

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI BENTUK KEWIRAUSAHAAN DINI BAGI PELAJAR MAN 1 BULELENG

Ni Luh Asri Savitri^{1*}, Made Arie Wahyuni², Diota Prameswari Vijaya³, M. Berlindo Ali
Pradhana⁴, Komang Erdiasa⁵

Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha

*E-mail: asri.savitri@undiksha.ac.id

ABSTRACT

UU No 20 Tahun 2003 concerning the National Education System states that the aim of education is to prepare Indonesian people to have an entrepreneurial spirit. To make this happen, the 2013 curriculum was formed where students are expected to have an entrepreneurial spirit and skills. In this PKM activity, we discuss the forms of strategies used in marketing businesses that have been or have just been formed. The introduction of digital marketing and e-commerce training has an important role in marketing strategies, especially as a form of early entrepreneurship for MAN 1 Buleleng students which was attended by 20 participants. The methods used include training and delivery of material in the form of theoretical presentations and practice/application of creating digital marketing content both through social media and through e-commerce. The results of the activity show that before implementing PKM, MAN 1 Buleleng students did not really know the terms related to product marketing via online media, but after carrying out the activity it was discovered that MAN 1 Buleleng students could understand the basics of marketing via social media or via e-commerce. commerce simply. PKM activities play a positive role in increasing participants' knowledge and skills in marketing or sales through digital marketing and e-commerce

Key words: *Entrepreneurship, digital marketing, e-commerce*

ABSTRAK

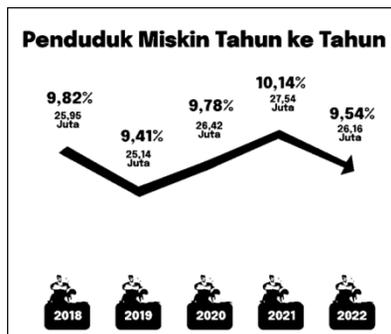
Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional disebutkan bahwa tujuan pendidikan adalah mempersiapkan insan Indonesia untuk memiliki jiwa wirausahawan. Untuk mewujudkan hal tersebut, dibentuklah kurikulum 2013 dimana peserta didik diharapkan memiliki jiwa dan ketrampilan kewirausahaan. Dalam kegiatan PKM ini, membahas bentuk strategi yang digunakan dalam memasarkan bisnis yang telah atau baru dibentuk. Pengenalan *digital marketing* dan pelatihan *e-commerce* memiliki peranan penting dalam strategi pemasaran terutama sebagai bentuk kewirausahaan dini bagi pelajar MAN 1 Buleleng yang dihadiri oleh 20 peserta. Adapun metode yang dilakukan berupa pelatihan dan penyampaian materi dalam bentuk teori presentasi dan praktik/penerapan pembuatan konten *digital marketing* baik melalui media sosial maupun melalui *e-commerce*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan PKM, para pelajar MAN 1 Buleleng belum begitu mengenal istilah-istilah terkait dengan pemasaran produk lewat media online, namun setelah pelaksanaan kegiatan diketahui para pelajar MAN 1 Buleleng dapat memahami dasar-dasar pemasaran melalui media sosial ataupun melalui *e-commerce* secara sederhana. Kegiatan PKM berperan positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemasaran ataupun penjualan melalui *digital marketing* dan *e-commerce*

Kata kunci: Kewirausahaan, digital marketing, e-commerce

PENDAHULUAN

Kemiskinan dan pengangguran masih menjadi masalah penting yang harus ditangani dalam pembangunan bangsa dan Negara Indonesia saat ini, meskipun dalam beberapa tahun terakhir angka kemiskinan dan pengangguran mengalami penurunan. Berikut data penduduk

miskin dari tahun 2018-2022 berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS)



Gambar 1 : Data Penduduk Miskin Dari Tahun 2018-2022

Menurut Firdaus (2014) kemiskinan didefinisikan sebagai ketidakmampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan dasarnya karena ketidakberdayaan dalam mengakses atau menguasai sumber-sumber ekonomi. Ketidakmerataan pembangunan ekonomi menjadi salah satu penyebab terjadinya kemiskinan. Keadaan tersebut akan memberikan beban tersendiri bagi pemerintah. Oleh karena itu, pengentasan kemiskinan dan pemerataan pembangunan menjadi aspek yang penting dalam agenda kebijakan pemerintah. Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, berbagai program atau kebijakan pengentasan kemiskinan telah dilakukan oleh pemerintah, salah satunya adalah dengan meningkatkan mutu sumberdaya manusia yang lebih kreatif dan produktif.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional disebutkan bahwa tujuan pendidikan adalah mempersiapkan insan Indonesia untuk memiliki kemampuan hidup sebagai pribadi dan warganegara yang produktif, kreatif, inovatif, dan afektif serta mampu berkontribusi pada kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara dan peradaban dunia. Pada jenjang pendidikan dasar dan menengah, Kemendikbud telah menjabarkannya melalui langkah strategis dalam implementasi Kurikulum 2013. Tujuan Kurikulum 2013 akan lebih tercapai ketika peserta didik memiliki jiwa dan ketrampilan kewirausahaan, mereka akan menjadi warga negara yang produktif, kreatif dan inovatif yang dilandasi nilai-nilai karakter bangsa dan mampu berkontribusi pada kehidupan bermasyarakat. Rancangan Kurikulum 2013 merupakan implementasi kecakapan abad 21 atau diistilahkan dengan 4C (*Critical Thinking, Creativity, Collaboration dan*

Communication). Integrasi capaian kemampuan tersebut dirumuskan terutama dalam mata pelajaran Kewirausahaan dalam Kurikulum 2013.

Merujuk pada kurikulum baru yang mengharuskan para pelajar menerapkan kewirausahaan, pengabdian ingin memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pelajar di MAN 1 Buleleng terkait kewirausahaan dengan pemanfaatan digital marketing. Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan kepada Kepala Sekolah MAN 1 Buleleng, para pelajar di MAN 1 Buleleng sudah memperoleh teori dan materi tentang kewirausahaan, namun belum ada yang mengaplikasikannya. Hal ini dikarenakan belum adanya minat dari para pelajar dan masih belum memahami bagaimana caranya memulai bisnis. Selain itu ada beberapa pelajar yang minim pengetahuan terhadap digital marketing. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan jumlah wirausahawan di usia muda dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi di era digital melalui digital marketing dalam memasarkan produknya, serta dapat meningkatkan pendapatan sehingga dapat memperbaiki perekonomian pelajar di MAN 1 Buleleng.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan penerapan digital marketing pada para pelajar di MAN 1 Buleleng agar tercapai tujuan yang diharapkan adalah :

1. Penyuluhan

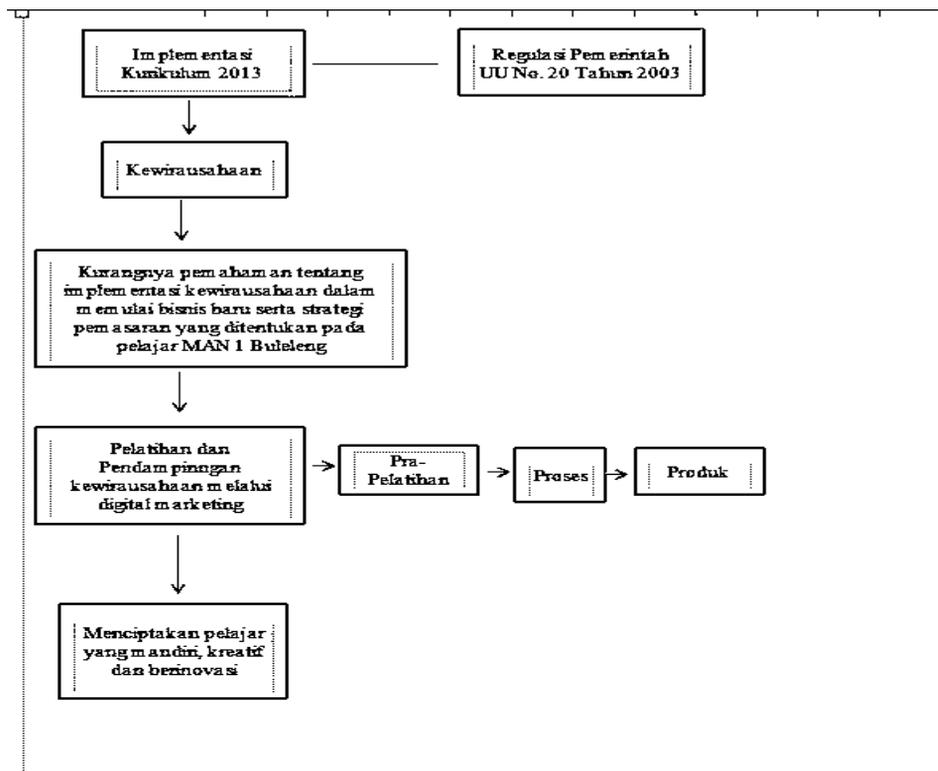
Kegiatan ini dimulai dengan persiapan para pelajar di MAN 1 Buleleng yang menjadi target pelatihan dengan jumlah anggota 30 orang yang sudah memperoleh materi Kewirausahaan. Selanjutnya diadakan test awal (Pre Test) untuk mengukur pemahaman para pelajar tentang konsep kewirausahaan serta strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Test diberikan dalam bentuk pilihan ganda. Hasil test dianalisis untuk disesuaikan dengan materi penyuluhan.

2. Pelatihan

Kegiatan ini dilakukan dengan belajar bersama para pelajar di MAN 1 Buleleng untuk membuat suatu bisnis baru serta cara

memasarkannya. Para pelajar ini diberikan waktu untuk menyelesaikan bisnis yang dibuatnya serta pemasarannya. Selama kegiatan ini, pelaksana kegiatan melakukan monitoring dan pendampingan. Akhir dari kegiatan pelatihan akan diadakan post test

untuk mengukur penilaian akhir pelajar di MAN 1 Buleleng tentang materi yang diberikan baik dalam kegiatan penyuluhan maupun pelatihan



Gambar 2: Bagan alur Kerangka Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah dengan mempersiapkan bahan administrasi sesuai dengan pelaksanaan sosialisasi, melakukan koordinasi dengan Kepala Sekolah MAN 1 Buleleng, menyiapkan materi serta menyiapkan narasumber yang memiliki kompetensi sesuai dengan tujuan pelatihan.



Gambar 3 : Koordinasi dengan Kepala Sekolah MAN 1 Buleleng

Pada kegiatan pengabdian ini melibatkan tim pengabdian dan pelajar tingkat SMA di MAN 1 Buleleng. Adapun lokasi pengabdian berada di Desa Patas Kecamatan Gerokgak, Buleleng Bali. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini berupa pemberian teori dan langkah-langkah terkait bagaimana membangun usaha melalui digital marketing dan e-commerce. Pelaksanaan kegiatan program PKM ini terdiri dari 2 (dua) tahap, antara lain : 1) Tahap Penyuluhan, dan 2) Tahap Monitoring.

4.1 Tahap Persiapan

Pada tahap ini tim pengabdian mengadakan pre-test yang dihadiri oleh 20 siswi MAN 1 Buleleng. Tujuan dilakukannya pre-test ini adalah untuk menilai kondisi awal pemahaman dan kesiapan para siswi terkait

dengan pengimplementasian digital marketing. Adapun pertanyaan yang diajukan oleh tim pengabdian adalah sebanyak 20 pertanyaan objektif dan dijawab selama 10 menit. Pada kegiatan ini diperoleh hasil hanya 20% dari jumlah siswi yang memperoleh score 75 keatas. Selebihnya 80% memperoleh score dibawah 75. Hal ini menandakan bahwa kurangnya pemahaman tentang digital marketing di kalangan pelajar MAN 1 Buleleng

4.2 Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pada tahap ini diawali dengan pelatihan pembuatan buket snack yang diberikan oleh Ibu Diota Prameswari Vijaya, yang merupakan Dosen di Prodi S1 Akuntansi. Pelatihan ini dihadiri oleh 20 orang siswi MAN 1 Buleleng yang belum memiliki usaha. Pelatihan pembuatan buket snack ini berlangsung selama 90 menit. Narasumber melatih para siswi MAN 1 Buleleng untuk membuat buket snack dengan bahan-bahan yang sudah disediakan. Dengan adanya pelatihan ini tim pengabdian berharap siswi MAN 1 Buleleng dapat berpikir secara kreatif dan kritis serta dapat menerapkannya dan menjadikannya suatu peluang bisnis..



Gambar 4 : Pelatihan Membuat Buket Snack

Setelah pelatihan pembuatan buket snack, dilanjutkan oleh Narasumber ke-2 yaitu ibu Ni Luh Asri Savitri, yang merupakan Dosen pada Prodi S1 Akuntansi juga. Narasumber ke-2 memberikan materi tentang pemanfaatan digital marketing dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Pada tahap ini, narasumber memberikan pelatihan dengan menerapkan digital marketing pada usaha pembuatan buket snack yang sudah ditlakukan pada pelatihan sebelumnya. Pada

saat pelatihan narasumber menjelaskan media-media pemasaran yang dapat digunakan dalam memasarkan produk buket snack tersebut. Selain itu narasumber juga menjelaskan keuntungan dan kelemahan dalam pemanfaatan media digital marketing dalam proses pemasaran. Berdasarkan observasi yang dilakukan, 100% siswi MAN 1 Buleleng mempunyai smartphone dan 80% menggunakan digital marketing saat transaksi pembelian. Pada saat memberikan pelatihan pemanfaatan digital marketing, narasumber berharap agar siswi MAN 1 Buleleng memanfaatkan digital marketing tidak hanya pada transaksi pembelian saja, namun diharapkan pemanfaatan digital ini dapat dilakukan ketika memasarkan produk yang dihasilkan sehingga memperluas pasar serta dapat meningkatkan penjualan atas usaha yang dilakoni.



Gambar 5: Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing

4.3 Tahap Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan pengabdian ini dikatakan lancar apabila pelajar MAN 1 Buleleng mampu membuat bisnis baru dan pemasarannya dapat dilakukan melalui digital marketing dan hasil post test yang dihasilkan minimal 75% mendapat skor baik. Tabel 1 menunjukkan hasil pre test dan post-test yang telah dilakukan. Pada tabel tersebut diperoleh terdapat peningkatan tentang pemahaman pemanfaatan digital marketing di kalangan pelajar MAN 1 Buleleng

Tabel. 1 : Hasil Pre Test dan Post Test Siswa MAN 1 Buleleng

Materi Pelatihan Yang Dipaparkan Narasumber	Pre Test		Post Test	
	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Tidak mengetahui dan tidak Membuat Digital Marketing	16	80	3	15
Mengetahui dan dapat membuat digital marketing	4	20	17	85

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pendidikan Ganesha yang dilakukan oleh dosen-dosen program studi S1 Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu Kepala Sekolah MAN 1 Buleleng. Harapan kami dengan pengabdian ini dapat menambah ilmu yang bermanfaat dalam pelatihan dan pendampingan terkait pengenalan digital marketing dan pelatihan *e-commerce* sebagai bentuk kewirausahaan dini bagi pelajar SMK.

Dalam laporan kegiatan ini mungkin banyak kekurangan yang ada, untuk itu kami berharap masukan dan kritikan dalam rangka perbaikan untuk kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan datang. Semoga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar lingkungan Universitas Pendidikan Ganesha dan lainnya.

Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung kegiatan yang kami laksanakan dan kami mohon maaf apabila dalam pelaksanaan dan tulisan ini banyak ditemukan kekurangan.

DAFTAR RUJUKAN

- Firdaus.N (2014). Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol 22, No. 1, 2014*
- Frederick, Howard. Donald F. Kuratko, dan Richard M. *Hodgetts*. 2006.

Entrepreneurship: Theory, Process, Practice, Cengage Learning

Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005). *Commerce Marketing*. United States of America: South Western

Kuratko, D.E., & Hodgetts, R.M. 2006. *Entrepreneurship A Contemporary Approach*. Chichago : The Dryden Press.

Kurikulum, (2010). Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan. Jakarta.

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016. Standar Kompetensi Lulusan Pendidikan Dasar dan Menengah

Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. 2010. Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses, Kencana

Zimmerer, W.T. (1996). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.