

## **Pelatihan *Internet Marketing* Guna Meningkatkan Daya Saing di Era 5.0**

**Sujiran\*<sup>1</sup>, Anita Dewi Utami<sup>2</sup>, Nur Rohman<sup>3</sup>, Puput Suriyah<sup>4</sup>, Asih<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> IKIP PGRI Bojonegoro; Jalan Panglima Polim No. 46, 0353-881046

e-mail co Author: \*sujiran@ikipgribojonegoro.ac.id

### **ABSTRAK**

*Era 5.0 merupakan era yang serba cepat. Abad ini disebut sebagai abad internet. Pelatihan internet marketing untuk siswa SMK Budi Mulya Kecamatan Kasiman Bojonegoro merupakan salah satu strategi nyata untuk generasi penerus bangsa menghadapi tantangan tersebut. Tim PKM dari IKIP PGRI Bojonegoro bersinergi dengan perusahaan e-commerce lokal Bojonegoro yaitu blokBeli.com. Hasil kegiatan PKM ini memberikan kesempatan siswa untuk melatih kemampuan enterprenurship dalam hal pemasaran (marketing) dengan memanfaatkan internet atau disebut sebagai internet marketing.*

**Kata Kunci :** *Internet Marketing, Daya Saing, Era 5.0*

### **PENDAHULUAN**

Beralihnya abad informasi menuju abad internet merupakan kemudahan sekaligus tantangan bagi semua (Yuliana, 2000). Kemudahan yang kita ketahui bersama diantaranya yaitu hamper segala hal yang ada di sekitar kita bisa dilakukan dengan cepat dan efisien. Tantangan yang dimaksud yaitu bagaimana kita menyikapi kemudahan internet tersebut, apakah kita terlena sebagai penikmat/ pengguna/ konsumen saja atau maju berjuang untuk memanfaatkannya dalam rangka kebermanfaatan yang berkelanjutan.

Berdasarkan data BPS dan APJII 2016, dilaporkan bahwa pengguna internet yang paling banyak terletak di pulau Jawa. Tercatat jumlah pengguna 86.339.350 *user* yaitu sekitar 65% dari total penggunaan internet. Pengguna internet tahun 2016 telah mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun 2014. Tercatat mengalami kenaikan sejumlah 44,6 juta selama kurun waktu 2 tahun, dimana tahun 2014 pengguna internet sejumlah 88,1 juta *user*. Selain itu, data menunjukkan bahwa pengguna internet dari segi usia, pengguna paling banyak ada pada rentan usia 35-44 tahun. Data ini sangat membahagiakan bagi para pengusaha *online*, menjadi peluang besar bagi mereka untuk memanfaatkannya. Di era serba digital ini, kondisi pasar yang semakin terbuka dengan persaingan ketat yang begitu ketat, penguasaan terhadap pasar sangat menentukan daya saing. Menurut Julisar dan Miranda (2013), pemasaran yang ditujukan untuk masyarakat global memungkinkan siapapun termasuk usaha kecil dan menengah untuk melakukan ekspor.

Era Society 5.0 merupakan konsep yang berasal dari pemerintah Jepang (Nastiti & 'Abdu, 2020)(Government, 2018). Era society 5.0 dapat memecahkan hampir berbagai masalah sosial dengan bantuan integrasi antara ruang fisik dan virtual, tidak semata untuk kepentingan manufaktur (Skobelev & Borovik, 2017). Selain itu konsep Society 5.0 terkait dengan teknologi *big data* yang dikumpulkan oleh *Internet of things* (IoT) (Hayashi, 2017) diubah oleh *Artificial Inteligence* (AI) (Rokhmah, 2019) (Özdemir, 2018) menjadi sesuatu yang lebih baik sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat (Mathews, 2015). Society 5.0 pasti berdampak untuk semua aspek kehidupan.

Pembahasan terkait tantangan yang harus dihadapi di era yang serba digital dan internet ini, berdasarkan berita yang dikutip dari (detik.com) peningkatan kemampuan terkait digitalisasi harus selalu dilakukan. Jika hal itu tidak terjadi, maka pengangguran akan menjadi hal yang menghambat pembangunan bangsa ini. Oleh karena itu untuk menjawab peluang sekaligus tantangan tersebut tim PKM IKIP PGRI Bojonegoro bekerjasama dengan perusahaan *e-commerce* lokal blokBeli.com menyelenggarakan PKM di akhir tahun 2019 pada bulan Desember 2019 dengan judul "Pelatihan Internet Marketing Guna Meningkatkan Daya Saing 5.0".

Dalam hal ini siswa SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) yang notabeneanya sudah siap kerja maupun menciptakan kerja (Kurniawan *et al*, 2019). Mereka harus dipersiapkan dengan baik dalam menghadapinya, tidak hanya pengetahuan, pengalaman dan praktik nyata sebagai bekal ke depan. Era dimana siapapun bisa melakukan pemasaran (*marketing*), termasuk di sini para siswa juga bisa melakukannya melalui gadget yang dipakai oleh mereka. Dunia serasa ada di genggamannya itulah istilah yang pantas untuk era saat ini. Siapa yang mampu memanfaatkan gadgetnya, maka dia yang akan memenangkan pasar global.

Permasalahan dalam PKM (Pengabdian kepada Masyarakat) yang dirumuskan yaitu bagaimana strategi yang digunakan guna meningkatkan daya saing di era 5.0. Solusi dari permasalahan tersebut salah satunya ada pada deskripsi kegiatan PKM pelatihan *internet marketing* di era 5.0 yang terpaparkan pada sub-sub berikutnya.

## METODE

Pelaksanaan PKM (Pengabdian kepada Masyarakat) ini dilakukan beberapa tahap diantaranya; 1) persiapan, 2) praktik langsung, 3) *self training*, 4) *implementation*, 5) evaluasi, dan 6) pengembangan (Gultom, 2019). Masing-masing langkah tersebut akan dideskripsikan dalam sub hasil dan pembahasan. PKM dilaksanakan dengan subjek para siswa SMK. Salah satu SMK yang ada di Kecamatan Kasiman Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur, yaitu SMK Budi Mulya. Kegiatan ini dilakukan atas sinergi dari berbagai pihak, diantaranya tim PKM dosen dan mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro, perusahaan *e-commerce* yang ada di Bojonegoro sebagai salah satu tim pakar selain dosen, dan mitra siswa dari SMK Budi Mulya.

Pada tahap pertama yaitu persiapan, dapada tahap ini tim PKM (penyelenggara) pelatihan mencatat hasil observasi terhadap mitra atas keluhan maupun dalam memberikan sumbangsih pemikiran terhadap ide kreatif tentang tema pelatihan apa

yang sesuai dengan situasi dan kondisi saat ini serta *urgent* untuk bisa segera dipraktikkan dalam kehidupan nyata. Pedoman wawancara dan lembar observasi berisi indikator-indikator yang harus dicapai peserta pelatihan disiapkan dengan baik dan seksama untuk mendapatkan data yang valid dari hasil wawancara, observasi maupun survei terhadap mitra dan pihak terlibat.

Tahap berikutnya dilaksanakan secara sistematis yaitu praktik langsung, *self training, implementation, evaluasi, dan pengembangan*. Observasi dilakukan pula pada kegiatan penutup dan evaluasi. Pendekatan kualitatif dilakukan untuk melakukan analisa data dari hasil wawancara dan observasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan oleh (Kautsarina, 2013) tentang pentingnya promosi melalui internet dalam pemasaran merupakan hal yang sudah pasti bisa diduplikat oleh lainnya karena sudah jelas kemanfaatan, keefektifan, dan efisiensinya. Oleh karena itu, tim PKM IKIP PGRI Bojonegoro yang dikoordinir oleh Drs. Sujiran, M.Pd. mengambil tema "Pelatihan *Internet Marketing* Guna Daya Saing di Era 5.0". Masing-masing tahap yang dilalui dalam PKM ini dibahas dalam sub hasil dan pembahasan ini, antara lain; 1) persiapan, 2) praktik langsung, 3) *self training*, 4) *implementation*, 5) evaluasi, dan 6) pengembangan (Gultom, 2019).

Tahap pertama yaitu persiapan, dalam hal ini tim PKM (penyelenggara) pelatihan mencatat hasil observasi terhadap mitra atas keluhan maupun dalam memberikan sumbangsih pemikiran terhadap ide kreatif tentang tema pelatihan apa yang sesuai dengan situasi dan kondisi saat ini serta *urgent* untuk bisa segera dipraktikkan dalam kehidupan nyata. Tahap kedua yaitu praktik langsung, di sini mitra dilatih oleh profesional di bidangnya, dalam hal ini tim PKM IKIP PGRI Bojonegoro bekerjasama dengan perusahaan *e-commerce* blokBeli.com. Materi seputar *internet marketing* pada umumnya, dan khusus penggunaan *e-commerce* blokBeli.com yang siapapun bisa punya akun di situ dalam situ beserta tutorial fitur dan manfaat di dalamnya. *Gambar 1* dan *Gambar 2* menunjukkan kompaknya tim PKM, blokBeli.com, dan mitra dalam pelaksanaannya.

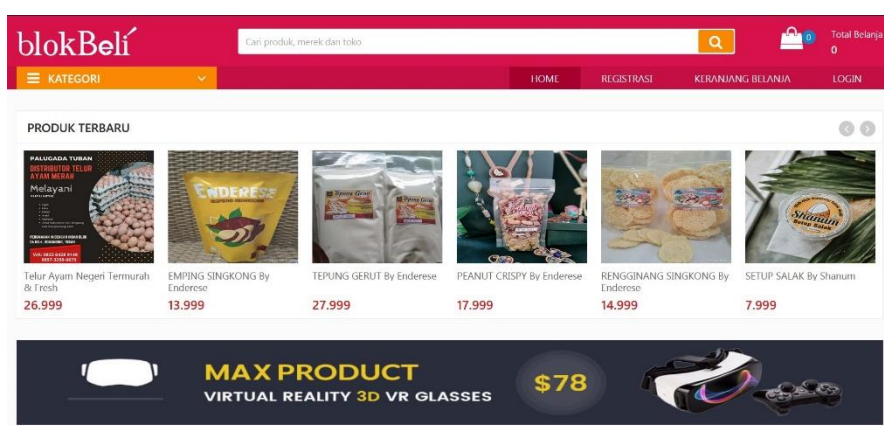


*Gambar 1*



Gambar 2

Tahap ketiga, yaitu *self training*. Dalam hal ini, mitra PKM yaitu siswa SMK Budi Mulya harus mempraktikkan berbagai tugas yang diberikan oleh ahli profesional dengan baik dan seksama. Tugas tersebut diantaranya membuat akun, mengenali fitur yang ada di blokBeli.com. Tampilannya e-commerce tersebut seperti yang ada pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3

Tahap keempat yaitu *implementation* (penerapan), pada tahap ini mitra mulai mengaplikasikan ide kreatifnya menjadi nyata. Dalam hal ini, misal setelah register akun selesai, produk kreatif apa yang akan dipromosikan di blokBeli.com ini. Produk yang dipromosikan ini hendaknya yang sudah sesuai dengan kebutuhan sasaran konsumen yang dimaksud si penjual.

Pada tahap kelima yaitu evaluasi (*evaluation*), setelah langkah keempat yaitu implementasi sudah dilakukan, evaluasi perlu dilakukan dari berbagai segi/sudut. Dari sini hendaknya mitra mengetahui kelebihan dari ide kreatif yang sudah diimplementasikan, sehingga memang dianggap beda atau perlu evaluasi lagi. Apakah sudah cukup baik untuk ditingkatkan atau perlu adanya perbaikan dari yang sudah diimplementasikan. Pada tahap keenam yaitu pengembangan, perlu

adanya pengembangan dari pertanyaan-pertanyaan yang ada pada tahap kelima yaitu evaluasi. Dalam hal ini pengembangan yang diberikan saran dari ahli kepada mitra yaitu terkait deskripsi produk yang dijual perlu ada pengembangan sehingga lebih menarik pembeli akan produk yang dipasarkan. Misalkan pada Gambar 4. contoh deskripsi produk yang kurang detail dan perlu ditambahkan deskripsi lagi yang diposting oleh mitra.



Gambar 4

Pelatihan terkait internet marketing ini mendapat apresiasi yang luar biasa dari pihak mitra SMK Budi Mulya. Begitu juga dengan blokBeli.com sebagai ahli/profesional di internet marketing sangat senang bekerjasama dengan pihak tim PKM IKIP PGRI Bojonegoro. Kerjasama ini harapannya masih berlanjut untuk di agenda PKM ataupun penelitian mendatang. *"Masih banyak kemampuan-kemampuan yang harus digali dari kegiatan semacam ini, sehingga era society 5.0 bisa dipersiapkan dengan kemampuan terbaik dari generasi kita, sehingga bonus demografi yang akan dihadapi bangsa ini tentunya akan punya keuntungan besar, bukan malah sebaliknya. Semoga Kerjasama IKIP PGRI Bojonegoro dan blokBeli.com ini bisa menjadikan rujukan kegiatan yang lebih kreatif lagi untuk tim lain maupun pengembangan dari kegiatan ini "*, tukas Waka Kesiswaan SMK Budi Mulya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pelaksanaan kegiatan PKM dengan tema "Pelatihan Internet Marketing Guna Daya Saing di Era 5.0" dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peluang bisnis yang ditawarkan web internet dan world wide jauh lebih cepat dan lengkap dalam bertransaksi ataupun bertukar pesan, dibandingkan dengan cara tradisional, meskipun koneksinya lambat sekalipun. Oleh karena itu pelatihan internet marketing merupakan solusi pemasaran yang solutif.
2. Hemat biaya terhadap biaya yang dikeluarkan dalam berbisnis misal; biaya pemasaran, telepon, distribusi, dan lainnya.
3. Dalam hal networking (jaringan), lebih mudah dalam mencari

rekan/mitra/pelanggan.

4. Dengan kemudahan yang didapatkan dari kesimpulan tiga poin di atas tentunya, e-commerce blokBeli.com yang bekerjasam dalam PKM ini juga sangat membantu dalam memfasilitasi penggunaan internet marketing yang tepat khususnya untuk siswa SMK yang mau berlatih untuk terjun di dunia bisnis, dan masyarakat pada umumnya di dalam maupun luar Bojonegoro.

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2016). Statistik Daerah Kecamatan Medan Denai. Medan: BPS Kota Medan.

Government, C. O. (2018). Society 5.0. Japan.

Gultom, D.K., Pulungan, D.R., & Farisi, S. (2019). *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, Vol. 4 No. 1 , ISSN : 25411977 E- ISSN : 25411977, <http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jpm>.

Hayashi, H. S. (2017). International Standardization For Smarter Society In The Field Of Measurement, Control And Automation. 56th Annual Conference Of The Society Of Instrument And Control Eng.

Julisar, & Miranda, E. (2013). Pemakaian E-Commerce Untuk Usaha Kecil Dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing. *ComTech*, 4(2), 638–645.

Kurniawan, S.J., Kumara, A.R., & Bhakti, C.P. (2019). *Strategi Layanan Perencanaan Individual untuk Mengembangkan Work Readiness pada Siswa SMK*. Seminar Nasional Pendidikan (SENDIK) Volume 3, 2019, pp. 109-116, Universitas Ahmad Dahlan, 24 November 2019.

Nastiti, F.E., 'Abdu, A.R.N. (2020). Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Society 5.0. *Edcomtech, Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan, Volume 5, No 1, April 2020 page 61-66*.

Özdemir, V. &. (2018). Birth Of Industry 5.0: Making Sense Of Big Data With Artificial Intelligence,"The Internet Of Things" And Next-Generation Technology Policy. *Omics: A Journal Of Integrative Biology* 22(1) , 65-76.

Rokhmah, N. I. (2019). Peran Matematikawan Dalam Era Revolusi Industri 4.0 Teknologi Yang Relevan Menjadi Bagian Integral Dari Kurikulum. Peran Matematikawan Dalam Era Revolusi Industri 4.0. Teknologi Yang Relevan Menjadi Bagian Integral Dari Kurikulum.

Skobelev, P., & Borovik, Y. S. (2017). On The Way From Industri 4.0 To Industri 5.0: From Digital Manufactureing To Digital Society. *International Scientific Research Journal «Industri4.0»* , 307-311.

Yuliana. O.Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 1, Mei 2000: 36 – 52.