

## Pemanfaatan Sosial Media Untuk Digital Marketing Pada Siswa Jurusan Teknik Dan Bisnis Sepeda Motor

Pramudhita Ferdiansyah<sup>1</sup>, Muh. Reza Yusril Syahputra<sup>2</sup>

Universitas Amikom Yogyakarta<sup>1,2</sup>

Email:[ferdian@amikom.ac.id](mailto:ferdian@amikom.ac.id)<sup>1</sup>, [refscheet16@gmail.com](mailto:refscheet16@gmail.com)<sup>2</sup>

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

Diterima: 12 Oktober 2022

Direvisi: 25 Maret 2023

Disetujui: 28 Maret 2023

Dipublikasikan: 30 Maret 2023

#### Keyword:

Digital  
marketing  
curriculum

### Abstract

Currently the development of the world of education is increasing, especially in the fields of marketing and business. Where all majors or disciplines cannot be separated from marketing and business materials. This service focuses on vocational schools majoring in Motorcycle Engineering and Business. Where in the department there is already a curriculum on the motorcycle business. In improving the quality competence of SMK students majoring in Motorcycle Engineering and Business (TBSM) in developing business knowledge, it is necessary to introduce supporting aspects in the sale of goods or services, especially digital marketing. The training that will be carried out later is taking photos or pictures according to the composition of the photography so that the goods or products look more attractive, then simple editing of product photos. In addition, briefing on the use of social media to be used as a means of promotion or marketing of the selected products. The end result of this service is that students can get to know digital marketing and are able to manage and utilize social media to be used as a means of marketing or business. The material delivered is in accordance with the school curriculum majoring in Motorcycle Engineering and Business, so that the knowledge gained can be well integrated and can be used as a curriculum development for the School Engineering and Motorcycle Business major.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY



### Pendahuluan

Bagian h.

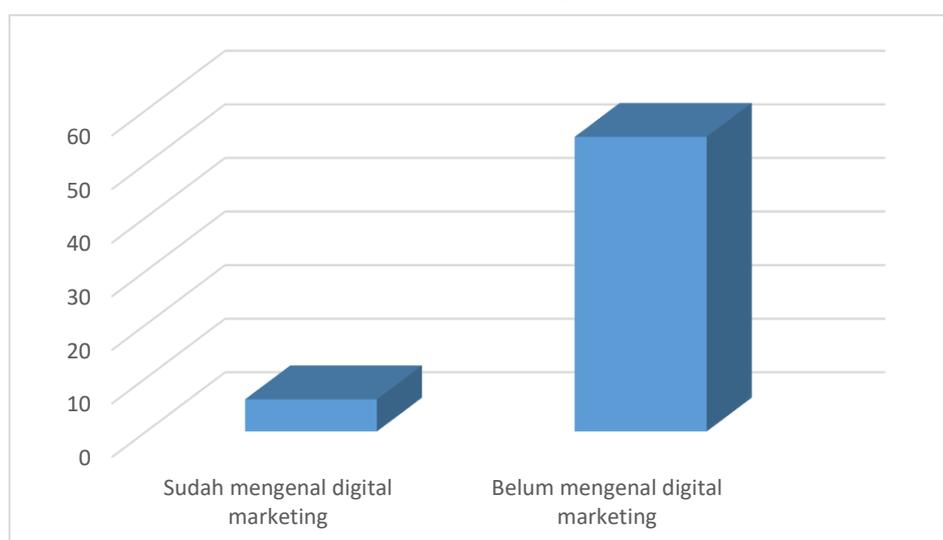
### Metode

Sekolah kejuruan atau SMK jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor (TBSM) sedang diminati banyak siswa atau bisa dikatakan jurusan yang difavoritkan oleh para siswa di Kecamatan Imogiri. Jurusan tersebut dulunya merupakan jurusan Teknik Sepeda Motor yang bekerjasama dengan salah satu *brand* motor nasional. Namun seiring dengan perkembangan dan kebutuhan, saat ini berubah menjadi Teknik dan Bisnis Sepeda Motor yang sudah berjalan selama 2 tahun. Pada jurusan ini terdapat mata pelajaran "Produk Kreatif dan Kewirausahaan" yang diperoleh di kelas XI dan XII (Zakir & Musril, 2020). Pengetahuan siswa tentang bisnis dan marketing diperoleh melalui matapelajaran tersebut, dan tidak ada matapelajaran

tambahan lain tentang bisnis maupun marketing penunjang. Dalam dunia bisnis, para siswa harus dilatih untuk berpikir cepat dan tanggap terhadap peluang-peluang yang ada untuk dapat dimaksimalkan hasilnya (Fajrillah et al., 2020). Sehingga perlu pendekatan dan pendampingan untuk dapat lebih mudah dalam memulai bisnis dari hal yang paling sederhana yang dapat memicu pola pikir siswa dalam dunia bisnis dan marketing (Candrarini et al., 2011).

Pelaksanaan pengabdian ini dikemas dalam bentuk pelatihan *digital marketing* dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Materi yang akan disampaikan meliputi dasar dari *digital marketing*, komposisi dasar fotografi sebagai pengetahuan bagaimana cara mengambil foto-foto produk, editing sederhana dari foto-foto produk tersebut supaya lebih menarik dilihat oleh konsumen, *upload* ke media sosial dan tatacara memberikan judul yang menarik pelanggan beserta tagar dengan tujuan supaya produk yang sudah di*upload* lebih luas jangkauannya. Dan yang terakhir yaitu membuat *landing page* baik ke aplikasi whatsapp dan ke *marketplace*. Namun sebelum pelaksanaan, akan dianalisis terlebih dahulu kebutuhan materi, sehingga nantinya lebih tepat sasaran.

Peserta pelatihan merupakan para siswa jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor SMK Muh 1 Imogiri kelas XI dan pelaksanaan dilaksanakan selama 4 (empat) hari. Durasi pelaksanaan kegiatan dalam sehari selama 3x60 menit dan tetap menjalankan protokol kesehatan yaitu dengan menggunakan masker dan sebelum memasuki ruangan disediakan *handsanitizer*. Dengan diadakannya pelatihan *digital marketing* dan pendukung kepada siswa jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor mampu dalam meningkatkan kompetensi dunia bisnis. Atau dapat memicu pola pikir para siswa untuk memanfaatkan sosial media dalam berbisnis, sehingga dapat melatih siswa lebih mandiri dalam mencari penghasilan (Nugraheny et al., 2022).



**Gambar 1. Pengetahuan siswa tentang digital marketing**

Dari **Tabel 1** yang diperoleh pada saat pengambilan dan analisis situasi diperoleh bahwa sebanyak 6 siswa saja yang mengetahui tentang digital marketing dan sejumlah 55 siswa belum mengetahui digital marketing. Selain itu seluruh siswa memiliki *smartphone* dan memiliki sosial media.

Sosial media yang paling banyak dipergunakan yaitu *instagram*, *twitter*, dan *whatsapp*. *Whatsapp* merupakan sosial media percakapan yang paling banyak dipergunakan setelah *instagram* dan *twitter*. Namun mereka belum memanfaatkan aplikasi-aplikasi tersebut untuk keperluan bisnis maupun marketing.

Marketing dan ide bisnis yang dilakukan disesuaikan dengan jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor, yaitu meliputi barang atau suku cadang kendaraan bermotor. Materi yang disampaikan yaitu tentang tata cara pengambilan foto, peletakan dan pewarnaan foto kemudian melakukan promosi melalui media *instagram* dan *whatsapp*.

Materi ini bertujuan untuk menambah materi yang dapat terintegrasi dengan kurikulum jurusan TBSM, yaitu produk kreatif dan kewirausahaan melalui *digital marketing* dan pemanfaatan sosial media (Zakir & Musril, 2020).

Dari latar belakang dan analisis situasi kebutuhan tentang pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan materi tentang *digital marketing* untuk siswa SMK jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor (TBSM) dapat ditarik kesimpulan permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

1. Siswa belum mengenal dengan baik tentang *digital marketing*.
2. Siswa belum mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi bisnis yang baik.

Siswa belum bisa mengambil foto produk untuk dijadikan barang jualannya di sosial media baik menggunakan kamera *smartphone* maupun kamera profesional.

Berdasarkan permasalahan mitra yang sudah diperoleh dari analisis, pengabdian memberikan beberapa solusi yang dapat dilakukan untuk menjawab permasalahan pada mitra untuk meningkatkan pengetahuan siswa dalam *digital marketing* dan pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasarannya. Solusi tersebut berupa :

1. Pengabdian melaksanakan pendampingan dan pengajaran tentang dasar *digital marketing* termasuk studi kasus, contoh, serta *troubleshoot* nya supaya para peserta (siswa) paham tentang dasar dari *digital marketing*.
2. Pengabdian juga mempraktekkan cara pengambilan foto produk yang menarik dan diikuti oleh para siswa. Dalam materi ini para siswa didampingi oleh mahasiswa partner pengabdian dan oleh walikelas serta guru pendamping supaya tetap kondusif.

Melakukan praktik *publishing* foto-foto produk yang sudah diambil sebelumnya ke sosial media untuk sarana promosi, serta pengaturan *landing page* ke *marketplace* dan aplikasi *Whatsapp*.

## Hasil dan Pembahasan

Dalam menyusun pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dengan materi *digital marketing* dan pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi terdapat beberapa tahapan yang dilakukan. Tahap pertama yaitu persiapan pengabdian dan kemudian tahap pelaksanaan pengabdian. Pada tahap persiapan, mitra berkoordinasi dengan pengabdian untuk mempersiapkan alokasi waktu, persiapan anggaran, serta persiapan ruang yang akan digunakan saat pelaksanaan pengabdian.

Untuk tahap pelaksanaan pengabdian, dapat dirinci sebagai berikut :

1. Pengabdian bersama mitra melakukan pembagian peserta agar pelaksanaan dapat berjalan tertib dan prosedur kesehatan tetap dapat dijalankan
2. Melakukan penjadwalan dimana jadwal para siswa tidak berbarengan dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian.
3. Pengabdian melaksanakan kegiatan dengan didampingi oleh wali kelas dan guru yang ditugaskan oleh mitra (pihak sekolah).
4. Pengabdian menyusun laporan akhir kegiatan pembekalan dan pelatihan yang bertemakan *digital marketing* dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

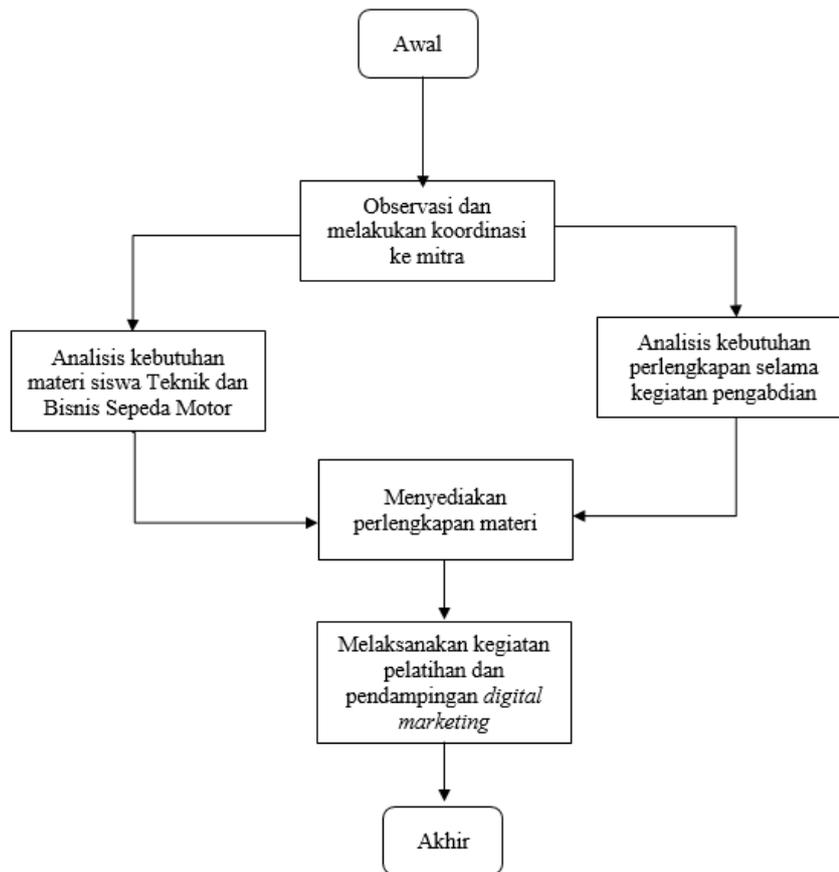
Partisipasi mitra, dalam hal ini adalah pihak sekolah dan khususnya jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor yaitu menyediakan tempat atau ruangan untuk pelaksanaan pelatihan, mempersiapkan presensi siswa, serta pengkondisian siswa didiknya selama mengikuti kegiatan. Sedangkan mahasiswa pendamping berperan pada saat para siswa melakukan praktik pengambilan foto produk dan juga nanti pada saat melakukan *editing* menggunakan aplikasi *canva*.

Setelah PKM ini selesai nantinya mitra akan melakukan monitoring terhadap hasil kerja para siswa selama mengikuti kegiatan PKM ini. Dan bagi siswa yang mampu mengikuti dengan baik akan mendapatkan nilai tambahan juga sertifikat dari jurusan. Penilaian juga tidak lepas dari peran pengabdian yang bekerjasama dengan para guru pendamping atau mitra.

Bagi mahasiswa pendamping akan memperoleh gambaran tempat magang nantinya, namun tidak ada rekognisi SKS kecuali mahasiswa tersebut melaksanakan magang terlebih dahulu.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dilokasi mitra berada yaitu, SMK Muhammadiyah 1 Imogiri. Sebelum pelaksanaan, pengabdian datang ke mitra untuk melakukan observasi dan koordinasi tentang analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan ditujukan ke jurusan TBSM atau Teknik dan Bisnis Sepeda Motor tentang materi marketing dan teknis foto produk. Hasil dari analisis

tersebut digunakan untuk persiapan materi dan perlengkapan selama pelaksanaan pengabdian. Kebutuhan yang perlu disiapkan yaitu materi marketing, digital marketing, teknik dasar fotografi dan tata letak, edit foto menggunakan aplikasi mobile, dan tata cara melakukan promosi melalui media whatsapp dan instagram. Alur kegiatan pada pengabdian ditunjukkan gambar 2 dibawah ini.



**Gambar 2. Alur kegiatan**

Hari pertama pengabdian memperkenalkan entrepreneur dan marketing kepada peserta siswa kelas XI jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor. Marketing konvensional dan marketing modern (digital marketing) juga diperkenalkan untuk menarik minat siswa serta membangkitkan rasa keingintahuan akan digital marketing. Karena para siswa rata-rata berasal dari daerah, mereka belum terlalu mengenal tentang digital marketing. Hal tersebut sesuai dengan hasil observasi sebelum dilakukan kegiatan pengabdian.

Para siswa pada awalnya belum terlalu antusias dengan materi marketing, namun setelah diberikan beberapa contoh tentang keunggulan dan kemudahan digital marketing para siswa baru mulai antusias dan tertarik mengikuti kegiatan. Terlebih pada saat materi pengambilan gambar (foto) lebih terlihat antusias.



Gambar 3. Pengambilan gambar produk

Pengambilan gambar dilakukan secara bergantian dikarenakan keterbatasan alat dan bahan untuk foto. Sedangkan kamera yang digunakan yaitu menggunakan kamera dari *smartphone* yang dimiliki oleh masing-masing peserta.

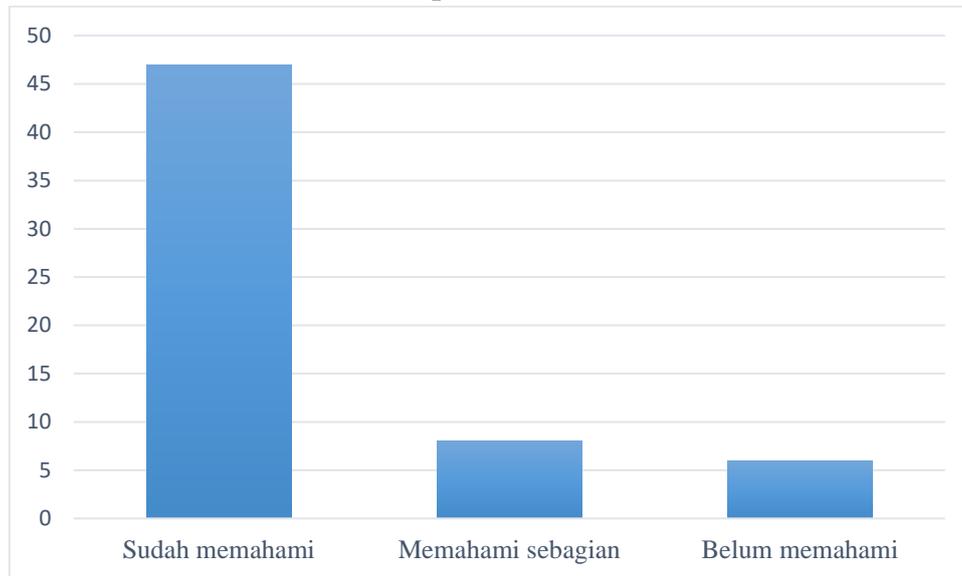
Bahan atau objek foto meliputi suku cadang kendaraan bermotor meliputi busi, kampas rem, bohlam atau lampu, oli mesin, dan komponen kecil lainnya. Pemilihan bahan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan yang paling banyak dicari konsumen dan yang paling mudah disediakan oleh panitia.

Setelah proses pengambilan foto, materi berikutnya yaitu *editing* menggunakan aplikasi *mobile* snapsheet dan canva. Aplikasi snapsheet digunakan untuk menyempurnakan pencahayaan dan koreksi warna, sedangkan aplikasi canva digunakan untuk membuat layout atau juga layer dengan tujuan mempercantik barang atau produk dalam foto sebelum dipublikasikan atau diupload ke aplikasi Instagram dan *marketplace*.

Editing foto hanya sebatas koreksi warna dan *cropping* dan tidak terlalu berlebihan saturasi warna agar foto tetap terlihat natural. Foto yang natural akan lebih meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual setelah disempurnakan layout menggunakan aplikasi canva (Garris Pelangi, 2020).

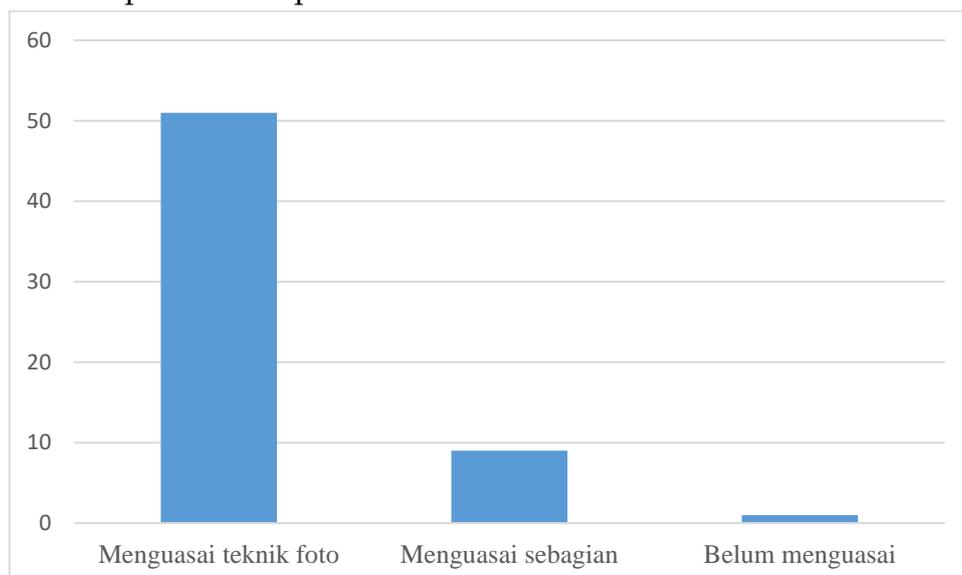
Setelah proses editing selesai, materi selanjutnya yaitu tata cara publikasi foto produk ke aplikasi sosial media Instagram. Selain melakukan *upload* foto, para peserta juga dibekali cara melakukan analisis caption dan hastag yang sesuai dengan produk, sehingga lebih tepat menyasar konsumen (Oktvia, 2019). Dan yang terakhir yaitu materi tentang *landing page*, dimana nantinya transaksi yang ada di sosial media Instagram akan diarahkan ke *marketplace*. Tujuan dari pembuatan *landing page* supaya meningkatkan kepercayaan konsumen (Ilmiah & Krishernawan, 2020).

Hasil dari pengabdian, peserta memiliki peningkatan skill materi digital marketing, pengambilan foto dan publikasi karya di sosial media. Hasil pengabdian diperoleh dari analisis yang berasal dari kuesioner berisikan daftar pertanyaan. Hasil dari analisis yang dilakukan untuk pemahaman materi digital marketing diperoleh sebanyak 47 siswa sudah memahami apa itu digital marketing, dan 8 siswa masih sedikit memahami dan 6 siswa belum paham.



**Gambar 4. Grafik pemahaman materi digital marketing**

Sedangkan untuk materi pengambilah foto dan basic editing hampir seluruhnya memahami, baik teknik dan pengaplikasiannya di sosial media. Hal ini dikarenakan para siswa jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor lebih cenderung berminat materi praktik daripada teori.



**Gambar 5. Grafik pemahaman materi teknik pengambilan foto**

Untuk pencapaian tentang bisnis atau marketing belum dilakukan analisis dikarenakan membutuhkan waktu untuk proses penjualan dan teknis lainnya. Selain itu materi dalam pengabdian yang dilakukan hanya sebatas pengenalan digital marketing, teknis pengambilan foto produk, editing serta tata cara penggunaan caption dan hastag yang sesuai dengan produk.

### Simpulan

Setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan didapatkan hasil dan analisis, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu

1. Para peserta yang merupakan siswa SMK jurusan Teknik dan Bisnis Sepeda Motor yang sebelumnya belum memahami materi digital marketing menjadi tertarik untuk belajar materi tersebut.
2. Peserta lebih tertarik materi praktik daripada teori
3. Peserta dapat menguasai teknik pengambilan gambar atau foto produk sesuai dengan *passion* dan
4. Para siswa sudah mampu melakukan editing foto serta memberi layout yang dapat digunakan untuk sarana promosi melalui media sosial.

Pengabdian berikutnya yang memiliki ide dan gagasan yang mirip, dapat melakukan pembenahan dari pelaksanaan pengabdian ini. Perbaikan dari penggunaan software editing foto yang lebih bagus seperti adobe Photoshop, atau Adobe Illustrator. Selain itu juga dapat langsung ke materi marketing dengan tujuan akhir yaitu terjualnya produk-produk yang ditawarkan.

### Daftar Pustaka

- Candrarini, K. P., Sunarto, & Nugroho, J. A. (2011). Penerapan model pembelajaran kolaboratif dengan Strategi Quantum Teaching untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Siswa pada mata pelajaran marketing kelas X-6 kompetensi keahlian bisnis daring dan pemasaran SMK Negeri 1 Karanaganyar Tahun Pelajaran Pelajar. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 182-184.  
<http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ptn/article/download/12047/8561>
- Fajrillah, F., Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, S., Sudirman, A., Febrianty, F., Hasibuan, A., Julyanthry, J., & Simarmata, J. (2020). *SMART ENTREPRENEURSHIP: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital* (T. Limbong (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Garris Pelangi. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo Unpam*, 8(2), 1-18.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan,

- Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Nugraheny, D., Pujiastuti, A., Sudaryanto, S., Wintolo, H., Agustian, H., Aryanto, S., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. S. (2022). Pendampingan dan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media sosial. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 23-30. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1017>
- Oktvia, Y. (2019). *Pengaruh Hashtag Engagement #Peoplewearoemahetnik di Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image UKM Oemah Etnik*. Universitas Airlangga.
- Zakir, M., & Musril, H. A. (2020). Perancangan Media Pembelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Berbasis Android Di Smk Elektronika Indonesia Bukittinggi. *Jurnal Edukasi Elektro*, 4(2), 153-157. <https://doi.org/10.21831/jee.v4i2.35371>