

Marketing Digital di SMA Negeri 3 Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu

Agus Mulyani¹, Ilhamsyah², Benny Usman³, Aprizal Rosadian⁴, Mohammad Nur Arriyanto⁵, Agus Wahyudi⁶

¹²³⁴ Program Studi Manajemen, dan Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Palembang

⁵⁶ Program studi Bisnis Digital, Universitas PGRI Palembang

Email: broperlengkapan@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received Desember 04, 2023

Revised Desember 05, 2023

Accepted Desember 06, 2023

Kata Kunci:

Digital, Marketing

Keywords:

Digital, Marketing



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Agus Mulyani, et.al.
Published by Penerbit dan Percetakan CV.
Picmotiv

ABSTRAK

Dosen sebagai seorang pendidik pada Perguruan Tinggi wajib melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi, yang terdiri dari pendidikan, penelitian dan pengabdian. Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) sebagai salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan guna memenuhi Tridharma tersebut, sangatlah bermanfaat baik bagi dosen yang bersangkutan, institusi maupun masyarakat. Hal ini untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh dosen kepada masyarakat, baik pengabdian dalam bentuk pelatihan, sosialisasi atau pengabdian lainnya. Dengan tujuan proses pengetahuan di kampus harus juga dapat ditularkan ke masyarakat melalui proses PkM ini. Dikalangan generasi muda penerapan manajemen komunikasi bisnis sangat kurang pemahamannya terutama di era Digital. Oleh karena itu melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangatlah perlu dilakukan pemahaman kepada para peserta didik yang merupakan salah satu generasi penerus mengenai cara-cara menerapkan dan menjalankan bisnis dan mencari peluang bisnis. Penerapan manajemen Pemasaran dan Manajemen Strategi sangat membantu bagi para siswa untuk mengembangkan potensinya dalam bidang Ekonomi dan Bisnis.

ABSTRACT

Lecturers as educators at tertiary institutions are required to carry out the Tridharma of Higher Education, which consists of education, research and service. Community Service (PKM) as one of the obligations that must be carried out in order to fulfill the Tridharma, is very beneficial for both the lecturer concerned, the institution and the community. This is for the development of knowledge and insights possessed by lecturers to the community, both in the form of training, socialization or other services. With the aim of the knowledge process on campus must also be transmitted to the community through this PkM process. Among the younger generation, the implementation of business communication management is very lacking in understanding, especially in the digital era. Therefore, through community service activities it is very necessary to understand students who are one of the next generations regarding ways to implement and run a business and seek business opportunities. The application of Marketing management and Strategic Management is very helpful for students to develop their potential in the field of Economics and Business

Pendahuluan

Tridharma perguruan tinggi harus dilaksanakan oleh dosen meliputi pengajaran, penelitian, pengabdian kepada masyarakat (PKM) merupakan profesionalisme yang harus dilaksanakan oleh setiap dosen. Setiap semester setiap dosen dituntut untuk

melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi ini harus ditingkatkan secara terus menerus dan berkesinambungan sehingga berkualitas setiap dosen akan semakin baik.

Salah satu bentuk aktualisasi tugas dosen sebagai tenaga profesional adalah diterbitkannya Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Undang-undang No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen dan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan. Undang-Undang dan Peraturan pemerintah ini diharapkan dapat memfasilitasi guru untuk selalu mengembangkan keprofesionalannya secara berlanjut.

Institusi pendidikan yang dikategorikan unggulan di Indonesia pun belum menerapkan sistem industri 4.0 dan *society* 5.0 ini. Dari mulai sistem pendidikannya, cara berinteraksi pendidik dan yang terdidik, serta pemupukan paradigma berpikir modernnya. Adapun komunitas dan organisasi beberapa memang secara mandiri membahas mengenai revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0, tetapi hanya cukup menjadi konsumsi pribadi karena keterbatasan kekuasaan.

Pada *Society* 5.0, akan terdapat aspek yang akan mengembalikan kejayaan peradaban manusia. Pendiri Malindo (Malaysia-Indonesia) Research Center for CSR and Leadership ini mengatakan, aspek-aspek yang berkolaborasi satu sama lain adalah fisik, digital, dan biologis, serta dilengkapi dengan hadirnya aspek spiritual. "Pada era *Society* 5.0 ini, agama akan kembali masuk untuk memimpin sains lagi."

Menyosong era *Society* 5.0 setiap individu perlu menguasai literasi digital yang merupakan kecakapan penting yang dibutuhkan untuk beradaptasi di zaman yang serba modern ini. Setiap orang hendaknya dapat bertanggung jawab terhadap bagaimana menggunakan teknologi untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

Kecakapan digital secara sederhana diartikan sebagai kecakapan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai tipe format sumber-sumber informasi yang lebih luas, dan mampu ditampilkan melalui perangkat komputer. Kecakapan digital menjadikan seseorang mampu mentransformasikan kegiatan melalui penggunaan perangkat teknologi

digital. Kecakapan digital sama pentingnya dengan membaca, menulis, berhitung, dan disiplin ilmu lainnya. Bagi Dosen, pelaksanaan pengembangan profesi tersebut dimulai dari bagaimana Pemanfaatan Media Sosial dalam menumbuhkan UMKM di SMA Negeri 3 Baturaja Jl. Jend Gatot Subroto, No. 21, Pasar baru, 32116, Baturaja, Kec. Baturaja Barat, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan sesuai dengan sasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu Program studi manajemen, akuntansi dan Bisnis Digital.

Metode Pengabdian

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini dilakukan dengan mengadopsi langkah-langkah action research yang terdiri dari 4 (empat) tahapan, yaitu: perencanaan, tindakan, observasi dan evaluasi, serta refleksi. Kegiatan-kegiatan atau aktivitas dari masing-masing tahapan adalah sebagai berikut.

1) Perencanaan

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap perencanaan adalah:

(a) Pembentukan dan pembekalan Kelompok

Tim pelaksana mengadakan pertemuan persiapan pelaksanaan dengan melibatkan LPPkM Universitas PGRI Palembang. Tim pelaksana kemudian diberikan pembekalan mengenai maksud, tujuan, rancangan mekanisme program PkM, dan beberapa hal teknis berkaitan dengan metode/teknik pelaksanaan.

(b) Penyusunan program sosialisasi

Berdasarkan hasil identifikasi, hasil analisis permasalahan yang ada, hasil analisis kebutuhan, dan hasil analisis potensi, selanjutnya disusun program sosialisasi.

2) Tindakan

Tindakan dalam kegiatan ini berupa implementasi Program. Kegiatan- kegiatan yang dilakukan dalam implementasi program adalah (a) pembentukan kelompok-kelompok. (b) meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengimplemtasikan Peluang bisnis dan Kiat Jitu dalam kehidupan sehari-hari, (c) sosialisasi pemahaman untuk membentuk peserta didik yang berkarakter di SMA Negeri 3 Baturaja Ogan Komering Ulu.

Observasi dan Evaluasi

Observasi dilakukan terhadap pentingnya pemahaman siswa tentang penerapan komunikasi bisnis. Instrumen yang digunakan berupa catatan lapangan. Beberapa hal yang diobservasi adalah kendala-kendala, kekurangan-kekurangan, dan kelemahan-kelemahan yang muncul dalam proses di lapangan maupun dalam proses pentingnya pemahaman siswa tentang penerapan komunikasi bisnis. Evaluasi dilakukan terhadap pentingnya pemahaman siswa tentang penerapan peluang usaha.

3) Refleksi

Refleksi dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Hal ini dilakukan semata-mata untuk mengetahui kekurangan-kekurangan atau kelebihan- kelebihan terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam rangka untuk menetapkan rekomendasi terhadap keberlangsungan atau pengembangan kegiatan-kegiatan berikutnya. *Society* 5.0.

Hasil dan Pembahasan

Dalam meningkatkan kemajuan di bidang Marketing Digital maka sangat di perlukan sosialisasi kepada masyarakat melalui peserta didik tentang penerapan bagaimana melakukan penjualan suatu barang dengan cara marketing digital penjualan barang/ memasarkan dengan menggunakan media sosial .Dengan adanya sosialisasi diharapkan pengetahuan masyarakat tentang bisnis akan bertambah. Agar masyarakat mengetahui bagaimana penerapan dan pelaksanaan yang baik dalam berbisnis merupakan ekonomi rakyat yang dapat mendongkrak kemakmuran yang merata. Dengan melihat situasi dan kondisi inilah, maka sangat perlu dilakukan kegiatan sosialisasi ini.

Setelah mengikuti sosialisasi tentang marketing digital kepada generasi muda melalui pendidikan diharapkan agar mereka dapat berpartisipasi dalam peluang bisnis yang ada . Secara umum, ada empat fungsi dari peluang usaha di dalam menjalankan bisnis, yaitu; Mengetahui kelayakan usaha, Memproyeksikan keuntungan dan kerugian usaha tersebut, Mengetahui potensi berkelanjutan usaha, Melakukan perbaikan baik dari segi tujuan maupun operasional, mengetahui minat dan kebutuhan pelanggan, melihat kompetitor dan pesaing pasar.



Gambar 1
Sesi penyampaian materi dan tanya jawab dengan peserta PKM

Hasil yang diperoleh dalam kegiatan PkM ini dilaksanakan pada waktu memberikan materi, di mana setiap pemateri akan melakukan response atau tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan, hal ini untuk mengetahui sampai dimana pemahaman peserta tentang materi yang disampaikan. Selain itu peserta juga diberi kesempatan untuk bertanya mengenai materi yang belum mereka pahami.



Gambar 2
Sesi foto bersama pemateri, pihak sekolah dan siswa.

Pada akhirnya Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat (PKM) dosen program studi manajemen dan program studi bisnis digital pada SMA Negeri 3 Baturaja dinilai baik dengan respon yang positif dan didukung suasana yang kondusif.

Simpulan/Saran

Perkembangan yang cepat berubah dalam kehidupan masyarakat atas perubahan teknologi yang canggih menyebabkan daya saing digital marketing yang berbeda yang mengharuskan pemahaman mendalam untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada era society saat ini memberikan manfaat kepada masyarakat khususnya remaja/pelajar, untuk menggunakan media sosial dengan bijak dalam kehidupan sehari-hari serta memanfaatkan teknologi dengan baik dan benar. Diharapkan dapat menciptakan nilai yang baru melalui perkembangan teknologi yang lebih modern saat ini.

Daftar Pustaka

- Hanly, W. (2018, Desember 28). Transkrip Wawancara Marketing Communication Golden Tulip Legacy Surabaya. (S. T. Ciawati, Pewawancara)
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25-32.
- Joseph, T. (2011). *Apps Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kumolo, C. H. (2019, Januari 23). Transkrip Ahli Digital Marketing Communication. (S. T. Ciawati, Pewawancara)

