

Digital Marketing Training Towards Vocational Centers of Excellence

Pelatihan Digital Marketing Menuju SMK Pusat Keunggulan

Rika Septianingsih*¹, Wahyi Busyro², Evans Fuad³, Risnaldiansyah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Riau

*e-mail: rikaseptianingsih@umri.ac.id¹, wahyi.busyro@umri.ac.id²,

Evansfuad@umri.ac.id³, risnal@umri.ac.id⁴

Abstract

PK SMK is one of the government's programs to realize the ideal of educating the nation. SMK-PK has a program to develop certain skills and competencies so that the graduates produced are superior and absorbed by the industrial world. The University of Muhammadiyah Riau, as a companion higher education institution (PT), has a program that has been prepared based on the goals and objectives of SMK-PK. Digital marketing is one of eight (8) programs that will be fostered at SMKN-2 Tembilahan. SMKN 2 Tembilahan, one of the SMKs, headed for the Center of Excellence. Digital marketing is important for the business world. along with the development of the "4.0 revolution," where all lines of life are connected to technology. So with this training, it is hoped that teachers can improve their competence in the field of digital marketing. The participants in this training were teachers at SMKN-2 Tembilahan. Based on the evaluation obtained after this training, there was an increase in teachers' understanding of digital marketing. It is hoped that the competency of this training will continue to be upgraded so that the SMK Center of Excellence is realized.

Keywords: Digital marketing, SMK PK,

Abstrak

SMK PK merupakan salah satu program pemerintah dalam rangka mewujudkan cita cita mencerdaskan kehidupan bangsa. SMK PK mempunyai program pengembangan kompetensi keahlian tertentu agar lulusan yang dihasilkan unggul dan terserap dunia industry. Universitas Muhammadiyah Riau sebagai Perguruan Tinggi (PT) Pendamping mempunyai program yang telah disusun berdasarkan kepada tujuan dan sasaran dari SMK PK. Digital marketing merupakan salah satu dari delapan (8) program yang akan dibina di SMKN 2 Tembilahan. SMKN 2 Tembilahan salah satu SMK menuju Pusat Keunggulan. Digital Marketing ini penting bagi dunia usaha. Seiring dengan perkembangan revolusi 4.0 dimana semua lini kehidupan terhubung dengan Teknologi. Maka dengan pelatihan ini diharapkan guru guru bisa meningkatkan kompetensi dibidang digital marketing. Peserta pelatihan ini adalah guru guru yang ada di SMKN 2 Tembilahan. Berdasarkan evaluasi yang diperoleh setelah pelatihan ini adanya peningkatan pemahaman guru terhadap digital marketing. Harapannya kompetensi dari pelatihan ini terus diupgrade sehingga terwujud SMK Pusat Keunggulan.

Kata kunci: Digital marketing, SMK PK

1. PENDAHULUAN

Pendidikan mempunyai peran penting dalam mewujudkan cita cita untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Di masa yang akan datang, pembangunan Indonesia memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas, kreatif, dan bertanggung jawab (Djaali, 2008). Program SMK Pusat Keunggulan (PK) merupakan salah satu upaya pemerintah dalam transformasi pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). SMK PK merupakan program pengembangan SMK dengan kompetensi keahlian tertentu dalam peningkatan kualitas dan kinerja, yang diperkuat melalui kemitraan dan penyalarsan dengan dunia usaha, dunia industri, dunia kerja, yang akhirnya menjadi SMK rujukan yang dapat berfungsi sebagai sekolah penggerak dan pusat peningkatan kualitas dan kinerja SMK lainnya (wasesa,2022). SMK PK memiliki tujuan untuk menghasilkan lulusan yang unggul, dapat terserap di dunia kerja, berdaya saing global untuk melanjutkan studi maupun membuka peluang kerja dengan berwirausaha (Edi,2017). SMK Pusat keunggulan memiliki program di setiap sekolah yang lulus seleksi serta didanai oleh Kemdikbud dan menjadi

acuan untuk mencapai sekolah yang memiliki Program studi pusat keunggulan. Program yang telah disusun oleh pemerintah dijalankan oleh sekolah dan PT pendamping.

UMRI merupakan salah satu PT pendamping yang dipilih oleh pemerintah melalui beberapa tahapan seleksi. UMRI sebagai PT pendamping menyusun program sesuai dengan kebutuhan sekolah. Program disusun menjadi beberapa bagian besar yaitu Pendampingan perencanaan berbasis data, Pendampingan kemitraan dengan dunia kerja dan Pengembangan Teaching Factory dan Pembelajaran Berbasis Industri, Pendampingan pengembangan Bursa Kerja Khusus dan Penelusuran Tamatan, Pendampingan Pembangunan Platform Merdeka Mengajar.

Sebagai PT pendamping, UMRI mempunyai beberapa program pengembangan softskill dan hardskill untuk mencapai SMK Pusat Keunggulan. Salah satu programnya adalah Pelatihan Digital Marketing menuju SMK Pusat Keunggulan. Adapun sekolah yang menjadi binaan adalah SMK Negeri 2 Tembilahan. Sesuai dengan visinya bahwa SMK Negeri 2 Tembilahan ingin menghasilkan SDM yang berakhlak mulia, cerdas, terampil, mandiri dan menguasai teknologi.

Dunia global saat ini sudah memasuki era digital, dimana seluruh transaksi dan kegiatan pemasaran dilakukan melalui internet (Putri, 2020). Revolusi Industri 4.0 yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi (Yandra, 2018) dalam inovasi, perkembangan infrastruktur dan produktivitas memberikan dampak ke seluruh aspek kehidupan kita. Dampak yang dirasakan bukan hanya dunia usaha namun juga Lembaga Pendidikan dan lainnya. Digital marketing merupakan salah satu model pemasaran via internet dan pelaksanaannya secara digitalisasi (Abdurrahman, 2020). Sedangkan menurut Purwana, et.al (2017) mengatakan bahwa digital marketing mengalami perluasan makna dari yang dulu yaitu kegiatan pemasaran barang dan jasa sampai pada pengertian yang luas yaitu memperoleh konsumen, relationship konsumen dan Teknik lainnya yang juga dilakukan secara online. Pemasaran digital dapat membuat usaha rintisan menjadi lebih cepat perkembangannya dengan berbagai macam alat yang ada di dalamnya (Ratna Gumilang, 2019). Dengan melihat tantangan dan kesempatan yang ada maka sudah saatnya sekolah mempersiapkan anak didiknya untuk mampu berkompetisi sesuai dengan permintaan dunia kerja (Masrul, 2022).

Oleh karena itu materi digital marketing ini diharapkan mampu menambah kompetensi guru menuju SMK Pusat Keunggulan sesuai dengan harapan SMKN 2 Tembilahan. Pelaksanaan pelatihan Digital Marketing ini, bertujuan agar kedepannya banyak sekolah yang dapat mengimplementasikan dan memanfaatkan platform digital untuk sekolahnya.

2. METODE

Untuk mencapai SMK Pusat Keunggulan maka UMRI sebagai Tim Pendamping memberikan materi digital marketing dalam tiga tahap yaitu :

1. Pembuatan Modul pelatihan

Modul pelatihan ini dibuat oleh TIM pendamping yakni Universitas Muhammadiyah Riau dan modul ini akan disosialisasikan kepada Guru guru yang ada di sekolah binaan SMK PK Umri

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan ini dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan praktek (wardi, 2021). Adapun materi yang disampaikan pada pelatihan ini adalah (Anisa, 2021) :

- a. Konsep digital marketing
- b. Digital marketing plan
- c. Mengelola pesan komunikasi pemasaran yang efektif
- d. Digital media
- e. Brand And Branding

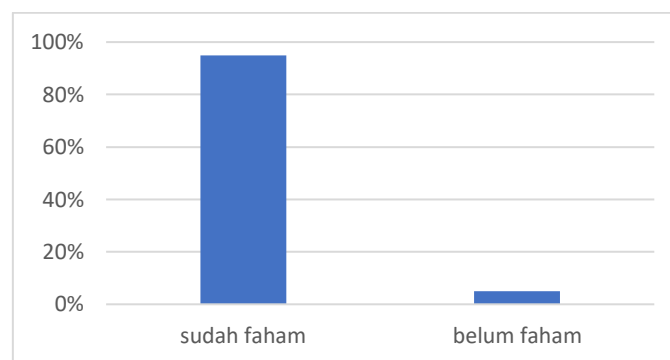
3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi ini dilakukan untuk menguji efektivitas pelatihan yang dilakukan oleh Tim pendamping. Evaluasi ini dilakukan dengan mengisi kuisioner melalui google form yang sudah disediakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

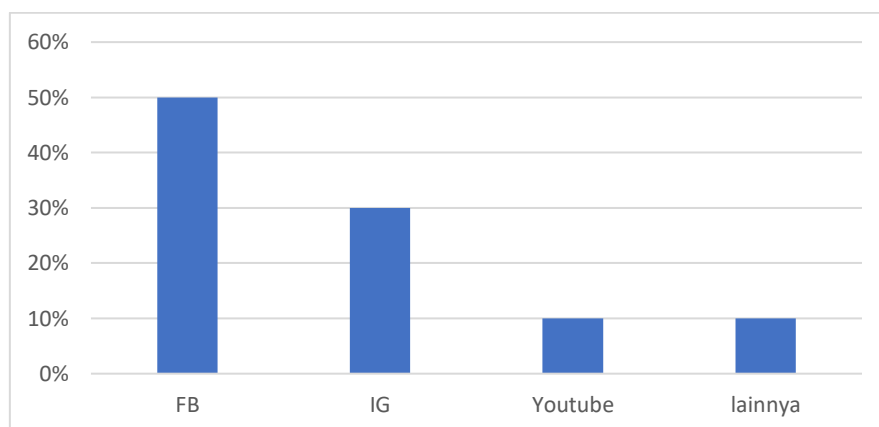
Pemahaman sebelum adanya pelatihan

Pada pelatihan digital marketing ini peserta mengisi kuisioner mengenai pemahaman digital marketing. Kuisioner ini diberikan untuk menilai pemahaman peserta sebelum diadakan pelatihan. Adapun hasil keikutsertaan dalam pelatihan digital marketing sebelum dilakukan pelatihan adalah sebagai berikut :



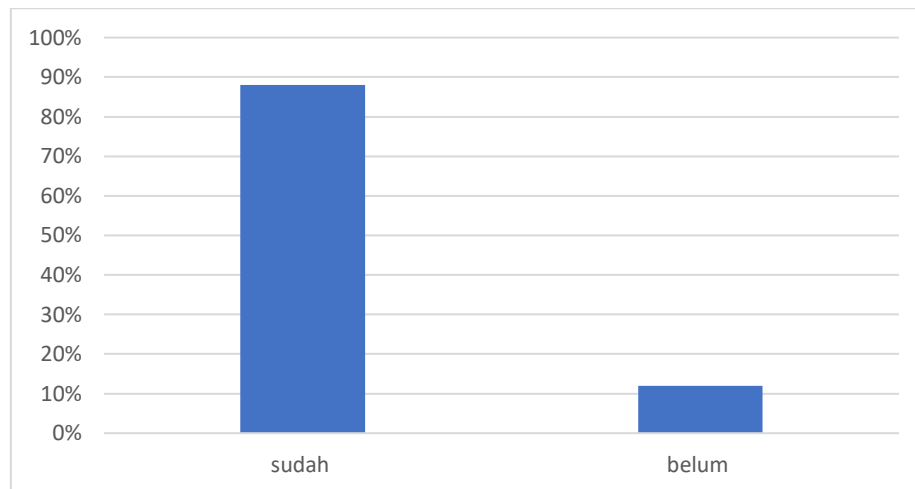
Gambar 1. Pemahaman Digital Marketing

Kemudian, Tim PT pendamping juga memberikan pertanyaan mengenai sarana penyampaian digital marketing yang diketahui oleh peserta adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Sarana Digital Marketing

Berdasarkan pada jawaban ini peserta pelatihan lebih sering melihat digital marketing itu dilakukan pada aplikasi *facebook*. Media social menjadi factor penting pada kehidupan saat ini. Media social meliputi facebook, Instagram, tiktok sudah menjadi rutinitas sehari hari, dan ini bisa memberikan dampak positif dan negative pada masyarakat (suryani,2022) Dan pertanyaan berikutnya terkait pengalaman menggunakan digital marketing adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Penggunaan Digital Marketing

Berdasarkan pada data di atas maka UMRI sebagai PT pendamping memberikan pelatihan digital marketing ini agar bisa menambah kompetensi dan bermanfaat bagi sekolah.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

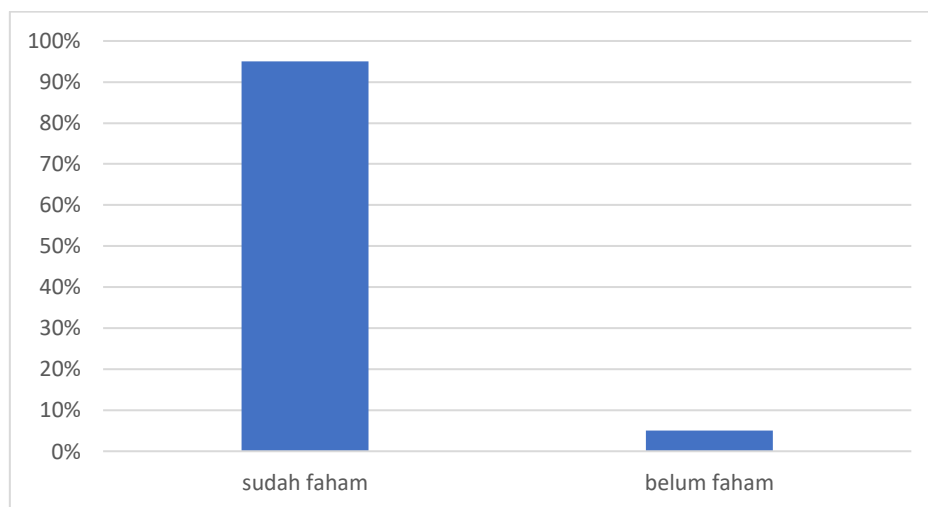


Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing



Gambar 6. Penyampaian Materi Digital Marketing

Sesi akhir dari penelitian ini adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan mengisi kuisioner yang dishare melalui google form kepada pada peserta. Adapun hasil evaluasi yang diperoleh adalah sebagai berikut :



Gambar 7. Pemahaman Digital Marketing

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa tingkat pemahaman guru pada digital marketing sudah meningkat daripada sebelum dilakukan pelatihan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam rangka pendampingan SMK pusat keunggulan. SMKN 2 Tembilahan merupakan salah satu sekolah di bawah PT pendamping UMRI. Adapun peserta yang mengikuti pelatihan ini adalah guru guru yang ada di SMKN 2 Tembilahan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh tim maka Setelah mengikuti pelatihan ini terlihat ada peningkatan pengetahuan terhadap digital marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Sekolah Menengah Kejuruan Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, Rektor Universitas Muhammadiyah Riau, Kepala SMK Negeri 2 Tembilahan serta seluruh tim pendamping yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G. et al. (2020) 'Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), pp. 88–92
- Djaali. (2008). Psikologi Pendidikan. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Edi, S., Suharno, S., & Widiastuti, I. (2017)' Pengembangan Standar Pelaksanaan Praktik Kerja Industri (Prakerin) Siswa Smk Program Keahlian Teknik Pemesinan Di Wilayah Surakarta' *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Dan Kejuruan*, 10(1), 22. <https://doi.org/10.20961/jiptek.v10i1.14972>
- Masrul. (2022)' Penerapan Metoda Student Center Learning pada Pelatihan Sketch up di SMKN 1 Karimun.' *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dinamisia*, 6(6), pp 1633-1640
- Ratna Gumilang, R. (2019)' Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. Coopetition' *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Suryani. (2022)' Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Komunitas Perajin Sulam Tali di Kabupaten Ketapang, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dinamisia*, 6(6), pp 1689-1696
- Purwana (2017)' Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 1(1)
- Putri, B. R. . (2020) 'Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2). indeks. https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/288824/FULL-PAPERKOMPETITIF_NTW.pdf%0Ahttps://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/b58765ed9f677b462ec139088213ec99.pdf
- K. Anisa, D. I. S. Saputra, D. F. Diningrum, and E. Nuraini (2021) 'Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi pada Bisnis Jamur Crispi Fen Claire'. *J. Abdimastek (Pengabdian Masy. Berbas. Teknol.*, vol. 2, no. 1, pp. 6–12.
- Wasesa (2022)' Pelatihan Digital Marketing Sebagai Penunjang Kewirausahaan Siswa SMKN 7 Surabaya'. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kanigara*, 2(II).p 471
- Wardi, J., Yandra, A., Siswati, L., & Ratnaningsih, A. T. (2021). AD/ART dan Bisnis Plan sebagai Penguatan Kelembagaan Bank Sampah Induk Pelangi Siak Sri Indrapura. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5), 1273-1278.
- Yandra, A., & Febriadi, B. (2018). Pelatihan penggunaan aplikasi pendeteksi palgiat untuk dosen universitas lancang kuning. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 283-286.