

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN
PEREKONOMIAN SISWA MADRASAH ALIYAH FATHUS SALAFI
MANGARAN KABUPATEN SITUBONDO**

***DIGITAL MARKETING TRAINING TO IMPROVE STUDENT ECONOMY
OF MADRASAH ALIYAH FATHUS SALAFI MANGARAN
SITUBONDO DISTRICT***

Ediyanto¹⁾, Minullah²⁾

^{1,2}Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

¹Email: ediyanto@unars.ac.id

Abstrak Madrasah Aliyah (MA) Fathus Salafi merupakan salah satu sekolah berbasis pondok pesantren yang berupaya meningkatkan jiwa wirausaha bagi siswanya. Beberapa kegiatan yang dilakukan diantaranya pameran produk kreatif dan memasarkan produk siswa di lingkungan masyarakat sekitar pesantren. Jangkauan pemasaran lokal dapat menghasilkan penjualan yang baik namun masih kurang maksimal oleh karena itu perlu dilakukan upaya dan strategi untuk meningkatkan penjualan produk siswa salah satunya melalui strategi pemasaran digital. Pelatihan *digital marketing* dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan siswa mengenai alternatif strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk kreatif yang dihasilkan. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan ceramah dan tanya jawab. Siswa diajarkan berbagai jenis pemasaran produk pada market place seperti; *shopee*, *bukalapak*, *tokopedia*, dan *blibli*. Dari pelaksanaan pelatihan diperoleh hasil pentingnya kemampuan siswa dalam memilih digital platform penjualan yang sesuai dengan jenis dan karakter produk yang dipasarkan sebagai upaya untuk meningkatkan kecakapan *digital marketing* dan membantu meningkatkan perekonomian siswa MA. Fathus Salafi Mangaran Kabupaten Situbondo.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Perekonomian Siswa.

Abstract Madrasah Aliyah (MA) Fathus Salafi is a islamic boarding school that seeks to increase the entrepreneurial spirit of its students. Some of the activities carried out include creative product exhibitions and marketing student products in the community around the pesantren. Local marketing reach can produce good sales but is still not optimal, therefore efforts and strategies need to be made to increase sales of student products, one of which is through digital marketing strategies. Digital marketing training is carried out with the aim of increasing students' insight into alternative marketing strategies to increase sales of the creative products they produce. The training was carried out using a lecture and question and answer approach. Students are taught various types of product marketing in market places such as; *shopee*, *Bukalapak*, *Tokopedia*, and *Blibli*. From the implementation of the training, the results obtained were the importance of students' abilities in choosing a digital sales platform that was in accordance with the type and character of the products being marketed as an effort to improve digital marketing skills and help improve the economy of MA. Fathus Salafi Mangaran, Situbondo Regency.

Keywords: *Digital Marketing, Student Economy.*

PENDAHULUAN

Pendidikan kewirausahaan memberikan pembelajaran kepada siswa untuk mengembangkan ekonomi dan perkembangan sosial sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki masing-masing dan berusaha mendidik siswa menjadi mandiri, disiplin diri, kejujuran, ketekunan dalam menghadapi masa depan. Indonesia merupakan negara yang memiliki kepadatan penduduk sangat tinggi. Berdasarkan data yang dirilis oleh Dirjen Dukcapil Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, jumlah penduduk Indonesia per 30 Juni 2022 adalah 275.361.267 jiwa. Dengan jumlah penduduk sebanyak itu, keterbatasan lapangan pekerjaan menjadi permasalahan yang tidak dapat dielakan. Berita Resmi Statistik yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Nomor 82/11/Th. XXV, tertanggal 07 November 2022 mencatat Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) per Agustus 2022 adalah sebesar 5,86 persen. Apabila dilihat berdasarkan pendidikan tertinggi yang ditamatkan oleh angkatan kerja, TPT pada Agustus 2022, TPT tamatan Sekolah Menengah Kejuruan masih merupakan yang paling tinggi dibandingkan tamatan jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 9,42 persen. Di bawahnya adalah tamatan SMA sebesar 8,57 persen. Sementara TPT yang paling rendah adalah pendidikan SD ke Bawah, yaitu sebesar 3,59 persen. Berdasarkan data tersebut penting melakukan upaya meningkatkan kewirausahaan sehingga mampu menciptakan lapangan kerja sendiri dengan memanfaatkan *digital marketing* secara maksimal.

Data *Global Entrepreneurship Index* (GEI) 2019, Indonesia menduduki ranking 75 dari 137 negara. Peringkat ini di bawah beberapa negara ASEAN lainnya, seperti Singapura (27), Malaysia (43), Brunei Darussalam (48), Thailand (54) dan Vietnam (73). Hasil pengukuran GEI ini berdasarkan pada 14 pilar yang dikelompokkan kedalam 3 sub-index, yaitu sikap kewirausahaan, kemampuan kewirausahaan, dan gagasan kewirausahaan. Termasuk di antara pilar tersebut adalah menangkap peluang (pilar 1), kemampuan memulai (pilar 2), inovasi produk (pilar 10), dan inovasi proses (pilar 11). Oleh karena peningkatan jiwa wirausaha perlu untuk ditingkatkan untuk mendongkrak daya saing masyarakat

lebih meningkat. Kewirausahaan bisa dimulai sejak dini dari tingkat sekolah menengah atas SMA/SMK/MA Sederajat. Hal ini tentu akan mendukung arah perekonomian saat ini, dimana tuntutan era globalisasi, perdagangan bebas abad 21, dan pembangunan nasional akan membutuhkan individu-individu kreatif dan inovatif yang siap bersaing dengan sumber daya manusia diseluruh dunia. Karena hal itu sesuatu yang bermanfaat bagi usaha operasional program pembangunan nasional, maka sebagai prioritasnya perlu dimasukkan ke dalam muatan kurikulum sekolah. Bagi lembaga pendidikan, pembelajaran kewirausahaan bukan cuma menumbuhkan semangat, melainkan membangun konsep berfikir dan mendorong secara praktis kemampuan kewirausahaan pada lulusannya. Diharapkan adanya pembelajaran kewirausahaan mampu meningkatkan *softskill* peserta didik dan menghasilkan lulusan-lulusan yang mampu menciptakan lapangan kerja (*job creator*) bukan hanya sebagai pencari pekerjaan (*job seeker*).

Pemerintah telah berupaya dalam meningkatkan mutu sumberdaya manusia yang lebih kreatif dan produktif. Hal ini termuat dalam amanat Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menyebutkan bahwa tujuan pendidikan adalah mempersiapkan insan Indonesia untuk memiliki kemampuan hidup sebagai pribadi dan warga negara yang produktif, kreatif, inovatif dan afektif serta mampu berkontribusi pada kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara dan peradaban dunia. Sejak tahun 2016, Direktorat Pembinaan SMA telah melakukan penguatan program kewirausahaan dengan memberikan bantuan untuk beberapa sekolah yang tersebar di 34 provinsi. Kemudian pada tahun 2018 dilaksanakan evaluasi dan supervisi program tersebut. Hasilnya menunjukkan sebanyak 97,14 % peserta didik sudah menunjukkan kreativitasnya dengan menggunakan kearifan lokal, dan hanya 2,86% peserta didik yang harus diberikan pembinaan dalam peningkatan kreativitas.

Program Pendidikan Kewirausahaan di jenjang SMA yang diimplemntasikan dalam pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan memiliki tujuan untuk mengenalkan konsep kewirausahaan, latihan awal mengembangkan usaha, mendapatkan pengalaman praktis berwirausaha menumbuhkan minat berwirausaha dan mengembangkan potensi wirausaha. Program Pendidikan

Kewirausahaan merupakan program untuk meningkatkan kreatifitas dan menjadi pribadi yang mampu memecahkan masalah (*problem solver*). Oleh karenanya program ini harus menjadi alternatif dalam mempersiapkan lulusan yang mampu menerapkan dan mengelola peluang usaha serta mampu menyesuaikan diri agar berhasil dalam kehidupan bermasyarakat serta mampu untuk menghadapi persaingan global.

Mengingat masih tingginya tingkat pengangguran terbuka dari kalangan terdidik, termasuk lulusan SMA maka pemberian pendidikan kewirausahaan dianggap sangat penting untuk menanamkan jiwa wirausaha kepada siswa. Hal ini sejalan dengan penelitian di salah satu universitas di Nigeria (Philip et al., 2016) yang menunjukkan bahwa menurut persepsi mahasiswa, pendidikan kewirausahaan dirasakan secara positif di semua dimensi dan menunjukkan hubungan positif yang kuat antara persepsi dan niat kewirausahaan. Membangun persepsi positif tentang pendidikan kewirausahaan di kalangan siswa adalah dasar untuk mencapai tujuan utamanya. Pendidikan kewirausahaan dianggap sangat penting untuk memberikan kesempatan bagi siswa menjadi pribadi yang inovatif, kreatif, mandiri, dan menjadi pemimpin yang mampu menghadapi tantangan. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan merupakan upaya untuk mempersiapkan lulusan menjadi wirausaha sehingga mampu berkontribusi pada pembangunan ekonomi.

Pendidikan kewirausahaan bukan semata-mata untuk kepentingan dunia bisnis, melainkan setiap lapangan pekerjaan yang memiliki semangat, pola pikir, dan karakter *entrepreneur* akan membuat perbedaan, perubahan, dan pertumbuhan positif dalam profesi dan pekerjaan mereka di luar bidang dunia bisnis. Jiwa *entrepreneurship* akan memiliki daya kreatif dan inovatif, mencari peluang dan berani mengambil risiko. Pendidikan *entrepreneur* akan memberikan karakter para peserta didik memiliki mental dan moral yang kuat, jiwa kemandirian, dan sikap ulet (tahan banting), pengetahuan dan keterampilan yang memadai, serta mampu menghadapi persaingan global.

Madrasah Aliyah (MA) Fathus Salafi merupakan salah satu sekolah berbasis pondok pesantren yang berupaya meningkatkan jiwa wirausaha bagi siswanya

dengan membina siswa untuk membuat produk kreatif kemudian dipasarkan dan produk tersebut layak dan punya daya saing yang baik. Beberapa kegiatan yang dilakukan diantaranya pameran produk kreatif dan memasarkan produk siswa di lingkungan masyarakat sekitar pesantren. Jangkauan pemasaran lokal tersebut dapat menghasilkan penjualan yang baik namun dirasa kurang maksimal oleh karena itu perlu dilakukan upaya dan strategi untuk meningkatkan penjualan produk siswa salah satunya melalui strategi pemasaran digital. Pelatihan *digital marketing* dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan siswa mengenai alternatif strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk kreatif yang dihasilkan. siswa diajarkan cara memilih *digital platform* penjualan yang sesuai dengan jenis dan karakter produk yang dipasarkan sebagai upaya untuk meningkatkan kecakapan *digital marketing* dan membantu peningkatan perekonomian siswa MA Fathus Salafi Mangaran Kabupaten Situbondo.

METODE

Untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dilakukan dengan metode dan tahapan sebagai berikut:

1. Observasi

Tahap observasi dilakukan untuk mengetahui kebutuhan siswa sebagai upaya meningkatkan kewirausahaan. Observasi dilengkapi dengan metode wawancara kepada pihak kepala sekolah MA. Fathus Salafi. Dari hasil wawancara diperoleh informasi bahwa untuk meningkatkan semangat belajar untuk mencapai sukses siswa di masa depan melalui kewirausahaan. Saat melakukan observasi siswa sebenarnya sudah mampu memproduksi barang komoditi dan sudah dipasarkan di lingkungan pesantren. Oleh karena itu untuk meningkatkan jangkauan pemasaran perlu pelatihan *digital marketing* bagi siswa MA. Fathus Salafi Mangaran Kabupaten Situbondo untuk meningkatkan perekonomian siswa.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Tahap pelaksanaan pelatihan merupakan tahapan pelaksanaan rencana pelatihan dengan pendekatan ceramah dan tanya jawab tentang strategi pemasaran digital. Pelatihan dirancang sesuai kebutuhan siswa dengan alokasi waktu dan sumber daya yang memadai sehingga menjadikan pelatihan tepat sasaran sesuai target yang disepakati antara pelaksana PkM dengan pihak sekolah yaitu meningkatkan pemahaman siswa mengenai strategi pemasaran digital untuk memasarkan produk-produk hasil kreatifitas siswa MA. Fathus Salafi Mangaran Situbondo.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah pelatihan dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui dan membandingkan kesesuaian hasil pelatihan dengan tujuan pelatihan. Selain itu evaluasi pelatihan dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan daya serap siswa pelatihan atau umpan balik terhadap pelaksanaan pelatihan sehingga bisa digunakan untuk merencanakan dan melaksanakan pelatihan dimasa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peserta dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di MA. Fathus Salafi Mangaran Situbondo dengan tema “*Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Perekonomian Siswa MA. Fathus Salafi Mangaran Kabupaten Situbondo*” dilaksanakan pada hari Selasa, 8 Agustus 2023 jam 09.45-11.15 WIB. peserta pelatihan adalah siswa MA. Fathus Salafi Mangaran Situbondo Kelas XI dan kelas XII total 63 peserta.

2. Metode dan Pelaksanaan Pelatihan

a. Ceramah

Metode ceramah menjadi pilihan strategi dalam pelatihan karena pembelajaran model ceramah ini cocok untuk kondisi siswa MA. Fathus Salafi. Menurut Sagala, (2008:201) ceramah adalah sebuah bentuk interaksi melalui penerangan dan penuturan lisan dari guru/dosen kepada peserta

didik/mahasiswa. dalam pelaksanaan ceramah untuk menjelaskan uraiannya, guru/dosen dapat menggunakan alat-alat bantu seperti gambar, dan audio visual lainnya.

b. Tanya jawab

Pendekatan dalam mengajar dengan metode tanya jawab umumnya menempuh dua macam cara, yaitu memberikan stimulasi dan mengadakan pengarahan aktivitas belajar. Pertanyaan adalah pembangkit motivasi yang dapat merangsang peserta didik/mahasiswa untuk berpikir. Melalui pertanyaan peserta didik/mahasiswa didorong untuk mencari dan menemukan jawaban yang tepat dan memuaskan. Menurut Mulyono dan Wekke, (2017:77) Metode tanya jawab adalah metode mengajar yang memungkinkan terjadinya komunikasi langsung yang bersifat *two-way traffic* sebab pada saat yang sama terjadi dialog antara guru/dosen dan peserta didik/mahasiswa. Dosen bertanya mahasiswa menjawab atau mahasiswa bertanya dosen menjawab. Dalam komunikasi ini terlihat adanya hubungan timbal balik secara langsung antara dosen dan mahasiswa. Metode tanya jawab merupakan salah satu dari implementasi strategi pembelajaran partisipatif (*Partisipative Teaching and Learning*) atau strategi pembelajaran ekspositori.

c. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di MA. Fathus Salafi Mangaran Situbondo dilaksanakan pada hari Selasa, 8 Agustus 2023 jam 09.45-11.15 WIB. Di ruang kelas. peserta pelatihan adalah siswa MA. Fathus Salafi Mangaran Situbondo Kelas XI dan kelas XII total 63 peserta. Kegiatan diawali perkenalan dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait dengan identitas dan rencana bisnis siswa. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan cara siswa menerima pembelajaran.

3. Materi Pelatihan

a. Materi Pendahuluan

Materi pelatihan diawali dengan penjelasan pentingnya pemasaran digital di era teknologi informasi yang semakin pesat dan menjangkau segala lini kehidupan masyarakat. Siswa ditanyakan apakah memiliki dan aktif di media sosial atau tidak. Hal ini dilakukan untuk melihat bakat siswa dan ketertarikan siswa menggunakan media teknologi informasi yang bisa digunakan untuk meningkatkan wawasan strategi *digital marketing*.

b. Materi pokok

Setelah materi pendahuluan pembahasan kemudian dilanjutkan pada materi pokok yaitu; mengapa pentingnya pemasan online, perbedaan; *Marketplace, Online shop, E- Commerce*, Ide Bisnis yang Bisa dipilih, Pilih jadi *Dropshipper/Reseller*, Strategi memasarkan produk secara *online*, kunci utama pemasaran media sosial, skill yang harus dimiliki untuk menggunakan *instagram* yang menghasilkan finansial, cara mempengaruhi calon pembeli, branding, aturan bisnis, dan pengembangan bisnis digital.



Gambar 1. Penyampaian materi pelatihan di MA Fathus Salafi Mangaran Kabupaten Situbondo

c. Materi Penutup

Pada materi penutup siswa ditanyakan apa tambahan pengalaman setelah mengikuti pelatihan. Siswa memberikan testimoni terhadap pengalaman mengikuti pelatihan kemudian siswa ditanyakan rencana bisnis yang akan datang yang menjadi rencana pemasaran produk kreatif siswa utamanya dalam menggunakan media sosial dan menghasilkan finansial.

d. Evaluasi Pelatihan dan Rencana Tindak Lanjut

Pelaksanaan pelatihan sesuai dengan perencanaan, kepala sekolah memberikan apresiasi kepada segenap pelaksana pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Abdurachman Saleh Situbondo yang telah berupaya membantu meningkatkan pemahaman siswa tentang digital marketing dan siswa diharapkan bijak menggunakan media sosial. Para pelaksana pengabdian juga berhadapan MA. Fathus Salafi semakin lebih baik dan mampu menghasilkan lulusan yang mampu berwirausaha dan tetap semangat melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi.

KESIMPULAN

Kesimpulan pelaksanaan pengabdian yaitu munculnya kesadaran siswa lebih bijak menggunakan media sosial yang mampu menghasilkan finansial dan kemampuan siswa dalam memilih *digital platform* penjualan yang sesuai dengan jenis dan karakter produk yang dipasarkan sebagai upaya untuk meningkatkan kecakapan *digital marketing* dan membantu meningkatkan perekonomian siswa MA. Fathus Salafi Mangaran Kabupaten Situbondo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Karnadi, M.Si. selaku Rektor Universitas Abdurachman Saleh Situbondo (UNARS) atas kesempatan dan bimbingannya.

2. Bapak Muhammad Yusuf Ibrahim, S.H, M.H. selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Akademik Universitas Abdurachman Saleh Situbondo atas kesempatan dan bimbingannya.
3. Bapak Puryantoro, S.P., M.P. selaku kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UNARS yang telah memberikan kemudahan dan pengarahan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.
4. Ibu Lindrawati, S.Pd. selaku kepala Biro Administrasi Akademik Universitas Abdurachman Saleh Situbondo sekaligus sebagai pengelola jurnal pengabdian mimbar integritas atas kesempatan diskusi dan pengarahannya.
5. Ibu Lita Permata Sari, S.E., MSA.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS atas motivasi dan bimbingannya sesuai kebutuhan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
6. Bapak Zainuddin, S.Pd. selaku Kepala Sekolah MA. Fathus Salafi atas kesempatan mengabdikan di MA. Fathus Salafi Mangaran Kabupaten Situbondo.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). Berita Resmi Statistik, No. No.82/11/Th. XXV, 07 November 2022 (Keadaan Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022), Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Direktorat Pembinaan SMA. (2019). Pedoman Program Kewirausahaan SMA, Jakarta: Dirjen Dikdasmen Kemendikbud.
- Mulyono dan Wekke, (2018). *Strategi Pembelajaran Di Abad Digital*. Penerbit: Gawe Buku (group Penerbit CV. Adi Karya Mandiri). Yogyakarta.
- Philip, U. I., Badiya, M., Ahmadu, H., & Kabiru, Y. (2016). *Perceptions of entrepreneurship education by engineering students of Modibbo Adama University of Technology, Yola, Nigeria*. African Journal of Business Management, 10(14), 352–360. <https://doi.org/10.5897/ajbm2016.8049>
- Sagala, Syaiful. (2008). *Konsep Dan Makna Pembelajaran, Untuk Membantu Memecahkan Problematika Belajar Dan Mengajar*. Penerbit: Alfabeta. Bandung.