

Pelatihan Marketing Kreatif Di SMA Harapan Medan

Muhammad Khahfi Zuhanda¹, Siti Alhamra Salqaura², Finta Aramita², Wily Julitawaty³, Henry Jirwanto⁴

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia

³Program Studi Akuntansi, STIE Professional Manajemen College Indonesia, Medan, Indonesia

⁴Program Studi Manajemen, STIE Professional Manajemen College Indonesia, Medan, Indonesia

e-mail: Khahfi@staff.uma.ac.id, sitialhamrasalqaura@staff.uma.ac.id, fintaaramita@staff.uma.ac.id, wilyjulitawaty@yahoo.com, henry.jirwanto@pmci.ac.id

Abstrak

Era Revolusi Industri 4.0 membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan. Pendidikan 4.0 merupakan konsep yang menekankan pada pemanfaatan teknologi digital dan internet dalam proses belajar mengajar untuk menghasilkan lulusan yang siap menghadapi tantangan di masa depan. Konsep ini juga menekankan pentingnya keterampilan abad 21 seperti berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi, dan komunikasi. SMA Harapan Medan sebagai institusi pendidikan yang berkomitmen untuk mempersiapkan generasi muda yang unggul, memahami pentingnya adaptasi terhadap perubahan ini. Marketing kreatif dalam konteks pendidikan bertujuan untuk membuat proses belajar menjadi lebih menarik dan relevan bagi siswa, sehingga dapat meningkatkan motivasi dan partisipasi mereka. Pendekatan ini melibatkan penggunaan media digital, platform pembelajaran online, serta kampanye kreatif yang dapat menumbuhkan minat dan semangat belajar di kalangan siswa. Melalui program PKM ini, diharapkan para siswa dapat memahami konsep dasar digital marketing, mampu mengelola media sosial secara efektif, dan memiliki kemampuan untuk merancang kampanye promosi digital yang berhasil. Dengan demikian, para siswa akan memiliki keunggulan kompetitif ketika mereka memasuki dunia kerja atau memilih untuk menjadi pengusaha mandiri. Program ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan digital marketing kepada siswa SMA Harapan Medan agar mereka dapat memahami dan mengaplikasikan konsep tersebut dalam meningkatkan promosi dan pemasaran produk atau jasa di masa mendatang.

Kata kunci: Pendidikan 4.0, Teknologi Digital, Internet, Marketing Kreatif, Pembelajaran Online

1. PENDAHULUAN

Era Revolusi Industri 4.0 membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan. Pendidikan 4.0 merupakan konsep yang menekankan pada pemanfaatan teknologi digital dan internet dalam proses belajar mengajar untuk menghasilkan lulusan yang siap menghadapi tantangan di masa depan. Konsep ini juga menekankan pentingnya keterampilan abad 21 seperti berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi, dan komunikasi.

SMA Harapan Medan sebagai institusi pendidikan yang berkomitmen untuk mempersiapkan generasi muda yang unggul, memahami pentingnya adaptasi terhadap perubahan ini. Namun, tantangan yang dihadapi dalam mengintegrasikan teknologi dan membangun budaya belajar yang dinamis masih cukup besar. Salah satu pendekatan yang inovatif untuk mengatasi tantangan ini adalah melalui penerapan strategi marketing kreatif dalam membangun budaya belajar di kalangan siswa.

Marketing kreatif dalam konteks pendidikan bertujuan untuk membuat proses belajar menjadi lebih menarik dan relevan bagi siswa, sehingga dapat meningkatkan motivasi dan partisipasi mereka. Pendekatan ini melibatkan penggunaan media digital, platform pembelajaran online, serta kampanye kreatif yang dapat menumbuhkan minat dan semangat belajar di kalangan siswa.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, penggunaan media sosial dan platform online telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan teknologi ini tidak hanya memengaruhi cara kita berkomunikasi, tetapi juga menciptakan peluang baru dalam dunia bisnis[1]. Oleh karena itu, pengetahuan dan keterampilan mengenai digital marketing menjadi suatu keharusan, terutama bagi para siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Harapan Medan yang akan memasuki dunia kerja. Menurut Sumarni (2019) Digital Marketing merupakan proses dalam melakukan pemasaran suatu produk dan jasa dengan melalui media internet. Dalam pemasaran digital marketing, bukan hanya dalam meningkatkan penjualan tetapi juga untuk mempromosikan produk dan jasa baru, branding dan membina hubungan baik dengan para pelanggan[2].

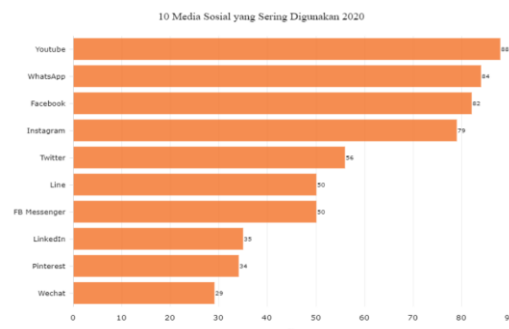
Seiring dengan perkembangan tersebut, perlu diselenggarakan program edukasi digital marketing sebagai sarana promosi di SMA Harapan Medan. Edukasi ini bukan hanya sebagai upaya memenuhi tuntutan zaman, namun juga sebagai langkah strategis untuk memberikan bekal kepada para siswa agar dapat bersaing dan berkontribusi dalam dunia bisnis yang semakin digital.

SMA Harapan Medan sebagai lembaga pendidikan memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya menyediakan pengetahuan akademis, tetapi juga membekali siswanya dengan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri. *Digital marketing*, dengan semua elemen dan strateginya, menjadi salah satu keterampilan yang krusial dalam membantu siswa SMA Harapan Medan memahami dan merespons perubahan di dunia kerja.

Melalui program ini, diharapkan para siswa dapat memahami konsep dasar *digital marketing*, mampu mengelola media sosial secara efektif, dan memiliki kemampuan untuk merancang kampanye promosi digital yang berhasil. Dengan demikian, para siswa akan memiliki keunggulan kompetitif ketika mereka memasuki dunia kerja atau memilih untuk menjadi pengusaha mandiri[3].

Selain memberikan manfaat bagi para siswa, program ini juga diharapkan dapat mendukung visi dan misi SMA Harapan Medan dalam memberikan pendidikan yang holistik dan relevan dengan tuntutan pasar kerja. Dengan mengenalkan dan mengajarkan digital marketing, SMA Harapan Medan dapat turut berperan dalam mencetak lulusan yang siap menghadapi tantangan di era digital ini.

Program ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan digital marketing kepada siswa SMA Harapan Medan agar mereka dapat memahami dan mengaplikasikan konsep tersebut dalam meningkatkan promosi dan pemasaran produk atau jasa di masa mendatang. Beberapa kegiatan PKM yang dilakukan oleh tim PKM menunjukkan bahwa kegiatan PKM sangat bermanfaat untuk memberikan peningkatan pengetahuan[4].



Gambar 1. Platform Media Sosial yang Sering Digunakan Tahun 2020-2021

Data diatas yang dipaparkan oleh We are Social (We are Social, 2020), YouTube merupaakn sebuah media online yang paling sering digunakan oleh pengguna media sosial di Indonesia dengan persentase pengguna yang mencapai 88% dan berusia antara 16 dan 64 tahun. Diikuti oleh media sosial yang paling sering dikunjungi, termasuk WhatsApp dengan presentase sekitar 84%, Facebook degan presentase pengguna mencapai 82% serta Instagram dengan pengguna sekitar 79%. Rata-rata waktu kunjungan orang Indonesia ke media sosial adalah 3 jam 26 menit. Sedangkan jumlah total pengguna media sosial aktif adalah sekitar 160 juta, terhitung dari 59% total penduduk Indonesia. 99% pengguna media sosial yang menjelajahi Internet menggunakan ponsel. Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing sangat cocok digunakan untuk mencapai pangsa pasar sasarannya dan dengan demikian dapat meningkatkan penjualan[5].

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di laksanakan pada SMA Harapan Medan pada tanggal 6 s.d. 7 Mei 2024 yang bertempat di ruangan kelas. Kegiatan ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut :

1. Persiapan Kegiatan
 - a. Kegiatan survei tempat
 - b. Permohonan izin kegiatan pengabdian masyarakat kepada Kepala SMA Harapan Medan
 - c. Pengurusan administrasi berupa surat menyurat
 - d. Persiapan peralatan dan akomodasi
 - e. Persiapan tempat Persiapan tempat untuk kegiatan penyampaian materi yaitu menggunakan salah satu ruangan kelas
2. Kegiatan penyampaian materi meliputi :
 - a. Pembukaan dan perkenalan dengan memperkenalkan Tim Pengabdian Masyarakat
 - b. Penyampaian terkait materi digital marketing dan memperkenalkan digital marketing sebagai sarana promosi.
 - c. Sesi diskusi/tanya jawab dengan peserta
3. Penutupan
 - a. Foto bersama dengan peserta
 - b. Berpamitan dengan Kepala Sekolah serta guru pengampu mata pelajaran
 - c. Pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah siswa SMA Harapan Medan, Kota Medan, Sumatera Utara, tim mengajak untuk mengembangkan wawasan mengenai edukasi digital marketing sebagai sarana promosi. Tujuannya adalah mengedukasi bagaimana memanfaatkan digital marketing sebagai saran promosi yang efektif dan efisien.

3.2. Kegiatan Pelaksanaan (6 s.d. 7 Mei 2024)

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai edukasi digital marketing sebagai sarana promosi bagi siswa SMA Harapan Medan dimulai pada pagi hari, yaitu pukul 10.00 WIB di SMA Harapan Medan. Kegiatan ini dihadiri sebanyak 20 peserta. Acara dilanjutkan dengan kata sambutan, tujuan, serta latar belakang dilakukannya pengabdian ini oleh ketua pelaksana Dr. M. Khahfi Zuhanda, S.Si, M.Si, Pemaparan materi oleh Dr. Siti Alhamra Salqaura, SE., M.Si dan persiapan alat dan administrasi dilakukan oleh Finta Aramita S.E., M.Si.

3.3. Pembuatan Laporan (8 Mei 2024- selesai)

Pembuatan laporan dilakukan dengan mengumpulkan materi, melaporkan pelaksanaan kegiatan, dokumentasi, serta mengurus surat keterangan yang diberikan oleh mitra yaitu SMA Harapan Medan. Laporan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya. Apabila sekiranya para peserta mengutarakan kebutuhan mengenai sesuatu ilmu hal yang diperlukan oleh kelompok tersebut, tim pelaksana siap untuk memfasilitasi atau membagi ilmu serta terbuka untuk berdiskusi.

Mitra sangat berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dalam hal ini mitra yaitu Kepala Sekolah SMA Harapan Medan. Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM diawali dengan adanya pre-test dan post-test. Keberlanjutan dari program ini akan ditindaklanjuti terkait dengan penumbuhan kewirausahaan sosial sejak dini.

3.4. Output

Output yang didapat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah:

1. Siswa diberikan pemahaman bahwa di era saat ini perlu memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan digital marketing sebagai sarana promosi agar lebih efektif dan efisien.
2. Berdasarkan hasil penyampaian materi, peserta memahami mengenai isi materi dan di akhir sesi diberikan waktu tanya jawab.

3.5. Outcome

Sedangkan *outcome* yang didapatkan diantaranya adalah:

1. Dengan adanya program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa terkait digital marketing yang semakin berkembang.
2. Lebih jauh kegiatan sosialisasi ini diharapkan bukan hanya sebagai upaya memenuhi tuntutan zaman, namun juga sebagai langkah strategis untuk memberikan bekal kepada para siswa agar dapat bersaing dan berkontribusi dalam dunia bisnis yang semakin digital.

Adapun Kegiatan Pelaksanaan PKM dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Pelaksanaan PKM

4. SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan PKM adalah sebagai berikut.

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berlangsung di SMA Harapan Medan berjalan dengan lancar.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat respon positif dari para peserta yaitu Siswa SMA Harapan Medan.

3. Kegiatan sosialisasi ini diharapkan sebagai langkah strategis untuk memberikan bekal kepada para siswa agar dapat bersaing dan berkontribusi dalam dunia bisnis yang semakin digital.

5. SARAN

Sebagai saran untuk kegiatan serupa di masa depan adalah sebagai berikut.

1. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat dilaksanakan rutin sehingga mampu memotivasi siswa untuk kreatif dan memperkenalkannya dalam rangka meningkatkan pengetahuan di bidang pemasaran.
2. Perlunya fasilitas teknologi untuk pengenalan dan implementasi digital marketing, memanfaatkan teknologi dan informasi seperti grab, gojek, shopee, tokopedia dan lainnya, sebagai tempat/lahan berwiraswasta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM ingin mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Medan Area, Rektor Institut Modern Arsitektur dan Teknologi dan Ketua STIE Professional Manajemen College Indonesia. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada Kepala SMA Harapan dan semua pihak yang memberikan dukungan sehingga kegiatan PKM ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Nuslih Jamiat, "Pemanfaatan Digital Marketing pada pengerajin Tahu Bungkek Kabupaten Sumedang," *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 2, Art. no. 2, Dec. 2019, doi: 10.38204/atrabis.v5i2.251.
- [2] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia," *Forum Keuangan Dan Bisnis*, pp. 327–337, 2015.
- [3] S. Rahman, A. Sembiring, R. Aulia, H. Dafitri, and R. Liza, "Pengenalan ChatGPT untuk Meningkatkan Pengetahuan Siswa-Siswi di SMK Negeri 1 Pantai Labu," *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 01, Art. no. 01, Jul. 2023, doi: 10.35447/prioritas.v5i01.744.
- [4] R. F. Siregar, M. Hafiz, Y. Anisa, M. K. Zuhanda, and D. D., "Pendampingan Pelatihan Guru-Guru Sekolah Dasar dalam Mempersiapkan Olimpiade di Sekolah Dasar (SD) Darussalam," *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, vol. 2, no. 3, Art. no. 3, Jul. 2023, Accessed: May 27, 2024. [Online]. Available: <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/NJPC/article/view/368>
- [5] D. H. Jayani, "10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia," Databoks. Accessed: May 1, 2024. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>