



Workshop Marketing Digital Siswa SMK Negeri Rawas Ulu

ALFIARINI¹, DENI APRIADI^{2*}, ROBI YANTO³

¹Program Studi Sistem Informasi
STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuk Linggau
alfiarini3@gmail.com

²Program studi Sistem Informasi
STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuk Linggau
denidrv@gmail.com

³Program Studi Sistem Informasi
STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuk Linggau
Wrtech30@gmail.com

KATA KUNCI

*Workshop Siswa,
Marketing Digital,
SMK Negeri Rawas
Ulu,*

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima : 16/11/2022
Revisi : -
Disetujui : 02/12/2022
Dipublish : 15/12/2022

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan munculnya Revolusi industri 4.0 menjadi salah satu tantangan besar yang harus dihadapi. Banyak dampak yang timbul dan akan berdampak terhadap penyerapan sumber daya manusia. Salah satu jalan keluar yang dilakukan pemerintah adalah dengan memasukan kurikulum kewirausahaan dalam upaya penguatan program ekonomi. Pemasaran adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendukung kurikulum kewirausahaan. Kurikulum kewirausahaan untuk program vokasi sekolah menengah terbatas hanya pada bagaimana menghasilkan produk, namun tidak mengajarkan pemasaran. Keterbatasan pengetahuan terkait pemasaran membuat usaha yang di bangun sulit untuk bersaing, Digital marketing adalah teknik yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk melalui internet. Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari 3 (tiga) tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Berdasarkan tahapan awal ditemukan bahwa masih kurangnya wawasan siswa siswi SMK Negeri Rawas Ulu mengenai digital marketing dan pengoptimalan penggunaan internet untuk pemasaran. Setelah workshop dilaksanakan diketahui pengetahuan siswa mengenai digital marketing meningkat menjadi 75,43 % dari data hasil pretest yang semula hanya 45,75 % bertambah sebesar 29,68%.

KEYWORD

*Student Workshops,
Digital Marketing,
Rawas Ulu State
Vocational School,*

ARTICLE HISTORY

Accepted : 16/11/2022
Revision : -
Approved : 02/12/2022

ABSTRACT

Technological developments and the emergence of the industrial revolution 4.0 are one of the big challenges that must be faced. Many impacts arise and will have an impact on the absorption of human resources. One of the solutions that the government has taken is to include an entrepreneurship curriculum in an effort to strengthen economic programs. Marketing is one method that can be used to support the entrepreneurship curriculum. The entrepreneurship curriculum for high school vocational programs is limited to how to produce a product, but does not teach marketing. Limited knowledge related to marketing makes it difficult for businesses to compete.

Published : 15/12/2022

Digital marketing is a technique that can be used to promote products via the internet. The method of implementing this activity consists of 3 (three) stages, namely the preparation stage, the implementation stage, and the evaluation stage. Based on the initial stages, it was found that there was still a lack of insight into students at the Rawas Ulu State Vocational School regarding digital marketing and optimizing the use of the internet for marketing. After the workshop was carried out, it was found that students' knowledge of digital marketing had increased to 75.43% from the pre-test results data which was originally only 45.75% increased to 29.68%.

Ini adalah artikel akses terbuka dibawah lisensi [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

A. PENDAHULUAN

Berdasarkan data BPS, diketahui jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 272 682,5 jiwa, pada tahun 2022 jumlah penduduk Indonesia sebanyak 275 773,8 jiwa (bps.go.id, 2022). Pada tahun 2021 Kecamatan Rawas Ulu memiliki penduduk sebanyak 35.059 jiwa dengan kepadatan penduduk mencapai 70,37 jiwa/km² dan dengan keanekaragaman mata pencaharian (bps Rawas Ulu, 2022). Dengan jumlah kepadatan yang semakin meningkat maka tantangan yang dihadapi pun semakin besar. Perkembangan teknologi dan munculnya Revolusi industri 4.0 menjadi salah satu tantangan besar yang harus dihadapi. Banyak dampak yang timbul salah satunya akan berdampak terhadap penyerapan sumber daya manusia. Namun hal ini juga membuka peluang yang besar (Setiyani et al., 2021).

Pengelolaan sumber daya manusia merupakan salah satu langkah yang dilakukan untuk menghadapi dan memanfaatkan peluang ini (Islami & Fitria, 2019). Pengelolaan SDM melalui pendidikan vokasi di tingkat menengah akan mengarahkan pada keterampilan dengan target lulusan mampu memasuki lapangan kerja. Namun semakin terbatasnya lapangan pekerjaan dan kian pesatnya pertambahan jumlah penduduk produktif membawa dampak lulusan sekolah vokasi atau SMK tidak semuanya terserap oleh lapangan pekerjaan (Hasan, 2020). Akibatnya jumlah pengangguran kian bertambah. Salah satu jalan keluar yang dilakukan pemerintah adalah dengan memasukan kurikulum kewirausahaan dalam upaya penguatan program ekonomi.

Pemasaran adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendukung kurikulum kewirausahaan. Kurikulum kewirausahaan untuk program vokasi sekolah menengah terbatas hanya pada bagaimana menghasilkan produk, namun tidak mengajarkan pemasaran. Keterbatasan pengetahuan terkait pemasaran membuat usaha

yang di bangun sulit untuk bersaing. Dukungan dan pemanfaatan teknologi informasi sangat besar dalam melakukan pemasaran. Era pemasaran digital saat ini, dapat membuat usaha berkembang dengan cepat. Digital marketing adalah teknik yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk melalui internet (Setiyani et al., 2021).

Berdasarkan hasil survey terungkap Bahwa beberapa siswa telah memiliki usaha, diketahui juga masih kurangnya wawasan siswa SMK Negeri Rawas Ulu mengenai *digital marketing* dan pengoptimalan penggunaan internet untuk pemasaran. Berdasarkan data yang peroleh terkait jaringan Telekomunikasi di Kecamatan Rawas Ulu dan merujuk pada data BPS Rawas Ulu diketahui bahwa telekomunikasi di daerah ini telah didukung dengan keberadaan 6 menara telepon seluler, serta adanya layanan komunikasi dari jasa telepon seluler dengan kekuatan sinyal yang bervariasi, dari yang masih lemah hingga sangat kuat (BPS Rawas Ulu, 2022). Bercermin dari hal ini. maka tidak ada kendala yang berarti dengan jaringan komunikasi. Beranjak dari hal tersebut maka perlu dilakukan workshop terkait dengan *marketing digital*, dimana salah satu tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah mengenalkan metode dan cara baru dalam pemasaran untuk para siswa SMK Negeri Rawas Ulu.

B. METODE PELAKSANAAN

Objek kegiatan ini adalah siswa SMK Rawas Ulu Musi Rawas Utara. Tahap tahap yang dilakukan adalah tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Adapun uraian dari tahapan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini dilakukan observasi untuk mengetahui pengetahuan siswa terkait *digital marketing* dan sebagai landasan dalam membuat soal *pretest* dan *posttest*. Tahap ini juga dilakukan untuk mengetahui kebutuhan

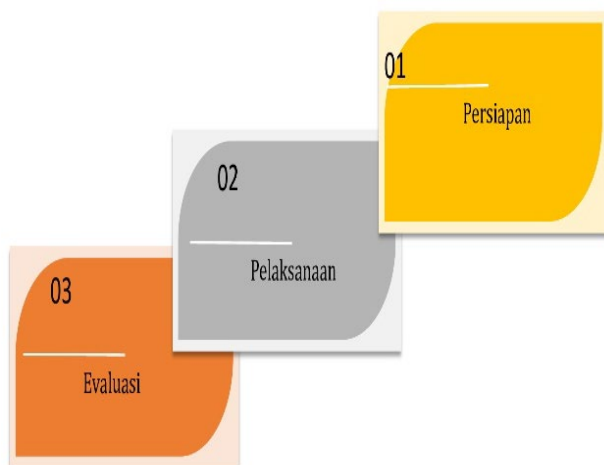
siswa terkait dengan workshop yang akan dilaksanakan.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan *pretest*, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi, diskusi dan dilanjutkan dengan dilakukannya *post test*.

3. Tahap evaluasi

Adapun tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan dapat diserap dengan baik oleh siswa, jika didapatkan hasil evaluasi siswa masih belum memahami atau kesulitan terkait materi yang disampaikan, maka diadakan diskusi dan tanya jawab kembali. Pada akhir sesi peserta diberikan kuesioner terkait tingkat kepuasan pelaksanaan workshop yang telah diselenggarakan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta workshop terkait dengan penyampaian materi yang berikan (Isnaini, 2019)



Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini melibatkan beberapa mahasiswa yang mana pada tahap awal tim melakukan perkenalan dengan peserta. Selanjutnya kegiatan dilakukan *pretest*. Setelah dilakukan *pretest* tim menjelaskan mengenai proses workshop dan membagikan modul materi. Penjelasan materi disampaikan dengan cara ceramah, materi yang disampaikan menjelaskan mengenai jenis-jenis *digital marketing*, *platform digital*, *strategi digital marketing* dan contoh-contohnya.

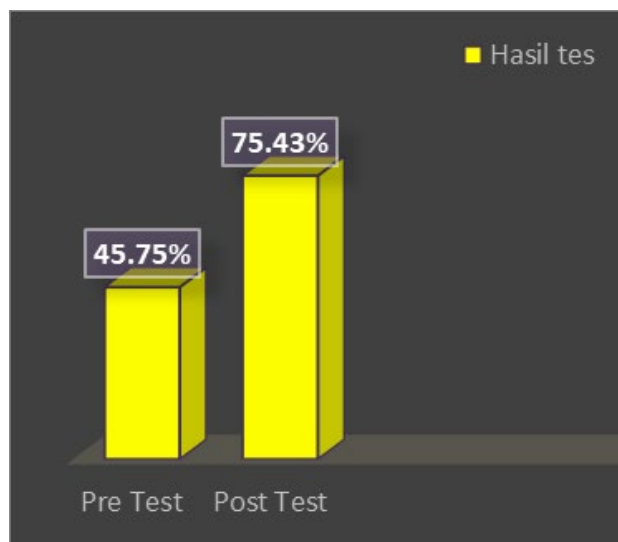
Penjelasan rinci dilakukan secara bergantian oleh narasumber dan diselingi dengan diskusi dan memberikan pertanyaan singkat kepada siswa untuk mengetahui sejauh mana mereka memahami materi yang disampaikan.



Gambar 3

Pelaksanaan Workshop Di SMK Negeri Rawas Ulu

Setelah penyampaian materi dan diskusi dilanjutkan dengan *post test*. Adapun hasil dari *pretest* sebesar 45,75% pengetahuan siswa terkait dengan *digital marketing* dan setelah penyampain materi dan dilakukan diskusi, hasil *post test* mengalami peningkatan pengetahuan mengenai *digital marketing* yakni sebesar 75,43%.



Gambar 2

Diagram Hasil Pretest dan Post Test

Selain melihat hasil pelaksanaan workshop, tim juga menyebarkan kuesioner untuk melihat tingkat kepuasan peserta dalam mengikuti workshop yang dilakukan. Adapun tabel tingkat kepuasan workshop ini sebagai berikut :

Tabel 1
Tingkat Kepuasan Peserta Pelatihan

No	Jenis	Kuesioner Tingkat Kepuasan	
		Nilai	Kategori
1	Materi workshop	4,23	Baik
2	Penyampaian Penjelasan materi	4,60	Sangat baik
3	Kesempatan memberikan pertanyaan	4,43	Baik
4	Kejelasan akan jawaban	4,52	Sangat baik
5	Diskusi yang dilaksanakan	4,78	Baik
6	Manfaat kegiatan workshop	4,80	Sangat Baik

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui tingkat kepuasan sebesar 50% atau "Sangat baik", dan 50% menyatakan tingkat kepuasan "Baik".

D. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu, peserta antusias dengan materi yang disampaikan dan mampu untuk mempraktekkan secara langsung. Kegiatan ini memberikan peningkatan pemahaman dasar kepada siswa mengenai *digital marketing*, hal ini diketahui dari hasil post test, yang mencapai 75,43 % setelah siswa mengikuti kegiatan *digital marketing* yang diselenggarakan. Dalam pelaksanaan kegiatan, peserta merasakan tingkat kepuasan "sangat baik" sebesar 50% dan menyatakan kepuasan "Baik" sebesar 50%.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS.Go.id. (2022). *Statistik Indonesia 2022*.
<https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- BPS Rawas Ulu. (2022). *Kecamatan Rawas Ulu Dalam Angka*.
<https://muratarakab.bps.go.id/publication.html>
- Hasan, H. A. (2020). Pendidikan Kewirausahaan: Konsep, Karakteristik Dan Implikasi Dalam

Memandirikan Generasi Muda. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 11(1), 99-111.

Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Dan Hardskill 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>

Isnaini, W. (2019). Pelatihan Penguatan Brand Serta Penggunaan Digital Marketing Bagi Kelompok Batik Sariwarni Kabupaten Madiun. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 2(2), 305.

<https://doi.org/10.22146/jp2m.49046>

Setiyani, L., Effendy, F., Jajang, J., & Yulianto, R. M. (2021). Peningkatan Minat Digital Marketing Bagi Siswa Smk Teknologi Karawang Melalui Pelatihan Adobe Photoshop. *Jurnal Abdimas: Sistem Dan Teknologi Informasi*, 1(1), 23-29.

<https://doi.org/10.35969/abdimas.v1i1.90>