

## DIGITAL MARKETING DALAM KEWIRAUSAHAAN PADA MASA PANDEMI COVID 19

Pastima Simanjuntak<sup>1\*</sup>, Koko Handoko<sup>2</sup>, Erlin Elisa<sup>3</sup>, Cosmas Eko Suharyanto<sup>4</sup>

<sup>1,2,4</sup>Teknik Informatika, Universitas Putera Batam

<sup>3</sup>Sistem Informasi, Universitas Putera Batam

*email: \*p.lastia@gmail.com*

**Abstract:** Because of the presence of the 4.0 Industrial Revolution, digital technology and the internet have become the backbone of technology, one of which is social media. Different types of popular social media, such as Twitter, Facebook, and Instagram, serve different functions and serve different purposes. The Marketplace is a social media platform that has many advantages when used properly. Traders can sell their goods online on the marketplace by providing clear photos and descriptions. Furthermore, the payment method is made on the marketplace, on average, after the goods arrive, they pay or many call it COD (cash on delivery). Everything has changed, however, as a result of the Covid 19 pandemic. The government's health protocol restrictions have resulted in a decrease in income. The purpose of this service is to provide guidance to the Hang Nadim Batam School. The method used is by conducting a survey, then training and finally an evaluation. The results of this service showed that 80% of students could understand digital marketing technology

**Keywords:** digital marketing; entrepreneurship; social media; pandemic covid

**Abstrak:** Dengan hadirnya Revolusi Industri 4.0, teknologi digital dan internet menjadi tulang punggung teknologi, salah satunya media sosial. Berbagai jenis media sosial populer, seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, memiliki fungsi dan tujuan yang berbeda. Marketplace adalah platform media sosial yang memiliki banyak keuntungan jika digunakan dengan benar. Pedagang dapat menjual barangnya secara online di marketplace dengan memberikan foto dan deskripsi yang jelas. Selain itu metode pembayaran yang dilakukan di marketplace rata-rata setelah barang sampai mereka membayar atau banyak yang menyebutnya COD (cash on delivery). Namun, semuanya berubah akibat pandemi Covid-19. Pembatasan protokol kesehatan yang dilakukan pemerintah berdampak pada penurunan pendapatan. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pembinaan pada Sekolah Hang Nadim Batam. Metode yang dilakukan dengan melakukan survey selanjutnya pelatihan dan terakhir evaluasi. Hasil dari pengabdian ini didapat bahwa siswa-siswa 80% bisa mengerti dengan teknologi digital marketing.

**Kata kunci:** digital marketing; kewirausahaan; media sosial; pandemi covid

## PENDAHULUAN

Aplikasi media sosial merupakan aplikasi yang sudah sering digunakan oleh siswa-siswi pada sekolah Hang Nadim Batam. Menguasai aplikasi media sosial ini adalah kemampuan mendasar yang harus dimiliki semua orang untuk saat ini. Seperti halnya siswa SMK Hang Nadim yang sedang menuntut ilmu. Namun, penggunaan media sosial mereka masih kurang dimanfaatkan. Mereka hanya diperkenalkan dengan aplikasi media sosial dan belum memahami tentang pemasaran digital melalui media sosial. Oleh karena itu, siswa memerlukan pembelajaran tambahan yang berfokus pada penggunaan dan cara pemasaran digital melalui media sosial untuk membantu pembelajaran siswa sekaligus mempersiapkan siswa untuk menerapkan aplikasi ini di masa depan. Tidak bisa dipungkiri kemajuan teknologi yang pesat telah memanjakan manusia, terutama dalam hal komunikasi. Interaksi yang dimungkinkan oleh teknologi menjadi lebih mudah dan beragam. Komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video disatukan oleh teknologi informasi (Aditya, 2015).

Ada dua komponen teknologi informasi dan komunikasi, segala sesuatu yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat, manipulasi, dan pengelolaan informasi termasuk dalam teknologi informasi. Sedangkan teknologi komunikasi mencakup semua aspek penggunaan alat untuk memproses dan mentransfer data dari satu perangkat ke perangkat lainnya (Simanjuntak, dkk., 2019). Dengan revolusi industri 4.0, teknologi digital dan internet menjadi tulang punggung teknologi, dengan media sosial menjadi salah satu komponennya. Banyak platform media sosial terkenal, seperti Twitter, Facebook dan

instagram, memiliki berbagai kegunaan dan tujuan. Marketplace adalah platform media sosial yang memiliki banyak keuntungan jika digunakan dengan benar (Agustina, 2016). Dengan berjualan *online* di marketplace, para pedagang dapat membagikan hasil penjualannya secara *online* dengan disertai gambar dan penjelasan singkat. Selanjutnya metode pembayaran yang digunakan di marketplace rata-rata setelah barang sampai di tujuan mereka membayar atau menyebutkan berkali-kali istilah *Cash on Delivery* (COD) (Adri, dkk., 2019).

Strategi teknologi ini akan membawa perubahan dan dapat mendorong berbagai perubahan bisnis (Simanjuntak, dkk., 2021). Pemasaran digital adalah penerapan teknologi digital (situs web, email, database, TV digital, dan media sosial) ke proses bisnis. (Mirza & Ali, 2020). Tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan sekaligus membangun dan mempererat hubungan dengan pelanggan. Digital marketing adalah jenis iklan atau promosi yang menggunakan media digital atau internet. (Syaifullah, dkk., 2020). Namun, sejumlah tantangan sedang dihadapi oleh bisnis baru yang ingin memasuki pasar digital. Salah satu contohnya adalah literasi digital yang belum matang dan memiliki kapasitas produksi yang terbatas saat pertama kali bisnis didirikan, sehingga menimbulkan tingkat kecemasan yang tinggi saat menerima banyak permintaan dari pasar *online*. (Rachmawaty, 2021). Bisnis yang baru didirikan memiliki potensi pertumbuhan yang sangat besar. Potensi tersebut harus segera direalisasikan melalui penerapan strategi yang jitu. (Yuniar, 2020). Permasalahan di tempat pembinaan ini adalah Sekolah Hang Nadim Batam masih tergolong awam tentang teknologi informasi seperti pemahaman digital marketing,

Kurangnya pemahaman tentang strategi digital marketing, Akibat pandemic covid 19. Oleh karena itu dibutuhkan pembinaan yang bisa dilakukan selama satu bulan untuk membina mereka dalam memanfaatkan strategi digital marketing. Tujuan dari kegiatan pembinaan ini adalah Memberikan pembinaan kepada siswa siswi Sekolah Hang Nadim agar bisa mengetahui dan mempelajari pemanfaatan media social dan kewirausahaan sebagai dasar untuk meningkatkan industri kreatif Dan untuk mendapatkan dan memproses informasi dalam kegiatan belajar, bekerja, dan mengembangkan bisnis yang mereka miliki dengan memasarkan lewat media sosial yang dibuat.

## METODE

Kegiatan Pengabdian ini akan berlangsung selama empat kali pertemuan pada bulan Maret hingga April 2022, bertempat di Sekolah Hang Nadim Batam. Ada 23 orang yang hadir, semuanya siswa sekolah Hang Nadim. Tim pengabdian akan memberikan pembinaan sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati dengan pihak Sekolah Hang Nadim dan sudah ditetapkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian terdiri dari tiga tahapan, yang meliputi: 1) Diawali dengan melakukan survei di Sekolah Hang Nadim Batam. 2) Pembinaan dan pelatihan akan dilakukan selama dua bulan. 3) Tahap akhir meliputi kegiatan seperti observasi dan evaluasi. Masalah yang muncul selama proses layanan pemasaran digital dicatat. Evaluasi penggunaan dan pemanfaatan media sosial dalam digital marketing.

## PEMBAHASAN

Peserta pengabdian masyarakat dapat memperoleh manfaat dari pelatihan yang tepat dalam penggunaan teknologi informasi digital marketing dan pembuatan media sosial dalam kewirausahaan. Tim pengabdian terdiri dari enam orang, meliputi tiga dosen dan tiga mahasiswa. Kegiatan pembinaan ini dirancang untuk memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan kepada peserta pengabdian sekaligus membimbing mereka.

Kegiatan pengabdian ini mengambil tema tentang pembinaan digital marketing dan kewirausahaan digital. Pembinaan tersebut terdiri dari materi pokok yang disampaikan oleh Tim Pengabdian yaitu pengenalan perangkat komputer, pengenalan teknologi dan informasi, penjelasan berbagai contoh media social dan cara penggunaannya serta bagaimana penerapan digital marketing. Tim pengabdian memilih kewirausahaan digital dalam media sosial untuk kebutuhan masyarakat. Adapun alasan tim pengabdian memilih digital marketing, kewirausahaan dan teknologi informasi ini adalah karena teknologi informasi sebagai sumber belajar.

Pemanfaatan teknologi informasi sangat berguna dalam pembinaan pengabdian di Sekolah Hang Nadim Batam. Selama Pengabdian berlangsung dari hari pertama sampai selesai melakukan kegiatan pembinaan tentang digital marketing, kewirausahaan dan penggunaan teknologi media sosial, sangat bersemangat dengan latihan praktek media social dengan pembinaan yang sedang berlangsung sampai selesai dilaksanakan di tempat itu. Hasil dari pelaksanaan kegiatan terdiri dari 3 tahapan pelaksanaan antara lain sebagai berikut:

### Tahap Persiapan

Tahapan persiapan pada kegiatan pembinaan ini adalah melakukan survey ke SMK Hang Nadim dimana masih 20% dari semua mhs yang hadir saat pelatihan yang memahami penggunaan dan memanfaatkan digital marketing.

### Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan pada kegiatan ini adalah dengan melakukan pelatihan dan pembinaan selama satu bulan mengenai penggunaan dan pemanfaatan dari digital marketing.

### Tahap Akhir

Pada tahapan akhir ini dilakukan kegiatan observasi dan evaluasi. Observasi dilakukan terhadap kendala-kendala, kekurangan-kekurangan, dan kelemahan-kelemahan yang muncul dalam proses penggunaan aplikasi. Evaluasi dilakukan terhadap penggunaan dan pemanfaatan digital marketing dengan media sosial. Hasil akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah menunjukkan bahwa sebesar 80% dari 23 para siswa-siswi sekolah Hang Nadim bisa mengerti dan memahami akan memanfaatkan teknologi informasi dan pembuatan media sosial untuk menunjang digital marketing dan kewirausahaan sehingga siswa-siswi bisa mengerti dan memanfaatkannya dengan baik.



**Gambar 1.** Pelaksanaan Kegiatan PKM



**Gambar 2.** Pembekalan materi kepada siswa



**Gambar 3.** Dokumentasi Kegiatan PKM



**Gambar 4.** Dokumentasi setelah Kegiatan PKM

## SIMPULAN

Kegiatan pembinaan pengabdian yang dilakukan di Sekolah Hang Nadim, Kota Batam, Kepulauan Riau bisa disimpulkan dengan memberikan pembinaan ke-pada siswa-siswi di Sekolah Hang Nadim Batam, pengabdian memperkenalkan perangkat komputer, aplikasi media sosial, pemanfaatan dan penggunaan digital marketing dan kewirausahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa sebesar 80% dari 23 para siswa-siswi sekolah Hang Nadim bisa mengerti dan memahami akan pemanfaatan teknologi informasi dan pembuatan media sosial untuk menunjang digital marketing dan kewirausahaan sehingga siswa-siswi bisa mengerti dan memanfaatkannya dengan baik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Kepala Sekolah Hang Nadim Batam, yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan pengabdian Teman dosen Universitas Putera Batam dan Ucapan terimakasih kepada LPPM Universitas Putera Batam yang sudah memberikan dukungan dan pendanaan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2015). 'Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru'. *Jurnal Fisip*, 2(1), 1-14.
- Adri, Muhammad, Hanesman Hanesman, Titi Sriwahyuni, and Almasri Almasri. 2019. "Digital Market-

ing Sebagai Metoda Alternatif Wirausaha Bagi Mahasiswa Di Universitas Negeri Padang". *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan* 12 (2), 68-76. <https://doi.org/10.24036/tip.v12i2.241>.

- Agustina. (2016). 'Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA 3 Samarinda'. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3),410-420.
- LPPM, (2018) 'Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Putera Batam Batam: LPPM Universitas Putera Batam.
- Mirza, M. & Ali, H. (2020). Strategi E-Commerce Shoppe: Dalam Konteks Bisnis Etik. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 99-104. DOI: <https://doi.org/10.26460/jm.v10i2.1509>.
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram (Studi kasus: Sapinesia). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 39-51.
- Simanjuntak, P., Handoko, K. (2019) 'Pembinaan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Masyarakat Pulau Temoyong Batam Kepulauan Riau', *Jurnal Matappa*, 2(1), 20-23.
- Simanjuntak, P., Handayani, N. D., & Ekawati, N. (2021). Fostering the Utilization of Social Media, Industrial Technology and English in Improving Home Creative Industries: Pembinaan Pemanfaatan Media Sosial, Teknologi Industri dan Bahasa Inggris dalam Meningkatkan Industri Kreatif Rumah Tangga. *Jurnal*

- Laporan Abdimas Rumah Ilmiah, 2(1), 19-24.
- Syaifullah, S., Maulana, A., Karnadi, V., & Tantowi, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kecamatan Batu Aji Kota Batam. *Jurnal Abdikmas*, 1(1), 1-5.
- Yuniar, M.D. (2020). Aplikasi Instagram Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online : Sebuah Studi Pada Akun Warung Mamak. *INTEL-EKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*, 2(3), 1-9.