

SOSIALISASI DAN PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* MENGGUNAKAN *PLATFORM META BUSSINESS SUITE* UNTUK SISWA SMKN 1 SINTUK TOBOH GADANG, SUMATERA BARAT

Zulfadli, Arnita, Budi Sunaryo, Riska Amelia, Rika Ali, Thoriq Apriadi

Teknologi Rekayasa Komputer Jaringan, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Bung Hatta

Email: Zulfadli@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara manusia untuk melakukan strategi dan aktifitas pemasaran jasa dan produk. Dalam bidang pemasaran, penerapan ilmu digital marketing akhir-akhir ini menjadi massif digunakan, ilmu digital marketing ini menawarkan banyak kelebihan seperti efisiensi biaya, menjangkau pasar dengan lebih cepat, tepat dan luas, sehingga Masyarakat perlu menguasai ilmu digital marketing termasuk Siswa-siswi dari SMK. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupa sosialisasi dan pelatihan ilmu digital marketing kepada siswa dan siswi SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang, Padang Pariaman, Sumatera Barat utamanya kelas XII dengan tujuan agar peserta mampu menerapkan ilmu digital marketing dengan baik untuk berbagai tujuan. Metode pelaksanaan dengan membagi peserta menjadi kelompok-kelompok kecil kemudian diberikan pemaparan materi dan instruksi tahapan untuk diikuti serta dilakukan pendampingan hingga selesai. Kemudian untuk melihat peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta maka dilakukan Pre-test dan Post-test. Hasil dari kegiatan ini yaitu peningkatan pengetahuan yang signifikan bagi peserta dan kemampuan untuk melakukan digital marketing menggunakan Platform Meta Bussiness Suite dimana konten promosi bisa tayang di akun facebook dan Instagram secara bersamaan. Berdasarkan hasil Post-Test dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan, peserta merasa mudah memahami materi dan tertarik untuk mengikuti ilmu digital marketing lebih lanjut.

Kata Kunci: *Pelatihan, Digital Marketing, Meta Bussiness Suite*

ABSTRACT

The development of information technology has changed the way humans carry out strategies and marketing activities for services and products. In the field of marketing, the application of digital marketing science has recently become massively used, this digital marketing offers many advantages such as cost efficiency, reaching the market faster, precise and broad, so that people need to study digital marketing, including vocational students. This Community Service activity is in the form of outreach and training in digital marketing knowledge for students of SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang, Padang Pariaman, West Sumatera, especially class XII with the aim that participants are able to apply digital marketing knowledge well for various purposes. The implementation method is by dividing the participants into small groups and then given a presentation of the material and step-by-step instructions to be followed and mentoring is carried out until it is finished. Then to see the increase in participants' knowledge and abilities, a Pre-test and Post-test were carried out. The result of this activity is a significant increase in knowledge for participants and the ability to carry out digital marketing using the Meta Business Suite Platform where promotional content can be broadcast on Facebook and Instagram accounts simultaneously. Based on the results of the Post-Test, it can be concluded that there was an increase in participants' knowledge and skills after attending the training, and participants felt easy to understand and interested in following further digital marketing knowledge.

Keywords: *Training, Digital Marketing, Meta Bussiness Suite*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat memicu perubahan besar pada dunia bisnis, khususnya dalam pemasaran produk dan jasa [1]. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk mengikuti tren dan memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar[2]. Namun, masih banyak pelaku usaha yang belum memahami secara maksimal tentang pemanfaatan platform digital tersebut, sehingga membuat mereka kesulitan dalam memasarkan produk atau jasanya [3].

Sementara itu, di sisi lain, Siswa-Siswi di Sekolah kejuruan juga perlu mempersiapkan diri untuk menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif [4]. Salah satu hal yang perlu mereka kuasai adalah digital marketing, karena kemampuan dalam bidang ini akan sangat berguna bagi mereka di masa depan[5]. Untuk itu, pelatihan digital marketing bagi siswa-siswi di SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang Padang Pariaman, Sumatera Barat menjadi hal yang sangat penting.

Digital marketing memiliki banyak manfaat seperti memudahkan kegiatan pemasaran, memudahkan mengatur target, biaya promosi lebih terjangkau, sebagai sarana komunikasi yang efektif, serta tidak terbatas waktu dan wilayah[6]. Chole dan Dharmik dalam bukunya menyebutkan bahwa terdapat beberapa perbedaan signifikan antara Digital marketing dengan tradisional marketing [7], hal ini seperti table 1 berikut ini:

Tabel 1. Perbedaan antara Digital marketing dengan Tradisional Marketing

Digital Marketing	Tradisional Marketing
Meliputi situs <i>social</i> , telepon genggam, e-mail, search engine.	Meliputi print media pamphlet, broadcast, and telephones.
Biaya yang dikeluarkan lebih murah dan penjual dapat langsung berinteraksi dengan target konsumen.	Biaya yang dikeluarkan lebih mahal dan tidak dapat berinteraksi langsung dengan public.
Dengan bantuan teknologi, dapat menjangkau seluruh konsumen tanpa ada batasan jumlah.	Memiliki batasan jumlah untuk berinteraksi dengan public.
Dapat terjangkau kapan saja tanpa batas waktu.	Memiliki batasan waktu per periode.
Mudah dan lebih cepat untuk mendapatkan <i>feedback</i> .	Membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mendapatkan <i>feedback</i> .

Sumber : Chole dan Dharmik (2018)

Tujuan dari pelatihan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang digital marketing kepada siswa-siswi agar mereka dapat memahami dan menguasai berbagai platform digital yang berguna dalam pemasaran produk dan jasa. Selain itu, pelatihan ini juga diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi siswa-siswi dalam mengembangkan produk atau jasa yang mereka miliki.

Pelatihan digital marketing bagi siswa-siswi di SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang Padang Pariaman ini merupakan bagian dari Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh tim Dosen dan Mahasiswa dari Program Studi Teknologi Rekayasa Komputer Jaringan, Universitas Bung Hatta. Selain memberikan manfaat bagi siswa-siswi di SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang, kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi sekolah-sekolah lain di daerah sekitarnya untuk mengadakan kegiatan serupa.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim bekerja sama dengan pihak sekolah. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Selain itu, kegiatan ini juga akan dilakukan dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan dan keselamatan yang berlaku.

Dengan adanya kegiatan pelatihan digital marketing bagi siswa-siswi di SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang Padang Pariaman, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan dunia bisnis di daerah tersebut dan membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang siap menghadapi tantangan di masa depan.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan kepada para peserta, terdapat 4 (empat) tahapan yang dilakukan oleh tim seperti pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Tahapan metode pelaksanaan pengabdian

1. Tahapan Perumusan Tujuan

Tahapan perumusan tujuan merupakan langkah awal, dimana tim merumuskan apa topik utama yang akan menjadi fokus untuk diselesaikan melalui kegiatan pengabdian ini, tahapan ini juga mengidentifikasi apa yang akan dilakukan dan kepakaran apa yang diperlukan. Tema seputar digitalisasi menjadi perhatian karena merupakan salah satu kompetensi utama program studi dan menjadi kebutuhan di era yang serba canggih ini, pada akhirnya tim memutuskan untuk mengangkat tema Digital Marketing.

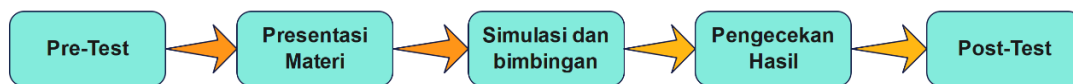
2. Tahapan Identifikasi Mitra

Tim melakukan identifikasi mitra untuk kegiatan pengabdian, mitra dipilih berdasarkan jarak lokasi yang tidak terlalu jauh dan memiliki jurusan yang beririsan dengan kompetensi program studi tim PKM yaitu jurusan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), dan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL). Tim memutuskan untuk memilih SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang di Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat karena lokasi yang relative dekat dan memiliki banyak siswa dan siswi TKJ dan RPL khususnya kelas XII yang sebentar lagi akan tamat, sehingga dianggap perlu segera diberikan bekal kompetensi tambahan.

3. Tahapan Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan

Tahapan ini dilangsungkan di laboratorium komputer Sekolah, dengan menghadirkan sebanyak 34 orang siswa dan siswi sebagai peserta, dan didampingi oleh beberapa orang guru, di tahap

ini terdapat 5 (lima) kegiatan yang dilakukan secara berurutan yaitu seperti gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Urutan kegiatan dalam tahapan pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan

- (i) Kegiatan diawali dengan membagikan kuesioner Pre-Test untuk melihat sejauh mana *baseline* pengetahuan peserta tentang digital marketing,
- (ii) kemudian dilakukan presentasi materi mengenai digital marketing untuk mengisi pemahaman peserta,
- (iii) setelah itu dilanjutkan simulasi dan bimbingan pembuatan digital marketing dengan melakukan pengaturan teknis promosi pada akun *Meta Bussiness Suite* peserta
- (iv) Setelah itu pengecekan hasil simulasi
- (v) Terakhir tim Kembali menyebarkan kuesioner Post-Test untuk melihat sejauh mana perkembangan pengetahuan dan kemampuan peserta terhadap materi dan simulasi pelatihan.

4. Tahapan Review Hasil dan Evaluasi

Tim melakukan review hasil pelatihan dan evaluasi kegiatan, kuesioner pre-test dan post-test serta pengamatan langsung dilapangan sepanjang dilaksanakan pelatihan menjadi bahan review dan evaluasi tim.

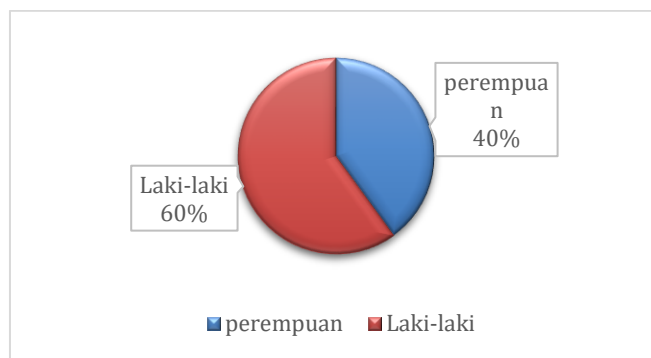
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Dosen program studi Teknologi Rekayasa Komputer Jaringan dilakukan di laboratorium komputer SMKN 1 Sintuk Toboh Gadang, ditunjang oleh peralatan laboratorium seperti unit komputer dan jaringan internet yang cukup baik sehingga pelatihan bisa dilaksanakan dengan lancar sesuai perencanaan, suasana ini bisa terlihat pada gambar 3 berikut ini:

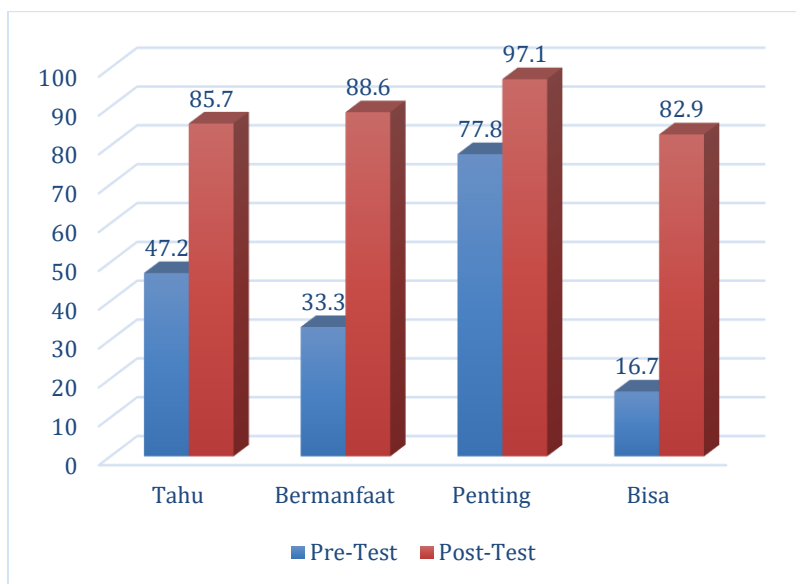


Gambar 3. Dokumentasi pelatihan digital marketing

Pelatihan total diikuti oleh 34 orang peserta, dimana 14 peserta perempuan, dan 20 peserta laki-laki seperti yang terlihat pada gambar 4. Kegiatan berisi ceramah dan praktik promosi melalui akun *Meta Bussiness Suite*, sebelum dan sesudah pelatihan tim melakukan pre-test dan post-test untuk melihat sejauh mana peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menerima materi yang diberikan. Hasil pre-test digunakan sebagai *baseline* pemahaman peserta, sementara post-test untuk melihat peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.



Gambar 4. Jumlah peserta pelatihan

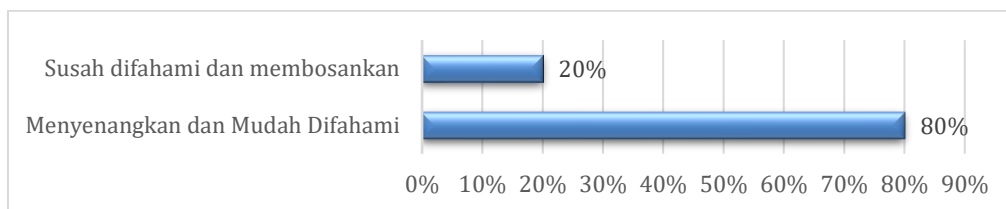


Gambar 5. Data peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta

Berdasarkan data peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta pada gambar 5. Terdapat 4 (empat) pertanyaan utama dalam kuesioner yang menjadi indikator penilaian:

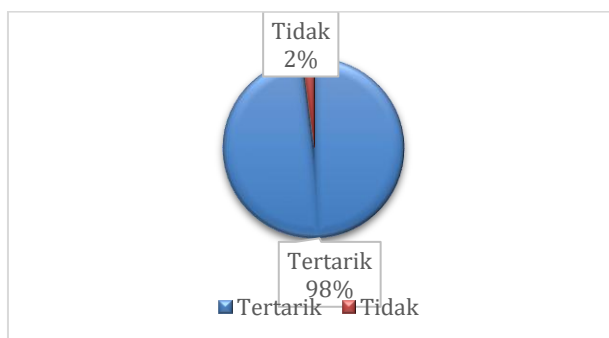
- I. Apakah Anda tahu digital marketing itu apa?
- II. Apakah menurut Anda ilmu digital marketing ini bermanfaat?
- III. Seberapa penting ilmu digital marketing ini bagi Anda?
- IV. Apakah Anda bisa mempraktikkan digital marketing?

Saat pre-test, hanya 47% yang tahu apa itu digital marketing dan seitar 33% merasa bahwa ilmu digital marketing itu bermanfaat, kemudian setelah sosialisasi dan pelatihan diberikan, terjadi peningkatan signifikan pada persepsi peserta, 85% merasa sudah tahu apa itu digital marketing dan 88% menganggap ilmu digital marketing itu bermanfaat. Sedangkan hampir 100% peserta berpandangan bahwa ilmu digital marketing itu penting dibandingkan sebelumnya hanya 77% peserta yang menganggap itu penting. Pada aspek keterampilan, terjadi peningkatan kemampuan dari awalnya hanya 16% yang merasa bisa mempraktikkan digital marketing, naik menjadi 82% setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Selain itu, tim juga melaksanakan survey untuk mendapatkan umpan balik pengalaman peserta sepanjang mengikuti kegiatan, hasilnya seperti pada gambar 6.



Gambar 6. *Feedback* pengalaman peserta

Berdasarkan gambar 6, sebagian besar peserta pelatihan merasa bahwa kegiatan ini menyenangkan dan materinya mudah difahami. Walaupun demikian, masih terdapat peserta yang merasa susah memahami dan merasa bosan dengan kegiatan.



Gambar 7. Tingkat kepuasan peserta

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi dan pelatihan ilmu digital marketing menggunakan Meta Bussiness Suite ini dinyatakan sukses dilaksanakan, karena setelah dilakukan post-test diakhir pelatihan seperti pada gambar 7, maka didapatkan data bahwa 98% peserta merasa tertarik untuk lebih mendalami ilmu digital marketing ini, sehingga tim berinisiatif untuk melanjutkan komunikasi dan bimbingan secara daring melalui grup WhatsApp seperti gambar 8.



Gambar 8. Grup WhatsApp peserta pelatihan

Melalui grup WhatsApp ini, proses komunikasi dengan peserta setelah pelatihan masih dilakukan, tercatat seluruh peserta dengan suka rela bergabung masuk grup untuk lebih mendalami ilmu digital marketing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data Post-Test kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan terhadap ilmu digital marketing melalui Platform Meta Business Suite mengalami peningkatan yang signifikan.
2. Peserta merasa mudah memahami materi dan bimbingan teknis yang diberikan dan merasa pelatihan ini menyenangkan untuk diikuti.
3. Hampir keseluruhan peserta merasa ilmu digital ini penting dan tertarik untuk lebih mendalaminya lebih jauh.

Saran yang ingin disampaikan oleh tim pengabdian adalah agar kegiatan pelatihan digital marketing serupa bisa diberikan pada lebih banyak siswa dan siswi di Sekolah yang lain. Hal ini penting untuk menambah kompetensi para siswa untuk menghadapi era yang serba digital, sekaligus mendorong terjadinya pengembangan potensi yang dimiliki oleh Siswa. Platform yang digunakan bisa dibuat beragam tidak hanya menggunakan Meta Business Suite tetapi juga melalui Google Ads yang juga punya kelebihan tersendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Sari, A. S. Dewi, M. Safitri, M. F. Rozi, M. Iman, and K. C. Pradana, "Peningkatan Kompetensi Siswa dalam Berwirausaha di Era Society 5 . 0 Melalui Penyuluhan Digital Marketing dan Fintech di SMKN 1 Tegineneng," vol. 2, no. 3, pp. 695–703, 2022.
- [2] L. Setiyani, F. Effendy, J. Jajang, and R. M. Yulianto, "Peningkatan Minat Digital Marketing Bagi Siswa SMK Teknologi Karawang Melalui Pelatihan Adobe Photoshop," *Jurnal Abdimas: Sistem dan Teknologi Informasi*, vol. 1, no. 1, pp. 23–29, 2021, doi: 10.35969/abdimas.v1i1.90.
- [3] A. Rahman Isnain, D. Pasha, and S. Sintaro, "Workshop Digital Marketing 'Temukan Teknik Pemasaran Secara Daring,'" *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, vol. 2, no. 2, pp. 113–120, 2021, [Online]. Available: <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JSSTCS/article/view/1365>
- [4] D. Kumala *et al.*, "Pelatihan Digital Marketing Pada Unit Produksi Di SMK Bina Mandiri Digital Marketing Training In Production Units At SMK Bina Mandiri," *Februari*, vol. 1, no. 2, pp. 53–63, 2022, [Online]. Available: <http://journal.ummat.ac.id/index.php/JAMIN/index>
- [5] E. Elisa, K. Handoko, A. Arista, and Y. Wangdra, "Digital Marketing dan Prospek Bisnis Era Covid-19 di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Hang Nadim Batam," *Jurnal Pengabdian Barelang*, vol. 4, no. 2, pp. 33–38, 2022, doi: 10.33884/jpb.v4i2.5543.
- [6] M. M. Ikhsani, F. Bagis, A. Y. Badharudin, A. Hidayah, and A. Darmawan, "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Kewirausahaan Pada Siswa Sma Muhammadiyah Boarding School (Mbs) Pondok Pesantren Zam-Zam Cilongok," *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 1–6, 2022, doi: 10.29040/budimas.v4i2.6091.
- [7] D. P. Citradika, D. Anggara Murty, and D. Satrio, "Optimalisasi Digital Marketing Dalam Mendukung Komunitas Toko Bahasa," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, vol. 2, no. 1, 2023, doi: 10.54099/jpma.v2i1.498.