

## WORKSHOP DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENGUATAN KUALITAS PEMBELAJARAN DAN PENGUASAAN TEKNOLOGI

Elly Yanuarti<sup>1</sup>, Sarwindah<sup>2</sup>, Tri Sugihartono<sup>3</sup>, Rahmat Sulaiman<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur

<sup>2</sup>Bisnis Digital, Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur

<sup>3,4</sup>Teknik Informatika, Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur

[elly@atmaluhur.ac.id](mailto:elly@atmaluhur.ac.id)<sup>1</sup>, [sarwindah@atmaluhur.ac.id](mailto:sarwindah@atmaluhur.ac.id)<sup>2</sup>, [trisugihartono@atmaluhur.ac.id](mailto:trisugihartono@atmaluhur.ac.id)<sup>3</sup>,

[rahmatsulaiman@atmaluhur.ac.id](mailto:rahmatsulaiman@atmaluhur.ac.id)<sup>4</sup>

### Abstrak

*Dunia pemasaran digital saat ini sudah berkembang dan terus berubah seiring penggunaan internet yang semakin tinggi dan adanya teknologi dan tren baru yang muncul. Digital marketing yang merupakan pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan konsumen. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kompetensi pendidik dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan promosi sekolah dan memasarkan produk kreatif yang dihasilkan oleh peserta didik di setiap jurusan. Workshop digital marketing ini menjadi wadah agar tercapainya tujuan untuk peningkatan kualitas pembelajaran dan penguasaan teknologi 4.0 dari kurikulum merdeka. Workshop ini akan membantu para pendidik lebih memahami cara mengintegrasikan teknologi dalam pembelajaran sehingga peserta didik memiliki bekal dan siap dalam menghadapi tantangan dunia digital.*

**Kata kunci:** Pemasaran digital, digital marketing, promosi, media sosial

### 1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi, penggunaan internet dan dunia digital tentunya berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran dari konvensional kini beralih ke pemasaran digital. Digital marketing yang merupakan pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan konsumen [1]. Dibandingkan dengan pemasaran konvensional, digital marketing memanfaatkan fasilitas yang lebih maju yaitu internet dan didukung dengan teknologi sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas [2]. Pemanfaatan digital marketing menjadikan biaya lebih murah, mudah menjangkau calon konsumen, informasi yang tersedia lebih besar dan mampu menyimpan data secara akurat [3]. Salah satu strategi digital marketing adalah memanfaatkan media sosial seperti instagram, facebook, youtube dan sebagainya. Tujuan digital marketing yaitu untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan *traffic* penjualan menggunakan beberapa teknik pemasaran digital [4].

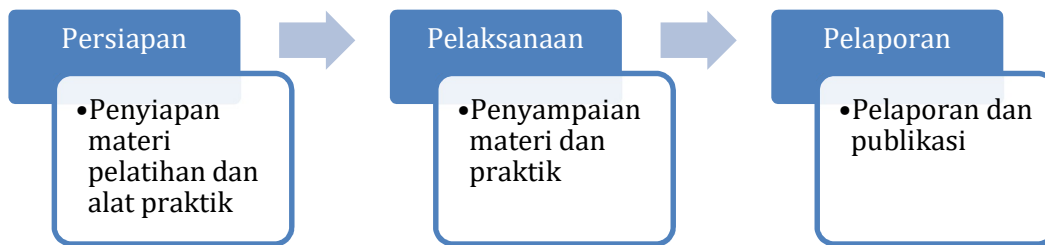
SMK Negeri 1 Kelapa Kabupaten Bangka Barat adalah salah satu sekolah pertanian yang berupaya untuk melaksanakan kurikulum merdeka. Adanya perubahan kurikulum menuntut adaptasi dari pendidik untuk lebih cermat melakukan perbaikan kualitas pembelajaran serta penguasaan teknologi 4.0 bagi peserta didiknya. Dalam pembelajaran peserta didik tidak hanya memperoleh keterampilan dan pengetahuan tentang budi daya tanaman pertanian dan perkebunan namun harus mampu menerapkan peluang agribisnis dan produk kreatif dengan konsep digital marketing. Salah satu yang menjadi kendala yang dihadapi oleh SMK Negeri 1 Kelapa adalah belum optimal dalam penggunaan

teknologi digital untuk mempromosikan produk kreatif dari hasil pertanian dan perkebunan mereka sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat luas.

Secara umum tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kompetensi pendidik dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan promosi sekolah dan memasarkan produk kreatif yang dihasilkan oleh peserta didik di setiap jurusan. Melalui workshop digital marketing ini pendidik diharapkan dapat membekali dan memotivasi peserta didiknya untuk dapat mengenalkan ke masyarakat luas dengan penerapan teknologi digitalisasi. Workshop ini menjadi wadah agar tercapainya tujuan untuk peningkatan kualitas pembelajaran dan penguasaan teknologi 4.0 dari kurikulum merdeka. Workshop ini akan membantu para pendidik lebih memahami cara mengintegrasikan teknologi dalam pembelajaran sehingga peserta didik memiliki bekal dan siap dalam menghadapi tantangan dunia digital.

**2. Metode**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

**Tahap 1**

Pada tahap ini tim PkM melakukan diskusi untuk menetapkan sasaran dan kebutuhan dari mitra PkM. Pada tahap ini juga tim PkM menyiapkan materi workshop dan kebutuhan untuk bahan praktik.

**Tahap 2**

Pada tahap ini tim PkM melaksanakan workshop dengan metode ceramah dan praktik langsung yang dibagi dalam 3 sesi sebagai berikut :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Sesi 1	
Waktu	Kegiatan
08.00 – 08.30	Persiapan dan Perkenalan
08.30 – 09.45	Penyampaian materi kewirausahaan berbasis digital marketing
09.45 – 10.00	Tanya jawab
Sesi 2	
Waktu	Kegiatan

10.15 – 11.30	Pengenalan platform yang dapat digunakan untuk digital marketing
11.30 – 11.45	Tanya jawab
<b>Sesi 3</b>	
<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>
13.15 – 14.30	Praktik digital marketing untuk promosi produk
14.30 – 14.45	Tanya jawab

### Tahap 3

Pada tahap ini tim PkM membuat laporan kegiatan dan melakukan publikasi hasil kegiatan tersebut.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 18 Oktober 2023 selama 1 hari bertempat di ruang DKV SMK Negeri 1 Kelapa Kabupaten Bangka Barat. Adapun yang menjadi peserta dalam workshop ini adalah kaprodi dan para guru SMK Negeri 1 Kelapa Kabupaten Bangka Barat dengan total peserta sebanyak 36 orang.



Gambar 2. Peserta Workshop Digital Marketing

Pada sesi 1 tim PkM menyampaikan materi tentang kewirausahaan berbasis digital marketing dan diakhiri dengan tanya jawab. Penyampaian materi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan LCD proyektor.



Gambar 3. Penyampaian Materi

Pada sesi ke 2 disampaikan materi tentang pengenalan platform yang dapat digunakan untuk digital marketing. Pada sesi ini peserta mempelajari konsep digital marketing dan komunikasi online. Peserta juga berdiskusi bagaimana merencanakan komunikasi pemasaran digital yang efektif dan cara memaksimalkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan Youtube untuk mengenalkan produk kreatif siswa kepada masyarakat luas.

Pada sesi ke 3 peserta melakukan praktik dengan membuat akun media sosial salah satunya instagram sebagai wadah untuk mempromosikan produk kreatif yang dihasilkan oleh sekolah. Para peserta dikenalkan lebih jauh cara membuat iklan produk melalui aplikasi Instagram Ads tersebut.



Gambar 4. Praktik Penggunaan Media Sosial

Secara umum pelaksanaan workshop digital marketing ini berjalan dengan lancar namun belum begitu maksimal karena keterbatasan waktu.

#### **4. Kesimpulan**

Workshop digital marketing ini merupakan salah satu upaya penguatan kualitas pembelajaran dan penguasaan teknologi 4.0 dimana sangat diperlukan guna mempersiapkan pendidik agar dapat mengintegrasikan teknologi dalam pembelajaran. Digitalisasi marketing menjadi sangat penting untuk dapat menyebarluaskan produk kreatif hasil pertanian dan perkebunan yang dibuat oleh peserta didik di setiap jurusan. Dengan adanya workshop digital marketing diharapkan dapat meningkatkan kompetensi dalam memanfaatkan teknologi digital sehingga produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Sari D. K., Pebrianggara A., Oetarjo M., Buku Ajar Digital Marketing. Sidoarjo : Umsida Press. 2021 : 13.
- [2] Ayesha I., dkk., Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). Padang : PT Global Eksekutif Teknologi. 2022 : 29.
- [3] Rauf A., dkk., Digital Marketing : Konsep dan Strategi. Cirebon : Insania. 2021 : 209
- [4] Wati A. P., Martha J. A., Indrawati A., Digital Marketing. Malang : Edulitera. 2020.