

PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA SISWA SMKS MULTI MEKANIK MASMUR PEKANBARU

**Ahmad Ade Irwanda¹, Wentisasrapita Abiyus², Fana Wiza³,
Joko Suprianto⁴, Wilbert Sianturi⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru, Indonesia

[email \(ahmadade@unilak.ac.id¹, wenti@unilak.ac.id², fana@unilak.ac.id³,
supriantojoko432@gmail.com⁴, droidzoom7@gmail.com⁵\)](mailto:ahmadade@unilak.ac.id)

Abstrak: Digital marketing adalah bentuk promosi yang memanfaatkan teknologi digital. Internet marketing adalah salah satu jenis pemasaran digital yang menggunakan media elektronik atau internet (emarketing). SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru adalah Sekolah Swasta di kota Pekanbaru. Strategi yang selama ini digunakan adalah sudah berbasis digital namun belum dilakukan secara optimal. Selain itu, SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube untuk meningkatkan promosi, namun hanya terbatas. Tim pengabdian memberikan pelatihan kepada Siswa SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru tentang Pemahaman mengenai Digital Marketing, Platform untuk Digital Marketing, dan Pemasaran dengan Digital Marketing dari permasalahan mitra diatas. Sasaran dari inisiatif Pengabdian Kepada Masyarakat tahun ini adalah peserta pelatihan (Siswa SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru). Siswa harus dapat menggunakan dan mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan sekolah.

Kata Kunci: Digital Marketing, SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru, Media Sosial

Abstract: *Digital marketing is a form of promotion that utilizes digital technology. Internet marketing is a type of digital marketing that uses electronic media or the internet (electronic marketing). Masmur Multi Mechanic SMKS Pekanbaru is a private school in the city of Pekanbaru. The strategy that has been used so far is digital-based but has not been implemented optimally. In addition, Masmur Pekanbaru's Multi Mechanic Vocational High School uses social media such as Facebook, Instagram, and YouTube to increase promotion, but only limitedly. The service team provides training to Masmur Pekanbaru Multi-Mechanical SMKS Students on Understanding Digital Marketing, Platforms for Digital Marketing, and Marketing with Digital Marketing from the partner problems above. The target of this year's Community Service initiative is training participants (Masmur Pekanbaru's Multi Mechanic SMKS Students). Students should be able to use and optimize social media to improve the school.*

Keywords: Digital Marketing, Multi Mechanic SMKS Masmur Pekanbaru, Social Media

1. Pendahuluan

Digital marketing adalah bentuk promosi yang memanfaatkan teknologi digital. Internet marketing adalah salah satu jenis pemasaran digital yang menggunakan media elektronik atau internet (emarketing). E-marketing adalah proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Peran strategi pemasaran digital dapat menjadi hal yang penting dalam mengikuti perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik konsumen dan mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektronik dan komunikasi konvensional (Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Mayoritas pengguna internet memiliki dan menggunakan aplikasi atau situs media sosial (87,4%), diikuti dengan pencarian (68,7%), pesan instan (59,9%), mencari berita (59,7%), dan mengunduh dan mengunggah video (27,3%). Menurut jenis situs yang

digunakan untuk belanja online, 64,9% menggunakan media sosial, 22,9% menggunakan messenger, 14,4% menggunakan komunitas online, 5,7% menggunakan blog, 2,3% menggunakan website, dan 1,5% menggunakan daftar. Sekitar 62 juta orang menggunakan media sosial, dengan kurang lebih 4,6 juta orang Indonesia menggunakan internet secara aktif untuk melakukan transaksi atau melakukan pembelian (Wardhana, 2015).

SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru adalah SMK Multi Mekanik Masmur merupakan salah satu SMK Swasta favorit yang ada di Pekanbaru, berlokasi di pusat kota Jalan Ahmad Dahlan No.96. Mempunyai 7 Jurusan Unggulan Yaitu Teknik Kendaraan Ringan, Teknik Sepeda Motor, Teknik Audio Video, Teknik Pesawat Terbang, Teknik Komputer dan Jaringan, Rekayasa Perangkat Lunak, Akuntansi. Strategi yang selama ini digunakan telah berbasis digital namun belum dilakukan secara optimal. Selain itu, SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube untuk meningkatkan promosi, namun hanya terbatas.

Sulit untuk mendapatkan informasi tentang mereka jika mereka tidak mengunjungi kantor secara teratur. Jejaring sosial hanya mencantumkan alamat dan nomor telepon mereka, namun tidak ada detail mengenai program mereka, jadwal mereka, biaya, dan hal-hal lagi yang ingin dilakukan oleh calon konsumen. Informasi tentang aktivitas mereka sering dibagikan melalui media sosial.

Sistem *marketing* yang dilakukan bersifat konvensional yang bergantung terhadap *word of mouth marketing* (promosi dari mulut ke mulut) dan pemasanga spanduk/banner. Tidak adanya pemanfaatan secara maksimal jejaring sosial yang saat ini mereka gunakan yaitu facebook, instagram, dan youtube sehingga tidak adanya informasi terbaru yang didapatkan di internet mengenai SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru. Calon konsumen harus datang langsung untuk mengetahui mengenai SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru.

Solusi yang dapat ditawarkan dari permasalahan diatas adalah memberikan pelatihan kepada Siswa SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru tentang Pemahaman mengenai Digital Marketing, Platform untuk Digital Marketing, dan Pemasaran dengan Digital Marketing.



Gambar 1. Kondisi dan Lokasi Sekolah Mitra

2. Metode

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah menggunakan seminar. Kegiatan seminar digunakan untuk memberikan materi tentang digital marketing pada Siswa SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru. Dengan menggunakan seminar dan penyuluhan pada PKM ini akan memaparkan berbagai pengetahuan dasar tentang digital marketing dan berbagai teknik digital marketing yang bisa digunakan oleh SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru. Salah satu teknik yang bisa digunakan dalam internet marketing adalah menggunakan website dan platform online, optimalisasi search engine, dan iklan berbayar digital seperti pada Google AdSense (Kingsnorth, 2016). Berbagai pengetahuan tersebut bisa diterapkan oleh SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru dalam meningkatkan sekolah mereka. Konsep digital marketing adalah sarana yang tepat untuk diimplementasikan pada strategi marketing di SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru.

Agar pelaksanaan pelatihan berlangsung dengan baik, maka diperlukan alat evaluasi pelatihan baik selama kegiatan berlangsung maupun di akhir pelatihan. Alat-alat evaluasi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Penilaian Pre-test dan Post-test

Penilaian pre-test dilaksanakan oleh seluruh peserta pada awal pelatihan, sedangkan post-test dilaksanakan oleh peserta setelah pelatihan. Kemudian dilakukan analisa data dari hasil penilaian pre-test dan post-test dengan menggunakan aplikasi SPSS. Dari hasil penilaian pre-test dan post-test dapat dianalisa perkembangan pemahaman peserta terhadap substansi materi, serta dapat dijadikan salah satu acuan untuk melakukan penguatan kapasitas pasca pelatihan.

b. Evaluasi Akhir Pelatihan

Adapun agenda evaluasi akhir yaitu memberikan kuesioner pelayanan terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 7 Juni 2023 di SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru dan diikuti oleh sebanyak 24 siswa dan 2 Guru Pendamping. Dari pelatihan yang dilaksanakan dengan materi "Pelatihan Digital Marketing pada SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru" telah berhasil dilaksanakan. Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut, beberapa siswa bertanya mengenai digital marketing dan memberikan tanggapan cara konsistensi dalam bermedia sosial. Kegiatan ini di damping oleh mahasiswa Fasilkom Unilak sejumlah 3 (tiga) orang yang sangat berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Tahapan-tahapan yang pameri sampaikan antara lain yaitu:

a. Pengenalan Digital Marketing

Dimulai dengan sesi pengenalan tentang apa itu digital marketing dan mengapa itu penting untuk usaha dan masyarakat. Lalu manfaat digital marketing dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan keuntungan.

b. Dasar-Dasar Pemasaran Digital

Mengajarkan konsep dasar pemasaran digital, termasuk SEO, media sosial, email marketing, dan iklan berbayar Menjelaskan cara-cara implementasi strategi pemasaran digital yang efektif untuk usaha kecil dan menengah.

- c. Riset Target Audience
Membantu peserta pelatihan untuk memahami pentingnya mengetahui target audience dan cara melakukan riset pasar sederhana. memberikan contoh cara mengidentifikasi target audience dan kebutuhan mereka.
- d. Membangun dan Mengoptimasi Website Sederhana
Membimbing peserta pelatihan dalam membuat website sederhana menggunakan platform atau alat pembuat situs web. Memberikan tips tentang tata letak, konten, dan desain agar website menarik dan mudah digunakan.
- e. Pemanfaatan Media Sosial
Mengajarkan cara memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan usaha dan produk. memberikan panduan tentang bagaimana membuat posting yang menarik dan interaksi dengan audiens.
- f. Konten Marketing
Membantu peserta pelatihan dalam mengembangkan konten yang relevan dan bermanfaat bagi target audience. Mengajarkan teknik menulis konten yang menarik dan cara membuat konten visual seperti infografis atau gambar produk.
- g. Pengenalan SEO Lokal
Menjelaskan pentingnya SEO lokal untuk usaha kecil dan cara meningkatkan kehadiran mereka di mesin pencari lokal. Membantu peserta pelatihan dalam melakukan riset kata kunci dan mengoptimasi konten untuk pencarian lokal.
- h. Email Marketing untuk Berkomunikasi dengan Pelanggan
Mengajarkan cara membuat kampanye email marketing yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan mengikat mereka. Memberikan contoh cara mengelola daftar email dan menganalisis hasil kampanye.
- i. Pengukuran Kinerja dan Evaluasi
Membimbing peserta pelatihan dalam menggunakan alat analisis untuk mengukur kinerja kampanye digital marketing. Mengajarkan cara melakukan evaluasi hasil dan melakukan perbaikan jika diperlukan.



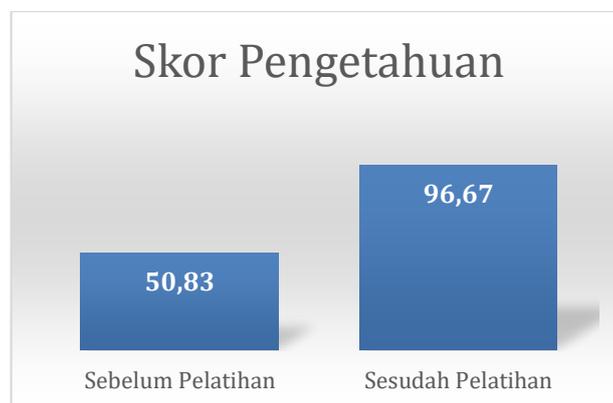
Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 3. Foto Bersama Pese

Tabel 1. Hasil uji t dua sampel berpasangan terhadap skor pre-test dan post-test Peserta Pelatihan Digital Marketing

Jumlah Responden	Skor Pengetahuan	Rerata	Perbedaan rerata	Nilai p
24	Sebelum Pelatihan	50,83	45,83	0,00
	Sesudah Pelatihan	96,67		



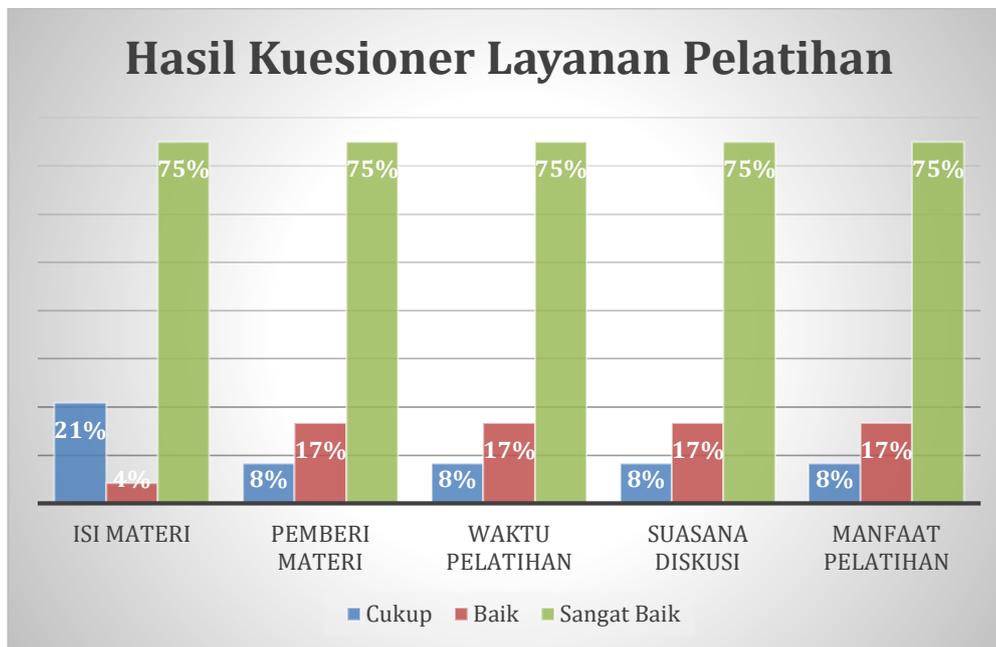
Gambar 4. Grafik Skor Pengetahuan

Dari hasil perbandingan penilaian Pre-test dan Post-test yang diberikan kepada 24 orang peserta pelatihan digital marketing, skor pengetahuan sebelum pelatihan dengan nilai rata-rata 50,83 sedangkan setelah pelatihan bernilai rata-rata 96,67. Nilai signifikansi sebesar 0,00 ($<0,05$), artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara sebelum pelatihan dengan sesudah pelatihan. Terdapat peningkatan nilai rata-rata sebesar 45,83.

Dari evaluasi akhir pelatihan berupa kuesioner pelayanan terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Kuesioner Pelayanan Pelatihan

Pertanyaan	Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Cukup	Baik	Sangat Baik
Isi Materi			5	1	18
Pemberi Materi			2	4	18
Waktu Pelatihan			2	4	18
Suasana Diskusi			2	4	18
Manfaat Pelatihan			2	4	18



Gambar 5. Hasil Kuesioner Layanan Pelatihan

Dari hasil kuesioner layanan pelatihan digital marketing, untuk isi materi 75% menjawab sangat baik, 21% menjawab cukup dan 4% menjawab baik. Sementara untuk pemberi materi, waktu pelatihan, suasana diskusi dan manfaat pelatihan 75% menjawab sangat baik, 17 menjawab baik dan 8% menjawab cukup.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa Pelatihan Digital Marketing di SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru telah berjalan sesuai Rencana. Pelatihan dihadiri oleh 24 Orang Siswa dan seluruh peserta mengikuti pelatihan secara penuh serta mengisi kuesioner pre-test dan post-test. Terdapat peningkatan pengetahuan peserta sebesar 45,83 ($p < 0,005$) setelah pelatihan dilakukan. Pelatihan Digital Marketing ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan Siswa SMKS Multi Mekanik Masmur Pekanbaru dan mampu menggunakan dan mengelola sosial secara optimal untuk meningkatkan promosi sekolah.

Alokasi waktu yang lebih panjang dalam penyelenggaraan kegiatan serupa akan meningkatkan efektivitas pemahaman peserta pelatihan. Oleh karena itu, penting untuk mengadakan pelatihan lanjutan tentang materi digital marketing. Pelatihan ini akan sangat membantu para peserta yang ingin memahami lebih mendalam mengenai praktik dan perkembangan terkini dalam bidang digital marketing beserta turunannya.

Daftar Pustaka

- Aditya wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Delloitte Access Economics. (2014). UKM Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Nusantara. Delloitte Access Economics. Sydney.
- Fajar, M.N. (2013). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing KUMKM. Materi Workshop Microsoft Tech Days. Jakarta.
- Gangeshwer, D.K. (2013). E-Commerce or Internet Marketing: A Business Review from Indian Context. *International Journal of U- and E-Service, Science and Technology*. 6(6). 187-194.
- Hadiyati, E. (2008), "Model Pemasaran dalam Pemberdayaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Gajayana*. 5(1). 5-20.
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan eCommerce. *Jurnal Sistem Informasi*. 2(1). 159-168.
- Juju, Dominikus, Sulianta. (2010). Branding Promotion with Social Network. Jakarta: Elex Media.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing* (1st Edition). Kogan Page.
- M. T. Febriyanto and D. Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp. 61–76, 2018, <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sellitto, C. (2004). Internet adoption by Australian wineries: Perceived benefits and direct marketing practices. *International Journal of Wine Marketing*. <https://doi.org/10.1108/eb008779>
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*. 2(1). 80-86.
- Stelzner, M. (2012). How Marketers are Using Social Media to Grow Their Business. *Social Media Marketing Industries*. April 2012.