JPKM: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
https://ojs.politeknikdarussalam.ac.id/index.php/jpkm
Vol. 2 No. 2 April 2023, DOI: -

PELATIHAN DIGITAL *MARKETING* BAGI SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS AISYIYAH 1 PALEMBANG

Andri Saputra[1],Yuniansyah[2]
[1,2] Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech
andri.saputra182@gmail.com[1], yuniansyah@palcomtech.ac.id[2]

ARTICLE INFO
Keywords: *Digital Marketing, Social Media*

Abstract:
Digital marketing training is one of the community service activities carried out by lecturers at the Palcomtech Palembang Business Technology Institute. The purpose of this activity is to increase the knowledge and skills of Aisyah High School students in the field of digital marketing. The implementation of training activities is carried out by the Palcomtech Institute of Technology and Business on Wednesday 8 February 2023. The training method is carried out by lecture or presentation, practice and discussion methods. The training activities are divided into three parts, namely the first presentation on digital marketing and applications that can be used, the second part is the practice of using social media for digital marketing and discussions. Third, an exercise will be carried out as evaluation material to determine the level of understanding of the participants. The result of this activity is the increased ability of Aisyiyah 1 Palembang High School students in the field of digital marketing. The implementation of this activity went well where the training participants actively participated in the activity from start to finish and were able to do the exercises properly and on time, which meant that participants could understand the material presented well.

Kata Kunci: Digital *Marketing*, Media Sosial

Abstrak*:*
Pelatihan digital *marketing* adalah salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen Institut Teknologi Bisnis Palcomtech Palembang. Tujuan kegiatan ini adalah untuk menambah pengetahuan serta kemampuan bagi siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Aisyah di bidang digital *marketing*. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech Pada Hari Rabu 8 Februari 2023. Metode pelatihan dilakukan dengan metode ceramah atau presentasi, praktek dan diskusi. Kegiatan pelatihan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu pertama presentasi mengenai digital *marketing* beserta aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan, bagian kedua praktek penggunaan media sosial untuk digital *marketing* dan diskusi. Ketiga akan dilakukan latihan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan siswa siswi Sekolah Menengah Atas Aisyiyah 1 Palembang di bidang digital *marketing*. Pelaksanaan kegiatan ini berjalan dengan baik dimana peserta pelatihan aktif mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir serta dapat mengerjakan latihan dengan baik dan tepat waktu yang berarti peserta dapat memahami dengan baik materi yang disampaikan.

Corresponding Author:
yuniansyah@palcomtech.ac.id

Accepted Journal: ***16 Mei 2023***
Reviewed Journal: ***22 Mei 2023***
Published Journal: ***23 Mei 2023***

1. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi informasi dan teknologi saat ini sangat diperlukan untuk menunjang berbagai kegiatan usaha. Pada usaha kecil dan menengah salah satu faktor penting adalah strategi pemasaran. Untuk dapat bersaing dengan kompetitor diperlukan media pemasaran yang sangat baik (Gumilang, 2019). Penggunaan digital *marketing* adalah salah satu media pemasaran yang banyak digunakan saat ini, penggunakan digital *marketing* dapat menggantikan proses transaksi yang biasa digunakan pada bisnis konvensional yang mengharuskan penjual dan pembeli untuk bertatap muka dalam melakukan transaksi (Ayuni, et.al, 2019).

Digital *Marketing* adalah salah satu metode pemasaran yang dapat digunakan untuk memasarkan produk dan jasa tanpa dibatasi jarak dan waktu (Rapitasari, 2016). Pemasaran menggunakan digital *marketing* biasa nya menggunakan aplikasi atau media sosial yang menggunakan koneksi intenet, karena itu pemasaran menggunakan digital *marketing* dapat menjangkau pelanggan dimanapun mereka berada asalkan terkoneksi dengan internet. Digital *marketing* juga dapat diakses selama 24 Jam dalam sehari. Secara garis besar digital *marketing* dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu : *website* dan *landing page*, sosial media *marketing*, *Search Engine*, *email marketing* dan iklan secara *online* (Wati Prasetyo Andy, et.all, 2020).

Salah satu sosial media yang banyak digunakan untuk digital *marketing* adalah *Facebook*. Saat ini usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) banyak yang menggunakan *Facebook* untuk menawarkan produk-produk nya. (Julianti Anggi, et.al, 2021). Sosial media *Facebook* banyak memberikan kemudahan pada kegiatan promosi selain itu pengguna *social* media *Facebook* hampir merata di Seluruh wilayah di Seluruh Dunia (Syaharullah,et.al, 2021). Selain *Facebook* media *social* yang juga banyak digunakan untuk digital *marketing* adalah *Instagram*. Media Sosial *Instagram* banyak digunakan pelaku usaha karena media sosial ini memudahkan pelaku usaha untuk menampilkan foto-foto produk maupun video untuk promosi. Selain itu juga hampir sama dengan media sosial *facebook*, pengguna media sosial Instagram juga tersebar hampir di seluruh Dunia.

Pengabdian Kepada Masyarakat adalah salah satu kewajiban Dosen di Perguruan Tinggi (Purwanto dan Malini, 2022). Salah satu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah melakukan pelatihan berdasarkan ilmu pengetahuan yang mereka miliki. Untuk memenuhi kewajiban ini maka Dosen-Dosen dari Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech akan melaksanakan kegiatan pelatihan Digital *Marketing* kepada Siswa dan Siswi Sekolah Menengah Atas Aisyiyah 1 Palembang.

2. METODE

Metode yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini di bagi menjadi tiga bagian, yaitu :

a. Ceramah atau Presentasi

Pada bagian ini pemateri yaitu tim Dosen Institut Teknologi Bisnis Palcomtech memberikan penjelasan tentang digital *marketing* yang dapat menjangkau *customer* lebih luas, dimana saja dan kapan saja. Pada bagian ini juga dijelaskan perbandingan mengenai bisnis konvensional (offline) dan bisnis *online*.

P-ISSN. 2807-3681 | E-ISSN. 2807-8306

b. Praktek

Setelah Siswa Siswi mendengarkan pemaparan materi tentang digital *marketing*, pada bagian ini pemateri akan menampilkan situs-situs yang menyediakan layanan transaksi *online* dan penggunaan media sosial seperti *Facebook* dan *instagram* yang dapat digunakan untuk digital *marketing*. Pada bagian ini juga siswa dan siswi diminta untuk menggunakan layanan transaksi *online* serta mempelajari media sosial *facebook* dan *instagram* yang digunakan untuk digital *marketing*. Pada akhir bagian ini akan dilakukan tanya jawab atau diskusi

c. Latihan dan Evaluasi

Pada bagian akhir siswa dan siswi diminta untuk latihan secara mandiri untuk menggunakan situs penyedia belanja *online* dan membuat akun *facebook* dan *instagram* yang digunakan untuk digital *marketing*. Hasil dari latihan siswa dan siswi ini akan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan ini.

Hasil yang diharapkan dari pelatihan ini adalah peserta mengerti dan dapat mempraktekkan tentang digital *marketing* serta penggunaan media sosial untuk digital *marketing*. Rincian Rencana kegiatan beserta indikator keberhasilan dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Rincian Rencana Kegiatan

No	Kegiatan	Indikator Keberhasilan
1.	Penjelasan tentang bisnis konvensional dan bisnis *online*	Peserta dapat memahami perbedaan tentang bisnis konvensional dan bisnis *online*
2.	Pengenalan digital *marketing*	Peserta pelatihan dapat memahami tentang digital *marketing*
3.	Praktek menggunakan sosial media *facebook* dan *instagram* untuk keperluan digital *marketing*	Peserta mampu menggunakan sosial media *facebook* dan *instagram* untuk keperluan digital *marketing*
4.	Evaluasi akhir dengan cara mengerjakan latihan penggunaan sosial media *facebook* dan *instagram* untuk keperluan digital *marketing*	Peserta mampu mengerjakan latihan menggunakan sosial media *facebook* dan *instagram* untuk untuk keperluan digital *marketing* dengan baik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Digital *Marketing* untuk siswa-siswi Sekolah Menengah Atas Aisyiyah 1 Palembang dilaksanakan pada Hari Rabu tanggal 8 Februari 2023. Kegiatan dilaksanakan di Ruang Digital Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech yang beralamat di Jalan Basuki Rahmat No.5 Palembang. Pelatihan diikuti oleh 17 siswa dan siswi.

Kegiatan diawali dengan Pembukaan yang dilakukan Oleh Bapak Andri Saputra. Pada pembukaan ini dijelaskan tujuan dari kegiatan dan materi yang akan disampaikan beserta dengan target dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Setelah menyampaikan kata sambutan kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengenalan digital *marketing* sebagai media pemasaran produk dan jasa. Pelatihan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

P-ISSN. 2807-3681 | E-ISSN. 2807-8306

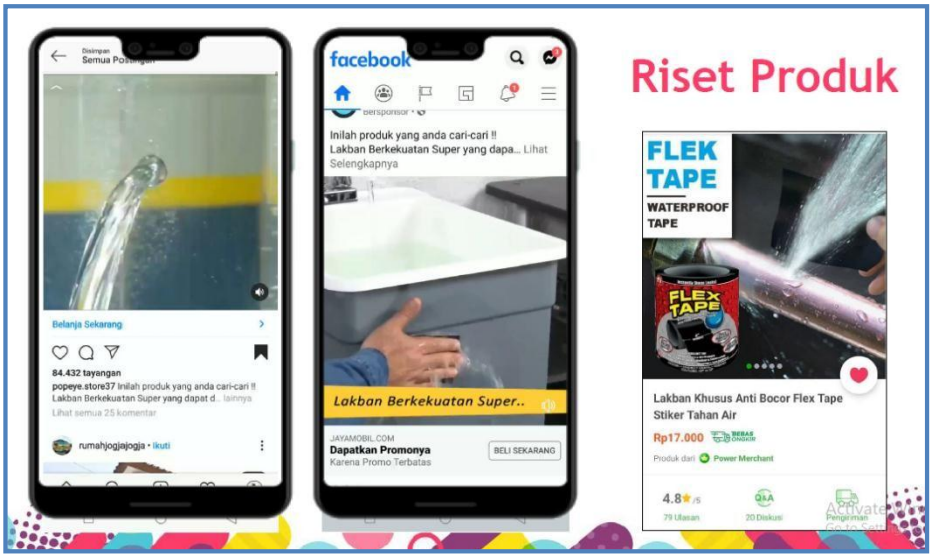
a. Presentasi

Pada bagian awal pemateri menjelaskan tentang materi yang berhubungan dengan digital *marketing*, dimulai dari perbedaan tentang bisnis konvensional dengan bisnis *online* beserta kekurangan dan kelebihan masing-masing bisnis ini. Selanjutnya pemateri menampilkan dan menjelaskan situs-situs yang dapat digunakan untuk belanja secara *online* dan pada bagian ini juga pemateri menjelaskan bagaimana untuk memulai bisnis *online* dimulai dari menyiapkan produk dengan baik, melakukan analisa pasar serta memulai memasarkan produk secara digital dengan memanfaatkan sosial media. Pemaparan materi tentang digital *marketing* dan memulai bisnis *online* dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Penjelasan Materi Digital *Marketing*

Pada bagian ini juga pemateri menjelaskan penggunaan media sosial *facebook* dan *instagram* yang dapat digunakan untuk digital *marketing* atau memasarkan produk-produk yang akan ditawarkan dan dijual kepada pelanggan. Materi penggunaan media sosial yang digunakan sebagai digital *marketing* dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Penggunaan Media Sosial Untuk Digital *Marketing*

P-ISSN. 2807-3681 | E-ISSN. 2807-8306

b. Praktek

Setelah peserta pelatihan mendengarkan penjelasan mengenai digital *marketing*, selanjutnya peserta pelatihan diminta untuk mengakses situs-situs yang dapat digunakan untuk belanja *online*. Pada saat siswa dan siswi membuka situs-situ ini, pemateri akan menjelaskan tentang proses yang dilakukan penyedia layanan ini beserta cara transaksi pembelian, pengiriman dan pembayaran yang dilakukan. Setelah siswa dan siswi dapat memahami transaksi di situs-situs ini, bagian selanjutnya pemateri akan mengajarkan penggunaan media sosial yang dapat digunakan untuk digital *marketing* yang telah dijelaskan pada bagian awal pelatihan. Media sosial yang digunakan atau diajarkan pada bagian ini adalah *Facebook* dan *Instagram*. Pada praktek disini, siswa dan siswi akan di pandu oleh pemateri dan mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech yang berpartisipasi pada kegiatan ini. Praktek yang dilakukan siswa dan siswi SMA Aisyiyah 1 Palembang dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Praktek Pengunaan Digital *Marketing*

Seperti terlihat pada gambar 3 di atas, masing-masing siswa dan siswi menggunakan perangkat komputer yang terdapat pada ruangan. Siswa dan siswi di ajarkan oleh Bapak Andri Saputra dan Mahasiswa untuk menggunakan digital *marketing*. Pada sesi ini juga dilakukan diskusi atau tanya jawab, dimana siswa dan siswi dapat bertanya jika ada yang kurang dimengerti tentang praktek yang dilakukan.

c. Evaluasi

Pada bagian akhir, siswa dan siswi diminta untuk mengerjakan latihan, yaitu membuat akun *facebook* dan *instagram* yang dapat digunakan untuk digital *marketing*. Siswa dan siswi diminta mandiri untuk mengerjakan latihan pada waktu yang telah ditentukan. Latihan ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan.

Setelah pelatihan selesai, siswa dan siswi melakukan foto bersama dengan pemateri, yaitu bapak Andri Saputra seperti terlihat pada gambar 4 berikut ini:

P-ISSN. 2807-3681 | E-ISSN. 2807-8306

.



Gambar 4. Foto Bersama Peserta Pelatihan dan Pemateri

Pada akhir kegiatan Tim Dosen Institut Teknologi Dan Bisnis Palcomtech menilai hasil atau kinerja Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Untuk Siswa dan Siswi SMA Aisyiyah 1. Hasil kinerja kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Kinerja Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Siswa dan Siswi SMA Aisyiyah 1 Palembang

		Indikator Kinerja		
No.	**Aspek**	**Sebelum Program**	**Setelah Program**	**Hasil Penilaian**
1	Penjelasan tentang bisnis konvensional dan bisnis *online*	Peserta belum mengerti tentang bisnis konvensional dan bisnis *online*	Peserta mengerti dan memahami tentang tentang bisnis konvensional dan bisnis *online*	100 % peserta mengerti dan memahami tentang bisnis konvensional dan bisnis *online*
2.	Penjelasan materi tentang digital *marketing*	Peserta belum mengerti tentang digital *marketing*	Peserta mengerti dan memahami tentang digital *marketing*	100 % peserta mengerti dan memahami tentang digital *marketing*
3.	Praktek menggunakan sosial media untuk keperluan digital *marketing*	Peserta belum mengerti penggunaan sosial media untuk keperluan digital *marketing*	Peserta mampu menggunakan Sosial Media untuk keperluan digital *marketing*	90 % peserta mampu menggunakan Sosial Media untuk keperluan digital *marketing*

P-ISSN. 2807-3681 | E-ISSN. 2807-8306

4	Latihan menggunakan media sosial *facebook* dan *instagram* untuk keperluan digital *marketing*	Peserta belum mengerti penggunaan *facebook* dan *instagram* untuk keperluan digital *marketing*	Peserta mampu menggunakan *facebook* dan *instagram* untuk keperluan digital *marketing*	90 % peserta mampu menggunakan Sosial Media *facebook* dan *instagram* untuk keperluan digital *marketing*

Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat bagi siswa-siswi SMA Aisyiyah 1 Palembang berjalan dengan sangat baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat untuk siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Aisyiyah 1 Palembang dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

a. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat berjalan dengan baik sesuai dengan waktu dan hasil yang diharapkann
b. Peserta pelatihan aktif mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir, serta mampu mengerjakan latihan-latihan yang diberikan
c. Setelah mengikuti pelatihan ini siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Aisyiyah 1 Palembang dapat memahami digital *marketing* serta mampu memanfaatkan sosial media *facebook* dan *instagram* sebagai digital *marketing*

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Majelis Ranting Aisyah Kajang Bayan Gandus Palembang yang telah memberi dukungan untuk ikut serta sebagai mitra pengabdian sehingga tim pengabdian dapata melaksanakan kegiatan pengabdian kerjasama dosen mahasiswa. Demikian juga dengan pihak Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah meberikan dukungan khususnya financial terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.
Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

a. Kepala Sekolah dan guru-guru Sekolah Menengah Atas Aisyiyah 1 Palembang yang telah membantu terlaksanya kegiatan Pengabdian Masyarakat
b. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech yang telah memberikan dukungan financial sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana

DAFTAR PUSTAKA

Ayuni Qurata, Cangara Hafied, Arianto. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publi, 23(2), 129-141

Gumilang Ratna Risa(2019). Implementasi Digital *Marketing* Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen , 10(1), 9-14

Julianti Anggi, Fadilah, Faizal.Moh. (2021). Analisis Penggunaan Media Sosial *Facebook* Dalam Perkembangan UMKM Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA) 1(2), 125-134

P-ISSN. 2807-3681 | E-ISSN. 2807-8306

Margahana Helisia. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli : Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Commerce di OKU Timur. Jurnal Manajemen Riset dan Bisnis (JRMB) 5(2), 2581 – 2165

Purwanto, M. B., Malini, S. (2022). Kegiatan Bimbingan Belajar (Bimbel) Bahasa Inggris dan Matematika untuk Siswa Sd di Lingkungan RT. 29 RW. 10 Kelurahan 20 Ilir D.IV Kota Palembang. PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 139-144

Rapitasasri Diana. (2016). Digital *Marketing* Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Cakrawala 10(2), 107-112

Ropiuddin MOhammad, Raharjo Puji Novianto. (2022). Strategi Digital *Marketing* Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Beringin Kabupaten Tuban. Widya Cipta : Jurnal Sekretari dan Manajemen 6(2), 168 – 175

Syaharullah, Yahya Muhammad, Syarif Ahmad. (2021). Penggunaan *Facebook* Dalam Promosi Produk Barang Jadi. Jurnal Pilar : Jurna; Kajian Islam Kontemporer 12(2), 27-38

Wati Prasetyo Andi, Martha Aulia Jefry, Indarwati Aniek (2020). Digital *Marketing*. Malang : Edulitera

Windiuwati Septia, Jesslyn. (2021). Pemanfaatan Sosial Media *Instagram* Pada Online Shop @Ivoree.id dalam Memasarkan Produk. Prologia 5(1) 135 - 141

P-ISSN. 2807-3681 | E-ISSN. 2807-8306