
PELATIHAN DIGITAL KREATIF DALAM PENGEMBANGAN DAYA TARIK PROMOSI PRODUK UMKM DI SMK NEGERI 1 PANJI KABUPATEN SITUBONDO

Riza Rachman¹⁾, Dian Widiarti^{2*)}, Ardhya Yudistira Adi Nanggala³⁾,
Imroni Wahdi⁴⁾, Micho Rio Prasetyo⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Prodi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

*)Email Korespondensi: dian.widiarti@unars.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi saat ini sebanding dengan pesatnya perkembangan internet di Indonesia. Hal ini tentu berpengaruh pula pada perkembangan dunia bisnis. Pesatnya pengguna internet dari tahun ke tahun, terutama pengguna facebook, instagram dan tiktok serta media sosial lainnya merupakan peluang yang tepat bagi pebisnis untuk memanfaatkan teknologi internet untuk kemajuan bisnisnya, baik untuk promosi perusahaan, pemasaran produk, maupun untuk penjualan produknya secara online. Tidak hanya memanfaatkan media sosial saja tetapi pebisnis harus meningkatkan brand image produknya untuk mempengaruhi minat beli masyarakat karena pada saat ini cukup sulit untuk menemukan brand dari suatu produk yang tidak memiliki kompetitor. Banyak hal yang bisa dilakukan pebisnis untuk meningkatkan *brand image* nya salah satunya adalah dengan memanfaatkan digital kreatif untuk meningkatkan promosi produknya. Hal ini tentunya bisa diterapkan di semua skala bisnis termasuk juga UMKM. SMK Negeri 1 Panji merupakan sekolah kejuruan unggulan yang berkualitas, mandiri, dan terdepan di Kabupaten Situbondo. Sejak didirikan, SMK Negeri 1 Panji telah menghasilkan banyak alumni yang sukses di berbagai bidang, tidak hanya itu banyak prestasi mengesankan yang telah ditorehkan. Tentunya capaian ini tak lepas dari kualitas pendidikan yang baik yang diusung oleh SMK Negeri 1 Panji. Adanya pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital kreatif kepada siswa tentunya diharapkan dapat menambah wawasan dan kemampuan siswa terhadap digital dan on line marketing. Sehingga dapat berimplikasi terhadap semakin baiknya kualitas lulusan dan tentunya skill yang didapatkan bermanfaat dalam pengembangan karier di dunia kerja maupun dalam berwirausaha.

Kata kunci: Digital Kreatif, Promosi

Abstract

The current development of information technology is comparable to the rapid development of the internet in Indonesia. This of course also affects the development of the business world. The rapid growth of internet users from year to year, especially users of Facebook, Instagram and TikTok as well as other social media is the right opportunity for business people to take advantage of internet technology to advance their business, both for company promotions, product marketing, and for selling their products online. Not only utilizing social media, but businessmen must improve the brand image of their products to influence people's buying interest because at this time it is quite difficult to find a brand of a product that has no competitors. There are many things that businesses can do to improve their brand image, one of which is to use digital creative to increase product promotion. Of course, this can be applied to all business scales, including UMKM. Panji 1 State Vocational School is a superior,

independent, and leading vocational school in Situbondo Regency. Since its establishment, SMK Negeri 1 Panji has produced many alumni who are successful in various fields, not only that many impressive achievements have been made. Of course this achievement cannot be separated from the good quality of education carried out by SMK Negeri 1 Panji. The existence of community service through creative digital training for students is certainly expected to broaden students' insights and abilities towards digital and on line marketing. So that it can have implications for the better quality of graduates and of course the skills obtained are useful in developing careers in the world of work and in entrepreneurship.

Keywords : *Creative Digital, Promotion*

PENDAHULUAN

Seperti diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), bahwa UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dalam UMKM dibedakan menjadi beberapa kriteria meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Di mana masing-masing kriteria memiliki jumlah kekayaan bersih yang berbeda. bisnis UMKM banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda. Berkembangnya teknologi informasi saat ini tentunya berdampak terhadap perkembangan dunia bisnis termasuk UMKM. Banyak pebisnis memanfaatkan digital marketing sebagai media untuk promosi perusahaan, pemasaran produk, maupun untuk penjualan produknya. Digital marketing telah berkembang dengan pesat sejak penggunaan internet semakin tinggi. Tingkat penggunaan ini dipicu dengan kehadiran *smartphone*.

Digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital (Andy Prasetyo et al., 2020). Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial dan aplikasi *mobile*. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. Digital marketing biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu dengan menyimpulkan bahwa potensi digital marketing di Indonesia masih sangat besar.

Perkembangan dunia digital memberi dampak yang positif bagi tumbuh kembangnya usaha UMKM. Dampak positif dari revolusi industri 4.0 memberikan efek bagi proses dan sarana penjualan yang lebih efisien akan hubungan produsen dan konsumen. Pemakaian digital marketing dalam proses penjualan memberi kesan positif karena mengandung unsur keunggulan yang akan dipromosikan sehingga konsumen bisa langsung melihat dari *platform* yang terlihat di aplikasi. Penggunaan *platform* yang dilakukan pelaku UMKM mendeskripsikan secara detail produk apa saja yang dijual dan dipasarkan lalu memberi efek positif akan keterbukaan bagi produk yang dijual. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam laju ekonomi Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan rumah tangga. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan konsep

pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi.

Digital marketing tentunya tidak bisa berdiri sendiri dalam pengaplikasiannya, perlu di support oleh sistem lainnya agar bisa berjalan dengan baik. Perlu upaya pebisnis untuk membranding produk dan usahanya agar mendapat perhatian dari khalayak. Menurut Amalia E. Maulana (2007) branding adalah kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan brand. Branding bukan hanya tentang memenangkan hati target pasar anda supaya memilih brand anda, tapi lebih penting lagi supaya pelanggan bisa melihat anda sebagai satu-satunya yang terbaik yang mampu memberikan solusi untuk mereka. Dalam upaya meningkatkan perhatian publik terhadap brand yang ditawarkan oleh pebisnis maka iklan yang ditampilkan dalam digital marketing haruslah benar-benar menarik dari segi bahasa iklan, audio dan visualisasinya sebagaimana prinsip dari sebuah iklan. Iklan berarti pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media, Kasili dan Renal (2013). Iklan juga dapat diartikan sebagai salah satu sarana pemasaran produk barang atau jasa harus mampu tampil menarik dan persuasive Jefkins, Frank (2012). Agar iklan yang ditampilkan pebisnis dapat tampil menarik telah banyak *mobile application* yang bisa dimanfaatkan para pebisnis dengan cara yang mudah dan murah. aplikasi *mobile* atau sering juga disingkat dengan istilah *Mobile Apps* adalah aplikasi dari sebuah perangkat lunak yang dalam pengoperasiannya dapat berjalan diperangkat *mobile* seperti : *Smartphone, Tablet, iPod*, dll. Aplikasi *mobile* merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM.

Canva merupakan salah satu aplikasi online yang dapat digunakan untuk membuat desain grafis untuk berbagai macam kebutuhan seperti logo, konten social media, banner dan lainlain (Purwati & Perdanawanti, 2019). Canva dapat digunakan di berbagai platform seperti web maupun mobile (Setyorini et al., 2022). Canva juga merupakan salah satu aplikasi yang memiliki keberhasilan dalam meningkatkan layanan informasi promosi melalui media online yang sudah banyak digunakan (Saman et al., 2021).

SMK Negeri 1 Panji merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan unggulan di kabupaten Situbondo. Sejak didirikan pada tanggal 24 September 1965 berdasarkan SK Mendikbud No. 631 / B3/ Kedj / 1965, dimana pada waktu itu masih bernama "SMEA SITUBONDO". Melalui SK Mendikbud No. 036/O/1997 pada tahun pelajaran 1997/1998 resmi berganti nama menjadi SMK Negeri 1 Panji Situbondo. Dalam perjalanan pengabdian SMK Negeri 1 Panji Situbondo telah menghasilkan lulusan yang unggul dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri baik ditingkat nasional maupun internasional. SMK Negeri 1 Panji Situbondo merupakan rintisan sekolah berstandar nasional (RSBI) yang didukung oleh tenaga pendidik kualifikasi S1 dan S2 baik didalam maupun di luar negeri. Adapun program keahlian yang ada di sekolah ini antara lain perhotelan, kuliner, busana, desain komunikasi visual, pemasaran,kecantikan dan spa,pengembangan perangkat lunak dan gim, perfilman dan broadcasting.

Adapun kegiatan pelatihan kali ini di berikan kepada siswa SMK Negeri 1 Panji dimaksudkan untuk meningkatkan wawasan dan kemampuan siswa dalam pemanfaatan Mobile Apps guna dijadikan sarana untuk meningkatkan promosi dari produk-produk yang dihasilkan, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Sehingga dari pelatihan ini dapat menjadi bekal siswa saat lulus sekolah baik dalam dalam berkariier di dunia kerja maupun saat siswa memutuskan untuk menjadi wirausahawan.

METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu :

1. Tahapan persiapan.
Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi dan berkonsultasi dengan pihak SMK Negeri 1 Panji, siswa dan siswi yang akan mengikuti pelatihan, mempersiapkan tempat pelatihan serta mempersiapkan kelengkapan kegiatan pelatihan.
2. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian.
Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan teknik forum group discussion yaitu pemberian materi, tanya jawab dan praktek pembuatan konten tentang digital kreatif dalam pengembangan bisnis serta pemetaan pengalaman membuat konten kreatif menggunakan kuisioner.
3. Tahapan evaluasi
Tahap evaluasi dilakukan di akhir kegiatan dengan metode pemilihan konten terbaik dan evaluasi hasil kegiatan dengan pemberian post test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan pada tanggal 17 Juli 2023 dengan jumlah peserta sebanyak 30 orang meliputi siswa dan siswi kelas 12 (dua belas). Materi seminar dan pelatihan yang diberikan sangat praktis dan sesuai tema, dengan bahasa penyampaian yang disesuaikan dengan peserta serta diselipkan permainan-permainan yang membuat peserta tetap semangat dan fokus pada kegiatan. Peserta mengikuti pelatihan dengan antusias, bersikap terbuka dan semangat dari awal sampai akhir kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan pada pukul 08.30 WIB sampai pukul 16.00 WIB dimulai dengan pembukaan yang diisi langsung oleh Bapak Kepala Sekolah SMKN 1 Panji.



Gambar 1. Pembukaan Pelatihan oleh Kepala Sekolah



Gambar 2. Dokumentasi Tim Pelaksana Pengabdian

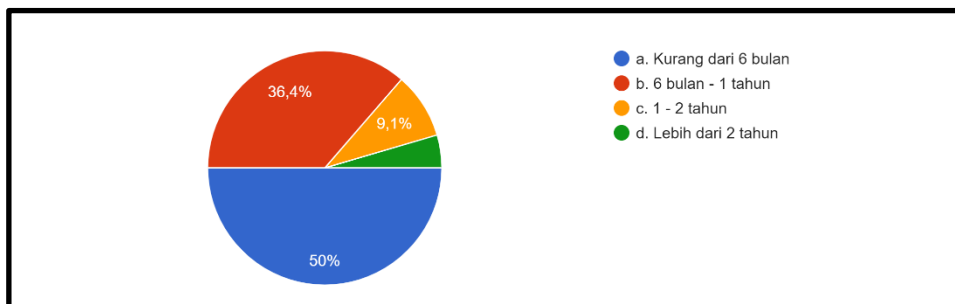


Gambar 3. Dokumentasi Peserta Kegiatan Pelatihan



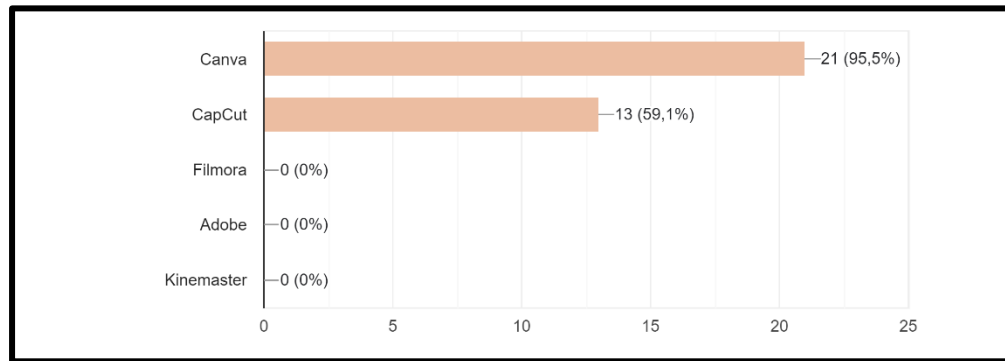
Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan

Dalam kegiatan ini peserta aktif dalam diskusi dan praktek, aktif dalam bertanya serta menjawab pertanyaan dari pemateri. Pre test dilakukan sebelum kegiatan dimulai dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengalaman mereka dalam membuat konten kreatif. Peserta diberikan pertanyaan menggunakan google form dengan link <https://forms.gle/o1AKt9SATWVkpEPA6> . Kegiatan pelatihan diikuti oleh 30 peserta dari berbagai jurusan yang ada di SMKN 1 Panji. 8 peserta dari jurusan Akuntansi Keuangan Lembaga, 3 orang dari jurusan busana, 7 orang dari jurusan kuliner, 5 dari jurusan manajemen perkantoran dan layanan bisnis, 2 orang dari jurusan perhotelan dan 5 dari jurusan teknik komputer dan jaringan. berdasarkan hasil pre test diperoleh informasi mengenai pengalaman mereka dalam membuat konten kreatif.



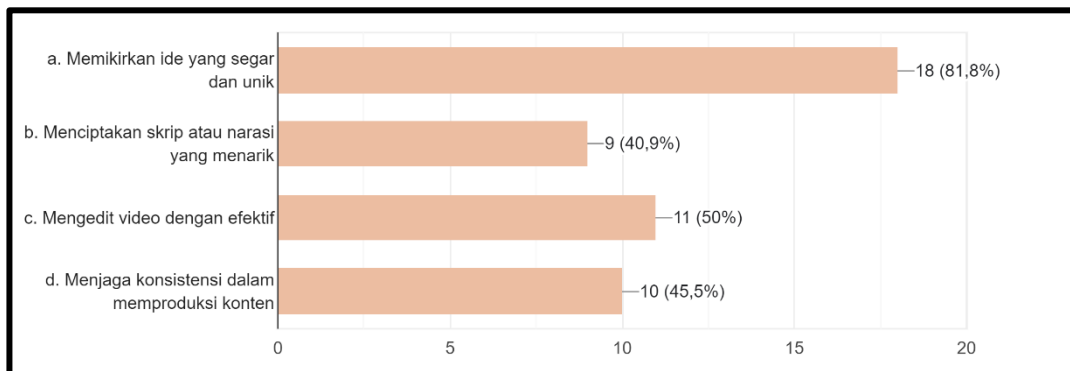
Grafik 1. Lama Peserta Telah Membuat Konten Kreatif

Hasil kuisioner menunjukkan 86 % peserta sudah pernah membuat konten kreatif, dimana 50 % baru mulai membuat yaitu masih kurang dari 6 bulan dan sekitar 13 % sudah membuat konten kreatif selama lebih dari 2 tahun. WhatsApp dan Instagram adalah platform yang paling banyak digunakan untuk mempublikasikan konten yang mereka buat, 13 % juga menggunakan tiktok dan hanya sekitar 2 % menggunakan platform facebook dan youtube.



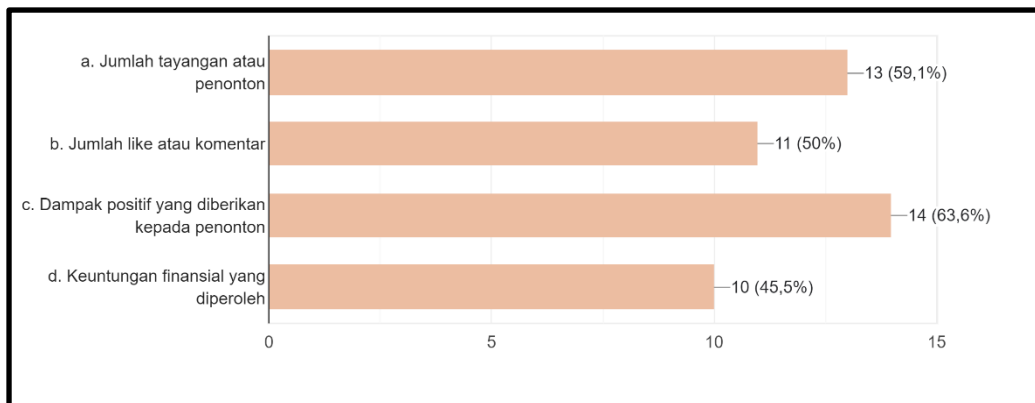
Grafik 2. Aplikasi yang biasa digunakan untuk membuat konten kreatif

Canva adalah aplikasi yang paling banyak digunakan dalam membuat konten kreatif disusul aplikasi CapCut. 77 % membuat konten untuk berbagi pengetahuan dan informasi, selebihnya membuat konten untuk membangun komunitas, ekspresi diri dan kreatifitas serta ada pula untuk mempromosikan produk. Tren terkini di media sosial mendapat prosentase terbesar sebagai cara mendapatkan ide untuk membuat konten kreatif. Beberapa responden juga menggunakan inspirasi dari konten creator lainnya, pengalaman pribadi dan saran dari followersnya.



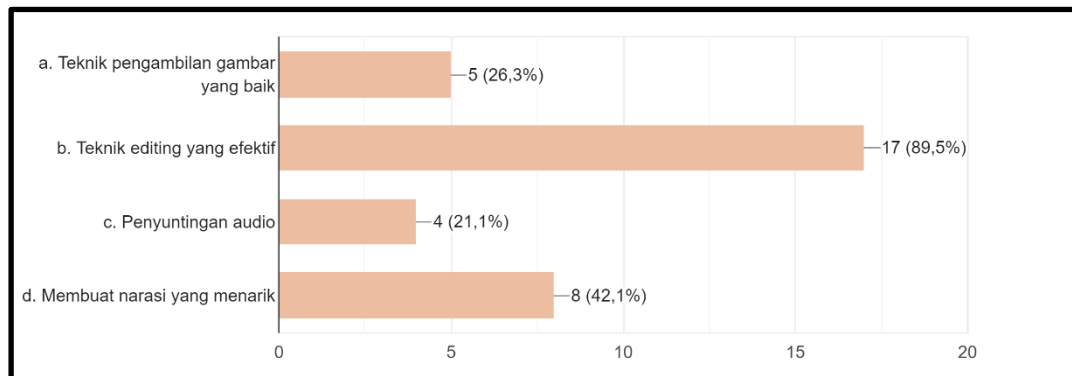
Grafik 3. Tantangan Terbesar Saat Membuat Konten Kreatif

Memikirkan ide yang segar dan unik adalah salah satu tantangan terbesar bagi peserta dalam membuat video konten kreatif demikian juga dalam menciptakan narasi yang menarik. 45 % peserta juga merasa menjaga konsistensi dalam memproduksi konten merupakan tantangan yang mereka hadapi.



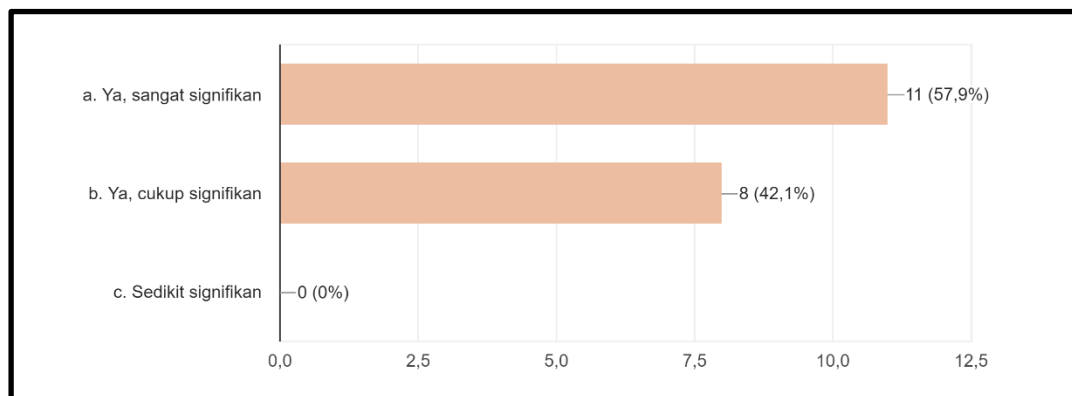
Grafik 4. Penilaian Kesuksesan Konten Kreatif

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa beberapa cara mereka melihat kesuksesan konten yang mereka buat adalah dengan cara melihat jumlah tayangan atau penonton yaitu sebesar 59 %, dari jumlah like dan komentar yaitu sebesar 50 %, dan keuntungan finansial yang diperoleh yaitu sebesar 45 %. Adanya simulasi pembuatan konten dengan tips dan trik yang kami berikan serta tantangan membuat konten terbaik dengan diberikan doorprize membuat peserta sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan. Hasil post test yang kami berikan di akhir kegiatan pada link <https://forms.gle/LhVd3n3SJ7X3nNEr6> sebagai evaluasi dari kegiatan, menunjukkan bahwa 89 % dari peserta sangat puas dengan kegiatan ini dan menganggap pelatihan ini sangat bermanfaat.



Grafik 5. Hal Yang Paling Peserta Pelajari Selama Pelatihan

89 % peserta menganggap hal yang paling mereka pelajari saat pelatihan adalah bagaimana teknik editing yang efektif itu dilakukan. Kami memberikan beberapa aplikasi penunjang yang bisa mereka gunakan sebagai pendukung pembuatan konten, mulai dari bagaimana teknik pengambilan gambar yang baik, bagaimana penyuntingan audio seharusnya dilakukan dan terutama bagaimana membuat narasi yang menarik. Topik pelatihan ini dianggap sangat sesuai karena beberapa siswa ada yang sedang berwirausaha, dan hal ini sangat membantu mereka untuk mengaplikasikan membuat konten yang menarik agar dapat meningkatkan penjualan.



Grafik 6. Manfaat Bagi Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Peserta

Pelatihan ini memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan bagi peserta. Beberapa harapan dari peserta adalah agar kegiatan ini bisa dilakukan lebih lama lagi durasinya, sehingga lebih banyak pengetahuan dan teknik membuat

konten kreatif bisa mereka dapatkan. Kegiatan pengabdian di SMK Negeri 1 Panji berjalan dengan baik dan lancar. Dampak dari seminar dan pelatihan ini pun bisa dapat dirasakan saat siswa diberikan kesempatan untuk berbicara di forum memberikan kesan dan pesan saat acara berakhir. Kepala sekolah juga berharap kerja sama dengan tim pelaksana pengabdian yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Prodi Bisnis Digital, terus terjalin serta kegiatan seminar dan pelatihan yang sama dapat diberikan lagi di waktu yang akan datang di kelas berbeda dengan materi –materi dan pemateri yang lainnya.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperoleh hasil yakni bertambahnya wawasan dan kemampuan teknis siswa terkait pemanfaatan digital kreatif dalam mempromosikan produk .Dengan mengikuti rangkaian pelatihan ini diharapkan dapat menjadi bekal siswa saat lulus sekolah baik dalam dalam berkarier di dunia kerja maupun saat siswa memutuskan untuk menjadi wirausahawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tiada kata yang pantas terucap selain syukur kehadiran ALLAH SWT, Karena atas limpahan rahmatNYA kegiatan pengabdian ini bisa berjalan dengan baik serta jurnal pengabdian ini bisa terselesaikan. Tentunya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi terhadap terselenggaranya kegiatan pengabdian ini, terutama kepada :

1. Bapak Paimin, M.Pd selaku Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Panji dan beserta seluruh jajarannya.
2. Bapak Dr. Drs. Ec. Karnadi, M. Si. selaku Rektor Universitas Abdurachman Saleh ,Situbondo.
3. Ibu Lita Permata Sari, S.E., M.S.A. Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh ,Situbondo.
4. Bapak Puryantoro, S.P., M.P. selaku Kepala LP2M Universitas Abdurachman Saleh ,Situbondo
5. Staff dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

DAFTAR PUSTAKA

Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. (2020). Digital Marketing. Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019) Imprint PT. Literindo Berkah Karya

Jefkins, Frank, 1997, Periklanan. Erlangga, Jakarta.

Purwati, Y., & Perdanawanti, L. (2019). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya. Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM), 1(1), 42–51.

Setyorini, Agustino, H., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2022). Pelatihan Komputer Desain Canva Bagi Anak Remaja Di Desa Mojosari Kepanjen Malang. *E-Amal Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 793-798

Saman, A., Umar, N. F., Bakhtiar, M. I., & Harum, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk membuat Media Bimbingan dan Konseling Bagi MGBK Kabupaten Gowa. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 270-276