



Peningkatan Perekonomian Melalui Pemberdayaan UMKM dan Pemanfaatan Digital Marketing (di SMP Yamassa Surabaya)

Mukhtar Adinugroho^{1*)}, Akhmad 'Izzul 'Arobi², Tri Wulansari³, Teguh Herlambang⁴, Firman Yudianto⁵, Nailul Authar⁶

Published online: 21 Agustus 2024

ABSTRACT

The development of technology and digitalization has drastically changed the marketing landscape. Today's consumers are more connected online and spend a lot of time on digital platforms. Digital marketing training provides an understanding of how to use data and analytics to identify and understand consumer behavior, allowing companies to send relevant and engaging messages to the right audience. This digital marketing training program is carried out with several approaches offered to solve the problem of limited knowledge and skills of Yamassa Surabaya Middle School students in marketing expertise using digital technology. These methods include lecture methods and practical demonstrations. The participants of this Community Service were all attended by 25 Yamassa Surabaya Middle School students and 1 accompanying class teacher. The implementation of the activity went smoothly, this was due to the participation and involvement of all parties, especially students, teachers, and the Unusa community service team. The results of the community service are expected to help participants maximize their knowledge and skills in the field of digital marketing which can support entrepreneurship for the younger generation.

Keywords: training; digital marketing; social media; promotion; entrepreneurship.

Abstrak: Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah lanskap pemasaran secara drastis. Konsumen saat ini lebih terhubung secara online dan menghabiskan banyak waktu di platform digital. Pelatihan digital marketing memberikan pemahaman tentang cara menggunakan data dan analitik untuk mengidentifikasi dan memahami perilaku konsumen, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengirim pesan yang relevan dan menarik kepada audiens yang tepat. Program pelatihan digital marketing ini dilakukan dengan beberapa metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan siswa SMP Yamassa Surabaya dalam keahlian pemasaran menggunakan teknologi digital. Metode tersebut antara lain yaitu metode ceramah dan demonstrasi praktik. Peserta Pengabdian Masyarakat ini seluruhnya dihadiri oleh 25 siswa SMP Yamassa Surabaya dan 1 orang guru kelas pendamping. Pelaksanaan kegiatan tersebut berjalan lancar, hal ini dikarenakan partisipasi dan keterkaitan semua pihak terutama para siswa, guru, dan tim pengabdian masyarakat Unusa. Hasil pengabdian masyarakat tersebut diharapkan dapat membantu para peserta untuk memaksimalkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang digital marketing yang dapat menunjang kewirausahaan bagi generasi muda.

Kata kunci: pelatihan; pemasaran digital; social media; promosi; wirausaha.

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

³ Program Studi Ilmu Gizi, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

^{4,5} Program Studi Sistem Informasi, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

⁶ Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

**) corresponding author*

Mukhtar Adinugroho
Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Indonesia

Email: adi.msei2018@unusa.ac.id

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, dunia bisnis dan ekonomi menghadapi tantangan yang besar. Kemajuan teknologi menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Selain menjadi tantangan, kemajuan teknologi sebenarnya menjadi peluang utama bagi dunia bisnis. Pemanfaatan kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan untuk memperluas pengenalan produk kepada konsumen di dunia dengan lebih cepat dan mudah. Pemasaran menjadi kunci utama dari berjalannya suatu bisnis. Pemasaran

dipandang sebagai suatu kegiatan untuk mengenalkan dan mempromosikan produk perusahaan kepada khalayak umum. Selain itu, pemasaran juga termasuk di dalamnya kegiatan penyerahan produk baik jasa atau barang dari perusahaan kepada konsumen atau kepada perusahaan lain yang membeli produk. Adapun untuk mencapai efektifitas kegiatan pemasaran pemasaran dapat dilakukan dalam berbagai cara, dapat dalam bentuk: 1. entrepreneurial, terformulasi, atau entrepreneurial, dan 2. pemasaran dengan cara memasarkan banyak jenis entitas: barang, jasa, pengalaman, acara khusus (event), orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, gagasan. Dengan perkembangan kemajuan era globalisasi, ekonomi di dunia juga mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan globalisasi membuka peluang terbukanya lebih luas pasar sasaran bagi perusahaan (Islami & Fitria, 2019).

Seiring berkembangnya teknologi digital menawarkan kesempatan untuk semua pelaku usaha. Digital marketing memiliki peran bukan hanya dalam aspek bisnis saja, tetapi memberikan keuntungan besar dalam kemampuan terhubung dengan banyak orang secara otomatis tanpa menggunakan metode tradisional (Hoang Tien et al., 2020). Sederhananya, digital marketing saat dinyatakan sebagai implementasi rencana dan strategi pemasaran melalui jaringan internet yang didefinisikan sebagai pendekatan yang mengandalkan jaringan dalam terhubung dengan audiens yang tidak hanya media sosial saja, salah satunya adalah dengan website (Ayush & Gowda, 2020). Tidak hanya kegiatan jual beli dan pemasaran saja, pemanfaatan digital marketing juga dapat diterapkan dalam kegiatan seperti event, pameran, dan sebagainya. Pameran digital diadakan untuk menunjang kreativitas seseorang dengan adanya keterbatasan ruang, waktu dan lokasi yang memberikan *positive impact* seperti lebih banyaknya partisipan serta kontribusi pengunjung didalamnya yang juga memberikan experience serta penghematan dana serta menjadi solusi dari keterbatasan pameran fisik (Budiyanto, Setiawan, et al., 2020).

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu (Bertha & Sutejo, 2006).

SMP Yamassa Surabaya yang terletak di Jl. Kedung Asem no 80, Kedung Baruk, Kec. Rungkut, Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur ini, memiliki motto mencetak generasi muda yang kreatif dan berprestasi. Sesuai dengan motto mereka tersebut, tim pengabdian masyarakat Unusa mengadakan pelatihan tentang kewirausahaan dasar dan digital marketing untuk pemula, dengan tujuan diharapkan siswa SMP Yamassa Surabaya memiliki wawasan dan bisa berinovasi sehingga mampu menciptakan inovasi produk baru kemudian bisa memasarkannya melalui platform digital yang ada saat ini.

Kami berupaya menanamkan mindset entrepreneur pada generasi muda bangsa sehingga mindset menjadi pegawai atau karyawan tidak menjadi prioritas lagi. Karena mengingat persaingan dunia kerja jaman sekarang semakin ketat, maka menjadi pengusaha bisa menjadi solusi untuk mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

METODE PELAKSANAAN

Saat ini banyak perusahaan yang membutuhkan karyawan lulusan SMK khususnya kompetensi keahlian pemasaran. Selain itu, kompetensi keahlian pemasaran juga menjadi salah satu pendukung suksesnya jika output lulusan memilih untuk berwirausaha. Namun, sayangnya paradigma digital yang didapat oleh siswa SMP Yamassa Surabaya masih sebatas penggunaan media sosial kemudian

game online, yang kesemuanya itu tujuannya hanya sebatas hiburan saja. Kompetensi guru/pengajar yang terbatas menjadikan siswa belum dapat mengenal paradigma digital secara tepat dan menyeluruh. Oleh karena itu pelatihan ini sangatlah penting untuk diselenggarakan demi tercapainya kemampuan siswa dalam mengaplikasikan ilmu digital marketing dan menanamkan jiwa wirausaha sedini mungkin.

Program pelatihan digital marketing dan kewirausahaan dasar ini dilakukan dengan beberapa metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan siswa SMP Yamassa Surabaya dalam keahlian pemasaran menggunakan teknologi digital. Adapun pendekatan yang dilakukan yaitu:

1. Metode Ceramah: metode ini digunakan untuk menjelaskan materi tentang marketing digital yang sedang berkembang saat ini, cara membuat akun untuk promosi produk, cara promosi dan cara/proses bertransaksi.
2. Demonstrasi dan Praktik: metode ini digunakan saat praktek pembuatan akun di marketplace serta praktek cara mengoperasikannya.

Adapun prosedur kerja yang dilakukan untuk mendukung metode yang ditawarkan kepada mitra, antara lain: (1) Memberikan pelatihan tentang digital marketing yang sedang berkembang saat ini (2) Memberikan pelatihan tentang cara pembuatan akun di marketplace praktek cara mengoperasikannya. (3) Memberikan pelatihan tentang cara mengoperasikannya akun dalam marketplace untuk penjualan. (4) Memberikan pelatihan tentang cara/proses bertransaksinya. (5) Melakukan pendampingan, monitoring dan evaluasi selama proses pelatihan.

Setelah kegiatan pelatihan digital marketing selesai dilaksanakan, tim pengabdian melakukan evaluasi pelaksanaan serta keberlanjutan program. Dalam evaluasi pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana mengevaluasi aspek: (1) aspek pemahaman materi yang diberikan (aspek kognitif) oleh peserta, (2) aspek afektif. Aspek kognitif, peserta pelatihan telah mengerti dan memahami materi pelatihan tentang marketing digital yang sedang berkembang saat ini, hal ini ditunjukkan pada saat sesi diskusi sebagian besar dari peserta memberikan pendapat berupa ide-ide pemikiran konseptual digital marketing. Adapun dari aspek afektif peserta mencoba mensimulasikan cara pembuatan akun pada marketplace, mempraktekkan cara mengoperasikan akun dalam marketplace untuk penjualan, serta cara/proses bertransaksinya. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu siswa untuk memahami dan mengaplikasikan teori digital marketing agar dapat bersaing di dunia kerja nantinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan tema Pelatihan Digital Marketing ini dilaksanakan di SMP Yamassa Surabaya yang beralamatkan di Jl. Kedung Asem no 80, Kedung Baruk, Kec. Rungkut, Kota Surabaya dengan 2 narasumber dan dibantu oleh tim pengabdian masyarakat lainnya.



Gambar 1. Pemasangan Banner Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Peserta Pengabdian Masyarakat ini seluruhnya dihadiri oleh 25 siswa dan 1 orang guru pendamping kelas SMP Yamassa Surabaya. Pelaksanaan kegiatan tersebut berjalan lancar, hal ini dikarenakan partisipasi dan keterkaitan semua pihak terutama para siswa, guru, dan tim panitia. Hasil pengabdian masyarakat tersebut diharapkan dapat membantu para peserta untuk memaksimalkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang digital marketing.



Gambar 2. Penyampaian Materi Oleh Dosen dan Mahasiswa Unusa

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Selasa, 30 Juli 2024 dari pukul 10.00-12.00 WIB. Pengabdian Masyarakat ini ditekankan pada cara menggunakan platform dan alat-alat digital seperti media sosial, email marketing, optimisasi mesin pencari, periklanan berbayar, dan lain-lain untuk menjalankan kampanye pemasaran digital secara efektif. Selama pelatihan, narasumber memberikan materi tentang definisi, keunggulan, prospek dan alat-alat/platform yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran digital secara efektif dan efisien.

Di sesi tanya jawab sebagai akhir dari acara, peserta banyak yang mengajukan pertanyaan kepada kedua narasumber berkaitan dengan digital marketing. Sejumlah kendala peserta kemudian terungkap bahwa ternyata mereka kesulitan dalam mengidentifikasi audiens dan melaksanakan pemasaran digital secara efektif. Akhirnya tercipta diskusi dan sharing dari narasumber sehingga sesi tanya jawab menjadi diskusi yang semakin hidup, ditambah lagi dengan pemberian hadiah bagi yang bisa menjawab pertanyaan dari pemateri. Hal tersebut menunjukkan bahwa peserta antusias dan memberikan respon positif terhadap penyelenggaraan kegiatan.





Gambar 4. Sesi Tanya-Jawab dan Foto Bersama

Sebagai penutup, tim kami menanyakan secara langsung kepada seluruh peserta tentang kepuasan mereka terhadap kegiatan pelatihan digital marketing dasar dan mindset kewirausahaan dasar. Rata-rata peserta menyatakan kepuasannya terhadap pelatihan diberikan oleh tim pengabdian masyarakat Unusa. Bahkan mereka menginginkan acara yang serupa diadakan lagi di tempat mereka. Dan tidak lupa, kami juga memberikan cinderamata kepada pihak sekolah yang diterima langsung oleh Wakil Kepala Sekolah SMP Yamassa Surabaya.



Gambar 5. Pemberian Souvenir Kepada Wakil Kepala Sekolah SMP Yamassa

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pelatihan ini, didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terlihat bahwa motivasi dan minat para siswa untuk belajar digital marketing ini sangat tinggi dikarenakan mereka sebelumnya masih belum mengenal digital marketing dengan baik.
2. Dengan memanfaatkan potensi digital marketing secara maksimal, mencapai target audiens, membangun brand, mengukur hasil kampanye, dan mengoptimalkan strategi pemasaran secara efektif, para siswa diharapkan mampu memaksimalkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang digital marketing.
3. Pelatihan ini memberikan pengetahuan yang lengkap dan mudah dipahami. Akan tetapi, dalam penerapannya ada sedikit hambatan yaitu terdapat keterlambatan waktu pada saat akan memulai acara. Dikarenakan ada sedikit kendala teknis pada LCD proyektor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada:

1. Bapak Difran Nobel Bistara, S.Kep., Ns., M.Kep selaku ketua LPPM Bidang III Unusa yang telah memberikan perijinan dan bantuan hibah kegiatan pengabdian masyarakat.
2. Bapak Dr. Ubaidillah Zuhdi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital yang telah memberikan persetujuan dan motivasi dalam terlaksananya kegiatan ini.
3. Bapak Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM. selaku Ketua Prodi S1 Manajemen yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini.
4. Kepala Sekolah dan wakil kepala sekolah SMP Yamassa Surabaya.
5. Tim Pengabdian Masyarakat Unusa 2024 yang sudah kontribusi waktu, tenaga, dan pikiran.
6. Dan berbagai pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

REFERENCES

- Bertha, O., & Sutejo, S. (2006). Internet Marketing: Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran. In Jurnal Manajemen (Vol. 6, Issue 1).
- Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Soft Skill dan Hard Skill Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran SMK Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 13(2), 34. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.13854>.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di Jawa Timur. Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya, 1–10.
- Aryani, D. (n.d.). Strategi Komunikasi Marketing Ajwad Resto Dalam Mempromosikan Kuliner Halal Timur Tengah. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Herlambang, T, dan Yudianto, F, 2018., “Pelatihan E-Marketing di pondok pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo”, Community Development Journal, Vol 2, No 1.
- Adinugroho, M, Sari, R, dan Rasyid, R.A, 2023, “Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media Instagram”, Indonesia Berdaya: Journal of Community Engagement, Volume 4 Nomor 3, Maret 2023.
- Adinugroho, M., Nuzula, F., Dedi, M., Syafira, N., Illahi, W., & Wulandari, D. (2023). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Serta Digital Marketing pada Karang Taruna dan Ibu PKK Melalui Lilin Aroma Terapi di Desa Wedoroanom Kecamatan Driyorejo. *Indonesia Berdaya*, 4(4), 1533-1540. doi:<https://doi.org/10.47679/ib.2023597>.
- Adinugroho, M., Hakiki, M., Zhulqurnain, M., Herlambang, T., & Yudianto, F. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Sebagai Pembangkit Ekonomi Kerakyatan (Studi di Desa Karangrejo Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri). *Indonesia Berdaya*, 4(4), 1523-1532. doi:<https://doi.org/10.47679/ib.2023596>.

- Yudianto, F., Herlambang, T dan Anggoro, S.D., 2022, “Pelatihan Desain Pembuatan Website di PT Abisakti Surya Megakon”, Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya.
- Susanto, F.A, Herlambang, T and Yudianto, F, 2022, “Digital Marketing Implementation in CV. Nurani Medika Lestari”, AIP Conf. Proc. 2679, 060019-1–060019-7; The First International Conference on Neuroscience and Learning Technology (ICONSATIN 2021).

