
Pendampingan Program *Digixpo* Sebagai Digital Marketing Di SMP YPM 1 Taman

M. Ichsan¹, Mokhammad Nur¹, Miftakhul Ulum², Rizki Andrianto², Rudy Eko Widodo³, M. Robiul Nizar³, Muhammad Andi Akbar³, Anivia Maulidiana⁴, Safira Rifnu Putri⁴, Liana Novita Anggraini⁴, Rizza Fatma Aulia⁵, Khairil Anam^{1*}

¹ Desain Komunikasi Visual, Universitas Maarif Hasyim Latif

² Teknik Informatika, Universitas Maarif Hasyim Latif

³ Teknik Industri, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{4,5} Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif

*Email: khairil_anam@dosen.umaha.ac.id

ABSTRACT

This devotion was deployed with the aim that the work of YPM 1 Taman Middle School students could come to life and gain insight into offers from visitors and potential buyers through socialization and assistance in website creation and a marketplace as a marketing support for the website that had been created. In this devotion method is used which involves interviews, observation, training and mentoring. The output of this service is partners' understanding of the use of the website as a digixpo media and marketplace as a forum or place to offer the work of YPM 1 Taman Middle School students.

Keywords: *Digixpo, Mentoring, Digital marketing*

ABSTRAK

Pendampingan ini dikerahkan bertujuan agar hasil karya siswa SMP YPM 1 Taman dapat hidup kembali dan mendapat insight hingga penawaran dari pengunjung maupun calon pembeli melalui sosialisasi dan pendampingan pembuatan website beserta marketplace sebagai penunjang pemasaran dari website yang telah dibuat. Dalam pengabdian ini digunakan metode yang melibatkan wawancara, observasi, pelatihan dan pendampingan. Output dalam pengabdian ini adalah pemahaman mitra dalam penggunaan website sebagai media digixpo dan marketplace sebagai wadah atau tempat menawarkan hasil karya siswa SMP YPM 1 Taman.

Kata Kunci: *Digixpo, Pendampingan, Digital marketing*

PENDAHULUAN

Dalam sebuah pendidikan, keterampilan dan kreativitas, inovas dan komunikasi merupakan suatu hal yang penting dalam pembelajaran, melalui sebuah kreativitas dan keterampilan dapat meunculkan ide, model, cara dalam menyelesaikan masalah (Setiawan et al., 2021). Kreativitas juga merupakan sesuatu hal yang memiliki korelasinya dengan penemuan, ciptaan, atau menghasilkan sesuatu baik yang baru maupun sesuatu yang belum pernah ada (Natty et al., 2019). Kreativitas juga merupakan bagian penting untuk seorang siswa dalam pengaruh kepribadian seseorang. Oleh karena itu, sekolah perlu dalam menyediakan fasilitas bagi siswa untuk menuangkan sebuah ide, gagasan, dan eksplorasi diri (Fauziyyah & Tangerang, 2020). Banyak jenis model kreativitas siswa yang dapat diasah seperti halnya berupa sebuah karya seni dimana merupakan bentuk kreativitas siswa yang mampu memberikan atau diberikan penghargaan melalui sebuah *event* pameran (Atmadiredja et al., 2020).

Namun, adanya pandemi membuat banyak aspek menjadi terpengaruh mulai aspek kesehatan hingga pariwisata. Salah satunya adalah dalam kegiatan pameran. Dengan munculnya pandemi dan adanya pembatasan sosial, pameran seni rupa memiliki keterbatasan akses oleh pengunjung yang mengakibatkan kurangnya hingga hampir tidak adanya kegiatan event pameran karena adanya larangan pemerintah dalam melakukan segala bentuk kegiatan yang dapat menimbulkan kerumunan massa atau dapat mengundang dan melibatkan banyak orang didalamnya (Krishbie et al., 2021). Selain adanya akibat

penutupan sebuah event, menyebabkan pula turunnya penawaran dan penjualan sebuah karya seni tersebut (Budiyanto, Tutuko, et al., 2020).

Seiring berkembangnya teknologi digital menawarkan kesempatan untuk semua pelaku usaha. Digital marketing memiliki peran bukan hanya dalam aspek bisnis saja, tetapi memberikan keuntungan besar dalam kemauan terhubung dengan banyak orang secara otomatis tanpa menggunakan metode tradisional (Hoang Tien et al., 2020). Sederhananya, digital marketing dapat dinyatakan sebagai implementasi rencana dan strategi pemasaran melalui jaringan internet yang didefinisikan sebagai pendekatan yang mengandalkan jaringan dalam terhubung dengan audiens yang tidak hanya media sosial saja, salah satunya adalah dengan website (Ayush & Gowda, 2020). Tidak hanya kegiatan jual beli dan pemasaran saja, pemanfaatan digital marketing juga dapat diterapkan dalam kegiatan seperti event, pameran, dan sebagainya. Pameran digital diadakan untuk menunjang kreativitas seseorang dengan adanya keterbatasan ruang, waktu dan lokasi yang memberikan positive impact seperti lebih banyaknya partisipan serta kontribusi pengunjung didalamnya yang juga memberikan experience serta penghematan dana serta menjadi solusi dari keterbatasan pameran fisik (Budiyanto, Setiawan, et al., 2020).

METODE

Metode dalam penelitian ini merupakan deskriptif dimana pengambilan data berasal dari beberapa tahap secara runtut yaitu wawancara persuasif, observasi, pelatihan serta pendampingan yang berlokasi di SMP YPM 1 Taman.

Dalam tahap wawancara persuasif, diberikan beberapa pertanyaan kepada responden seputar kegiatannya semenjak pandemi dengan tujuan untuk mengetahui problem yang terjadi pada responden pada kegiatannya. Tahap kedua, dilakukan observasi dimana, pengabdian melihat secara langsung keadaan lapangan serta hasil karya seni siswa mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk dapat bisa mengetahui lebih jelas kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. Tahapan ketiga adalah mitra diberikan sebuah pelatihan berupa pemahaman teori mengenai program dan inovasi dengan tujuan untuk mendapatkan insight hingga penawaran atas hasil karya siswa yang telah dibuat. Tahapan terakhir adalah pendampingan sekaligus praktik atau mengimplementasikan teori terori selama dilakukannya pemahaman teori. Pendampingan ini meliputi antara lain pengoperasian website serta membantu mitra dalam mendapat insight hingga penawaran dari pengunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan dua tahapan yakni wawancara beserta observasi, maka dalam pengabdian ini mengajukan *problem solving* berupa pendampingan dan pelatihan dalam pembuatan sekaligus pengoperasian website dengan tujuan sebagai digital expo sebagai e-pameran sekaligus digital marketing yang berfungsi selain sebagai mendapatkan insight mitra juga dapat memiliki kesempatan untuk mendapat penawaran dari pengunjung web.

Setelah observasi dan wawancara terdapat temuan berupa jawaban bahwa sebelum berlangsungnya pandemi, biasanya mitra melakukan programnya dengan mengikuti pameran, namun, setelah adanya pandemi, kegiatan operasionalnya terhenti dan tidak ada insight hingga penawaran dan tidak melakukan perpindahan kegiatan operasional melalui online.

Kegiatan pertama yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan edukasi tentang digital marketing seperti, jenis, ragam, tujuan, fungsi, kelebihan, kekurangan hingga *step by step* penggunaannya. Kegiatan ini diikuti oleh siswa beberapa SMP YPM1 Taman beserta guru pendamping siswa SMP YPM1 Taman.

Kegiatan kedua adalah sosialisasi pembuatan website yang nantinya akan digunakan sebagai digital expo dengan tujuan agar mitra mendapat insight dari pengunjung hingga penawaran terhadap hasil karya siswa. Selain sosialisasi pembuatan website dengan alamat/url <https://reinstore.my.id>, dalam kegiatan ini juga disosialisasikan dalam pembuatan *account marketplace* sebagai media digital penunjang website sebagai media penawaran hasil karya seni siswa.

Kegiatan ketiga adalah kegiatan praktik beserta pendampingan secara langsung kepada mitra. Kegiatan ini meliputi pendampingan penggunaan website, mulai dari cara unggah dokumentasi hasil karya seni siswa, setting halaman website, hingga pemeliharaan website <https://reinstore.my.id>. Selain pendampingan website, mitra juga diberikan pendampingan secara langsung dalam mengoperasikan *marketplace shopee* diantaranya seperti *setting* toko, pengiriman barang, *upload* produk, iklan produk hingga proses transaksinya untuk menunjang website guna mendapatkan penawaran dari pengunjung.



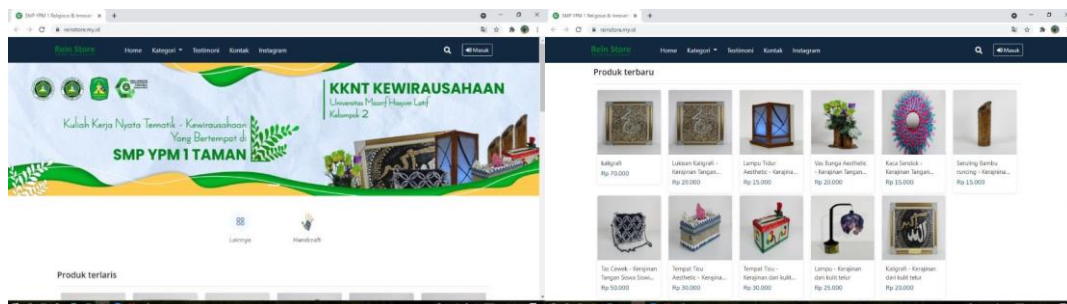
Gambar 1. Survey Hasil Karya



Gambar 2. Sosialisasi pembuatan website dan *marketplace*



Gambar 3. Pendampingan penggunaan website dan marketplace



Gambar 4. Tampilan website <https://reinstore.my.id>

SIMPULAN

Program pengabdian yang diberikan kepada mitra adalah digixpo yang bertujuan untuk dapat meningkatkan insight serta kunjungan agar banyak pengunjung yang tau hasil karya siswa SMP YPM 1 Taman dengan dampak positif lain yang timbul berupa penawaran atas hasil karya tersebut. Pengabdian, memberikan kegiatan antaranya berupa sosialisasi dan pendampingan kepada mitra. Sosialisasi yang dilakukan meliputi kegiatan pemahaman kepada mitra dalam menggunakan dan mengoperasikan situs digixpo dan situs marketplace sebagai tempat melakukan penawaran hingga cara mempromosikannya.

Setelah dilakukannya pemahaman kepada mitra, mitra langsung diarahkan dalam praktik penggunaan website sekaligus pemeliharannya dalam menggunakan website. Dan pendampingan marketplace sebagai penunjang kegiatan tawar-menawar hasil karya siswa yang telah dilihat oleh pengunjung dari website yang telah dibuat.

DAFTAR RUJUKAN

- Atmadiredja, G., Adriati, I., & Sudirman-senayan, J. J. (2020). Pemberian Penghargaan Dalam Pameran Besar Seni Lukis Indonesia dan Biennale Jakarta 1974-1989. *MUDRA Jurnal Seni Budaya*, 35, 7–14.
- Ayush, G. K., & Gowda, R. (2020). a Study on Impact of Covid-19 on Digital Marketing: Paradigm Shift in Consumer Behaviour ... *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal*, December, 225–228. <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5553256>
- Budiyanto, H., Setiawan, A. B., & Winansih, E. (2020). Pameran Virtual untuk UMKM di Kota Malang dengan Atap Panggung Tiup Sebagai Solusi Pemasaran Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas Universitas Merdeka Malang*, November, 1–9.
- Budiyanto, H., Tutuko, P., Winansih, E., Setiawan, A. B., & Iqbal, M. (2020). Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(November), 202–208.
- Fauziyyah, B. S., & Tangerang, U. M. (2020). pertumbuhan kreativitas siswa melalui program ekstrakurikuler di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 4, 35–40.
- Hoang Tien, N., Minh Ngoc, N., Ba Hung Anh, D., Diu Huong, N., Thi Thanh Huong, N., Ngoc Minh Phuong, T., & Author, C. (2020). Development opportunities for digital marketing in post Covid-19 period in Vietnam. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 1(5), 95–100. www.allmultidisciplinaryjournal.com
- Krishbie, B. G., Indonesia, G. N., Dewi, C. S., & Murwonugroho, W. (2021). Tantangan dan Strategi Museum Seni di Tengah Pandemi Covid-19 : Kajian Pameran Imersif Affandi di Pendahuluan. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 9(2).
- Natty, R. A., Kristin, F., Anugraheni, I., Kristen, U., Wacana, S., & Tengah, J. (2019). Peningkatan kreativitas dan hasil belajar siswa melalui model pembelajaran project based learning pada siswa sekolah dasar. *Jurnal basicedu*, 3(4), 1082–1092.
- Setiawan, L., Wardani, N. S., & Permana, T. I. (2021). Peningkatan kreativitas siswa pada pembelajaran tematik menggunakan pendekatan project-based learning. *Jurnal Pembangunan Dan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 8(2), 163–171.