

## PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN MENJADI TRAINER BROSUR DIGITAL BAGI GURU SMKN 2 SERIRIT

I Gede Agus Pertama Yudiantara<sup>1</sup>, Lucy Sri Musmini<sup>2</sup>, Putu Yunarta Pradnyana Putra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, FE, Undiksha

e-mail: [agus.yudiantara@undiksha.ac.id](mailto:agus.yudiantara@undiksha.ac.id)

### ABSTRACT

*The purpose of this activity is to make teachers of SMKN 2 Seririt as trainers for digital marketing in the form of digital brochures in entrepreneurship learning. Teachers who will become trainers in making digital brochures will be introduced to the imooji application. Activities will be carried out in the process of training and mentoring. The results show that this activity provides benefits for teachers because SMKN 2 Seririt has several groups of Entrepreneurial Enthusiast Students (SPW) and several majors where with this imooji, all parties, both majors and SPW parties can collaborate to create an attractive digital brochure. It causes, learning to be applicable and graduates have useful abilities for the products that they produce.*

**Keywords:** *Training and Mentoring, Imooji, Digital Brochure.*

### ABSTRAK

Tujuan Pengabdian ini adalah untuk menjadikan guru-guru SMKN 2 Seririt sebagai trainer dalam untuk pemasaran digital dalam bentuk brosur digital dalam pembelajaran kewirausahaan. Guru yang akan menjadi trainer dalam pembuatan brosur digital akan diperkenalkan dengan aplikasi imooji. Pengabdian akan dilakukan dalam proses pelatihan dan pendampingan. Hasilnya adalah kegiatan ini memberikan manfaat bagi guru-guru karena SMKN 2 Seririt memiliki beberapa kelompok Siswa Penggemar Wirausaha (SPW) dan beberapa jurusan dimana dengan adanya imooji ini maka semua pihak baik pihak jurusan maupun pihak SPW dapat berkolaborasi untuk membuat suatu brosur digital yang menarik. Hal ini menyebabkan pembelajaran menjadi aplikatif dan lulusan memiliki kemampuan yang bermanfaat atas produk yang dihasilkannya.

**Kata Kunci:** *Pelatihan dan Pendampingan, Imooji, Brosur Digital*

### PENDAHULUAN

Indonesia mengalami pandemi semenjak Maret 2020. Dampak pandemi ini sangat terasa bagi semua sektor di seluruh Indonesia. Bali merupakan salah satu propinsi yang terdampak (Masruroh, dkk., 2021). Dengan adanya pandemi maka pariwisata ditutup untuk mencegah terjadinya penyebaran virus corona (Kusuma, dkk., 2021). Karena pariwisata tertutup, maka berbagai kehidupan berdampak baik sektor pariwisata itu sendiri maupun sektor pendukung pariwisata. Sektor pariwisata yang dimaksud adalah jasa akomodasi, jasa perjalanan, jasa transportasi dan jasa pelayanan pariwisata. Sektor pendukung pariwisata seperti usaha kerajinan, makanan dan minuman usaha rakyat, oleh-oleh khas Bali dan usaha mikro kecil dan menengah lainnya (Dewi, dkk., 2022). Bagi tenaga kerja di Bali dan pihak usahawan di Bali dengan adanya pemberhentian hubungan kerja baik permanen maupun sementara atau adanya sistem kerja dengan sistem rotasi baik

yang dua puluh lima persen sebulan atau lima puluh persen sebulan menyebabkan adanya penurunan produktifitas baik penurunan jumlah penjualan maupun penurunan penghasilan baik dari penjualan maupun penurunan di penghasilan di tempat kerjanya (Arini, dkk., 2020). Karena itu banyak tenaga kerja yang berprofesi di bidang pariwisata berpikir kembali untuk melanjutkan kehidupannya dengan tetap bekerja di tempat semula dengan penghasilan yang menurun, membuat usaha kecil-kecilan baik usaha baru, maupun usaha yang memang produknya dibutuhkan saat pandemi. Banyak juga tenaga kerja yang berpikir untuk kembali ke daerah asal atau kampung halaman dengan pemikiran bahwa di kampung halaman biaya kehidupan sehari-hari dapat ditekan dan dapat memperoleh dari lingkungan sekitar. Termasuk juga tenaga kerja yang berasal dari Singaraja atau Buleleng yang bekerja di sektor pariwisata di Bali Selatan untuk kembali ke kampung halamannya atau desa.

Dampak pandemi juga dirasakan oleh dunia pendidikan baik pendidikan tinggi, pendidikan menengah, pendidikan dasar maupun pendidikan usia dini. Dimana semua aktivitas pendidikan dilakukan secara daring (dalam jaringan/online) (Abdulatif, 2021). Hal ini terjadi di seluruh Indonesia termasuk di Bali dan Singaraja. Peserta belajar diwajibkan untuk mengenal berbagai teknologi pembelajaran daring, dan para guru atau dosen berusaha menggunakan teknologi pembelajaran yang murah tetapi tujuan pembelajaran dapat tercapai. Namun, hasilnya adalah tidak maksimal. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan meminta baik dosen ataupun guru untuk mengembangkan teknis pembelajarannya sehingga walaupun dalam masa pandemi tujuan pembelajaran dapat tercapai.

Salah satu pemikiran utama dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan adalah siswa ataupun mahasiswa dapat menjadi lulusan yang siap kerja, baik menciptakan lapangan pekerjaan (berwirausaha) ataupun siap bekerja di suatu tempat bekerja tertentu. Hal ini ingin diwujudkan sebelum masa pandemi dan di masa pandemi ini juga pemikiran tersebut tidaklah hilang. Namun dengan adanya pandemi dengan pembelajaran daring tentu saja efektifitas pembelajaran tidak maksimal. Apalagi dalam beberapa hal ujian untuk kompetensi sekolah menengah kejuruan, dan ujian kompetensi tertentu harus dilaksanakan secara luring tetapi persiapannya secara daring.

Salah satu hal tersebut dialami oleh siswa-siswa di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN 2) Seririt. Siswa-siswa merasakan bahwa pembelajaran yang dilaksanakan kurang efektif, tetapi tuntutan hasil pembelajaran tetap. Disamping itu, penghasilan orang tua sudah semakin menurun, sehingga hal ini merupakan dilema bagi siswa-siswa tersebut. Hal ini menyebabkan banyak waktu luang bagi siswa, aktifitas yang dilakukan ada yang mengarah ke arah yang masih belum optimal atau ada aktifitas siswa yang harus membantu orang tuanya. Misalnya dengan membantu menjalankan usaha orang tuanya ataupun membuat suatu usaha yang produknya bisa tetap dikonsumsi, walaupun di saat pandemi. Perlu untuk diketahui walaupun masa pandemi banyak produk konsumtif masih tetap dikonsumsi oleh masyarakat. Karena Bali termasuk Buleleng merupakan pulau yang banyak aktifitas agama dan adat, maka produk-produk yang dikonsumsi untuk aktifitas adat

maupun agama masih banyak dikonsumsi. Melihat peluang tersebut, salah satunya, siswa-siswa SMKN 2 Seririt yang memanfaatkan waktu luangnya untuk membantu penghasilan orang tua dan keluarga memproduksi produk-produk tersebut dan memasarkannya di pasar, warung-warung maupun toko-toko yang menjual produk tersebut (Dewi dan Utari, 2014).

Namun karena masa pandemi, dimana penghasilan banyak yang menurun menyebabkan daya beli menurun. Karena itu banyak orang yang sangat selektif dalam membelanjakan uangnya. Namun karena keterbatasan informasi, dan masih banyak membeli produk dari pihak kedua atau pedagang yang menjual produk dari produsen, maka harga produk yang dibeli juga masih tinggi. Salah satu keterbatasan informasi ini karena pihak produsen belum mengetahui bagaimana menggunakan media teknologi dalam hal ini media sosial untuk melakukan promosi dan pihak konsumen yang malas dalam membaca promosi karena melihat promosi dalam jendela tampilan informasi yang umum (Kotler dan Armstrong, 2004). Karena itu perlu adanya media promosi yang langsung ke pesan pribadi konsumen dengan media yang unik dan menarik (Katrin dan Vanel, 2020 dan Nursatyo dan Rosliani, 2018).

Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) sebagai salah satu universitas terbesar di Bali melihat hal ini merupakan suatu hal yang harus dibantu sebagai bentuk pengabdian Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam pengabdian ini Tim Pengabdian akan menggunakan Imooji. Imooji merupakan perangkat lunak yang dapat diunduh dengan mudah baik melalui mesin penelusur maupun *google play store* atau *apple store*. Kemudahan dari aplikasi ini adalah aplikasi ini sangat mudah untuk disusun maupun dibentuk karena dalam aplikasi sudah ada template atau panduan desain yang memudahkan penggunaannya dalam membuat desain iklan, yang disebut dengan brosur digital. Kemudahan dari aplikasi imooji ini adalah sudah dapat dihubungkan dengan media sosial lainnya serta aplikasi *google map* sehingga akan memudahkan produsen untuk membuat brosur digital dan konsumen dalam membaca brosur digital serta kemudahan mencari lokasi produsen oleh konsumen.

Namun demikian sasaran dari pengabdian ini adalah guru-guru SMKN 2 Seririt. Hal ini karena, pertama, guru yang mengajar di sekolah

tersebut biasanya akan mengajar terus di sekolah tersebut dan sangat mengenal kondisi siswa secara pribadi termasuk ekonominya sehingga akan membantu siswa dalam memuat proses brosur digital melalui imooji. Kedua, guru-guru tersebut akan menjadi *trainer* bagi siswa-siswa SMKN 2 Seririt sehingga apabila ada perkembangan model dari imooji guru-guru tentu saja akan menyesuaikan dan mengembangkan. Ketiga, guru-guru akan menjadikan imooji sebagai salah satu media pembelajaran khususnya pembelajaran kewirausahaan (terkait dagang) sehingga kurikulum yang aplikatif akan terbentuk sesuai dengan sifat sekolah kejuruan.

Perlu untuk diketahui bahwa siswa-siswa SMKN 2 Seririt merupakan siswa-siswa yang kreatif dan memiliki jiwa wirausaha sesuai dengan karakter daerah dan sekolahnya (kejuruan). Karena itu dalam masa pandemi ini banyak produk-produk yang sudah dihasilkan oleh siswa-siswa SMKN 2 Seririt, tetapi belum maksimal dalam melakukan media pemasaran (promosi) (Oktaviani dan Rustandi, 2018). Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial tetapi bentuknya tidak menarik atau melakukan promosi di media sosial dalam bentuk umum seperti @infosingaraja di instagram, maupun *market place* di facebook sehingga konsumen mendapatkan informasi yang terbatas atau keengganan dalam membaca promosi tersebut. Karena itu perlu adanya pelatihan dan pendampingan pemasaran atau pengiklanan digital melalui brosur digital yang secara langsung kepada konsumen melalui aplikasi imooji. Namun karena siswa maka hanya mengetahui sebatas itu bila ada perkembangan maka kebanyakan enggan untuk mengembangkannya.

Namun demikian yang diberikan pelatihan adalah guru. Hal ini karena, guru selama ini dalam memberikan materi kewirausahaan masih terkadang berbasis pada buku, belum kepada aplikasinya. Aplikasi yang diberikan apabila guru tersebut memang merupakan seorang wirausahawan, tetapi tentu saja aplikasi yang diberikannya belum tentu sesuai dengan kondisi siswa-siswa di SMKN 2 Seririt. Karena itu disasar adalah guru, dengan tujuan guru akan menjadi *trainer* kepada siswa baik kepada siswa yang masih aktif maupun calon siswa yang akan bersekolah di SMKN 2 Seririt. Dengan menjadi trainer akan menjadikan SMKN 2 Seririt memiliki keunggulan, terutama dalam kewirausahaan, karena salah satunya memiliki

materi kewirausahaan yang aplikatif dalam pemasaran digital yaitu brosur digital melalui imooji.

Selain itu, apabila guru-guru diberikan pelatihan dan pendampingan ini guru-guru akan mengembangkan metode pembelajaran kewirausahaan khususnya dalam pemasaran yang berbasis teknologi. Karena hanya guru yang melakukan tugas ini maka dalam pelatihan dan pendampingan ini, guru diharapkan menjadi trainer terutama dalam pemasaran berbasis digital. Dengan guru menjadi trainer, dan siswa-siswa sudah memiliki kedekatan dengan siswanya maka siswa-siswa akan lebih mau mengembangkannya karena siswa memiliki kedekatan emosional dengan gurunya. Berdasarkan identifikasi rumusan masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya maka tujuan dari kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Menjadi Trainer Brosur Digital bagi Guru-Guru SMKN 2 Seririt adalah untuk menjadikan guru-guru SMKN 2 Seririt sebagai trainer dalam untuk pemasaran digital dalam bentuk brosur digital dalam pembelajaran kewirausahaan. Guru yang akan menjadi trainer dalam pembuatan brosur digital akan diperkenalkan dengan aplikasi imooji. Hal ini karena guru-guru merupakan pihak yang paling mengetahui kondisi pribadi dan kondisi ekonomi dari masing-masing siswa SMKN 2 Seririt. Dengan diketahuinya kondisi tersebut, siswa-siswa akan lebih kreatif dan inovatif dalam membuat brosur digital karena dilatih dan dibina oleh guru-gurunya sendiri sehingga siswa akan lebih mau mengembangkan promosi usahanya minimal untuk usahanya sendiri sehingga konsumen akan mendapatkan informasi langsung terkait produk yang dipasarkan oleh siswa-siswa SMKN 2 Seririt.

## METODE

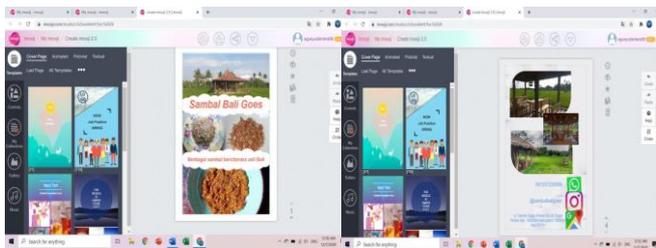
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh siswa dan perlunya guru-guru dalam mengembangkan media pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif dan kekinian, maka kerangka pemecahan masalah yang dapat diajukan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan tentang Imooji untuk menjadi trainer Brosur Digital sehingga nantinya dapat terus menghasilkan siswa-siswa yang lebih inovatif dalam media promosinya dan juga kurikulum kewirausahaan yang dalam menjalankan kurikulumnya lebih kekinian dan aplikatif.

Selain itu, kegiatan ini juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya brosur digital yang langsung memberikan informasi ke konsumen dan aplikasi ini mudah digunakan baik Adapun metode kegiatan yang dilakukan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah, *pertama*, tahap persiapan yang terdiri dari persiapan materi pelatihan, administrasi surat-menyurat, koordinasi dengan pihak Undiksha dengan Pihak SMKN 2 Seririt. *Kedua*, tahap pelatihan pembuatan brosur digital. Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan Pelatihan berupa pengenalan dan pelatihan Pembuatan brosur digital menggunakan aplikasi imooji. Pelatihan dilakukan secara luring. Hal ini karena mereka membutuhkan pelatihan langsung sehingga guru-guru bisa langsung mengerti bagaimana menggunakan

menggunakan laptop atau telepon seluler sehingga menghasilkan brosur yang lebih menarik dan informatif kepada konsumen (Putri dan Fitrah, 2017 dan Ridwan, 2019).

imooji. Jadi pelatihan harus dilakukan secara lansung atau tatap muka.

*Ketiga*, selanjutnya metode pendampingan dilakukan dengan membantu guru-guru lebih memahami dan mengimplementasikan imooji termasuk menjadi trainer. Tentu saja saat pendampingan selalu menggunakan masker yang baik karena masih masa pandemi. Tim Pengabdian akan melakukan pendampingan secara mandiri kepada guru-guru. Hal ini selain untuk mengurangi kerumunan juga untuk lebih mengintensifkan pendampingan, sehingga masing-masing guru mendapatkan pendampingan yang maksimal baik saat pembuatan brosur digital menggunakan imooji



Gambar 1. Pembuatan Brosur Digital Melalui Imooji

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat pelatihan Tim Pengabdian memaparkan materi yang sudah dipersiapkan, dimana materi yang sudah disiapkan tersebut sudah disesuaikan dengan peserta yaitu Guru-Guru SMKN 2 Seririt. Pemaparan awalnya berlangsung satu arah, namun demikian karena antusias peserta, maka Tim Pengabdian disetiap langkah-langkah pemaparan materi memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya sekaligus berdiskusi dengan Tim Pengabdian. Materi yang dipaparkan oleh Tim Pengabdian, terdiri dari Konsep Bisnis dan Wirausaha, Perkembangan Bisnis saat ini, dan Pemasaran Digital. Untuk pemasaran digital melalui platform <https://imooji.com/#/>. Untuk platform tersebut, Tim Pengabdian terlebih dahulu mengenalkan bagaimana keunggulan dan sedikit kelemahan penggunaan platform tersebut, serta kemudahan mengaplikasikan platform tersebut. Tim Pengabdian memperkenalkan dengan Guru-Guru membuat akun melalui menu sign-in, kemudian

memiliki akun dan kemudian sign-up menggunakan akun tersebut. Kemudian Guru-Guru dapat memilih menu “klik untuk memilikiimooji”.



Gambar 2. Berada Imooji



Gambar 3. Pelatihan Imooji

Kemudian Tim Pengabdian memperkenalkan menu-menu yang ada di imooji dari menu “coverpage” sampai dengan menu “all template”. Begitu juga dengan menu “control” sampai dengan menu “music”. Tim Pengabdian juga mengenalkan menu “image”, “title” dan “description” serta menu “add music” yang nantinya dapat membuat brosur digital tersebut dapat lebih menarik untuk ditampilkan dan digunakan. Tim Pengabdian dalam memperkenalkan menu-menu dalam imooji dilakukan secara setahap-demi setahap. Hal ini bertujuan agar peserta PKM dapat memahami secara perlahan menu dan penggunaannya sehingga dapat menghasilkan Brosur Digital melalui Imooji ini sesuai dengan harapan dan keinginan peserta nantinya. Selain itu guru-guru SMKN 2 Seririt dapat juga membimbing dan membina siswanya dalam membuat brosur digital sehingga dapat menjadi salah satu bahan ajar dalam pembelajaran kewirausahaan.



Gambar 4. Pendampingan Imooji

Pendampingan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian tidak hanya memberikan arahan saja, tetapi juga ada proses diskusi dalam pendampingan tersebut. Dengan adanya proses diskusi, peserta PKM dapat menyampaikan hambatan yang dihadapinya dalam mempelajari platform tersebut. Misalnya pada menu “coverpage” yang tidak bergerak, dan juga penggunaan “animasi” dan “icon” yang

kurang menarik, Tim Pengabdian langsung mendatangi peserta, mencontohkan dan menunjukkan cara sehingga peserta dapat memahami dengan mudah dalam membuat dan menggunakan imooji.

Berdasarkan pelaksanaan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian dalam pembuatan brosur digital oleh Guru-Guru SMKN 2 Seririt, Tim Pengabdian mendapatkan hasil bahwa Guru-Guru SMKN 2 Seririt sangat membutuhkan platform yang ringan dan mudah seperti ini. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang sseperti ini pernah dilaksanakan oleh pihak lain, tetapi karena platform yang digunakan sangat berat, maka banyak dari Guru-Guru maupun siswa yang menggunakan platform tersebut tidak dapat menggunakan dan tentu saja tidak dijadikan salah satu pembahasan dalam pembelajaran kewirausahaan.

Salah satu peserta yang juga Kepala SMKN 2 Seririt yaitu Bapak I Putu Suarbawa, S.Pd, mengatakan bahwa:

*“Bapak Ibu, Tim Pengabdi dari Undiksha, platform ini ringan, dan menurut saya mudah niki. Punapi kenten, platform ini kekutannya ada di foto, mengaksesnya mudah, dan template yang diperlukan sampun disediakan. Jadi kami, termasuk saya dan guru-guru lainnya, mudah niki menggunakannya dan tentu saja mudah juga niki, jika disampaikan kepada anak-anak”*

Kami sebagai Tim Pengabdian membeirkan respon bahwa:

*“Inggih Bapak, sebenarnya sebelum kami memberikan platform ini, di awal kami sengaja nenten mengungkapkan napi keunggulan dari platform niki, karena nanti akan kami sampaikan secara umum dumun, lalu nanti kami akan latih lan dampingi, terus coba melihat respon Bapak Ibu Guru-Guru niki, terus napi yang Bapak Ibu sampun dapatkan. Ternyata Bapak sampun langsung polih esensi dari platform niki. Nggih, memang niki esensi saking platform ini niki”*

Hal ini berarti bahwa platform brosur digital melalui imooji yang disampaikan oleh Tim Pengabdian saat diperkenalkan kepada Kepala SMKN 2 Seririt dan guru-guru yang merupakan peserta PKM sangat antusias terhadap platform ini. Dikarenakan platform yang disampaikan tersebut, mudah dipahami, ringan, mengandalkan foto yang baik untuk memasukkan template, template tidak perlu

dibuat atau platform sudah menyediakan template dan nantinya apabila guru-guru akan menyampaikan ke siswa, tentu saja, akan dapat dipahami dan digunakan dengan mudah oleh siswa. Bila demikian, platform ini dapat digunakan sebagai salah satu sub bahasan dalam pembelajaran kewirausahaan



Gambar 5. Proses Diskusi

Ibu Komang Arini yang merupakan salah satu tim dari Tim Pengembang Kewirausahaan, atau Siswa Pengemar Wirausaha (SPW) Fotografi, sangat tertarik dengan platform ini. Beliau bertanya:

*“Bapak kenapa ya, templatnya tidak bisa diedit nggih. Niki sampun dimasukkan template dari cover page, sampai dengan template yang terakhir niki. Tapi niki ten bisa diedit malih. Punapi niki Bapak? Selain niki gimana niki agar bisa mengaktifkan WA sareng media sosial liane niki. Supaya nipi yang Bapak sampaikan diawal tadi brosur niki lewat bisa dikirim lewat WA manten, cukup linknya manten, nanti sane dikirim link, sampun polih lokasi atau informasi yang lain niki. Tyang lihat bahwa dengan imooji niki, karena kekuatannya di foto bisa niki untuk dimanfaatkan kedepannya”*

Tim Pengabdian memberikan respon atas hal tersebut:

*“Puniki Bapak Ibu, salah satu kelemahan platform ini, template yang bisa digunakan niki cuma empat, tidak bisa lebih. Tapi niki sampun juga keunggulannya. Mengapa demikian? Ring realita, apabila brosur niki terlalu panjang dan lama, apalagi niki brosur digital nenten bisa mencapai maksud dari pembuat kepada calon konsumen, Karena konsumen akan malas untuk membaca brosur yang terlalu*

*panjang, banyak tulisan. Calon konsumen akan tertarik jika, yang disampikan dalam brosur itu adalah gambar yang jelas, tulisan yang singkat dan jelas, contact person, web, ataupun media sosial lainnya dapat dicari dan dihubungi langsung. Nantinya, calon konsumen akan tertarik akan produk yang Bapak Ibu akan tawarkan niki. Bapak Ibu, memang imooji niki kekuatannya ring foto seperti apa yang saya sampun sampaikan sebelumnya. Karena niki masing-masing SPW melalui pembina SPW bisa niki memanfaatkan hal niki, termasuk sareng guru-guru ring masing-masing jurusan. Misalnya sane moto SPW fotografi, yang difoto niki produk-produk masing-masing SPW. Nanti tim editing saking jurusan TIK lan DKV. Hasil foto produk, editan lan konten bisa dikoordinasikan sareng semua pihak, nanti bisa dihasilkan imooji yang menarik untuk dipromosikan sareng calon konsumen”*

Hal ini berarti bahwa guru-guru SMKN 2 Seririt sangat tertarik dengan platform ini. Guru-guru langsung mempraktekkan penggunaan imooji ini, agar nantinya dapat digunakan dalam pembelajaran kewirausahaan dan juga dapat digunakan oleh kelompok SPW dalam mempromosikan produk-produk yang dihasilkan langsung kepada konsumen melalui media sosial seperti What's App (WA), Instagram (IG) dan media sosial lainnya yang secara langsung dapat diakses oleh calon konsumen sehingga calon konsumen tertarik untuk mau membelinya (Strauss dan Frost, 2009).

Untuk diketahui bahwa, di SMKN 2 Seririt terdapat beberapa SPW seperti bank mini, mini bar, fotografi, pertanian, sablon, perkebunan dan beberapa lainnya. Dengan adanya platform imooji ini maka para guru yang merupakan pembina SPW dapat berkolaborasi satu dengan yang lainnya. Misalnya, Guru pembina dan siswa SPW fotografi dapat dimintai bantuan oleh guru dan pembina SPW perkebunan yang nota bene menghasilkan produk perkebunan seperti cabai. Hasil foto dari SPW fotografi dapat diedit selain oleh bagian fotografi juga dapat dibantu oleh siswa jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) dan juga editing dalam konten dapat diedit oleh imooji dapat dibantu oleh jurusan Teknologi Informasi dan Komputer (TIK). Dengan demikian maka akan terbentuk suatu imooji yang memang

berkualitas, informatif dan mudah dimengerti. Apabila imooji tersebut dapat terealisasi, maka sekolah melalui guru dan siswa dapat menginformasikan kepada semua calon konsumen. Bila calon konsumen ini membeli ke sekolah, maka tentu saja akan memberikan tambahan penghasilan baik terutama kepada siswa-siswa dan program wirasaha yang digerakkan oleh sekolah dapat dinyatakan berhasil.

Bapak Made Yasa Sumendra, yang merupakan salah satu guru di SMKN 2 Seririt bertanya dan berdiskusi dengan Tim Pengabdian:

*“Bapak selama ini di keluarga tyang, makarya calcalan, wenten ane order dumun, tapi lebih banyak dibuat dumun wau dijual. Imooji niki dapat membantu promosi nggih untuk jaja Bali nike. Kenapi kenten, seringkali rugi nike, kadang keweh memberitahu pembeli nike. Mohon solusinya nike Bapak”*

Tim Pengabdian memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut”

*“Bapak salah satu tujuan imooji saya berikan ke sekolah ini karena saya mendengar informasi tersebut. Sebagian besar memang pedagang jajanan tradisional seperti nike. Banyak membuat produk, tetapi belum tentu diterima oleh calon konsumen atau konsumen. Kelebihan produk tidak dapat untuk dijual lagi pada upacara keagamaan berikutnya. Kenapa kenten karena kenikamatan produk sudah tidak nikmat saat produk tersebut baru jadi. Karena nike dengan imooji niki, Bapak dapat menyarankan nike, dengan imooji niki dapat membantu solusi atas permasalahan nike. Caranya, buat dumun produknya secukupnya. Setelah nike, difoto produk-produk nike, dibuatkan dengan konsep brosur digital yang bagus, kemudia dikirimkan ke WA masing-masing sane wenten ring masing-masing telepon seluler Bapak Ibu. Setelah ada yang memesan, karena melihat imooji nike, baru dibuat sejumlah pesanan atau dibuat lebih sedikit dari pesanan, sehingga produk yang dibuat tidak melebihi, yang dikhawatirkan kelebihan produk tidak dapat dijual. Yening sampun demikian, kerugian atas kelebihan produk dapat diminimalisir, sehingga pedagang dapat nike memperoleh keuntungan yang*

*sesuai”.*

Artinya bahwa imooji dapat menjadi salah satu solusi kelebihan produksi yang dapat tidak diterima oleh masyarakat. Apabila terjadi kelebihan produksi maka belum tentu semua produk dapat dibeli oleh konsumen. Hal ini karena pesaing sangat banyak dengan menjual produk yang sama atau mirip, sehingga pembeli dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan yang dimiliki. Hal ini karena, dengan imooji, maka ada suatu penawaran produk yang dilakukan tanpa harus membuat produk yang dalam jumlah besar terlebih dahulu, terutama untuk pemasaran produk kue tradisional. Kegiatan upacara keagamaan berlangsung dalam waktu tertentu, dimana jumlah pesaing banyak. Jikalau tidak dilakukan pemesanan terlebih dahulu oleh konsumen maka produsen akan kelebihan produksi.



Gambar 6. Tim Pengabdian dan Peserta

Hal ini akan berdampak pada penambahan jumlah biaya untuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Apabila kelebihan ini terlalu melebihi akan dapat mengurangi pendapatan penjualan yang tentu saja mengurangi keuntungan. Apabila kelebihan biaya ini kurang diperhatikan selain mengurangi pendapatan tentu saja akan berakibat kerugian bagi pihak produsen.

## SIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pembuatan brosur digital bagi guru-guru SMKN 2 Seririt dapat memberikan manfaat bagi guru-guru tersebut. Hal ini karena SMKN 2 Seririt memiliki beberapa kelompok Siswa Penggemar Wirausaha (SPW) dan beberapa jurusan yang memang diarahkan untuk sekolah kejuruan. Dengan adanya imooji ini maka semua pihak baik pihak jurusan maupun pihak SPW dapat berkolaborasi untuk membuat suatu brosur digital yang menarik, sehingga calon pembeli

dapat membeli produk hasil dari kegiatan SPW siswa-siswa SMKN 2 Seririt yang tentu saja dapat menambah penghasilan dari kegiatan SPW-nya dan dapat merupakan suatu indikator keberhasilan program wirausaha di SMKN 2 Seririt. Selain itu, platform imooji ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan ajar di mata pelajaran kewirausahaan di SMKN 2 Seririt.

Selain itu, dengan imooji ini guru-guru SMKN 2 Seririt yang sudah menjadi trainer dan juga siswa-siswa yang sudah mendapatkan pelajaran brosur digital melalui platform imooji, dapat menggunakan hal tersebut dalam membantu memasarkan kue tradisional maupun produk tradisional sekitar yang masih dipasarkan secara manual sebelumnya. Dengan adanya pemasaran digital ini maka produsen akan membuat produknya sesuai dengan pesanan pembeli, atau tidak melakukan produksi yang besar terlebih dahulu yang kemudian dipasarkan. Tentu saja belum tentu semua produk diterima dan dibeli oleh pasar melihat banyaknya pesaing. Dengan pembuatan produk sesuai dengan pesanan maka biaya produksi tentu saja dapat ditekan sehingga pengurang atas pendapatan tidak begitu besar dan tidak juga mengalami kerugian.

Karena platform imooji ini begitu menarik, selain untuk pemasaran diharapkan platform imooji ini dapat dikembangkan tidak hanya untuk pembuatan brosur digital tetapi juga dapat dibuat suatu menu yang dapat membuat pembeli langsung memesan produk digambar. Pesanan ini dapat berupa jumlah pesanan, jumlah harga yang harus dibayar oleh konsumen, dan alamat penerima barang (konsumen). Berita yang diberikan kepada pembeli dalam bentuk pesan WA, yang menginformasikan hal tersebut. Hal ini akan lebih memudahkan komunikasi antara pembeli dengan penjual. Dengan adanya menu ini, penjual dapat berkomunikasi langsung dengan pembeli, melalui nomor WA pembeli dan penjual yang bertujuan untuk meneruskan keseriusan pembeli dalam memesan produk yang dijual oleh penjual sehingga terjadi transaksi penjualan. Apalagi dalam menu tersebut sudah diketahui berapa uang yang dibayarkan oleh pembeli. Kelanjutan pembayaran, pengiriman dan biaya pengiriman tentu saja komunikasi tersebut melalui WA.

Saat pelatihan dan pendampingan, masih berupa desain produk yang dibuat dalam imooji. Perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan langsung terhadap produk yang dihasilkan oleh SPW SMKN 2 Seririt dan siswa dan melakukan evaluasi terhadap hasil imooji terhadap hasil

pemasaran produknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulatif, S. (2021). Dampak Pandemi Terhadap Eksistensi Pendidikan di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1567-1570.
- Arini, I. A. D., Paramita, I. B. G., & Triana, K. A. (2020). Ekspektasi, Realisasi Dan Negosiasi Tourism Reborn Di Masa Pandemi Dalam Pariwisata Bali. *CULTOURE: Culture Tourism and Religion*, 1(2), 101-112.
- Dewi, D. V. N., Astawa, I. B. M., & Citra, I. P. A. (2022). Perubahan Sosial Ekonomi Penduduk Pendetak Pelaku Usaha Wisata pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Ungasan. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 10(1), 103-114.
- Dewi, N. P. M., & Utari, T. (2014). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(12), 444-496.
- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi *Digital Marketing Platform (Cashback)* Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing, 10th Edition*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kusuma, B., Wijaya, B. K., & Mariani, W. E. (2021). Dampak pandemi covid-19 pada sektor perhotelan di Bali. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 3(1), 49-59.
- Masruroh, I., Andrean, R., & Arifah, F. (2021). Peran pemerintah dalam mengatasi dampak pandemi covid-19 bagi UMKM di Indonesia. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(1), 41-48.
- Nursatyo., & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Perbandingan Harga Telunjuk.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46-67.
- Oktaviani, F & Rustandi, D. (2018). Implementasi *Digital Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness*. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan*

*Masyarakat*, 3(1), 1-20.

Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka*, 11(2), 46-53.

Putri, S.D., & Fithrah, D.S. (2017). Pengaruh *Online Marketing Campaign #Samyangchallenge* Terhadap *Consumer Behavior Digital Natives* Pengguna Youtube

Indonesia. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 1(2), 132-141.

Ridwan, I.M. (2019). Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 137-142.

Strauss, J., & Frost, R. (2009), *E- Marketing, 5th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle.