

## Digital Marketing dan Prospek Bisnis Era Covid-19 di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Hang Nadim Batam

Koko Handoko<sup>1\*</sup>, Erlin Elisa<sup>2</sup>, Anggia Arista<sup>3</sup>, Yvonne Wangdra<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Komputer

<sup>2</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Komputer

<sup>3</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Komputer

<sup>4</sup>Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

<sup>1, 2, 3</sup>Universitas Putera Batam, Jalan R. Soeprapto Muka Kuning – Batam

\*e-mail : [kokohandoko01@gmail.com](mailto:kokohandoko01@gmail.com), [elin210110@gmail.com](mailto:elin210110@gmail.com),

[anggiaarista4@gmail.com](mailto:anggiaarista4@gmail.com), [yvonne@puterabatam.ac.id](mailto:yvonne@puterabatam.ac.id)

\*no HP/WA : 0852-7411-8383

### Informasi Artikel

Diterima Redaksi:

Revisi Akhir:

Diterbitkan Online:

Kata Kunci:

Iptek, Digital Marketing, Prospek Bisnis

### Abstrak

Diera tahun melenial digital marketing sangatlah penting, Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya. Banyaknya digital marketing yang dipakai oleh perusahaan-perusahaan, membuktikan bahwa Digital Marketing memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang dapat diperoleh. Berikut beberapa kelebihan dari Digital marketing dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Digital marketing dapat meningkatkan usaha pemasaran bahkan pada era covid-19 saat ini pemanfaatan digital teknologi tersebut menjadikan prospek bisnis baru. Untuk itu dnegan adanya pembinaan ini, diharapkan siswa-siswi terbantu dalam pemahaman tentang pengabdian digital marketing dan prospek bisnis yang baik dan bagus dalam situasi perkembangan IPTEK dan dalam masa sulit saat ini di SMK Hang Nadim Batu Aji Kota Batam. Agar kedepannya siswa-siswi SMK yang telah dibentuk untuk menjadi individu yang siap pakai dapat menentukan karir terutama dibidang wira usaha.

### 1. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi dapat digunakan untuk mengembangkan dunia bisnis. Salah satunya kegiatan komunikasi pemasaran mengharuskan memanfaatkan era digital dalam menguasai pangsa pasar. Konsep digital marketing adalah memanfaatkan area luas pada media seperti televisi, radio, perangkat mobile hingga Internet, dimana media tersebut akan memberikan infografis tentang berbagai produk yang dipasarkan oleh perusahaan, terutama penekanan tentang merek sebuah barang atau jasa. Digital marketing menjadi

sarana paling ampuh untuk meroketkan merek akan suatu produk atau jasa. Digital marketing dapat menjangkau semua kalangan, kapanpun, dengan cara apapun dan dimanapun. Tentu sangat jauh lebih unggul dibandingkan dengan marketing konvensional yang terbatas waktu, lokasi, dan jangkauan pengguna.

Hal ini diperkuat sebagaimana hasil penelitian dari Putri dan Fitrah [1] yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kampanye *online marketing* dengan kebiasaan konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa. *E-marketplace* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi

dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. Dengan melalui internet para penjual dimudahkan dalam melakukan promosi dan memasarkan produknya dalam jangkauan yang lebih luas. Tujuan dan Manfaat dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya bidang pemasaran digital, sehingga diharapkan akan mampu meningkatkan pengetahuan siswa-siswi SMK Hang Nadim Batam.

Disamping itu dilihat dari perkembangan situasi tahun 2020 yang dilanda wabah yang meresahkan seluruh dunia termasuk indonesia, yaitu wabah virus asal wuhan covid-19, keadaan ini kian hari makin parah dengan melihat kasus terjangkit semakin meningkat dapat dilihat data gugus covid-19 bulan oktober 2020 Kasus positif Covid-19 di Indonesia bertambah 3.602 menjadi 368.842 orang. Jumlah pasien sembuh bertambah 4.410 menjadi 293.653 orang. Jumlah kasus meninggal bertambah 117 menjadi 12.734 orang sedangkan kota batam sendiri yang termasuk kedalam kepulauan riau terdapat total 1.740 Orang terkonfirmasi positif. Situasi ini tidak hanya kesehatan yang terganggu tetapi segi ekonomi sangat terganggu karena adanya penurunan daya beli dan usaha-usaha yang gulung tikar sehingga perekonomian penduduk jadi menurun, untuk itu dalam keadaan ini kita tidak boleh berpangku tangan saja untuk menonton sudah saatnya kita bangkit dengan melihat peluang kedepan agar dapat bertahan dan menjalankan hidup sebagaimana mestinya, untuk itu para siswa SMK dapat diberikan pembekalan tentang prospek bisnis yang sangat cocok untuk dijalankan pada era covid-19 dengan tujuan memberikan gambaran, contoh serta motivasi para peserta pengabdian untuk memulai berwirausaha.

## 2. METODE

### 3.1. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan selama rentang waktu tiga bulan yaitu dari bulan november 2020 sampai february 2021, kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian sebanyak lima kali pertemuan. Dimulai jam 13.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB yang bertempat

di SMK Hang Nadim Batam. Kegiatan yang dilakukan untuk pembina yaitu tiga dosen dan lima mahasiswa pada setiap pelaksanaan pengabdian yang dilakukan, dapat dilihat dari tabel 3.1 yaitu:

**Tabel 1.** Kegiatan Pengabdian

Pertemuan Ke-	Jadwal Pelaksanaan	Kegiatan	Narasumber
1	Januari 2021 Minggu Ke-3	Sosialisasi tentang Dasar-Dasar Pemasaran dan Pelatihan strategi konten.	Ketua
2	Januari 2021 Minggu Ke-4	Pemasaran Media Sosial dan Latihan Membuat Iklan Mesia Sosial	Anggota (1) Dosen
3	Februari 2021 Minggu Ke-1	Sosialisasi Prospek Bisnis dan Memulai Bisni Baru	Anggota (2) Dosen
4	Februari 2021 Minggu Ke-2	Latihan promosi dan pemasaran berbasis e-commerce.	Anggota (1) Mahasiswa
5	Februari 2021 Minggu Ke-3	Latihan promosi dan pemasaran berbasis e-commerce	Anggota (2) Mahasiswa

Pelaksanaan kegiatan pembinaan bertempat di Sekolah Hang Nadim Batam. Kegiatan ini akan memberikan solusi untuk pembinaan mahasiswa. Sehingga pembinaan dapat mahasiswa paham dari pembinaan digital marketing dan Pelatihan Prospek Bisnis.

### 3.2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berupa suatu pengabdian yang memberikan manfaat siswa yang dilakukan dengan metode pelaksanaan pengabdian. Pelaksanaan penjelasan yang dilakukan dalam pengabdian bisa terlihat di tabel 3.2 yaitu:

Tabel 2. Metode Pelaksanaan

Permasalahan	Solusi	Metode	Pertemuan Ke-
Minimnya pengetahuan murid SMK Hang Nadim Batam dalam dunia Digital Marketing	Untuk memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran tradisional, strategi konten mengacu pada perencanaan, pengembangan dan pengelolaan konten-tertulis atau di media lain, Media Sosial seperti instagram, facebook dan youtube.	Pelatihan dan diskusi	1 & 2
Sedikitnya Informasi yang diperoleh untuk melihat prospek bisnis yang bail dan bagus dijalankan pada masa pandemi dan untuk perubahan usaha dimasa yang akan datang	Memberikan sosialisasi Ulasan trik dan tips memulai usaha dimasa sulit dan bagaimana cara melihat value propotion konsumen terhadap peminatan dalam pembelian	Pelatihan dan diskusi	3, 4 & 5

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan metode ceramah dan praktek sesuai dengan materi yang ada dalam pengabdian. Adapun langkah-langkah dari pelaksanaan dari pengabdian yaitu:

- a. Langkah 1 (Ceramah):  
Seluruh siswa termotivasi oleh kesediaan untuk meningkatkan fungsi pemasaran tradisional, strategi konten mengacu pada perencanaan dan melakukan diskusi tanya jawab tentang ide usaha apa yang akan dibuat dan dikembangkan.
- b. Langkah 2 (Metode Praktek):  
Peserta pelatihan menerima materi pelatihan untuk pengembangan, dan pengelolaan konten-tertulis atau di media lain, media sosial seperti instagram, facebook dan youtube dan siswa diminta membuat proposal usaha sederhana mengenai ide yang telah dikemukakan sebelumnya.

### 3.3. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pembinaan pada pengabdian ini dalam meningkatkan pemahaman siswa-siswi dalam digital marketing dan mamajemen investasi terlihat di tabel 3.4 yaitu :

Tabel 3. Evaluasi Dalam Pembinaan

Tujuan	Indikator Ketercapaian	Tolak Ukur
Memberikan pelatihan melalui media komunikasi dengan konsumen melalui facebook, instagram dan youtube.	Meningkatkan pemahaman siswa-siswi untuk digital marketing dan manajemen investasi.	Dapat menjadi pengabdian ini sebagai ilmu yang penting sehingga siswa-siswi dapat memahami.
Memberikan sosialisasi dan sharing ilmu usaha dari kajian teori dan sosialisasi prospek bisnis saat ini.	Memberikan Pemahaman kepada siswa-siswi tentang prospek bisnis yang baik dan memulai bisnis.	Menjadikan Kegiatan pengabdian sebagai tolak ukur untuk mendapatkan ilmu baru dan dapat dimanfaatkan pada kondisi nyata

### 3.4. Keberlanjutan Kegiatan

Pembinaan yang akan dilakukan oleh pengabdian akan dilanjutkan dengan memonitor peserta dan membantu mengembangkan kemampuannya dalam pengetahuan digital dan jenis-jenis investasi analisa laporan keuangan pada pada siswa-siswi. Keberlanjutan pengabdian memang bukan hanya tanggung jawab dosen melainkan juga kesadaran bahwa masyarakat, sekolah, UKMK dan kelompok usaha dimasyarakat membutuhkan mitra untuk saling *sharing* sehingga dapat memecahkan setiap permasalahan yang terjadi kelompok usaha atau dimasyarakat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil

Hasil Pelaksanaan pembinaan Digital Marketing Dan Prospek Bisnis Era Covid-19 di sekolah menengah kejuruan SMK hang nadim batam dilaksanakan pada siswa-siswi sekolah SMK Hang Nadim Batu Aji Kota Batam yaitu:

- 1 Bahwa siswa-siswi SMK Hang Nadim Batam memahami Sosialisasi tentang Dasar-Dasar Pemasaran dan Pelatihan

- strategi konten. Sehingga hasil dari pengabdian ini yaitu siswa-siswi memahami kerangka pemasaran digital, bisnis apa yang mau dibuat, siapa dan kapan pelanggan kita, pemasaran tujuan dan KPI (*Key Performance Indicators*), rencana strategi konten, Pemasaran Inbound, Buat Konten dan Pemasaran Blog, Mendistribusikan dan Mempromosikan Konten.
2. Bahwa siswa-siswi SMK Hang Nadim Batam memahami Pemasaran Media Sosial dan Latihan Membuat Iklan Media Sosial. Sehingga hasil dari pengabdian ini yaitu siswa-siswi memahami saluran media sosial, konten media sosial, terapkan dan pantau kampanye, pengantar media sosial, platform untuk media sosial dan pekerjaan periklanan media sosial.
  3. Bahwa siswa-siswi SMK Hang Nadim Batam memahami Sosialisasi Prospek Bisnis dan Memulai Bisnis Baru. Sehingga hasil dari pengabdian ini yaitu siswa-siswi memahami.

### 3.2 Pembahasan

Kesadaran untuk menabung masyarakat pada umumnya masih perlu adanya edukasi dan pemahaman tentang menabung dan perlu terus di ingatkan tentang pentingnya menabung pada perbankan syariah yang memang untuk saat ini sedang membangun citra positif di tengah masyarakat dan generasi muda untuk tingkat SMA/SMK.

Materi yang disampaikan terhadap siswa-siswi dalam pembinaan di SMK Hang Nadim Batu Aji Batam meliputi beberapa pokok pembahasan yaitu:

- a. Siswa-siswi memahami dasar-dasar untuk membantu Anda menavigasi dan berkembang di bidang yang tumbuh pesat ini.
- b. Siswa-siswi memahami akan memberikan kerangka kerja untuk membantu Anda membuat keputusan yang tepat dalam lingkungan pemasaran digital yang terus berubah. Pelajari tentang peta pemasaran kami yang mencakup Apa, Siapa, Bagaimana, Di mana, dan Kapan pemasaran.
- c. Siswa-siswi memahami dimulai dengan memahami "apa" yang Anda pasarkan. Pelajari cara mengartikulasikan model

bisnis dengan cara bertarget yang ringkas.

- d. Siswa-siswi memahami pelanggan mendorong semua tindakan pemasaran. Kenali pelanggan ini melalui peta empati dan asah target Anda dengan mengembangkan persona pengguna. Pelajari berbagai tahapan perjalanan pelanggan yang akan dilalui pelanggan untuk menghubungi Anda.
- e. Ada banyak cara berbeda untuk menjangkau pelanggan Anda pada tahap yang berbeda dalam perjalanan mereka, dengan semakin banyak saluran pemasaran yang dapat dipilih. Selaraskan pilihan saluran pemasaran Anda dengan perjalanan pelanggan untuk mencapai hasil terbaik.
- f. Menetapkan tujuan pemasaran dan mengukur kemajuan Anda ke arahnya dengan Indikator Kinerja Utama adalah langkah penting dalam proses perencanaan.
- g. Dalam pengabdian ini, Anda belajar bagaimana merencanakan dan mengatur konten di mana pemasar harus memiliki pesan yang akan dikomunikasikan melalui konten yang bagus dan siswa-siswi mempelajari metrik yang perlu dipertimbangkan dan cara mengoptimalkan hasil di mana pengukuran adalah kunci keberhasilan pemasaran konten Anda.
- h. Merencanakan bisnis baru dari awal apa yang harus dilakukan hingga prospek bisnis berjalan dan bagaimana mempromosikan brand yang akan kita jual.
- i. Setelah bisnis berjalan bagaimana mempertahankan pelanggan dan memperbanyak pelanggan hingga brand apalagi yang akandijual sesuai dengan mengikuti jaman ke jaman.

### 3.3 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan yang sudah dilakukan oleh pengabdian yang dapat memberikan suatu sasaran dan manfaat yang menerapkan metode pelaksanaan kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dilakukan menggunakan beberapa langkah seperti ceramah dan praktek yang dilakukan oleh pengabdian. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- a. Langkah 1 (Ceramah):

Seluruh siswa termotivasi oleh kesediaan untuk meningkatkan fungsi pemasaran tradisional, strategi konten mengacu pada perencanaan dan melakukan diskusi tanya jawab tentang ide usaha apa yang akan dibuat dan dikembangkan.

b. Langkah 2 (Metode Praktek):

Peserta pelatihan menerima materi pelatihan untuk pengembangan, dan pengelolaan konten-tertulis atau di media lain, media sosial seperti instagram, facebook dan youtube dan siswa diminta membuat proposal usaha sederhana mengenai ide yang telah dikemukakan sebelumnya.



Gambar 1. Foto Dokumentasi



Gambar 2. Foto Dokumentasi

### 3.4 Evaluasi Setelah Pembinaan

Kegiatan pembinaan pada pengabdian ini dalam meningkatkan pemahaman siswa-siswi dalam digital marketing dan mamajemen investasi dapat dilihat pada:

- a. Memberikan pelatihan melalui media komunikasi dengan konsumen melalui facebook, instagram dan youtube, memberikan sosialisasi dan sharing ilmu usaha dari kajian teori dan sosialisasi prospek bisnis saat ini.
- b. Meningkatkan pemahaman siswa-siswi untuk digital marketing dan manajemen investasi, memberikan Pemahaman kepada siswa-siswi tentang prospek bisnis yang baik dan memulai bisnis.
- c. Dapat menjadi pengabdian ini sebagai ilmu yang penting sehingga siswa-siswi dapat memahami. Menjadikan

Kegiatan pengabdian sebagai tolak ukur untuk mendapatkan ilmu baru dan dapat dimanfaatkan pada kondisi nyata

### 3.5 Keberlanjutan Kegiatan

Pembinaan yang akan dilakukan oleh pengabdian akan dilanjutkan dengan memonitor peserta dan membantu mengembangkan kemampuannya dalam pengetahuan digital dan prospek bisnis pada siswa-siswi. Keberlanjutan pengabdian memang bukan hanya tanggung jawab dosen melainkan juga kesadaran bahwa masyarakat, sekolah, UKMK dan kelompok usaha dimasyarakat membutuhkan mitra untuk saling *sharing* sehingga dapat memecahkan setiap permasalahan yang terjadi kelompok usaha atau dimasyarakat.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengamatan selama proses berjalanya pembinaan terhadap siswa SMK Hang Nadim Batam, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Seluruh siswa-siswi sangat antusias dengan pelatihan digital marketing ini mengajarkan tentang dasar-dasar pemasaran dan strategi konten dimana didalam pengabdian siswa-siswi bisa merencanakan dalam menjual brand sehingga brand yang dijual itu laris sesuai kebutuhan masyarakat.
2. Pelatihan ini mengajarkan siswa-siswi untuk pengembangan brand, dan pengelolaan konten-tertulis atau di media lain, Media Sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *youtube*.
3. Ide usaha yang direncanakan dari awal membuat siswa-siswi yang masih bingung dengan usaha apa yang dia akan buat pengabdian ini membahas seluruh aspek perencanaan hingga bagaimana cara menilai value propotion konsumen terhadap peminatan dalam pembelian.

## 5. SARAN

Adapun saran dari pengabdian ini adalah :

- a. Menciptakan siswa-siswi sehingga mereka ingin tahu tentang digital menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan.
- b. Menciptakan siswa-siswi yang tau tentang digital marketing sehingga

mereka tahu tentang prospek bisnis dan tidak hanya menjadi siswa-siswi yang cepat tanggap terhadap setiap perubahan teknologi.

- c. Adanya kesinambungan pembinaan sehingga terjalin komunikasi yang efektif antara guru, dosen dan siswa untuk ikut membantu menciptakan generasi yang paham tentang objek pengabdian ini.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada pihak-pihak yang telah terlaksananya pengabdian ini dan terimakasih kepada universitas putera batam dan LPPM universitas putera batam yang telah memfasilitasi terlaksananya pengabdian ini.

### **REFERENSI**

- [1]. Oktaviani, Femi Rustandi, Diki (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal UNPAD*, (1-20), /ISSN: 2528-6927.
- [2]. M.Mustika (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul.
- [3]. Hapsoro, Bayu Bagas Palupiningdyah Slamet, Achmad (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset.