

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK BISNIS DI ERA MODERN

Taufan Nugroho^{1*}, Cefi Bahtiar^{2*}, Bintang Sulistyo.^{3*}, Haidar Nabawi^{4*}, Ikhwan Tawakal^{5*}, Melati Eka Putri^{6*}, Sultan Rahmat.A^{7*}, Zefanya Tambingon^{8*}, Annastacia Abieseta^{9*},

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Panca Sakti Bekasi

Abstrak: Era modern telah membawa perubahan signifikan dalam strategi pemasaran, khususnya dengan berkembangnya pemasaran digital. Hal ini menuntut generasi muda, terutama siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk memiliki pemahaman dan keterampilan yang relevan dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung pengembangan bisnis. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan wawasan serta pelatihan kepada siswa SMK BIT Bina Aulia mengenai strategi pemasaran digital, dengan fokus pada pemanfaatan platform media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat pemasaran yang efektif. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode diskusi interaktif dan sharing pengalaman dari perusahaan yang telah sukses menggunakan strategi digital. Peserta diajak untuk menganalisis studi kasus, memahami strategi konten, serta mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran digital. Melalui pendekatan ini, siswa diharapkan mampu mengenali peluang pemasaran digital untuk diterapkan dalam bisnis mereka sendiri atau mendukung karir mereka di masa depan. Hasil kegiatan dari kelompok kami menunjukkan bahwa diskusi berbasis pengalaman praktis mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep dasar pemasaran digital serta memberikan motivasi untuk berinovasi. Kami harap, kegiatan ini tidak hanya membekali siswa dengan keterampilan praktis, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam mendorong lahirnya generasi wirausaha yang kompetitif di era digital.

Kata Kunci: Strategi pemasaran digital, Era modern, Bisnis digital

Abstract: The modern era has brought significant changes in marketing strategies, particularly with the development of digital marketing. This requires the younger generation, especially Vocational High School (SMK) students, to have relevant understanding and skills in utilizing technology to support business development. This community service aims to provide insight and training to SMK BIT Bina Aulia students on digital marketing strategies, with a focus on utilizing social media platforms, especially Instagram, as an effective marketing tool. This activity is carried out through interactive discussion methods and sharing experiences from companies that have successfully used digital strategies. Participants are invited to analyze case studies, understand content strategies, and evaluate the effectiveness of digital marketing campaigns. Through this approach, students are expected to be able to recognize digital marketing opportunities to be applied in their own businesses or support their careers in the future. The results of our group's activities show that discussions based on practical experience can improve students' understanding of the basic concepts of digital marketing and provide motivation to innovate. We hope that this activity will not only equip students with practical skills, but also have a long-term impact in encouraging the birth of a generation of competitive entrepreneurs in the digital era.

Keywords:: Digital marketing strategy

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat di era modern ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran.

Saat ini, pemasaran digital menjadi salah satu strategi utama yang digunakan oleh banyak perusahaan untuk mencapai konsumen dengan lebih efisien dan efektif. Berbagai platform digital, seperti media sosial, mesin pencari, dan situs web, telah membuka peluang yang luas bagi bisnis untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Namun, pemanfaatan pemasaran digital yang optimal memerlukan pengetahuan dan keterampilan khusus. Generasi muda, khususnya siswa SMK yang akan terjun ke dunia kerja, perlu memahami bagaimana memanfaatkan teknologi ini untuk mendukung pengembangan bisnis dan karier mereka. Oleh karena itu, diperlukan pembekalan yang memadai agar mereka siap bersaing di dunia bisnis yang semakin kompetitif.

Sebagai lembaga pendidikan yang melatih siswa di bidang pemasaran, SMK BIT Bina Aulia memiliki tanggung jawab untuk membekali siswanya dengan keterampilan yang relevan dan sesuai dengan tuntutan industri saat ini. Jurusan Pemasaran di SMK BIT Bina Aulia diharapkan mampu mencetak lulusan yang tidak hanya paham teori pemasaran, tetapi juga terampil dalam menerapkan strategi digital yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan teknologi.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada siswa tentang pentingnya pemasaran digital, teknik-teknik yang dapat diterapkan, serta pemanfaatan platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan pemasaran berbasis data. Melalui kegiatan ini, siswa akan mendapatkan wawasan praktis yang dapat mereka gunakan untuk mempersiapkan diri di dunia kerja atau dalam mengembangkan bisnis mereka sendiri di masa depan.

Dalam era digital yang terus berkembang, dunia bisnis mengalami perubahan besar, terutama dalam hal pemasaran. Pemasaran tradisional mulai ditinggalkan dan digantikan oleh pemasaran berbasis teknologi yang dapat menjangkau konsumen secara lebih cepat dan efisien. Media sosial, situs web, mesin pencari, dan platform digital lainnya kini menjadi alat utama yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk mereka. Namun, belum semua generasi muda memahami bagaimana memanfaatkan pemasaran digital secara efektif, khususnya siswa SMK jurusan Pemasaran yang membutuhkan keterampilan ini untuk bersaing di pasar tenaga kerja atau mengembangkan bisnis mereka sendiri.

SMK BIT Bina Aulia, sebagai institusi pendidikan yang menyiapkan siswa di bidang pemasaran, menghadapi tantangan untuk memastikan lulusannya siap menghadapi kebutuhan industri yang terus berubah. Dengan memberikan pembelajaran dan pelatihan tentang strategi pemasaran digital, siswa diharapkan dapat memiliki wawasan yang lebih luas dan keterampilan yang relevan untuk dunia kerja modern. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini diadakan untuk membantu siswa mempelajari konsep-konsep pemasaran digital yang esensial dan bagaimana menerapkannya secara praktis.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, metode pendekatan yang digunakan meliputi beberapa tahapan strategis untuk memastikan pemahaman dan keterampilan siswa dapat tercapai secara optimal. Metode ini melibatkan kombinasi teori, praktik, dan evaluasi yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa SMK BIT Bina Aulia, khususnya jurusan pemasaran. Adapun tahapan pendekatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Partisipatif

Metode partisipatif digunakan untuk melibatkan siswa secara aktif selama kegiatan berlangsung. Dalam setiap sesi, siswa diberikan kesempatan untuk:

- a. Mengemukakan pendapat atau berbagi pengalaman terkait pemasaran digital.
- b. Berdiskusi mengenai tantangan dan peluang dalam pemasaran online.
- c. Berinteraksi langsung dengan narasumber untuk memahami konsep secara mendalam.

2. Pendekatan Edukatif

Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pembelajaran berbasis teori yang mendasar dan relevan dengan dunia pemasaran digital. Tahapan pendekatan edukatif meliputi:

- a. Pemaparan Materi: Menyampaikan konsep dasar pemasaran digital, seperti SEO, media sosial, dan content marketing.
- b. Studi Kasus: Memberikan contoh nyata dari dunia bisnis untuk menunjukkan bagaimana pemasaran digital diterapkan secara efektif.

3. Pendekatan Kolaboratif

Kolaborasi antara siswa, guru, dan tim pengabdian masyarakat dioptimalkan untuk menciptakan suasana belajar yang produktif. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun komunikasi yang baik dan menciptakan solusi pemasaran yang inovatif melalui kerja sama.

Metode pendekatan harus menjelaskan secara utuh tahapan penelitian yang akan dilaksanakan, luaran, indikator capaian yang terukur di setiap tahapan, teknik pengumpulan data dan analisis data, cara penafsiran, dan penyimpulan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul Strategi Pemasaran Digital Bisnis di Era Modern telah berhasil dilaksanakan di SMK BIT BINA AULIA. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan wawasan kepada siswa jurusan pemasaran tentang cara merintis bisnis di era modern dengan menerapkan strategi pemasaran digital. Materi yang disampaikan mencakup studi kasus perusahaan besar seperti Kopi Kenangan, Le Minerale, dan Mie Gacoan yang sukses menjalankan promosi melalui platform Instagram secara menarik.

Siswa tampak antusias dan mampu menyerap materi yang disampaikan. Hal ini terlihat dari partisipasi aktif mereka dalam diskusi, termasuk pertanyaan tentang deskripsi pekerjaan, sikap profesional yang diperlukan saat menjalani praktik magang atau PKL, serta aspek penting yang harus diperhatikan saat memasuki dunia kerja. Hasil diskusi menunjukkan bahwa siswa merasa lebih siap menghadapi dunia kerja. Selain itu, beberapa siswa menyatakan ketertarikan untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari.

Catatan untuk Kegiatan Terdahulu

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa penyampaian materi perlu terus disesuaikan dengan kebutuhan dan latar belakang peserta. Dalam kegiatan serupa di masa depan, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah:

1. Mengintegrasikan materi tambahan berupa praktik langsung pemasaran digital, seperti simulasi membuat konten promosi di Instagram.
2. Mengundang pelaku usaha lokal yang sudah berhasil menggunakan strategi pemasaran digital untuk berbagi pengalaman langsung dengan siswa.
3. Menyediakan panduan tertulis atau video pembelajaran sebagai materi pendukung agar siswa dapat mempelajari ulang setelah kegiatan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi di SMK BIT BINA AULIA berlangsung dengan lancar dan memberikan manfaat yang signifikan bagi siswa. Sebelumnya, siswa hanya memahami materi pelajaran dan kejuruan pemasaran secara teoritis. Namun, melalui diskusi ini, mereka mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang persiapan dan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL).

Pertanyaan yang diajukan oleh siswa menunjukkan antusiasme mereka untuk memahami lebih dalam tentang bisnis dan strategi pemasaran digital. Mereka juga memperoleh wawasan baru mengenai penerapan strategi yang relevan dan efektif untuk bisnis di era modern, khususnya dalam menggunakan platform digital seperti media sosial.

Selain itu, siswa juga mempelajari tips dan trik untuk menarik banyak audiens dengan cara sederhana namun efektif, sehingga mampu memahami bagaimana cara mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi mereka. Dengan adanya kegiatan ini, siswa merasa lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja dan memiliki bekal awal untuk memulai bisnis mereka sendiri di masa depan.

Referensi

- Kotler, P., & Keller, K. L., 2016, *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, New Jersey.
- Hermawan, A., 2012, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Susilo, D., 2020, "Strategi Digital Marketing di Era Revolusi Industri 4.0", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7, No. 1, pp. 35-48.
- Nugroho, Y., 2019, "Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Promosi Bisnis", *Proceeding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang.
- Rahmawati, D. S., 2021, "Implementasi Strategi Digital pada UMKM di Indonesia", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 18, No. 3, pp. 78-88.

FOTO KEGIATAN

