

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL MARKETING UNTUK GURU SMK

Subari

Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia, Malang, Indonesia

Koresponden penulis: subari@stiki.ac.id

Abstrak

Dalam kegiatan kewirausahaan terdapat proses untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan menerapkan visi dari ide inovatif, serta pencapaian suatu peluang yang lebih baik. Dapat berupa bisnis baru sebagai hasil akhir yang tercipta dalam rana yang dihadapkan pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Melesatnya laju Era digital pada dunia Internet of Things serta laju pertumbuhan teknologi metaverse membuat siap atau tidak, setiap sekolah diharapkan dapat menangkap peluang dan tantangan yang ada. Teknologi memainkan peran penting pada semua bidang perkembangan dunia digital. Tidak terlepas dengan pendidikan dalam Lembaga vokasi sesuai yang tertuang didalam rencana kegiatan penguatan kelembagaan SMK, dimana pendidik diharapkan ikut berperan dalam melahirkan talenta-talenta baru dalam dunia digital, perlu mendapatkan banyak wacana-wacana baru khususnya dalam digital marketing. Pelatihan yang dilaksanakan untuk memberikan pemahaman proses pembuatan dan pemanfaatan digital marketing ini dikhususkan bagi semua guru SMK Negeri 3 Kota Batu, Jawa Timur. Tujuan kegiatan selain memberikan wawasan juga melatih terkait pembuatan awal prototype digital marketing, dengan mengenalkan makna dan perkembangan dari digital marketing, trend dan fakta digital marketing 2022 serta bagaimana melakukan proses dalam digital marketing. Metode dengan pelatihan yang disertai dengan praktek langsung memanfaatkan berbagai media digital yang menghasilkan luaran berupa prototype digital marketing untuk SMK..

Kata Kunci:

smk negeri 3 batu; kewirausahaan digital; digital marketing; media promosi digital

PENDAHULUAN

Salah satu faktor penentu keberhasilan bisnis yang paling penting adalah *Digital Marketing* dimana berisi strategi usaha yang memberikan benefit dengan memanfaatkan media elektronik dan komputerisasi (Sa'diyah, 2022). Seiring berkembangnya internet penggunaan domain digital dalam berbagai bentuk mulai dari situs web, pemasaran melalui media sosial, iklan berbentuk PPC, pemasaran via email, dan SEO (Sosianika, 2020). Pemasaran membantu memperkuat bisnis. Bahkan perusahaan besar mengandalkan pemasaran untuk menjangkau pelanggan dan klien mereka. Tidak peduli seberapa bagus produk atau layanan yang diberikan, kurangnya pemahaman ini akan berakibat perusahaan tidak akan berkembang (Li Li, 2021). Selain meningkatkan *brand awareness*, pemasaran juga dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis.

Kelebihan *Digital Marketing* adalah 1) Fleksibilitas, 2) Jangkauan yang Luas, 3) Kemudahan evaluasi dan 4) *Branding*. Pemasaran digital membantu para

pemimpin bisnis membangun merek yang hebat (Kannan, 2017). Kehadiran merek utama di media digital adalah penting. Ini karena pelanggan melakukan riset online sebelum membeli produk yang ditawarkan. SMKN 3 Kota Batu memiliki program keahlian Teknik Broadcasting dan program keahlian Teknik Komputer dan Informatika, masing-masing banyak memiliki luaran produk digital. Maka dari itu perlunya kegiatan ini untuk memberikan tambahan wawasan khususnya bagi guru di SMKN 3 Kota Batu. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kesempatan bagi para Pendidikan khususnya pada sekolah vokasional untuk mempersiapkan pendidik menjadi sumber daya yang memiliki keterampilan digital terbaik.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini dengan cara membagikan materi yang dibutuhkan oleh guru di SMK Negeri 3 Kota Batu. Kegiatan ini yang rencananya akan diikuti oleh 39 guru, namun karena ada 5 guru yang masih harus dinas diluar sekolah, menjadi 34 guru yang bisa mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan *digital marketing* ini. Acara dibuka dengan sambutan oleh Kepala Sekolah SMK Negeri 3 Batu, yang menekankan bahwa pentingnya penerapan digital marketing ini untuk bisa diimplementasikan oleh semua guru dalam mendukung semua program sekolah yang ada. Mengingat juga bahwa sekolah vokasi ini telah banyak menorehkan prestasi lomba-lomba digital baik skala nasional maupun internasional. Kegiatan yang dimulai dari pukul 07.30 WIB sesuai rundown acara. Begitu antusiasnya para guru dan koordinator program keahlian, bahkan kegiatan berakhir sampai melebihi jam yang sudah ditentukan dalam *rundown* acara tersebut. Materi secara garis besar dibagi menjadi:

- 1) Perkembangan pengguna media digital tahun 2022.
- 2) Waktu akses, alasan serta media sosial beserta platform dan *website* yang banyak dikunjungi orang Indonesia tahun 2022.
- 3) Statistik Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia tahun 2022.
- 4) Pengantar *Digital Marketing*.
- 5) Trend dan Fakta *Digital Marketing* 2022.
- 6) Melakukan proses dalam *Digital Marketing* (*Traffic, Conversion, Relationship*).
- 7) Praktek Pembuatan Prototipe *Digital Marketing* untuk Sekolah.

Metode pelaksanaan kegiatan dengan cara memberikan bahan materi pelatihan, diskusi bersama, praktik memanfaatkan media digital dan evaluasi. Langkah-langkah yang dilaksanakan antara lain:

- 1) Penyampaian materi dan pelatihan pemahaman teknologi dan perkembangan berbasis digital melalui peningkatan wawasan dan literasi digital.
- 2) mentoring yang disertai dengan diskusi dalam praktek secara langsung terkait pemanfaatan media *digital marketing*.
- 3) Evaluasi akan dilakukan dengan cara pembahasan secara Bersama hasil draft yang diciptakan oleh masing-masing program keahlian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyampaian terkait kebutuhan dan tujuan kegiatan dipaparkan langsung oleh kepala sekolah SMKN Negeri 3 Kota Batu. Paparan ini sekaligus mengacu salah satu butir dalam dokumen Penguatan Kelembagaan SMK.



Gambar 1. Paparan kepala sekolah dan panitia sebagai pembukaan kegiatan

5.3 Penguatan Kelembagaan SMK			
Program dan Kegiatan	Tujuan	Unsur yang Terlibat	Output
5.3 Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing	Tujuan: memahami cara mengimplemen tasikan Digital Marketing	- Untuk kegiatan ini melibatkan narasumber dari unsur Praktisi - Honor narasumber dibayar sesuai ketentuan dan kualifikasi Narasumber. - Kualifikasi Narasumber yang berkompeten pada bidangnya untuk merancang dan mengembang pola pemasaran produk SMK melalui Start Up kegiatan pemasaran secara online - Peserta: adalah guru kejuruan dan guru yang menarangi kegiatan kewirausahaan atau ikut mengelola teaching factory	- Terdapat Rancangan sistem pemasaran Online di SMK - Terdapat bukti pelaksanaan kegiatan sesuai ketentuan , - Memiliki Dokumen relevan.

Gambar 2. Butir dalam Penguatan Kelembagaan SMK

Kegiatan berikutnya adalah pemateri memberikan ulasan terkait data digital, internet, *website* serta sosial media populer.



Gambar 3. Paparan Awal dari Pemateri

Peserta dari guru semua semua bidang keahlian menyimak secara seksama. Adanya akses internet yang baik disediakan oleh pihak SMK untuk

digunakan pemateri dan peserta pelatihan dalam melihat contoh media digital secara online.



Gambar 4. Peserta dari Semua Guru

Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan pengantar *digital marketing*, pengungkapan trend dan fakta *digital marketing* untuk tahun 2022. Kemudian dilanjutkan dengan bagaimana Melakukan proses dalam *digital marketing* (yang terklasifikasi menjadi topik *traffic, conversion dan relationship*). Tahapan berikutnya dilanjutkan dengan praktek pembuatan rancangan prototipe *digital marketing* untuk Sekolah.



Gambar 5. Peserta Pelatihan melakukan Praktek dalam Proses Digital Marketing

Dalam praktek ini peserta menginventarisir semua objek dalam *digital marketing* yang selama ini sudah ada di SMK Negeri 3 Kota Batu. Selanjutnya dari masing-masing perwakilan guru program keahlian melakukan desain prototipe draft dari proses *digital marketing* dalam wadah besar yang diberi label **“TEFA DM PROJECT”** SMK Negeri 3 Kota Batu.



Gambar 6. Perwakilan Guru Program Keahlian Menyusun Draft untuk TEFA DM PROJECT

TEFA artinya *Teaching Factory* dari bagian program hibah yang dijalankan saat ini di sekolah tersebut. Draft prototipe dari TEFA ini selanjutnya akan dikerjakan pada rencana pelaksanaan berikutnya secara lebih detail dan berkesinambungan antara guru dan siswa pada program keahlian yang ada di sekolah tersebut. Terdapat 3 bagian utama yang nantinya harus dijabarkan lebih spesifik pada masing-masing Program Keahlian yang ada yaitu rancangan dalam bagian *traffic*, *conversion* dan *relationship*.

KESIMPULAN

Digital marketing menjadi bagian dari solusi bagi lembaga pendidikan, dalam hal ini sekolah, untuk memasarkan produk atau jasa yang dikelola. Kegiatan pemasaran dianggap penting dalam perusahaan karena pemasaran menentukan keberlangsungan perusahaan. Kemampuannya untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Salah satu teknik pemasaran digital adalah penggunaan situs web institusional dan media sosial. Melalui layanan ini, pihak sekolah dapat menawarkan informasi terkini tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Kombinasi pemasaran digital melalui media sosial, periklanan, SEO, dan situs web sering digunakan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Digital marketing mampu menjangkau target pasar yang diinginkan dan fokus langsung pada calon pelanggan yang tertarik dengan berbagai produk dan layanan.

Dengan Pelaksanaan pelatihan ini semua guru pada khususnya bagi penggerak di tiap program keahlian sekolah dapat meningkatkan wawasan dan melatih semua unsur yang mendukung pembuatan prototipe *digital marketing* dalam sekolah dan mengimplementasikan pelaksanaan proses dalam digital marketing

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada (1) Ketua STIKI Malang; (2) Kepala Sekolah SMK Negeri 3 Kota Batu; (3) Wakil Ketua I STIKI Malang; (4) Kepala LPPM STIKI Malang.

DAFTAR RUJUKAN

- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Li Li; Ziyang Peng, & Jianjun Wang. (2021). Designing a Dual-track Drive Teaching System for Training Data Thinking of Digital Marketing Talents. *JOURNAL OF SIMULATION*, 9(5), 173–175.
- Sa'diyah, C., Hilmi, L. D., & Fitriasari, F. (2022). PENGUATAN STRATEGI BRANDING DAN DIGITAL MARKETING PADA EDOTEL SKALA SMK NEGERI 1 LAMONGAN, JAWA TIMUR. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(02). <https://doi.org/10.22219/skie.v6i02.22420>
- Sosianika, A., Amalia, F. A., & Rafdinal, W. (2020). Conceptualizing the Design of Marketing Laboratory Within Industry 4.0: A Case Study of Bandung Vocational College. *Proceedings of the International Seminar of Science and Applied Technology (ISSAT 2020)*. <https://doi.org/10.2991/aer.k.201221.099>