

## PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN SISWA SMK BINA NASIONAL INFORMATIKA BEKASI DALAM MENGHADAPI DUNIA KERJA

Sri Mulyono<sup>1\*</sup>, Aliman<sup>2</sup>, Aghni Aulia Aziz<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Horizon University Indonesia, Karawang

[sri.mulyono.krw@horizon.ac.id](mailto:sri.mulyono.krw@horizon.ac.id)<sup>1</sup>, [aliman.aliman.krw@horizon.ac.id](mailto:aliman.aliman.krw@horizon.ac.id)<sup>2</sup>

[aghni.aziz.krw@horizon.ac.id](mailto:aghni.aziz.krw@horizon.ac.id)<sup>3</sup>

Received: 05-12-2024

Revised: 22-12-2024

Approved: 29-12-2024

### ABSTRAK

*Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma dunia kerja, sehingga keterampilan pemasaran digital menjadi penting bagi siswa SMK untuk bersaing di pasar kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelatihan pemasaran digital di SMK Bina Nasional Informatika Bekasi dalam meningkatkan keterampilan siswa dalam menghadapi dunia kerja. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, wawancara dan emonstrasi yang dilakukan dengan guru, kepala program keahlian, siswa, pengusaha, dan kepala sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing siswa di dunia kerja, dengan keterampilan utama yang harus dikuasai seperti manajemen konten, desain grafis, dan analisis data. Meskipun ada kendala seperti keterbatasan fasilitas dan waktu, pelatihan yang terstruktur dan berbasis praktik dapat membantu siswa mengatasi tantangan dunia kerja yang semakin digital. Pelatihan pemasaran digital di SMK Bina Nasional Informatika Bekasi diharapkan dapat menutup kesenjangan antara keterampilan siswa dan kebutuhan industri*

*Kata Kunci: Pemasaran; Digital; Keterampilan; Siswa*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia kerja. Di era digital ini, keterampilan pemasaran digital menjadi kebutuhan yang penting bagi individu yang ingin bersaing di dunia kerja, terutama di sektor bisnis dan industri kreatif. Pemasaran digital mencakup berbagai aspek, seperti pengelolaan media sosial, pembuatan konten kreatif, analisis data, dan penggunaan platform digital untuk promosi (Grewal *et al.*, 2024). Namun, tantangan utama adalah kurangnya keterampilan ini di kalangan lulusan sekolah menengah yang seharusnya memiliki keunggulan kompetitif dalam keterampilan praktis (Brammantio *et al.*, 2023).

SMK Bina Nasional Informatika, sebagai lembaga pendidikan yang berorientasi pada pengembangan keterampilan kerja siswa, menghadapi tantangan dalam mempersiapkan siswanya untuk menghadapi kebutuhan dunia kerja yang terus berkembang. Kurikulum yang ada sering kali belum sepenuhnya terintegrasi dengan keterampilan pemasaran digital yang relevan. Selain itu, banyak siswa belum memiliki pengalaman praktis dalam menerapkan pemasaran digital secara efektif. Hal ini menyebabkan kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki siswa dengan tuntutan dunia kerja.

Pelatihan pemasaran digital menjadi salah satu solusi strategis untuk menjawab tantangan ini. Dengan memberikan pelatihan yang terstruktur dan berbasis praktik, siswa diharapkan mampu memahami konsep dasar pemasaran digital, menguasai penggunaan alat digital, serta memiliki kemampuan merancang strategi pemasaran yang kreatif dan efektif. Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga bertujuan untuk menumbuhkan rasa percaya diri dan kesiapan siswa dalam menghadapi persaingan kerja (Laurie *et al.*, 2024; Pratami *et al.*, 2024).

Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital bukan hanya sebuah kebutuhan, tetapi juga investasi penting bagi SMK Bina Nasional Informatika dalam meningkatkan daya saing lulusannya di era digital. Pelatihan ini akan memberikan peluang yang lebih besar bagi siswa untuk memperoleh pekerjaan yang relevan dan sesuai dengan perkembangan zaman.

## **METODE KEGIATAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam menganalisis Pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan keterampilan siswa SMK Bina Nasional dalam menghadapi dunia kerja. Penelitian bersifat rasional dan sistematis, rasionalitas dalam konteks penelitian mengacu pada penggunaan metode yang masuk akal dan dapat dipahami oleh manusia lainnya, sehingga cara kerjanya dapat diamati dan dipahami oleh orang lain. Sementara itu, sistematisasi merujuk pada proses penelitian yang mengikuti langkah-langkah tertentu yang berbasis logika (Sugiyono, 2019). Melalui metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan demonstrasi dengan kepala bidang kearsipan, observasi langsung di lapangan, dan studi dokumen terkait kegiatan digitalisasi arsip. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif analitik untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena tersebut (Bado, 2021).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Pentingnya Pemasaran Digital Dalam Dunia Kerja**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemasaran digital dianggap sebagai keterampilan mendasar yang sangat penting di era modern, terutama untuk siswa SMK Bina Nasional Informatika yang mempersiapkan diri masuk dunia kerja. Guru Produktif Pemasaran, menyatakan bahwa bisnis saat ini sangat bergantung pada platform digital, sehingga siswa perlu memahami pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Kepala Sekolah SMK Bina Nasional Informatika, yang menekankan bahwa penguasaan pemasaran digital adalah kunci agar siswa dapat bersaing di era globalisasi.



Gambar 1. narasumber menyampaikan materi

Praktisi digital marketing, menambahkan bahwa pemasaran digital menjadi strategi utama hampir semua bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Bahkan, Ire, siswa kelas XII, memahami bahwa keterampilan ini sangat penting karena banyak perusahaan kini mengandalkan media sosial dan platform digital lainnya.

Secara teoritis, pemasaran digital merupakan bagian dari transformasi digital

dalam bisnis, yang didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mendistribusikan nilai kepada pelanggan (Kotler et al., 2017). Pemasaran digital mencakup berbagai aspek, seperti media sosial, SEO, dan iklan digital, yang memungkinkan perusahaan mencapai audiens lebih luas secara efisien dan efektif (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

### **3.2 Keterampilan Utama Yang Harus dikuasai Siswa Dalam Pemasaran Digital**

Para narasumber sepakat bahwa siswa SMK Bina Nasional Informatika perlu menguasai keterampilan utama dalam pemasaran digital agar dapat memenuhi kebutuhan dunia kerja. Kepala Program Keahlian Pemasaran, menyebutkan bahwa keterampilan seperti manajemen konten, desain grafis dasar, dan analisis audiens sangat penting. Para Guru menambahkan bahwa storytelling dan manajemen iklan digital juga harus dikuasai siswa.

Para Guru menyoroti pentingnya penguasaan media sosial untuk promosi, analisis data, dan copywriting sebagai bagian dari keterampilan inti. Hal ini juga diperkuat oleh IRE, yang berharap pelatihan dapat membekali mereka dengan kemampuan membuat konten dan menjalankan strategi pemasaran digital.

Menurut teori, keterampilan pemasaran digital dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: teknis (penggunaan alat pemasaran digital), kreatif (pembuatan konten), dan analitis (pemahaman data dan pengukuran kinerja kampanye) (Ryan, 2017). Ketiga aspek ini diperlukan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital yang sukses.

### **Kendala Yang Mungkin Dihadapi Dalam Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Digital**

Pelaksanaan pelatihan pemasaran digital di SMK Bina Nasional Informatika Bekasi dihadapkan pada beberapa kendala. Para Guru mencatat bahwa keterbatasan fasilitas, seperti perangkat komputer dan akses internet, menjadi hambatan utama. Bapak Kepala Sekolah menambahkan bahwa waktu pelaksanaan sering kali berbenturan dengan jadwal kegiatan akademik.

Dari sudut pandang praktisi, Para Guru menyoroti perbedaan tingkat pemahaman dasar siswa sebagai tantangan dalam pelaksanaan pelatihan. Ire juga mengungkapkan bahwa siswa membutuhkan waktu lebih untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari.

Secara teoritis, kendala pelatihan pemasaran digital sering kali berkaitan dengan kesiapan sumber daya, baik itu sumber daya manusia, finansial, maupun infrastruktur teknologi (Laudon & Traver, 2020). Pelatihan yang efektif membutuhkan dukungan penuh dari institusi dan kolaborasi dengan mitra industri untuk mengatasi hambatan tersebut.

### **KESIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan ini sangat relevan untuk mempersiapkan siswa menghadapi tuntutan era digital. Narasumber sepakat bahwa keterampilan utama, seperti manajemen konten, storytelling, dan analisis data, sangat diperlukan. Kendala pelaksanaan pelatihan, seperti keterbatasan fasilitas dan waktu, dapat diatasi melalui dukungan institusi dan kolaborasi dengan mitra industri. Pelatihan yang aplikatif dan terarah akan meningkatkan kesiapan siswa SMK Bina Nasional untuk memasuki dunia kerja yang berbasis digital, sesuai dengan kebutuhan industri saat ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Brammantio, Ekasari, N., & S, J. (2023). Analisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap keterampilan berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(2), 572–584. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i2.25449>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Grewal, D., Guha, A., Beccacece Saturnino, C., & Becker, M. (2024). The Future of Marketing and Marketing Education. *Journal of Marketing Education*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/02734753241269838>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020: Business, technology, and society* (16th ed.). Pearson.
- Laurie, S., Mortimer, K., Holtz, M., & Little, B. (2024). Enhancing Students' Understanding of Social Media Marketing and the Use of Advertising and Public Relations Terminology Within IMC: A Participatory Action Research Project. *Journal of Marketing Education*, 46(1), 45-56. <https://doi.org/10.1177/02734753231162610>
- Pratami, A. R. ., Nandang, N., & Nurfitriya, M. . (2024). The Effect of Digital Marketing Training on Improving Entrepreneurship Skills of PT Independent Study Participants. *Arkatama Multi Solusindo Batch 2. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 7933–7937. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5472>
- Ryan, D. (2017). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.