

## **Pemanfaatan Digital Marketing dalam mendukung Eksistensi Sekolah**

**Onny Fitriana<sup>1</sup> dan Novelia Utami<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA, Jl. Tanah Merdeka Jakarta Timur 12130

Email: [onnyfitriana@uhamka.ac.id](mailto:onnyfitriana@uhamka.ac.id) Email: [noveliautami@uhamka.ac.id](mailto:noveliautami@uhamka.ac.id)

### **Abstrak**

Industri 4.0 ditandai dengan bergeraknya dunia digitalisasi salah satunya dalam bidang marketing. Marketing saat ini sudah berbasis online. Banyak platform yang telah dibuat oleh pakar IT untuk dapat digunakan oleh marketers. Pengguna digital marketing ini bukan hanya bisnis profit namun juga dapat digunakan oleh bisnis non profit seperti SMK Muhammadiyah Cariu (dikenal dengan SMKMC). SMKMC merupakan labschool UHAMKA dengan jurusan Tata Boga. Banyak produk dari jurusan tata boga dan kegiatan lainnya yang telah dilakukan namun belum optimal terpublikasikan sehingga banyak yang belum mengenal SMKMC. Mengingat urgensinya untuk eksistensi sekolah, maka perlu dilakukan pelatihan digital marketing bagi sivitas sekolah. Pelatihan ini dilakukan dengan 2 cara yaitu: pemanfaatan media sosial seperti youtube, instagram, facebook, bahkan untuk status whatsapp dan pembuatan flyer konten promosi dengan menggunakan aplikasi canva.com. Dengan diadakannya kegiatan ini diharapkan dapat terbentuknya template untuk pembuatan konten promosi, adanya media sosial seperti youtube, instagram, facebook guna mengoptimalkan penggunaan media sosial SMKMC.

**Kata kunci:** *Marketing, Digital Marketing, Media Sosial.*

### **Abstract**

Industri 4.0 is marked by the turmoil of the digitalization world, one of which is in the marketing field. Marketing is now online based. Many platforms have been created by IT experts for marketers to use. Digital marketing users are not only for profit businesses but can also be used by non-profit businesses such as SMK Muhammadiyah Cariu (Called SMKMC). SMKMC is a UHAMKA laboratory school with a major in catering. Many products from the culinary department and other activities have been carried out but have not been optimally published so that many do not know SMKMC. Given the urgency for existence of schools, it is necessary to conduct digital marketing training for school members. This training is carried out in 2 ways, namely: the use of social media such as youtube, instagram, facebook, even for whatsapp status and creation of promotional content flyer using the canva.com application. By holding this activity, it is hoped that the formation of templates for the creation of promotional content, social media such as youtube, instagram, facebook to optimize the use SMKMC social media.

**Keywords:** *Marketing, Digital Marketing, Social Media,*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu pesat memberikan dampak bagi segala aspek kehidupan tanpa terkecuali. Perkembangan teknologi yang sangat cepat dan terarah ini dapat dimanfaatkan sebagai penghubung antar manusia dan juga menjadi alat mendukung perkembangan manusia. Perkembangan Teknologi ini mempengaruhi berbagai aspek salah satunya pemasaran. Di era yang serba cepat ini dirasa kurang efektif dan efisien jika

pemasaran dilakukan secara konvensional saja, maka perlu adanya pembaharuan dari konvensional menjadi modern dengan mengikuti perkembangan teknologi. Pemasaran modern tidak bisa begitu saja menghempaskan pemasaran konvensional. Perlu adanya sinergi di keduanya. Pemasaran secara digital atau digital marketing sering kita jumpai, apalagi di masa pandemi covid 19 ini stay at home economy berkembang akan sejalan juga dengan perkembangan digital marketing. Digital marketing merupakan pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan dengan media digital. Tujuan dari pemasaran ini adalah untuk menjangkau sebanyak-banyaknya target customer secara efisien, personal dan relevan. Pemasaran digital ini memadukan teknik serta pengetahuan dalam psikologi pasar dan teknologi. Tidak seperti pemasaran tradisional yang memasang iklan lewat baliho, pemasaran digital ini menggunakan berbagai platform digital sebagai media pemasarannya. Digital marketing dapat dilakukan dengan memanfaatkan media social. Karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2017) yaitu jaringan (network), informasi (information), arsip (archive), interaksi (interactivity), simulasi sosial (simulation of society), dan konten oleh pengguna (user-generated content). Berdasarkan laporan data dari We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya.

## **MASALAH**

Digital marketing ini dapat digunakan bukan hanya profit bisnis saja namun juga non profit bisnis, seperti sekolah. Digital marketing dapat dimanfaatkan untuk promosi sekolah secara efektif dan efisien. SMK Muhammadiyah Cariu, merupakan labs school UHAMKA. SMK Muhammadiyah Cariu tahun 2019-2020 membuka jurusan baru yaitu Tata Boga. Dengan pembinaan dari UHAMKA, hasil dari produk tata boga yang dimiliki sangat bagus dengan mempelajari plating juga. Dan juga kegiatan yang sudah dilakukan namun sangat sayang jika tidak terpublish di media sosial. SMK Muhammadiyah Cariu telah memiliki Youtube, Instagram, dan

Facebook sebagai sosial media nya namun belum ada postingan sama sekali untuk facebook dan Instagram, dan untuk youtube ada 1 bahan video yang diupload namun tahun upload 2018, sudah 2 tahun tidak diaktifkan kembali. Oleh sebab itu, berdasarkan analisis tim pengabdian masyarakat ini maka perlu dilakukannya pengabdian masyarakat untuk Sekolah Muhammadiyah Cariu terkait dengan digital marketing melalui media sosial agar eksistensi dan peminatan SMK Muhammadiyah Cariu terus berkembang khususnya bagi masyarakat sekitar daerah Cariu Bogor Jawa Barat. Dengan target Luaran dalam pengabdian masyarakat bagi mitra ialah: (1) Terbentuknya template untuk pembuatan konten promosi, (2) Adanya media sosial seperti Youtube, Instagram, dan Facebook, (3) Mengoptimalkan penggunaan media sosial tersebut.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Berdasarkan pemaparan latar belakang, permasalahan yang dihadapi dan solusi yang ditawarkan, maka model pelaksanaan yang sesuai untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah model latihan keterampilan kerja (*Skill training for the job*), model latihan ini dikembangkan oleh Louis Genci (1966). Model ini mencakup empat langkah yang harus ditempuh dalam penyelenggaraan pelatihan. *Pertama*, mengkaji alasan dan menetapkan program latihan. Kegiatan lainnya mencakup identifikasi kebutuhan, penentuan tujuan latihan, analisis isi latihan, dan pengorganisasian program latihan. *Kedua*, merancang tahapan pelaksanaan latihan. Kegiatannya mencakup penentuan pertemuan-pertemuan formal dan informal selama latihan (*training sessions*), dan pemahaman terhadap masalah-masalah pada peserta latihan. *Ketiga*, memilih sajian yang efektif. Kegiatannya mencakup pemilihan dan penentuan jenis-jenis sajian, pengkondisian lingkungan termasuk di dalamnya penggunaan sarana belajar dan alat bantu, dan penentuan media komunikasi. *Keempat*, melaksanakan dan menilai hasil latihan. Menurut Kamil (2003), kegiatannya meliputi transformasi pengetahuan dan keterampilan dan nilai berdasarkan program latihan, serta evaluasi tentang perubahan tingkah laku peserta setelah mengikuti program latihan.

Dengan demikian, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini akan dilakukan dalam bentuk pelatihan digital marketing melalui: 1) pelatihan pembuatan flyer promosi menggunakan media canva; 2) pelatihan mengaktifkan media sosial untuk mempublikasikan kegiatan di SMK Muhammadiyah Cariu. Peserta Kegiatan ini adalah Guru dan Siswa/I SMK Muhammadiyah Cariu, dengan jumlah keseluruhan 26 peserta.

## PEMBAHASAN

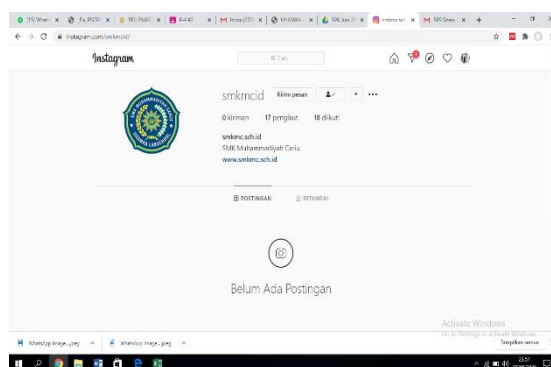
Pelatihan Digital Marketing dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 6 Agustus 2020. Tim PKM telah melaksanakan pendampingan pelatihan berupa pemanfaatan media sosial dalam digital marketing dan juga penggunaan aplikasi canva.com untuk template design konten media sosial. Pelatihan dihadiri oleh 25 peserta di antaranya 1 kepala sekolah, 4 pendidik, dan 21 peserta didik (13 peserta didik kelas 10 dan 8 peserta didik kelas 11). Pelatihan diawali dengan pemaparan materi oleh Dr. Onny Fitriana S, M.Pd mengenai Konsep Digital Marketing dan pemanfaatannya ke arah positif untuk Eksistensi Sekolah Muhammadiyah Cariu.

Adapun pemaparan materi ini membahas media social apa yang banyak digandrungi atau disukai oleh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat milenial generasi Y ini yang harus sekolah tangkap untuk memanfaatkan promosi sekolah. Dan juga menampilkan data peringkat media sosial di Indonesia pada pertengahan tahun 2020.



Gambar 1. Pemaparan Materi oleh Dr. Onny Fitriana S, M.Pd

Dalam hal ini banyak kegiatan yang telah dilakukan oleh SMK Muhammadiyah Cariu, dan juga banyak produk yang sudah dihasilkan oleh siswa/i nya namun semua itu tidak disosialisasikan tidak dishare ke masyarakat luas. Hal ini dibuktikan dengan media sosial yang sudah dibuat oleh sekolah dari hasil pelatihan sebelumnya belum optimal digunakan karena belum ada yang terpost didalamnya.



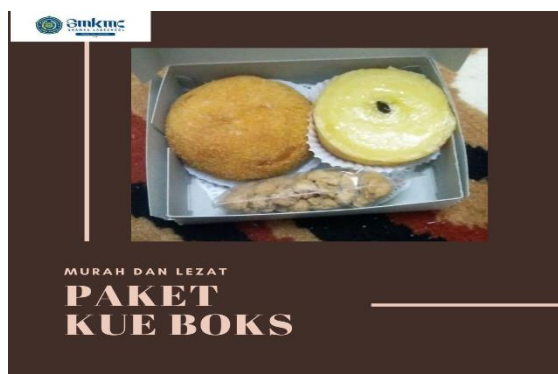
Gambar 2. Tampilan Instagram SMK Muhammadiyah Cariu  
update 6 Agustus 2020

Sesi berikutnya dilanjutkan dengan pelatihan mengenai solusi untuk mengaktifkan media sosial oleh Novelia Utami, MM yaitu pelatihan membuat template dan design untuk bahan-bahan yang akan diupload di media sosial menggunakan canva.com. canva dipilih untuk aplikasi edit oleh fasilitator, karena canva.com ini aplikasinya mudah bagi pemula tanpa perlu didownload baik di handphone maupun laptop dan juga aplikasi ini menyediakan varian template yang kekinian membuat tampilan media sosial lebih menarik untuk promosi.



Gambar 3. Pelatihan Penggunaan canva.com oleh Novelia Utami, MM

Peserta pelatihan bisa menggunakan handphone untuk mengaplikasikan canva.com dengan sendiri atau berpasangan, karena dalam proses membuka canva.com beberapa handphone tidak dapat digunakan karena perlu update sistem. Namun tetap jaga jarak sesuai protokol kesehatan. Diawali dengan pengenalan isi menu di canva.com. selanjutnya pilih salah satu template yang telah tersedia. Lalu pengenalan lebih lanjut menu yang ada di canva.com seperti cara pengupload foto, menambah tulisan, memasukkan gambar ke template dan yang terakhir mendownload hasil yang sudah di edit. Peserta pelatihan dipersilahkan mencoba mengedit foto kegiatan atau produk boga nya menggunakan canva.com. Di bawah ini contoh design dari hasil dari pelatihan yang merupakan produk hasil buatan siswa kelas II.





Gambar 4. Beberapa Hasil Design Pelatihan menggunakan canva.com

## KESIMPULAN

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat telah selesai melaksanakan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam rangka meningkatkan eksistensi sekolah melalui Pemanfaatan Digital Marketing di SMK Muhammadiyah Cariu. Kegiatan ini dilakukan dengan 26 peserta yang terdiri dari kepala sekolah, pendidik dan peserta didik terdiri dari 4 pendidik dan 21 peserta didik (13 peserta didik kelas 10 dan 8 peserta didik kelas 11).

Dengan adanya pelatihan ini diharapkan SMK Muhammadiyah Cariu dapat eksis di media sosial dengan mempublikasikan berbagai hasil produk tata boga maupun beragam kegiatan yang dilakukan oleh sivitas sekolah. Selain itu pelatihan ini juga dapat berguna bagi peserta didik yang ingin mencoba membuka usaha dari hasil belajar boga di sekolah melalui fasilitasi digital marketing hasil boganya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Pengampu Lembaga Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat yang memfasilitasi kegiatan ini serta kepada pihak-pihak terkait membantu pelaksanaan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Kamil, M. (2003). *Model-Model Pelatihan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

<https://m.ayosemarang.com/read/2020/04/27/56031/saat-wabah-covid-19-social-media-marketing-jadi-pilihan-pemasaran-online>.