

## PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM MEMASARKAN PRODUK INOVASI SAMBAL TOMAT

Maria Salestina Ngoni<sup>1</sup>, Maryance Vivi Murnia Bana<sup>2</sup>, Ester Nurani Keraru<sup>3</sup>,  
Astried Priscilla Cordanis<sup>4</sup>, Rizki Adiputra Taopan<sup>5</sup>, Paulus Every Sudirman<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng, Indonesia

[mariasalestina8@gmail.com](mailto:mariasalestina8@gmail.com)<sup>1</sup>, [bana.maryance@gmail.com](mailto:bana.maryance@gmail.com)<sup>2</sup>, [keraruesternurani@yahoo.com](mailto:keraruesternurani@yahoo.com)<sup>3</sup>,  
[astriedcordanis@gmail.com](mailto:astriedcordanis@gmail.com)<sup>4</sup>, [rizkimicro@gmail.com](mailto:rizkimicro@gmail.com)<sup>5</sup>, [pauluseverysudirman02@gmail.com](mailto:pauluseverysudirman02@gmail.com)<sup>6</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Digital marketing adalah kegiatan mempromosikan dan memasarkan produk secara online melalui platform media sosial. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada para siswa SMK Restorasi Timung Wae Ri'i terkait dengan market digital supaya dapat memberikan bekal di dunia pekerjaan atau di jenjang perguruan tinggi. Metode yang digunakan yaitu penyuluhan dan pelatihan dengan jumlah siswa sebanyak 32 orang. Pelaksana kegiatan pengabdian diawali dengan pra-kegiatan, kegiatan, evaluasi dan monitoring. Materi yang disampaikan adalah digital marketing dengan memanfaatkan sosial media *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *tik tok* dan *youtube* sebagai media pemasarannya. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa para siswa sangat partisipasi untuk mengikuti kegiatan PkM ini karena market digital merupakan salah satu teknologi yang belum banyak dipahami oleh siswa SMK di era teknologi saat ini. Pada saat melakukan demonstrasi siswa SMK Restorasi begitu antusias untuk mendengarkan penjelasan. Berdasarkan hasil presentase kemampuan siswa rata-rata untuk pretest 61 % dan posttest 95 % di ketahui bahwa metode yang digunakan sangat efektif sehingga sesuai dengan tingkat kepuasan siswa SMK sangat baik.

**Kata Kunci:** Pengenalan Digital Marketing; Sosial Media; Pemasaran Produk; Sambal Tomat.

**Abstract:** Digital marketing is the activity of promoting and marketing products online through social media platforms This PkM activity aims to provide training to students of SMK Restorasi Timung Wae Ri'I related to the digital market so that they can provide provisions in the world of work or at the university level. The method used is counseling and training with a total of 32 students. The implementation of service activities begins with pre-activities, activities, evaluation and monitoring. The material presented is digital marketing by utilizing social media Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok and YouTube as marketing media. The results of the implementation showed that the students were very participating in this PkM activity because the digital market is one of the technologies that is not widely understood by SMK students in the current technological era. During the demonstration, the students of SMK Restorasi were so enthusiastic to listen to the explanation. Based on the results of the average student ability percentage for pretest 61% and posttest 95%, it is known that the method used is very effective so that it suits the level of satisfaction of SMK students very well.

**Keywords:** Introduction to Digital Marketing Social Media; Product Marketing; Tomato Sauce.



#### Article History:

Received: 10-05-2023

Revised : 25-05-2023

Accepted: 27-05-2023

Online : 01-06-2023



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Tomat (*Lycopersicon*) merupakan produk pertanian yang mudah rusak karena kandungan airnya yang terdapat cukup tinggi sehingga memungkinkan tumbuhnya mikroorganisme jika tidak disimpan pada tempat yang baik. Salah satu cara untuk memperpanjang umur simpan tomat adalah dengan mengolahnya menjadi produk olahan. Saus tomat merupakan olahan tomat yang sering digunakan pada makanan sebagai penambah rasa (Thalib, 2019). Sambal tomat merupakan produk yang dihasilkan dari campuran tomat dengan penambahan bumbu-bumbu dan bahan pangan (Marina, 2016). Produk yang dihasilkan akan dijual dengan menggunakan media internet (Nur Ahmas et al., 2022). Internet telah menjadi kebutuhan bagi sebagian besar manusia. Menurut Meltwater dalam *We Are Social* (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 sebanyak 212,9 juta atau 77% dari total populasi, jumlah tersebut telah lebih dari setengah populasi Indonesia sebagai pengguna media sosial aktif yaitu sebanyak 167 juta atau 60,4 % jiwa (Quality, Kepuasan, dan Pada 2023). Jumlah pengguna internet secara terus-menerus mengalami kenaikan seiring dengan berjalannya waktu. Sehingga banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam memasarkan produk melalui platform media digital.

Pemasaran digital adalah kegiatan mempromosikan dan memasarkan produk secara online melalui platform media sosial (Kaplan dan Haenlein 2010). Pemasaran digital yang komprehensif dapat menghubungkan semua bidang kehidupan tanpa batas waktu atau geografis (Wijiastuti et al., 2021). Pelatihan pengenalan digital marketing ini bertujuan agar seluruh siswa menjadi entrepreneur setelah lulus (Wasan dan Anita Sariningsih, 2021). Sehingga adanya peningkatan wawasan untuk para siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam melakukan berwirausaha.

Kegiatan pengenalan digital marketing juga dapat memberikan pengasahan keterampilan kepada siswa karena sebagai sumber kehidupan bagi mereka (Septiana et al., 2021). Mendorong kewirausahaan di kalangan siswa mengurangi pengangguran karena diharapkan siswa mampu membuka usaha sendiri setelah lulus (Kewirausahaan et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, SMK merupakan bagian dari sistem pendidikan yang dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas, sedangkan SMK memungkinkan terciptanya kerja yang mandiri dan berkualitas. Tawaran yang akan diterima mahasiswa selama pelatihan pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengusaha dan menghadapi persaingan di masa depan (Furqany, 2021).

Kegiatan pelatihan pengenalan digital marketing adalah waktu yang tepat untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Dalam pelatihan digital marketing para siswa diharapkan mampu membuka peluang usaha, yaitu dari ide usaha sampai dengan bagaimana cara untuk memasarkan secara mandiri dan berkesinambungan.

Sehingga dapat tercipta peluang usaha baru, serta dapat memberikan bekal didunia pekerjaan atau dijenjang perguruan tinggi.

## B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di SMK Restorasi Timung Wae Ri'i Kabupaten Manggarai sebanyak 32 Orang yang terlibat dalam Kegiatan Pelatihan Pengenalan Digital Marketing. Metode pelaksanaan menggunakan teknik penyuluhan dan pelatihan secara langsung. Dalam penyuluhan dan pelatihan hal yang dibahas antara lain mataeri dari narasumber, *pretest* dan *posttest*, dan pelatihan. Kegiatan dilaksanakan pada hari sabtu, 21 januari 2023. Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara bertahap, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

### 1. Pra kegiatan

Tahap praegiatan ini Tim melakukan pertemuan awal dengan kepala sekolah dan guru-guru SMKN Timung Wae Rii. Pada pertemuan ini dilakukan diskusi seputar kesediaan siswa serta bapak ibu guru dalam kegiatan serta mengokrdinasi waktu yang tepat untuk melaksanakan kegiatan. Selain itu pada pertemuanian ini tim juga mengecek perlengkapan yang diperlukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### 2. Kegiatan

Kegiatan dimulai pada pukul 11.00-16.00 wita. Perkenalkan digital marketing pada tahap implementasi dengan presentasi PowerPoint yang menarik dan mudah dipahami serta informasi tentang pentingnya dan manfaat digital marketing.

### 3. Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi kegiatan nirlaba ini mengkaji pemahaman peserta tentang digital marketing.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap praegiatan dilakukan guna untuk menetapkan jadwal pelatihan dan pengenalan digital marketing pada siswa siswi SMK. Serta memastikan jumlah peserta yang akan mengikuti kegiatan PkM. Peserta dalam kegiatan PkM ini sebanyak 32 orang, yakni para siswa kelas 2 Agribisnis. Selanjutnya tahap kegiatan yaitu pengenalan digital marketing dengan metode penyuluhan dan pelatihan dengan dibantu media presentasi

berupa LCD untuk menampilkan *power point*. Berikut merupakan tampilan pelaksanaan pelatihan dalam penyampaian materi, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Penyampaian Materi

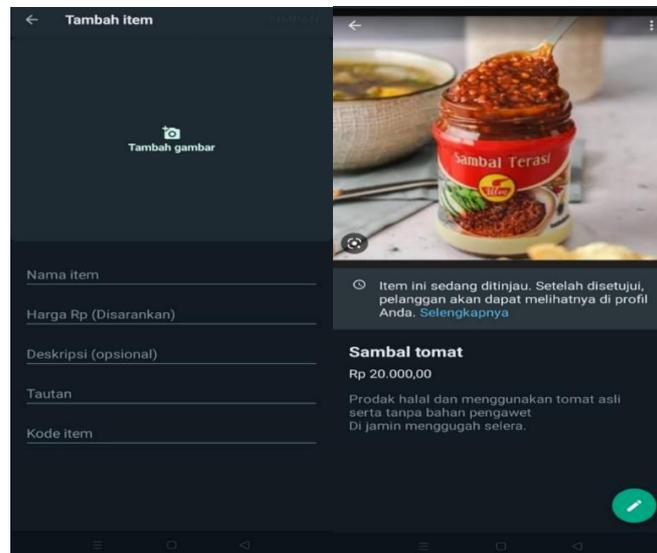
Materi yang ditawarkan berupa pengenalan digital marketing, pentingnya digital marketing, manfaat digital marketing dan tantangan penggunaan media digital marketing. Siswa diberi kesempatan untuk berlatih membuat desain produk dengan aplikasi *Canva*, yang kemudian akan dibagikan di jejaring sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Tiktok*, *Facebook*, dan *YouTube*. Kelima media ini dipilih karena mewakili aplikasi yang viral atau umumnya dominan di kalangan siswa.

Pada materi pelatihan *whatsapp* diajarkan dalam pembuatan akun *business*. Akun ini berfungsi membuat penjual dengan pelanggan menjadi lebih mudah untuk berkomunikasi dengan calon pembeli. Selain itu juga akun *business* ini lebih cepat dalam merespon pesan secara otomatis, menyortir pesan, hingga menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat dan praktis. menyediakan sebagai media untuk penjualan produk secara online. Adapun tampilan *whatsapp business*, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Contoh *Whatsapp Business*

Selain itu diajarkan juga materi cara mendaftar prodak yang akan di jual melalui *whatsapp business* sebagai implentasi dari digital marketing. Adapun contoh cara mendaftar prodak kita pada *whatsapp business*, seperti terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Contoh Cara Daftar Prodak Jualan

Selanjutnya diajarkan materi penggunaan fitur story pada *whatsapp business*, seperti terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Contoh *Story Whatsapp Business* Peserta

Kegiatan ini juga memberi kepada siswa untuk memberikan pertanyaan terkait dengan kendala yang mereka alami. Sesi diskusi seperti pada Gambar 6.



**Gambar 6.** Sesi Dikusi Dengan Siswa/Siswi

Pada saat melaksanakan kegiatan ini tim pengabdian menemukan ada hal yang menjadi kendala yaitu masih banyak siswa yang belum memiliki akun sosial media seperti *instagram* dan *tik tok*. Selanjutnya peserta diminta untuk menginstal aplikasi pada smartphone masing-masing dan membuat akun *instagram* dan *tik tok*.

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar dan sesuai dengan program kegiatan maka akan dilakukan evaluasi dan monitoring yaitu melihat sejauh mana tingkat pemahaman siswa terhadap digital marketing. Dalam mengukur kemampuan siswa tim pelaksana melakukan pembagian posttest kepada siswa. pengisian posttest ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dampak dan manfaat bagi siswa siswi dalam mengikuti pelatihan. Posttest dilakukan dengan memberikan pertanyaan mengenai kemampuan siswa dalam memahami materi yang diberikan. Sebelum pelatihan presentase pretest kemampuan siswa sebesar 61% dan setelah adanya pelatihan kemampuan siswa menjadi 95%. Hasil dari pretest dan posttest dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil dari pretest dan posttest

No	Uraian	Nilai
1	Rata-rata <i>pretest</i>	61%
2	Rata-rata <i>post test</i>	95%

**Gambar 8.** Tabel *Pretest* Dan *Posttest* Kegiatan Pelatihan

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan PkM di SMK Restorasi Timung Wae Ri'i cukup baik. Dilihat dari adanya peningkatan melalui presentasi pretest sebesar 61% dan posttest sebesar 95% karena Para siswa mengikuti kursus pelatihan pemasaran digital yang ditawarkan oleh Fakultas dengan sangat antusias. Selain itu, siswa memiliki cara baru untuk mempromosikan produk mereka. *WhatsApp Business* masih digunakan oleh mahasiswa. Hal ini memudahkan siswa untuk mempersiapkan diri sebagai pengusaha untuk kehidupan profesional dan studi mereka sejak awal. Kegiatan ini memberikan informasi

baru kepada siswa. Untuk mengoptimalkan kemampuan berpikir inovatif dan kreatif.

Disarankan fakultas lebih banyak memberikan materi pelatihan kreatif tentang digital marketing kepada siswa SMK Restorasi Timung Wae Ri'I Kabupaten Manggarai. Bagi mahasiswa, inovasi dan kreativitas membuka peluang usaha untuk berwirausaha, khususnya di bidang pemasaran digital, untuk mempersiapkan kehidupan profesional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung suksesnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini di SMK Restorasi Timung Wae Ri'i Kabupaten Manggarai. Kepada pihak LPPM Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng terima kasih telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, A., Khoirina, M. M., & Nastiti, T. A. (2020). Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur Di Kota Gresik. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 797–8
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *Jurnal Manajemen Dewantara* 1(2):61–76
- Furqany, Syahril. 2021. "Upgrading Digital Marketing Skills Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Uin Ar-Ranniry Dalam Upaya Kesiapan Menghadapi Dunia Kerja." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 11(3): 218–32. <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/index>.
- Gumilang, Risa Ratna. 2019. "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(2):9–14.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. 2010. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53(1): 59–68.
- Kewirausahaan, Pelatihan et al. 2020. "Pelita Masyarakat." 2(September): 17–26.
- Marina, Ida. 2016. "Upaya Pengembangan Agribisnis Dan Pemasaran Tomat Pada Kawasan Agropolitan." *Jurnal Agribisnis Terpadu* 9(2): 1-10 .
- Mamuaja, C. F., & Helvriana, L. (2017). Karakteristik Pasta Tomat dengan Penambahan Asam Sitrat Selama Penyimpanan. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pangan*, 5(1), 17–23.
- Nur Ahmas, Ahmad Almaududi, Tris Sutrisno, and Ina Ratnasari. 2022. "Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 6(1): 124.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. Vol 1 (1),18-26.
- Quality, Dampak E-service, Terhadap Kepuasan, and Pelanggan Pada. 2023. "Proyeksi Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia." 3(1): 1–11.
- Septiana, Laila, Sapitri Sapitri, and Septiani Mursidatul Muhlida. 2021. "Pelatihan Digital Marketing Dan Pembuatan Sabun Pada Siswa – Siswi SMP Yayasan Perguruan Islam As Sa'adah." *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)* 5(1): 22–31.
- Thalib, Muthahhara. 2019. "Pengaruh Penambahan Bahan Tambahan Pangan Dalam Pengolahan Sayur-Sayuran Menjadi Produk Saus Tomat." *Jurnal*

*Penelitian dan Pengembangan Agrokompleks: 78–85.*

- Wasan, Guruh Herman, and Anita Sariningsih. 2021. "Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital Di Kecamatan Citeureup." *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri* 1(1): 31–36.
- Wijastuti, Sri, Kurniawati Darmaningrum, and Zandra Dwanita Widodo. 2021. "Pengenalan Digital Marketing, Pelatihan Sosial Media Dan E-Commerce Dan Merancang Konten Pemasaran Yang Baik Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Yayasan Amal Bakti Sudjono Taruno Baki Sukoharjo." *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat* 1(4): 1–3.