



Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Guru Di SMP PGRI 3 Baturaja

(Digital Marketing Training As An Effort To Improve Knowledge And Skills Of Teachers At SMP PGRI 3 Baturaja)

Suryanto Suryanto¹, Haris Saputro², Defi Pujianto³, Kadarsih Kadarsih⁴, Didik Arifin⁵, Rusidi Rusidi⁶, Ari Sulfani⁷

¹⁻⁷ Universitas Mahakarya Asia, Indonesia

Korespondensin penulis : sur72nto@gmail.com

Article History:

Received: Juni 12, 2024;

Revised: Junii 26, 2024;

Accepted: Juli 22, 2024;

Online Available: Juli 24, 2024;

Keywords: Training, Digital Marketing, Skills

Abstract: *In the current era of digitalisation, digital marketing skills are crucial across various fields, especially in education. Teachers need to have knowledge and skills in digital marketing to support the promotion and branding of schools. SMP PGRI 3 Baturaja, a private school, faces competition in attracting new students by leveraging digital technology to showcase the school's activities and achievements. The purpose of this training is to enhance the knowledge of SMP PGRI 3 Baturaja teachers about the concepts and strategies of digital marketing and to develop practical skills in using various digital marketing tools and platforms. With this knowledge, it is expected that teachers can effectively improve the promotion and reputation of the school. The training is conducted through interactive and practical workshop sessions, including theoretical presentations, discussions, and hands-on practice. Participants will be provided with material on the basics of digital marketing, content strategies, and the use of social media. Additionally, there will be mentoring sessions for hands-on practice. After attending this training, based on the results of the questionnaires distributed to the participants, 86.7% of participants gained new knowledge about digital marketing, 85.7% acquired skills in copywriting with AI, and 80% gained skills in creating digital marketing content. The training participants were able to implement activities during digital marketing practice. SMP PGRI 3 Baturaja teachers are now more skilled in using various digital platforms to promote school activities and promotions on social media after the training.*

Abstrak

Di era digitalisasi saat ini, kemampuan digital marketing sangat penting di berbagai bidang, khususnya bidang pendidikan. Guru perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing untuk mendukung promosi dan branding sekolah. SMP PGRI 3 Baturaja merupakan sekolah swasta dalam menghadapi persaingan memperoleh peserta didik baru dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperkenalkan kegiatan dan prestasi sekolah. Tujuan dilakukan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan guru-guru SMP PGRI 3 Baturaja tentang konsep dan strategi digital marketing serta mengembangkan keterampilan praktis dalam menggunakan berbagai alat dan platform digital marketing. Dengan pengetahuan ini, diharapkan guru-guru dapat meningkatkan promosi dan reputasi sekolah secara efektif. Pelatihan dilaksanakan melalui sesi workshop interaktif dan praktis, termasuk presentasi teori, diskusi, dan latihan praktik langsung. Peserta akan diberikan materi tentang dasar-dasar digital marketing, strategi konten, dan penggunaan media sosial. Selain itu, akan ada pendampingan sesi praktik langsung. Setelah mengikuti pelatihan ini, berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada peserta pelatihan diperoleh hasil 86,7% peserta memperoleh pengetahuan baru tentang digital marketing, 85,7% dan memperoleh keterampilan pembuatan copywriting dengan AI, serta 80% mendapatkan keterampilan membuat konten digital marketing. Peserta pelatihan mampu mengimplementasikan kegiatan pada saat praktik digital marketing. Guru SMP PGRI 3 Baturaja lebih terampil dalam menggunakan berbagai platform digital untuk mempromosikan kegiatan dan promosi sekolah ke sosial media setelah dilaksanakan pelatihan.

Kata Kunci: Pelatihan, Digital Marketing, Keterampilan.

1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, menjadi sangat penting bagi berbagai bidang untuk menjadi mahir dalam pemasaran digital, termasuk lembaga pendidikan. Pendidikan yang baik tidak hanya bergantung pada apa yang diajarkan di kelas, tetapi juga bagaimana sekolah dapat mempromosikan dirinya sendiri kepada masyarakat. Sebagai garda terdepan dalam dunia pendidikan, guru harus memiliki pemahaman dan keterampilan dalam digital marketing untuk membantu promosi dan branding sekolah mereka untuk keberlangsungan kehidupan sekolah swasta.

Teknologi digital memberikan banyak alat dan platform yang dapat digunakan untuk menerapkan berbagai aktivitas dan mencapai tujuan sekolah, pelatihan digital marketing ini sangat penting dilaksanakan di SMP PGRI 3 Baturaja. Menurut laporan We Are Social, pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang. (Annur, 2024). Sedangkan Pengguna Sosial media We Are Social mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional. (Annur, 2024) Angka-angka ini menunjukkan betapa pentingnya kehadiran online yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan guru SMP PGRI 3 Baturaja tentang digital marketing. Kegiatan pelatihan ini akan mengajarkan kepada pendidik bagaimana membuat strategi digital yang dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi sekolah. Pelatihan ini akan mengajarkan mereka konsep seperti pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan strategi konten. Tools yang akan digunakan pada pelatihan ini adalah pemanfaatan Chat Gbt untuk membuat konten dan copywriting serta canva dalam membuat konten video dan gambar.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mempersiapkan pendidik untuk menerapkan pengetahuan tentang digital marketing dalam konteks promosi sekolah swasta. Pelatihan ini akan membantu para guru dalam meningkatkan promosi dan branding sekolah. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan tentang digital marketing para guru, serta SMP PGRI 3 Baturaja dapat menarik lebih banyak

perhatian dari masyarakat dan calon siswa, serta memperkuat citra sekolah yang positif di era digital.

Digital marketing telah menjadi salah satu alat penting untuk mendorong berbagai jenis bisnis, termasuk institusi pendidikan. Untuk terhubung dengan audiens, bisnis dan lembaga, termasuk sekolah, dapat menggunakan berbagai saluran online, seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial". Landasan fundamental untuk pengembangan pemasaran digital di lingkungan bisnis adalah internet. Jadi digital marketing merupakan kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, dan jejaring sosial, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan performansi pemasaran; efisiensi pengeluaran; dan loyalitas konsumen. (Marlina, 2020)

Penelitian juga menunjukkan bahwa kehadiran online yang kuat dapat meningkatkan reputasi dan daya tarik suatu sekolah, mendukung pentingnya pemasaran digital dalam pendidikan. Sekolah yang aktif di media sosial memiliki kecenderungan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan komunitas mereka dan memiliki kemampuan untuk meningkatkan pendaftaran siswa baru. (Rutter, (2016).)Beberapa kegiatan digital marketing untuk sekolah terdahulu diantara:

1. Peningkatan Profesionalisme Guru SMK Pariwisata dalam Upscaling Kemampuan Siswa Berwirausaha. Kegiatan menghasilkan peningkatan pemahaman baru terkait pembelajaran berbasis proyek / produk wirausaha dan pemasaran digital, meskipun ada beberapa yang masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut. (Indah Nur Agustiani, 2023)
2. Pelatihan Literasi Media Digital Sebagai Upaya Marketing Digital Pada TK Insan Mandiri. Hasil pengabdian ini menemukan beberapa poin penting pada mitra sasaran, yaitu: pertama, kurangnya pemahaman tentang pentingnya media digital sebagai alat marketing. Guru-guru dan kepala sekolah TK Insan Mandiri menyadari perlunya adaptasi dengan digitalisasi namun memerlukan keahlian dan sumber daya yang lebih baik. Selama ini, media digital seperti Facebook hanya digunakan sesekali tanpa perencanaan yang matang. Kedua, Instagram mereka pernah digunakan namun dengan sedikit postingan berkualitas rendah, menekankan perlunya kemampuan membuat konten yang baik dan pengelolaan media digital yang terencana. Ketiga, ada masalah internal berupa penurunan jumlah siswa karena biaya iuran bulanan yang dianggap mahal dan persaingan dengan lembaga PAUD lainnya. Akreditasi A tidak mempengaruhi pilihan orang tua yang lebih fokus pada biaya dan branding sekolah. TK Insan Mandiri juga kurang dikenal dan sering tertukar dengan

sekolah lain yang memiliki nama mirip, sehingga pemahaman akan pentingnya branding menjadi tantangan selanjutnya yang harus diberikan pada kegiatan pengabdian berikutnya. (Tita Melia Milyane, 2024)

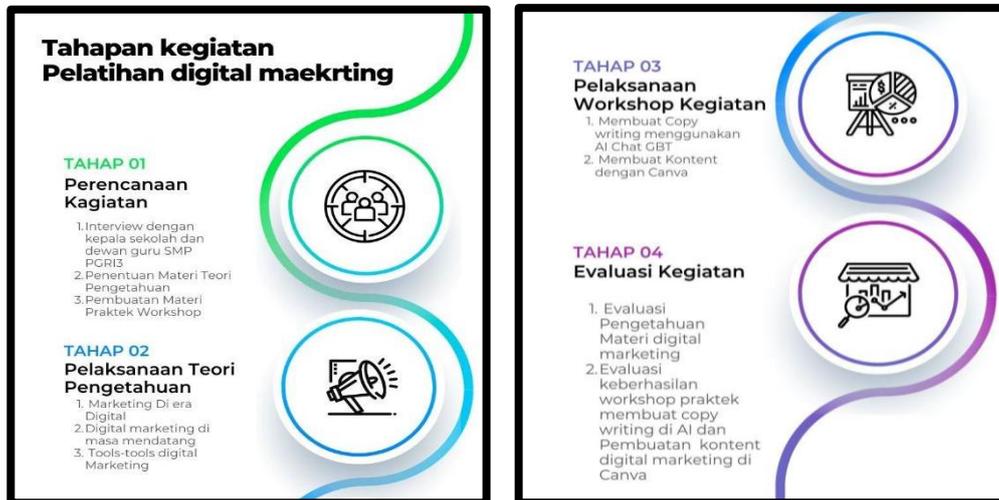
3. Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship di SMK Muhammadiyah Bligo. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan nilai rata-rata sebesar 10 poin setelah kegiatan pengabdian, meskipun tidak signifikan karena beberapa peserta sudah mengetahui materi sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) di SMK Muhammadiyah Bligo meningkat, khususnya dalam menumbuhkan jiwa entrepreneurship siswa melalui pemberdayaan TEFA. Evaluasi terhadap pengelola TEFA melalui angket menunjukkan 83% guru setuju bahwa TEFA dapat menjadi pendamping siswa dalam pengembangan bisnis di luar sekolah, namun pemanfaatan TEFA dan sumber daya manusia perlu ditingkatkan. Seluruh responden setuju bahwa kegiatan PBM membantu mereka memahami pemasaran digital dan membuat konten advertising menggunakan aplikasi seperti Canva dan Microsoft PowerPoint. (Ichwan Kurniawan, 2023)
4. Every word matters: membangun school branding melalui pelatihan digital marketing. Hasil pelatihan kegiatan pengabdian menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, yang terdiri dari guru dan siswa SMK Penerbangan Lampung. Peningkatan pemahaman terlihat pada berbagai aspek digital marketing, termasuk perbedaan antara conventional marketing dan digital marketing, tipe-tipe digital marketing, pentingnya digital marketing untuk sekolah, cara mengaktifkan Google Map, bahasa komunikatif dalam online chat, kriteria konten engaging di website dan media sosial, brainstorming konten relevan, serta praktik pembuatan post media sosial. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital marketing peserta, serta memanfaatkan media sosial untuk membangun branding sekolah. Wawancara dengan peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan tepat sasaran. (Suprayogi Suprayogi, 2022)

Berdasarkan kegiatan pelatihan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu menunjukkan keberhasilan pelatihan digital marketing dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta tentang digital marketing, serta dapat mempromosikan sekolah di institusi pendidikan. Meskipun masih diperlukan pendampingan lebih lanjut dan peningkatan sumber daya, pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta kesadaran digital marketing di kalangan guru, serta memanfaatkan untuk membangun branding sekolah

dan mempromosikan sekolah

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pelatihan guru SMP PGRI 3 Baturaja menggunakan 4 tahapan yaitu persiapan, pemahaman materi digital marketing, workshop praktek digital marketing, serta evaluasi pemahaman materi dan keberhasilan workshop praktek kegiatan.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pelatihan

Sesuai dengan metode pelatihan di atas tahap pertama adalah perencanaan kegiatan pelatihan dimulai dengan interview dengan Kepala Sekolah dan Dewan Guru SMP PGRI 3 untuk menggali informasi, kebutuhan dan tujuan akhir dari pelatihan. Tahap perencanaan ini juga dilakukan penentuan materi-materi digital marketing untuk pengetahuan guru SMP PGRI 3 dengan menyusun topik dan isi materi yang akan disampaikan dalam sesi teori. Langkah terakhir dalam tahap perencanaan adalah pembuatan materi praktek untuk workshop dengan menyiapkan materi praktek termasuk alat praktek yang dibutuhkan.

Tahap yang kedua yaitu kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan tentang Digital Marketing guru SMP PGRI 3 Baturaja. Kegiatan berupa penjelasan teori tentang Digital Marketing yang membahas tentang promosi SMP di era digital yang meliputi konsep dan strategi pemasaran yang efektif khususnya dalam meningkatkan memperkenalkan promosi SMP. Kegiatan selanjutnya mengulas digital marketing di masa mendatang dengan memperhatikan tren dan perkembangan yang diprediksi akan terjadi. Kegiatan akhir tahap ini, memperkenalkan dan menjelaskan berbagai tools digital marketing yang dapat digunakan untuk mendukung strategi pemasaran secara optimal.

Tahapan selanjutnya yaitu pelaksanaan workshop dimulai dengan sesi membuat copywriting menggunakan AI Chat GPT, di mana peserta akan belajar cara memanfaatkan teknologi AI untuk menghasilkan teks pemasaran yang efektif. Selanjutnya, peserta akan

mengikuti sesi membuat konten visual dengan Canva, yang mencakup pembuatan desain grafis untuk mendukung strategi pemasaran mereka.

Evaluasi kegiatan akan meliputi beberapa aspek penting. Pertama, evaluasi pengetahuan tentang materi digital marketing akan dilakukan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap konsep dan strategi yang telah disampaikan. Selanjutnya, keberhasilan workshop praktek membuat copywriting dengan menggunakan AI akan dievaluasi untuk mengukur kemampuan peserta dalam mengimplementasikan teknologi AI dalam pembuatan teks pemasaran. Terakhir, evaluasi pembuatan konten digital marketing menggunakan Canva akan dilakukan dengan metode kuesioner untuk menilai kemampuan peserta dalam menciptakan desain grafis yang mendukung strategi pemasaran mereka.

Evaluasi kegiatan mengetahui hasil tingkat pemahaman materi dan keberhasilan kegiatan praktek digital marketing dilakukan penyebaran kuesioner kepada peserta. Penyebaran kuesioner menggunakan google form dengan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan keberhasilan pelaksanaan pelatihan. Berikut daftar pertanyaan kepada peserta

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner

No	Daftar Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
1.	Apakah pelatihan digital marketing ini memberikan pengetahuan baru ?	Ya	Tidak
2.	Apakah pelatihan ini menambah keterampilan dalam membuat copywriting menggunakan AI	Ya	Tidak
3	Apakah pelatihan ini menambah keterampilan dalam membuat konten digital marketing menggunakan Canva	Ya	Tidak

3. HASIL

Kegiatan Pelatihan Digital Marketing untuk Guru di SMP PGRI 3 Baturaja dilaksanakan pada hari kamis 13 Juli 2024. Sebanyak 15 peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan. Kegiatan dilaksanakan di ruang kelas dilengkapi dengan peralatan praktik laptop dan koneksi internet.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar dan peserta dapat mengikuti tahap- tahap pelatihan. Untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keberhasilan pelatihan, peserta dibagi kuioner pertanyaan tingkat pemahaman teori dan praktek kegiatan pelatihan digital marketing. Sebanyak 15 perta pelatihan mengisi kuesioner. Berikut adalah grafik hasil kuesioner peserta : Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil diperoleh grafik seperti dibawah ini



Gambar 3, Grafik Hasil Kuesioner Peserta Pelatihan

Berdasarkan grafik hasil kuisioner peserta pelatihan digital marketing di SMP PGRI 3 Baturaja, berikut adalah penjelasan secara rinci dari hasil pelatihan tersebut:

1. Pengetahuan Baru

Sebanyak 86,7% peserta pelatihan menjawab bahwa mereka mendapatkan pengetahuan baru. Sebaliknya, 13% peserta pelatihan menjawab bahwa mereka tidak mendapatkan pengetahuan baru.

2. Tingkat Keterampilan Praktek Membuat Copywriting menggunakan AI

Dalam hal membuat copywriting dengan AI, 85,7% peserta pelatihan menjawab bahwa mereka berhasil membuat copywriting dengan AI. Sedangkan, 14,3% peserta pelatihan menjawab bahwa mereka tidak berhasil membuat copywriting dengan AI.

3. Keterampilan Pembuatan Konten Digital Marketing:

Sebanyak 80% peserta pelatihan menyatakan bahwa mereka dapat membuat konten digital marketing. Sementara itu, 20% peserta pelatihan menjawab bahwa mereka tidak dapat membuat konten digital marketing.

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa mayoritas guru SMP PGRI 3 Baturaja yang mengikuti pelatihan merasa mendapatkan pengetahuan baru dan mendapatkan keterampilan yang diajarkan pada saat pelatihan, seperti teori digital marketing, pembuatan copywriting dengan AI dan pembuatan konten digital marketing. Namun, masih ada beberapa peserta yang merasa belum mendapatkan pengetahuan dan pada saat praktek belum menghasilkan baik copywriting maupun konten digital marketing.

4. DISKUSI

Pelatihan digital marketing di SMP PGRI 3 Baturaja bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan guru dalam pembuatan copywriting dan content digital marketing untuk SMP. Pelatihan ini sangat penting mengingat persaingan sekolah swasta sangat ketat dan perkembangan teknologi yang cepat pengaruhnya pada sekolah. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para guru mampu membuat dan mengelola konten digital yang menarik, dalam mempromosikan sekolah secara efektif, serta meningkatkan kualitas sekolah dalam mempromosikan kegiatan-kegiatan sekolah. Harapannya, setelah pelatihan ini, para guru dapat menjadi lebih kreatif dalam memperkenalkan kegiatan pendidikan SMP PGRI 3 Baturaja dan mampu meningkatkan citra sekolah melalui platform digital. Sesuai dengan tujuan pelatihan yang telah diselenggarakan beberapa sekolah dengan tema digital marketing memperoleh hasil yang positif. Beberapa hasil dari kegiatan pelatihan di lembaga pendidikan yaitu guru mendapatkan pemahaman baru terkait pembelajaran berbasis proyek/produk wirausaha dan juga pemasaran digital. Hal ini menjadi pertanda positif mengingat pengabdian ini akan berlanjut dengan aktifitas yang sama, meskipun ada 1 orang yang merasa masih kurang memahami pemahaman tersebut. (Indah Nur Agustiani, 2023). Kegiatan lain yang juga membahas tentang digital marketing memperoleh hasil tercapainya tujuan yang diharapkan yakni guru dan siswa telah memiliki mindset akan pentingnya digital marketing dan juga peningkatan keterampilan digital marketing. Terlebih lagi, baik guru maupun siswa juga telah dapat menggunakan sosial media yang mereka miliki sebagai sarana promosi guna membangun branding sekolah mereka. (Suprayogi Suprayogi, 2022).

Hasil kegiatan pelatihan terdahulu selaras dengan hasil pelatihan yang telah dilaksanakan di SMP PGRI 3 Baturaja, di mana para guru memperoleh pengetahuan baru dan keterampilan digital marketing sebagai sarana promosi sekolah berbasis digital. Harapannya, dengan pengetahuan dan keterampilan digital marketing yang baru yang telah diperoleh, para guru dapat lebih efektif mempromosikan kegiatan – kegiatan sekolah, menaikkan citra sekolah SMP PGRI 3 Baturaja, dan dapat menarik lebih banyak siswa baru untuk bergabung menjadi siswa SMP PGRI 3 Baturaja.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan digital marketing di SMP PGRI 3 Baturaja menunjukkan bahwa 86,7% peserta memperoleh pengetahuan baru tentang digital marketing, 85,7% dan memperoleh keterampilan pembuatan copywriting dengan AI, serta 80% mendapatkan keterampilan membuat konten digital marketing. Secara keseluruhan, pelatihan ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan guru SMP PGRI 3 Baturaja, meskipun perlu ada pelatihan tambahan untuk mendukung peserta yang mengalami kesulitan. Peserta pelatihan mampu mengimplementasikan kegiatan pada saat praktik digital marketing. Guru SMP PGRI 3 Baturaja lebih terampil dalam menggunakan berbagai platform digital untuk mempromosikan kegiatan dan promosi sekolah ke sosial media setelah dilaksanakan pelatihan.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi, sehingga pelaksanaan pelatihan ini berjalan lancar dan para guru SMP PGRI 3 Baturaja mendapatkan pengetahuan baru dan keterampilan baru tentang Digital Marketing. Adapun ucapan terimakasih kami sampaikan kepada

1. Kepada Universitas Mahakarya Asia, yang telah memberikan izin kegiatan pengabdian kepada penulis.
2. Kepada kepala sekolah SMP PGRI 3 Baturaja yang telah memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk memberikan pelatihan kepada guru SMP PGRI 3 Baturaja
3. Kepada para peserta pelatihan yang telah meluangkan waktu untuk mengikuti pelaksanaan pelatihan Digital Marketing dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Annur, C. M. (2024, 02 27). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish>. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Ichwan Kurniawan, M. R. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship di SMK Muhammadiyah Bligo. *Jurnal Abdimas PHB* , 1179-1188.
- Indah Nur Agustiani, A. S. (2023). Peningkatan Profesionalisme Guru SMK Pariwisata dalam Upscaling Kemampuan Siswa Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 139-144.
- Marlina, L. e. (2020). *DIGITAL MARKETING*. Bandung: CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Rutter, R. R. ((2016).). Social media interaction, the university brand and recruitment performance. *Journal of Business Research*, 3096–3104.
- Suprayogi Suprayogi, B. P. (2022). Every word Matters: Membangun School Branding Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Al-Mu'awanah - Jurnal pengabdian kepada masyarakat*, 1-8.
- Tita Melia Milyane, A. D. (2024). Pelatihan Literasi Media Digital Sebagai Upaya Marketing Digital Pada TK Insan Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 369-374.