

PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI UPAYA MENUMBUHKAN JIWA *ENTREPRENEUR* PADA SISWA SMKS PENERBANGAN SPN DIRGANTARA BATAM

*The Training of Digital Marketing as the Way to Improve the
Enterpreuneur Spirit of SMKS Penerbangan SPN Dirgantara
Students*

Yulia

Universitas Nagoya Indonesia, Batam, Indonesia
e-mail: yuliaedwar2407@gmail.com

Diamon Sembiring

Universitas Nagoya Indonesia, Batam, Indonesia
e-mail: diamonsembiring.ywp@gmail.com

Resti Butar Butar

Universitas Nagoya Indonesia, Batam, Indonesia
e-mail: resti.stikarbatam@gmail.com

Very Karnadi

Akademi Teknik Adi Karya, Kerinci, Indonesia
e-mail: veryshredder@gmail.com

Abstract

Digital marketing is the process of marketing and promoting a brand, product or service which is carried out using digital media and requires an internet network for its activities. Digital marketing is a new way for a company or businessman to reach consumers. To carry out digital marketing activities, you need an entrepreneur. The term entrepreneur is no longer foreign to today's technology-based world. An entrepreneur is an individual who can create a new business, is willing to bear most of the risks, and in return can enjoy most of the profits. The process of setting up an entrepreneur's business is called entrepreneurship or entrepreneurship. Students can access a wider audience by using digital marketing tools and students can reach a wider and global audience. By using online platforms, entrepreneurs can reach potential customers from various locations. The aim of this service activity is as the way to Improve the Enterpreuneur Spirit of SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Students. The benefits obtained by students from service activities are that students can apply cost efficiency in product promotion, students can create interesting personal content from the product brands they design, students can think systematically and have entrepreneurship skills and students are able to adapt to the external environment.

Keywords-- *Training, digital marketing, entrepreneur, students.*

1. PENDAHULUAN

Di era 5.0 saat ini, aspek kehidupan hampir semua hal beralih ke dunia digitalisasi. Salah satu dampak terbesar yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari adalah dunia komunikasi dan pemasaran suatu produk atau jasa sudah beralih ke dunia digital (Yulia et al., 2024). Teknologi digital yang merambah semua aspek kehidupan baik dalam bidang produksi barang, manufaktur dan jasa sudah menggunakan teknologi digital. Dalam memasarkan produk barang maupun jasa sudah menggunakan *digital marketing*. Ada sejuta manfaat yang sangat signifikan dampak dari *digital marketing*, bahkan sudah merambah semua lapisan, tidak hanya dibidang pemerintahan, swasta dan pendidikan saja, bahkan masyarakat baik kalangan tua maupun muda sudah banyak menerapkan *digital marketing* dalam usaha bisnis mereka (Satriyono et al., 2024). Banyak para produsen menjual produk ke konsumen sudah beralih ke dunia *digital marketing*. Mulai dari produk barang dan jasa dari perusahaan atau industri sendiri sampai masyarakat UMKM dimana produk yang dijual dari produsen ke konsumen. Sehingga tidak sedikit para produsen mempromosikan brand baik dalam bentuk barang maupun jasa sudah berbasis *digital marketing* (Yulia et al., 2023). Bahkan banyak industri dan pebisnis mampu membuat brand sendiri dengan menggunakan teknologi *digital marketing*. Dengan kehadiran *digital marketing*, proses komunikasi dan pemasaran jauh lebih mudah dan efisien (Syarifah et al., 2022).

Digital marketing adalah proses pemasaran maupun promosi suatu brand, produk, maupun jasa yang dilakukan menggunakan media digital dan membutuhkan jaringan internet dalam kegiatannya (Dhae et al., 2023). *Digital marketing* menjadi cara baru suatu perusahaan atau pebisnis untuk menjangkau konsumen. *Digital marketing* memiliki banyak manfaat dan kelebihan jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional (Natten & Lakatua, 2023). Sebelum adanya digitalisasi pemasaran produk dan jasa sering menggunakan metode *door to door*, promosi dari mulut ke mulut, media cetak hingga produk ditawarkan dan dijual hanya bisa dijangkau pada lingkungan sekitar saja. Pemasaran produk juga membutuhkan biaya ongkos yang besar serta membutuhkan tenaga ekstra dalam promosi (Yulia et al., 2024). Penggunaan SDM pun juga banyak dalam mempromosikan produk. Pemanfaatan *digital marketing* jauh lebih menghemat biaya secara keseluruhan, seperti penggunaan SDM lebih minim karena promosi hanya mengandalkan media sosial, biaya ongkos promosi produk sangat rendah karena produk yang ditawarkan cukup promosi ke media sosial tanpa harus membayar media masa dan iklan di televisi serta promosi tidak perlu menguras tenaga. *Digital marketing* pun dapat mempromosikan produk dan jasa jangkauannya cukup luas dan global (Zuhrufillah et al., 2022).

Untuk menjalankan kegiatan *digital marketing* perlu dibutuhkan seorang *entrepreneur*. Istilah *entrepreneur* tidak asing lagi bagi dunia berbasis teknologi sekarang. *Entrepreneur* adalah individu yang bisa menciptakan bisnis yang baru, bersedia menanggung sebagian besar dari resiko, dan sebagai imbalannya bisa menikmati sebagian besar keuntungannya (Riscal & Sahbany, 2023). Proses mendirikan bisnis seorang *entrepreneur* disebut sebagai *entrepreneurship* atau kewirausahaan. Sektor *entrepreneur* yang banyak digeluti oleh para pelaku usaha kecil yaitu UMKM (Munarsih et al., 2022).

SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam adalah salah satu sekolah yang cukup terkenal di kota Batam. SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam memiliki jumlah siswa sebanyak 365 orang siswa yang terdiri dari tiga jurusan. Salah satunya adalah jurusan manajemen. Sekolah SMK Penerbangan SPN Dirgantara Batam juga memiliki kegiatan ekonomi siswa seperti dibentuknya UMKM sekolah dan koperasi sekolah. Kegiatan ini cukup penting di sekolah, tidak

hanya menambah wawasan siswa tetapi juga menambah pendapatan siswa dan sekolah tentunya. Hanya saja penerapannya belum optimal dan masih dalam tahap awal atau baru berdiri. Permasalahan yang terjadi yaitu pada kegiatan ekonomi sekolah ini adalah pemahaman *digital marketing* masih minim karena kegiatan ekonomi UMKM dan koperasi masih bersifat pasif, pengelolaan SDM yang kurang baik, kepanitiaan jarang aktif dan produk yang dijual di koperasi sekolah hanya bersifat internal. Pemahaman *entrepreneur* masih kurang, karena masih banyak yang belum berani dalam mengambil sikap dan resiko dalam berjiwa *entrepreneur*. Penggunaan teknologi *digital marketing* belum ada cara promosi produk masih dalam satu lingkup internal sekolah.

Untuk itu tim pengabdian melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sasaran sekolah dalam bentuk kegiatan memberikan pemahaman tentang *digital marketing*, pelatihan aplikasi *tools* yang ada dalam *digital marketing* dan memberikan pengenalan materi terkait *entrepreneur*, dengan tujuan menumbuhkan jiwa *entrepreneur* kepada siswa sejak dini baik di sekolah maupun di masyarakat.

2. METODE

2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan di SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam beralamat Komp. Ruko Taman Eden, Jl. Ahmad Yani No. 5-8 Taman Baloi, Kec. Batam Kota Kepulauan Riau 29432.

Kegiatan pengabdian dilakukan selama 1 (satu) hari pada hari Senin, tanggal 15 Januari 2024. Adapun susunan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1. Susunan Acara Kegiatan

No	Tanggal	Waktu	Kegiatan	Narasumber
1.	15 Jan 2024	09.00-09.10	Kata Sambutan	Kepala Sekolah
		09.10-09.20	Pembukaan	Ketua Pengabdian
		09.20-10.20	Materi pengetahuan tentang <i>entrepreneur</i> dan <i>Digital Marketing</i>	Ketua Pengabdian
		10.20-11.20	Pelatihan dan praktek tentang aplikasi <i>Digital Marketing</i>	Tim Pengabdian
		11.20-12.20	Studi Kasus dan Latihan	Tim Pengabdian
		12.20-12.40	Penutup + Foto bersama	Tim Pengabdian, siswa dan pihak sekolah

3.2 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimana tim pengabdian dari Dosen Universitas Nagoya Indonesia dan siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam jurusan manajemen. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah:

1. *Pretest* yaitu memberikan pertanyaan ringan terkait *entrepreneur* dan *digital marketing*. Pada metode ini tim pengabdian memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait sejauh mana siswa mengenal *entrepreneur* dan *digital marketing* tersebut.

2. Memberi pemahaman berupa penyampaian materi tentang *entrepreneur* dan *digital marketing*. Di sini tim pengabdian memberikan paparan materi dalam bentuk MS Power Point menggunakan alat bantu proyektor. Materi yang disampaikan tim pengabdian saling bergantian antara ketua dan anggota.
3. Memberikan pelatihan dan memperkenalkan jenis *tools digital marketing* yang ada dan praktek langsung aplikasi *digital marketing* yang digunakan.
4. *Posttest* yaitu memberikan pertanyaan dalam bentuk kuis dari semua paparan materi dan pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian. Metode *posttest* ini memicu semangat siswa dalam menjawab pertanyaan, bagi siswa yang dapat menjawab pertanyaan dapat cendramata.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adapun solusi dan target luaran yang ditawarkan kepada siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam jurusan manajemen yaitu:

- 1 Memberikan pemahaman berupa penyampaian materi dan pelatihan tentang *digital marketing* kepada siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam dengan tujuan promosi dan tata kelola kegiatan ekonomi sekolah seperti UMKM dan koperasi berjalan dengan semestinya,
- 2 Memberikan pemahaman *entrepreneur* agar siswa dapat menerapkan jiwa *entrepreneur* dan menjadi seorang wirausaha muda yang sukses.
- 3 Memberikan pelatihan *digital marketing* berupa pengenalan aplikasi dan *tools digital marketing* yang cocok diterapkan bagi seorang *entrepreneur*.
- 4 Menerapkan aplikasi *digital marketing* dengan jiwa *entrepreneur* kepada siswa dalam kegiatan ekonomi sekolah.
- 5 Memberikan solusi dari permasalahan yang ada dalam kegiatan ekonomi sekolah.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sasaran sekolah SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam menghasilkan suatu luaran yang bermanfaat bagi siswa baik dari segi ilmu pengetahuan tentang *digital marketing* dan *entrepreneur* maupun pelatihan dan praktek *tools digital marketing*. Beberapa capaian dan target luaran kegiatan pengabdian yang dilakukan yaitu:

1. Mengakses *audiens* lebih banyak
Dengan menggunakan *tools digital marketing* siswa dapat menjangkau *audiens* lebih luas dan secara global (Sahliyah et al., 2024). Siswa dapat menggunakan *platform online* dalam promosi kegiatan UMKM sekolah serta para pun dapat menjangkau pelanggan potensial dari berbagai lokasi.
2. Efisiensi biaya

Dibandingkan dengan iklan tradisional seperti media cetak atau televisi, *digital marketing* lebih efisien dalam hal biaya (Maulana et al., 2024). Siswa dapat mempromosikan produk tanpa harus membayar mahal untuk biaya promosi kegiatan UMKM yang mereka tekuni.

3. Personal konten

Digital marketing memungkinkan siswa menciptakan konten lebih personal dan relevan untuk pelanggan (Setyo Nugroho & Muchran, 2023). Dalam hal ini siswa dapat membuat konten atau *brand* menarik sesuai dengan nilai jual dipasaran, selain itu dapat meningkatkan kemampuan siswa lebih kreatif dalam *entrepreneur* (Yulia et al., 2024).

4. Dapat berfikir sistematis

Entrepreneur dapat menjadi seorang *entrepreneurship* jika kegiatan bisnis yang dilakukan dimulai sejak dini (Nugrahaningsih et al., n.d.). Keterampilan harus dipadukan dengan pengetahuan sehingga seorang siswa dapat menjadi *entrepreneur* mencapai kompetensi tertentu.

5. Mampu beradaptasi

Perkembangan bisnis yang selalu berubah-ubah, diharapkan siswa mampu beradaptasi dan berani menghadapi tantangan baru setiap hari. Dengan jiwa *entrepreneur* yang sudah diterapkan sejak dini tidak akan takut menghadapi tantangan dan berani mengambil resiko terhadap perkembangan zaman (Pangestu et al., 2023). Siswa tidak hanya beradaptasi dengan teman sejawat saja tetapi juga sudah mampu beradaptasi dengan produsen, konsumen bahkan pebisnis yang berpengalaman.

3.2 Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema Pelatihan *Digital Marketing* Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa *Entrepreneur* Pada Siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam memberikan dampak positif kepada pihak tim pengabdian dan sekolah. Tim pengabdian dapat memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai wujud tugas seorang Dosen dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi serta menjalin kerjasama dan silaturahmi kepada pihak sekolah dalam jangka waktu yang panjang. Dan Mitra yaitu pihak sekolah dan siswa jurusan manajemen dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dari tim pengabdian. Kegiatan pengabdian yang dilakukan menggunakan metode *pretest*, penyampaian materi, pelatihan atau praktek langsung *tools digital marketing*, dan *posttest*. Kegiatan ini cukup memberikan manfaat, tidak hanya menambah wawasan siswa tetapi juga menambah keakraban siswa dengan tim pengabdian, dan tim pengabdian dengan pihak sekolah. Dalam kegiatan ini siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam cukup aktif dan semangat, yang kurang paham dan kurang dimengerti mereka tidak segan untuk bertanya langsung, karena siswa tidak hanya mendapatkan ilmu dan pelatihan saja tetapi juga dapat diterapkan di lingkungan sekolah dalam kegiatan ekonomi sekolah seperti koperasi dan UMKM serta dapat diterapkan di lingkungan masyarakat. Kegiatan ekonomi yang ada di sekolah dapat dijadikan sebagai apresiasi untuk menjadi seorang *entrepreneurship*.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan pengabdian pada siswa tentang pengetahuan *digital marketing* dapat memberi wawasan dan pengetahuan promosi produk, membuat *brand* terbaru dari *tools digital marketing*.
2. Pelatihan *digital marketing* mampu menumbuhkan semangat siswa dalam *entrepreneur* sehingga siswa dapat membuat konten-konten menarik, serta mampu beradaptasi dengan lingkungan luar.
3. Pemahaman *entrepreneur*, siswa mampu menumbuhkan bagaimana menjadi seorang *entrepreneurship* yang handal dalam kegiatan ekonomi sekolah.
4. Pemahaman *entrepreneur*, siswa mampu meningkatkan perekonomian dalam kegiatan ekonomi sekolah.
5. Kegiatan pengabdian memberi dampak positif tim pengabdian dan pihak sekolah, menjalin hubungan kerjasama dan meningkatkan silaturahmi.

5. SARAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan, adapun saran yang diberikan yaitu:

1. Kegiatan pengabdian yang dilakukan, memberikan dampak positif antara tim pengabdian dan pihak sekolah salah satunya yaitu menjalin kerjasama dengan pihak sekolah, serta kegiatan ini bisa berlanjut terus menerus. Diharapkan kegiatan pengabdian yang dilakukan dapat diterapkan secara maksimal baik dilingkungan sekolah maupun masyarakat.
2. Kegiatan pengabdian yang dilakukan diharapkan pihak sekolah selalu mendukung kegiatan ekonomi sekolah agar kegiatan ekonomi sekolah seperti UMKM dan koperasi tetap berdiri dan menjadi sumber pemasukan sekolah juga.
3. Kegiatan pengabdian yang dilakukan, diharapkan menambah wawasan siswa, dan dapat dikembangkan lagi menggunakan teknologi dan metode lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pihak perguruan tinggi yaitu Lembaga Penelitian dan Pengabdian (LPPM) yang sudah memotivasi dan kelengkapan administrasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dan ucapan terima kasih kepada pihak sekolah SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam membantu sarana prasarana jalanya kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhae, Y. K. I. D. D., Fanggidae, R. P. C., Kamuri, K. J., & Aman, D. K. T. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Dan Digital Marketing Bagi Pemuda Desa Noelbaki Kabupaten Kupang. *SELAPARANG*, 7(2), 1152–1156.
- Maulana, M., Safa, T. B., Rahmi, N., & Williansyah, R. (2024). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Pelajar melalui Pelatihan Digital Marketing. *Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 4(2), 140–142.
- Munarsih, M., Rachmawan, A., Konefi, F., & Dunia, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship Dimasa Pandemic Pada PAC Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Pagedangan Tangerang Banten. *Desikasi PKM*, 3(2), 255–258.
- Natten, S., & Lakatua, R. D. (2023). Pentingnya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan, Pengenalan Digital Marketing Dan E-Commerce Sejak Dini

- Kepada Siswa SMP Negeri 1 Kairatu. *MAREN*, 4(1), 76–88.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Tri Hananto, S., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, A., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (n.d.). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukon Gemilang*.
- Pangestu, M. G., Fahdillah, Y., Usmayanti, V., Agustin, A. T., & Jambi, K. (2023). Pelatihan Digitalisasi Marketing Dalam Upaya Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Pada Bisnis Online UMKM Kerupuk Ikan Kelurahan Pasir Panjang. *UNAMA*, 2(2), 103–109. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2023.2.2.877>
- Riscal, A. D., & Sahbany, S. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing. *Abdimas*, 5(2), 335–346.
- Sahliyah, F., Fadhillah, N., & Fahmi, A. (2024). Sosialisasi Digital Marketing Melalui Konten Sosial Media Sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Wirausaha Siswa MA Assa'adah Bungah. *Ta'awun*, 04(01), 147–155.
- Satriyono, G., Rukmini, M., Prihardini, O. W., & So, M. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Mitra SMK Tunas Bangsa. *Jurnal Penabdian Untuk Mu NegeRI*, 8(1), 155–159.
- Setyo Nugroho, G., & Muchran, M. (2023). Pelatihan Kompetensi Kewirausahaan dan Digital Marketing Guna Mengoptimalkan Penjualan Produk UMKM di Desa Wisata Jipangan. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(3), 603–610.
- Syarifah, I., Azis, A., Setiyawan, A. D., Subiyantoro, S., & Muarief, R. (2022). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Di Era Digital Pada Remaja Karang Taruna Kabupaten Gresik. *BERNAS*, 3(4), 957–960. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3307>
- Yulia, Y., Arnomo, S. A., & Karnadi, V. (2024). Pelatihan Desain Grafis Berbasis Vector Dan Bitmap Menggunakan Aplikasi CorelDraw Di SMK Nasional Padang. *Puan Indonesia*, 5(2), 405–410.
- Yulia, Y., Jusmaya, A., & Sembiring, D. (2023). Pelatihan Aplikasi Keuangan BukuWarung Dan Bahasa Inggris Mendukung Bisnis Usaha Pada Masyarakat UMKM Cipta Asri Kota Batam. In *Edisi Juli* (Issue 1).
- Zuhrifillah, E. N., Mulyanti, K., & Rusham, R. (2022). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Bagi Kelompok Usaha Mikro Kecil. *An-Nizam*, 01(01), 8–14.

