

**PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL:
MENINGKATKAN PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN PEMASARAN
PRODUK /JASA SECARA ONLINE BAGI SISWA KELAS XII
SMK NEGERI 2 PRABUMULIH**

Bayu Dharmaraga Alkahfi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prabumulih

email: bayudharma17@unpra.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet, telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Pemasaran online menjadi strategi utama dalam mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Penelitian Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menunjukkan bahwa pemasaran digital membawa perubahan besar dalam cara perusahaan memasarkan produk dan jasa. Media sosial, situs web, dan alat-alat digital lainnya memberikan peluang baru untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial, membangun merek, dan meningkatkan penjualan. Pelatihan Pemasaran Digital di SMK Negeri 2 Prabumulih bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam memasarkan produk atau jasa secara online. Pelatihan ini berbentuk workshop interaktif yang mencakup strategi pemasaran media sosial, pembuatan konten menarik, pemanfaatan *e commerce*, dan pengoptimalan mesin pencari. Peserta pelatihan akan memperoleh pemahaman mendalam tentang konsep dasar pemasaran digital dan teknik efektif dalam mengembangkan pemasaran online. Para siswa belajar memanfaatkan platform media sosial, situs web, dan alat digital lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa secara efektif kepada target audiens. Pelatihan ini diharapkan memberikan dampak positif jangka panjang bagi siswa SMK Negeri 2 Prabumulih dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran digital dan memperoleh keterampilan praktis yang berguna dalam dunia kerja. Selain itu, diharapkan pelatihan ini juga dapat memotivasi siswa untuk mengembangkan minat dan karir di bidang pemasaran digital.

Kata Kunci: pemasaran digital, *e commerce*, media sosial, promosi

Abstract

*The development of information and communication technology, especially the internet, has significantly transformed the business landscape. Online marketing has become a primary strategy to reach a wider target market and enhance competitiveness. Research by Chaffey and Ellis-Chadwick (2019) shows that digital marketing has brought significant changes in how companies market their products and services. Social media, websites, and other digital tools provide new opportunities to engage with potential customers, build brand presence, and increase sales. The Digital Marketing Training at SMK Negeri 2 Prabumulih aims to enhance students' knowledge and skills in marketing products or services online. The training takes the form of interactive workshops that cover social media marketing strategies, creating compelling content, using *e commerce*, and search engine optimization. Participants will gain a deep understanding of the fundamental concepts of digital marketing and effective techniques for developing online marketing campaigns. Students will learn how to leverage social media platforms, websites, and other digital tools to effectively promote products or services to target audiences. This training is expected to have a long-term positive impact on the students of SMK Negeri 2 Prabumulih by improving their understanding of digital marketing and equipping them with practical skills that are valuable in the workplace. Additionally, it is anticipated that the training will motivate students to pursue their interests and careers in the field of digital marketing.*

Keywords: *digital marketing, e commerce, social media, promotion*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet, telah mengubah lanskap bisnis secara dramatis. Di era digital ini, pemasaran produk atau jasa secara online telah menjadi strategi utama dalam mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Di Indonesia, pertumbuhan pengguna internet terus meningkat dengan pesat. Menurut data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 196 juta jiwa. Angka ini menunjukkan potensi besar yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk atau jasa secara online.

E-commerce menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia. Menurut data dari Statista, pada tahun 2021, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan mencapai lebih dari 54 miliar dolar AS. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin percaya dan nyaman berbelanja secara online. Begitupun dengan Media sosial juga memainkan peran penting dalam pemasaran digital. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite, pada tahun 2021, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 180 juta jiwa. Media sosial menyediakan platform yang efektif untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial, membangun merek, dan meningkatkan penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menunjukkan bahwa pemasaran digital telah mengubah cara perusahaan memasarkan produk dan jasa mereka. Kemajuan teknologi telah membuka peluang baru dalam hal interaksi dengan pelanggan, personalisasi pesan, analisis data, dan penggunaan alat-alat digital lainnya untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Mengingat pentingnya pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital bagi siswa kelas XII SMK Negeri 2 Prabumulih, maka dilakukan pengabdian ini. Pelatihan Pemasaran Digital bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam memasarkan produk atau jasa secara online. Pelatihan ini mencakup topik-topik seperti strategi pemasaran media sosial, penggunaan platform *e-commerce*, pengoptimalan mesin pencari, dan analisis data untuk menginformasikan keputusan pemasaran yang lebih baik. Diharapkan melalui pelatihan ini, siswa dapat memperoleh pemahaman dan keterampilan praktis yang dapat mereka terapkan dalam dunia kerja masa depan, serta dapat memotivasi mereka untuk mengembangkan minat dan karir di bidang pemasaran digital yang berkembang pesat.

2. METODE

Adapun metode yang digunakan pada kegiatan ini yaitu :

1. Studi Literatur: Melakukan studi literatur untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pemasaran digital, *e-commerce*, media sosial, dan strategi pemasaran online yang efektif. Dalam langkah ini, akan dikumpulkan berbagai sumber referensi, seperti buku, jurnal, dan riset terkait, untuk membangun landasan teoritis yang kuat.
2. Pengembangan Materi Pelatihan: Berdasarkan studi literatur dan kebutuhan siswa, pengembangan materi pelatihan dilakukan. Materi pelatihan akan mencakup topik-topik seperti strategi pemasaran media sosial, penggunaan platform *e-commerce*, pengoptimalan mesin pencari, dan analisis data dalam pemasaran digital. Materi pelatihan akan disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan siswa kelas XII SMK Negeri 2 Prabumulih.

3. **Workshop Interaktif:** Melaksanakan pelatihan dalam bentuk workshop interaktif yang melibatkan siswa secara aktif. Workshop akan mencakup presentasi materi, diskusi kelompok, studi kasus, dan latihan praktis. Siswa akan diberikan kesempatan untuk mempraktekkan strategi pemasaran digital dan menggunakan alat-alat digital yang relevan.
4. **Pembuatan Akun *E-Commerce* dan Konten Sosial Media:** Mengajarkan siswa untuk membuat akun *e-commerce* dan pembuatan konten yang menarik dan relevan untuk pemasaran digital melalui contoh-contoh dan panduan praktis. Siswa belajar cara membuat konten yang menarik perhatian audiens dan mendukung tujuan pemasaran.
5. **Simulasi dan Analisis:** Melakukan simulasi pemasaran digital dan analisis data untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran yang efektif. Siswa akan belajar menggunakan alat analitik untuk melacak dan mengukur hasil kampanye pemasaran online, serta mengidentifikasi area perbaikan dan kesempatan baru.
6. **Diskusi dan Tanya Jawab:** Memberikan waktu untuk diskusi dan tanya jawab agar siswa dapat mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan mendiskusikan tantangan yang dihadapi dalam pemasaran digital. Diskusi ini akan mendorong interaksi antara siswa dan fasilitator, serta memperdalam pemahaman siswa tentang topik yang dibahas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan metode ceramah atau penyuluhan dan pelatihan kepada khalayak sasaran. Materi yang disampaikan pada fase ini memberikan pemahaman tentang pengertian dan pentingnya pemasaran online dan pemasaran digital melalui media sosial dan toko online. Hal ini sangat penting untuk memasarkan produk dengan jangkauan lebih luas melalui media sosial tersebut.

Berikut tutorial pembuatan akun *e-commerce* :

Pembuatan Akun Penjual di Shopee

1. **Kunjungi Situs Shopee:** Buka browser web Anda dan kunjungi situs resmi Shopee di www.shopee.co.id.
2. **Pilih "Daftar" atau "Jual di Shopee":** Biasanya, tombol "Daftar" atau "Jual di Shopee" akan terlihat di bagian atas atau bawah halaman utama Shopee. Klik tombol tersebut untuk memulai proses pendaftaran.
3. **Masuk atau Buat Akun:** Jika Anda sudah memiliki akun Shopee sebagai pembeli, Anda dapat langsung masuk menggunakan email dan kata sandi yang sudah Anda daftarkan sebelumnya. Jika belum memiliki akun, pilih opsi "Buat Akun" dan ikuti langkah-langkah untuk membuat akun baru.
4. **Pilih Tipe Akun Penjual:** Setelah masuk atau membuat akun, Anda akan diarahkan ke halaman pendaftaran penjual. Pilih tipe akun penjual yang sesuai dengan jenis bisnis Anda, seperti "Perorangan" atau "Bisnis".
5. **Isi Informasi Profil:** Lengkapi informasi profil Anda, seperti nama toko, logo, deskripsi toko, dan alamat pengiriman. Pastikan informasi yang Anda berikan akurat dan menarik untuk calon pembeli.
6. **Verifikasi Identitas:** Shopee akan meminta Anda untuk melakukan verifikasi identitas sebagai langkah keamanan. Ikuti instruksi yang diberikan untuk mengunggah dokumen yang valid, seperti kartu identitas atau SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan).
7. **Pilih Metode Pembayaran dan Pengiriman:** Atur metode pembayaran dan pengiriman yang akan Anda gunakan untuk bertransaksi dengan pembeli. Shopee menyediakan berbagai opsi, seperti

- transfer bank, dompet ShopeePay, dan jasa pengiriman Shopee Express.
8. Unggah Produk: Setelah akun Anda selesai dibuat, Anda dapat mulai mengunggah produk yang akan Anda jual di Shopee. Unggah foto produk, deskripsi, harga, dan stok yang tersedia.
 9. Atur Pengaturan Toko: Lanjutkan dengan mengatur pengaturan toko Anda, seperti kebijakan pengembalian barang, waktu pengiriman, dan diskon khusus. Pastikan untuk menyediakan informasi yang jelas dan akurat untuk meningkatkan kepercayaan pembeli.
 10. Mulai Berjualan: Setelah semua pengaturan selesai, Anda siap untuk memulai berjualan di Shopee. Promosikan produk Anda, tanggapilah pertanyaan pembeli dengan cepat, dan pastikan pengiriman dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Adapun video tutorialnya dapat dilihat pada link berikut ini : <https://s.id/membuat-akun-penjual-shopee>.

Adapun tutorial pembuatan akun Tiktok sebagai berikut :

1. Download aplikasi TikTok.
2. Setelah terinstall kemudian buka aplikasinya.
3. Pilih daftar via email.
4. Masukkan alamat email yang ingin digunakan, kemudian klik berikutnya.
5. Buat kata sandi dan juga username klik Mendaftar.
6. Selesai.

Adapun tutorial pembuatan akun Instagram sebagai berikut :

1. Download aplikasi Instagram
2. Buka dan pilih 'Buat Akun'
3. Masukkan nama pengguna
4. Klik Buat Akun via Email atau Nomor Telepon

5. Masukkan alamat email yang ingin dipakai.
6. Buka email, aka nada kode yang dikirim Instagram melalui email yang sudah kamu input.
7. Masukkan password
8. Ikuti petunjuk selanjutnya untuk menyelesaikan pendaftaran.

Kemudian dijelaskan pula cara membuat konten sosial media otomatis, dengan memanfaatkan Predis, adapun caranya sebagai berikut :

1. Langkah pertama yang harus kamu lakukan sudah pasti adalah membuka situs <https://predis.ai> terlebih dahulu. Setelahnya, lakukan login seperti biasanya.
2. Kamu bisa menggunakan pilihan login dengan menautkan akun Google untuk mempercepat proses yang ada.
3. Setelah proses login selesai, kamu akan langsung dihadapkan dengan form konten. Isilah form konten tersebut sesuai dengan kebutuhan kamu. Setelah selesai mengisi tiap kolom form yang ada, tekan tombol Generate Posts.
4. Tunggulah beberapa saat hasil daripada predis.ai ini.
5. Dan inilah tampilan dari generate posts sebelumnya yang penulis lakukan. Predis.ai akan membuka jendela baru berbentuk dashboard Content Library. Dapat dilihat juga bahwa dari generate posts ini, terlihat langsung desain konten sesuai keyword beserta dengan captionnya.
6. Jika belum puas dengan hasil yang ada, akses menu edit dan lakukan perubahan pada bagian yang diinginkan. Adapun cara penggunaan predis.ai di bagian edit hampir mirip dengan yang ada pada Canva.
7. Jika sudah selesai melakukan proses editing, silahkan download konten yang menggunakan tombol download yang tersedia.

Kemudian dijelaskan pula empat strategi pemasaran produk online yang efektif, mudah dan gratis, yaitu :

1. Branding

Branding adalah salah satu strategi paling efektif di era digital saat ini. Beberapa teknik branding yang paling sederhana menghasilkan desain logo yang menarik dan mudah diingat.

2. Search Engine Optimization

Hingga saat ini para pemasar terus menggunakan SEO untuk meningkatkan pemasarannya karena banyak orang yang mencari produk melalui mesin pencari.

3. Google Bisnisku

Dengan menggunakan Google Bisnisku, kami dapat mengintegrasikan alamat bisnis di Google Maps dan ini muncul di mesin pencari Google. Selain itu, ulasan dari pengguna yang telah membeli produk kami juga dapat ditampilkan di Google Bisnisku. Tentu saja, semakin baik peringkatnya, semakin banyak audiens yang percaya pada produk atau layanan yang ditawarkan.

4. Content marketing

Pemasaran konten adalah strategi yang berpusat pada konten. Jadilah konten untuk blog, Instagram, podcast, dan banyak lagi. Menurut Neil Patel, tujuan pemasaran konten adalah untuk menciptakan hubungan yang kuat dengan audiens Anda dalam jangka panjang. Oleh karena itu, konten harus relevan dengan audiens agar dapat membangkitkan perasaan emosional antara audiens dan merek.

Berikut tools digital marketing untuk bantu marketing online:

1. Hootsuite.
2. Mailchimp.
3. Google Analytics.
4. Google Ads.
5. Ahrefs.
6. SEMRush.
7. Canva.
8. Unsplash.
9. SurveyMonkey.

10. Monday.

Adapun foto-foto kegiatan tersebut sebagai berikut :



Gambar 1. Penyampaian Materi



Gambar 2. Peserta Kegiatan



Gambar 3. Siswa Praktik Membuat Akun



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab



Gambar 5. Penyerahan Cindra Mata Kepada Kepala SMK Negeri 2 Prabumulih

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan maka diketahui pengabdian ini memberikan manfaat bagi siswa kelas XII SMK Negeri 2 Prabumulih dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam pemasaran produk secara online. Dengan pemahaman dan keterampilan ini, diharapkan mereka dapat menghadapi tantangan di era digital dan siap untuk terlibat dalam industri pemasaran yang semakin berkembang.

5. REFERENSI

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Diperoleh dari: <https://apjii.or.id/content/read/39/362/Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2021>

Statista. (2021). E-commerce in Indonesia - Statistics & Facts. Diperoleh dari: <https://www.statista.com/topics/6406/e-commerce-in-indonesia/>

We Are Social, & Hootsuite. (2021). Digital 2021: Indonesia. Diperoleh dari: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Routledge.

Smith, P. R., & Zook, Z. (2018). Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media. Rowman & Littlefield.

Ryan, D., & Jones, C. (2019). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page.

Dave, C. A., Singh, R., & Khamba, J. S. (2020). Digital Marketing and Social Media: Concepts and Practices. Cambridge University Press.

Strauss, J., & Frost, R. (2019). E-marketing. Routledge.

Zahay, D., & Roberts, M. (2019). Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies. Cengage Learning.

Evans, D., & McKee, J. (2019). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Wiley.