliki oleh pelaku usaha karena dengan gambar dan pesan yang menarik akan meningkatkan minat calon konsumen untuk membeli produk tersebut.
4. Tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan efektivitas media promosi digital dengan memberikan evaluasi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Berikut disampaikan rincian kegiatan pengabdian kepada masyarakat:



Gambar 3.1 Alur Kegiatan PKM

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di SMA XYZ sebagai berikut: Dalam hal masih minimnya pengetahuan tentang Digital Marketing khususnya *e-commerce* terutama tentang penjualan *online*, padahal mereka sering berbelanja lewat *online shop*, sebagai solusinya maka siswa-siswi SMA diberikan pemahaman memberikan pelatihan tentang *teknopreneur* khususnya penjualan *online* melalui *e-commerce*, dimulai dari memulai usaha, pengenalan *google* bisnis, pengenalan situs WEB, pemasaran konten dan cara mendirikan toko *online shop*.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat baik para peserta pelatihan maupun Guru dan bahkan diminta oleh peserta untuk dilanjutkan kegiatan bimbingan ini terutama praktik cara pendampingan baik secara *offline* maupun *online*.



Gambar 4.1 Pemberian Materi *Digital Marketing*



Gambar 4.2 Pelatihan Dasar *Digital Marketing*

Pengetahuan tentang *digital marketing* tidak hanya pada kajian promosi dan pemasaran saja, tetapi juga sudah mencakup pada penggunaan *new media internet* dalam proses komunikasi dan penjualan. Sementara itu banyak masyarakat yang menggunakan media internet ini namun belum mengerti bagaimana menggunakan teknologi secara bijak. Alangkah baiknya pada saat ini kita mengenalkan kepada siswa mengenai digital marketing. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan siswa dapat membuka wawasan dan pengetahuan baru dan menjadikan mereka pengguna teknologi yang bisa memanfaatkan media internet secara bijaksana karena banyak hal yang bisa dimanfaatkan dan diketahui secara positif dari perkembangan internet khususnya pemasaran produk.

V. KESIMPULAN

Hasil kegiatan ini adalah peserta mendapatkan pemahaman dan pembelajaran langsung tentang *teknopreneur* melalui bisnis *online* atau *e-commerce*, khususnya penjualan *online* melalui *e-commerce*, dimulai dari memulai usaha, pengenalan *google* bisnis, pengenalan situs WEB, pemasaran konten dan cara mendirikan toko *online shop*. Untuk selanjutnya perlu dilakukan pendampingan dan pemantauan terhadap para peserta pelatihan yang telah selesai mengikuti pelatihan *teknopreneur*, sekaligus ada forum untuk diskusi baik melalui *offline* maupun *online*, sehingga peserta pelatihan bisa benar-benar terpacu untuk sukses dalam dunia *enterpreneur*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kelapa SMA XYZ yang telah memberikan izin tempat kepada kami, sehingga kami dapat melaksanakan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Digital Marketing dengan Memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Generasi Muda menjadi *Entrepreneur* di SMA XYZ”. Pengabdian masyarakat ini disusun sebagai bentuk kegiatan tridharma perguruan tinggi di Universitas Bhamada Slawi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*.2012. Penerbit Erlangga: Jakarta
- Rangkuti, Freddy. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus IMC*.2009. PT GramediaPustaka Utama: Jakarta
- Saputra, Wahidin, 2011, *Public Relations Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*,Depok: Gramata Publishing.
- E.Susanti, “Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor,” *Sawala : Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, vol. 1, no. 2, p. 36, Jul. 2020, doi: 10.24198/sawala.v1i2.26588.
- H. Wijoyo, H. Haudi, A. Ariyanto, D. Sunarsi, and M. F. Akbar, “Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa

(Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus),” *IKRA-ITH ABDIMAS*, vol. 3, no. 3, pp. 169–175, Nov. 2020, Accessed: Jul. 05, 2023. [Online]. Available : <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/778>

Septian, F., Syaripudin, A., Punkastyo, D. A., & Nugroho, F. A. (2021). Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing Bagi Umkm Dan Pemuda Karang Taruna Cilandak Barat. *Jamaika: Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1), 72-80.