



**PENGUNAAN MEDIA IKLAN ONLINE SEBAGAI SARANA PROMOSI EFEKTIF
PENJUALAN SISWA PADA MATA PELAJARAN PRODUK KREATIF
KEWIRAUSAHAAN (PKK) KELAS XII PERHOTELAN 1 SMKN 6 YOGYAKARTA**

Aprilina Dhamayanti

SMKN 6 Yogyakarta

aprilinasmk6yk@gmail.com

Pascasarjana Penelitian & Evaluasi Pendidikan

Abstrak

Media Iklan Online adalah salah satu sarana promosi efektif pada penjualan praktik Produk Kreatif & Kewirausahaan peserta didik SMKN 6 Yogyakarta. Peserta didik SMKN 6 Yogyakarta khususnya jurusan Perhotelan belum maksimal melaksanakan penjualan produk/layananjasa yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan sarana promosi yang digunakan siswa belum maksimal. Dengan menggunakan media promosi online seperti status whatsapp, tik tok, instagram, facebook, dan twitter, peserta didik dapat memaksimalkan praktik penjualan produk/layanan jasa mereka. Dengan metode penelitian kualitatif, serta teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif deskriptif presentase. Dapat disimpulkan bahwa media promosi online merupakan sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan praktik peserta didik. Media iklan online ini harus secara kontinyu/rutin digunakan oleh peserta didik agar semakin banyak masyarakat luas yang mengenal produk/layanan jasa yang dihasilkan.

Kata kunci: media iklani online, efektif, sarana promosi

ABSTRACT

Online Advertising Media is an effective promotional tool for selling Creative Product & Entrepreneurship practices for students at SMKN 6 Yogyakarta. Students of SMKN 6 Yogyakarta, especially those majoring in Hospitality, have not maximally carried out selling the products/services produced. This is because the means of promotion used by students are not maximized. By using online promotional media such as Whatsapp status, Tik Tok, Instagram, Facebook, and Twitter, students can maximize the practice of selling their products/services. With qualitative research methods, as well as data collection techniques used are observation, interviews, documentation. Analysis of the data used is descriptive qualitative data analysis of percentages. It can be concluded that online promotional media is an effective means of promotion to increase sales of students' practice. This online advertising media must be continuously/routinely used by students so that more and more people at large are familiar with the products/services produced.

Keywords: online advertising media, effective, means of promotion



Latar Belakang

SMKN 6 Yogyakarta merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan yang terletak di tengah kota, tepatnya di Jl. Kenari No. 4 Yogyakarta 55166, memiliki 6 kompetensi keahlian yaitu Tata Boga, Tata kecantikan, Tata Busana, Usaha Layanan Pariwisata, Perhotelan, dan Spa & Beauty Therapy.

Dalam materi pembelajaran khususnya mata pelajaran produktif, ada pelajaran Produk kreatif & Kewirausahaan (PKK) yang diterimakan disemua kompetensi keahlian. Dan jumlah jam pelajaran yang diterimakan cukup besar, ada 7 jam dikelas XI dan 8 jam dikelas XII. Peserta didik diharapkan mampu menguasai seluruh kompetensi yang ada didalam mata pelajaran Produk Kreatif Kewirausahaan (PKK). Dimana peserta didik diharapkan dapat menjadi wirausaha muda yang sukses secara mandiri praktik menjual produk/layanan jasa yang sesuai kompetensinya.

Dari kegiatan melakukan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) produk/ layanan jasa yang akan dijalankan, membuat Business Model Canvas (BMC), membuat desain produk/layanan jasa, desain promosi, menghitung kalkulasi harga produk, dan membuat media promosi produk, wajib dipersiapkan dengan matang oleh masing-masing peserta didik.

Semua itu harus diseimbangkan dengan bagaimana caranya memasarkan produk yang dibuat/layanan jasa yang dijalankan agar omset yang diperoleh bisa maksimal, siklus kegiatan wirausaha siswa juga berkembang. Untuk itu diperlukan media iklan yang maksimal, menarik dan bisa dilaksanakan oleh peserta didik. Media iklan offline tidaklah efektif untuk memasarkan produk/layanan jasa peserta didik, hasil omset yang diperoleh tidak bisa maksimal. Untuk itu diperlukan perluasan pemasaran produk/jasa peserta didik menggunakan media iklan online yang saat ini sudah beraneka ragam. Melalui mata pelajaran PKK diharapkan mampu mendorong keaktifan dan kreativitas peserta didik, memaksimalkan penggunaan media sosial, meningkatkan hasil penjualan praktik peserta didik, memaksimalkan kegiatan peserta didik secara kontinyu dan berkelanjutan, meningkatkan tanggungjawab, rasa percaya diri dan kemandirian peserta didik.

Karena hal tersebut maka penggunaan media iklan online sangat diperlukan untuk meningkatkan omset penjualan produk/layanan jasa peserta didik. Media iklan online diharapkan bisa lebih efektif untuk meningkatkan hasil penjualan praktik peserta didik.



Tinjauan Pustaka

Materi iklan secara harfiah berasal dari gabungan tiga kata yaitu “media”, “iklan” dan “online”. Kata media dapat diartikan sebagai perantara, sarana yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Berdasarkan gabungan kata “media”, “iklan” dan “online”, iklan media online mengacu pada promosi penjualan untuk menyajikan suatu produk dan/atau jasa. Proses pemasaran yang bersangkutan berlangsung secara online dengan menggunakan media online dan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Media periklanan online adalah cara pemasaran melalui internet melalui berbagai teknologi digital seperti situs web, media sosial, perangkat seluler, mesin pencari, dan saluran lainnya. Contoh media pemasaran online antara lain media sosial, mesin pencari, pemasaran email dan saluran lainnya.

Kelebihan Media Internet Marketing

Media pemasaran online merupakan sarana paling efektif untuk mempromosikan suatu produk di era yang serba digital saat ini. Salah satu media yang aktif digunakan adalah media sosial.

Media sosial menjadi andalan dalam transfer informasi, presentasi produk, penanaman dan penguatan citra serta dapat dijadikan instrumen untuk mengedukasi masyarakat.

Merujuk pada statistik bahwa pada tahun 2022, jejaring sosial populer masih akan dimenangkan oleh Facebook dan YouTube. Ini menegaskan bahwa media sosial adalah alat periklanan yang paling efektif.

Studi tentang penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran produk menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat pemasaran.

Namun, dulunya untuk mendukung kegiatan komersial, yang dilakukan untuk mempermudah dan mempererat komunikasi dengan masyarakat. Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah Facebook dan Twitter.

Jadi, seorang pebisnis perlu menggunakan alat periklanan online dalam bisnisnya untuk mendapatkan pelanggan dan keuntungan yang maksimal.

Yaitu, beberapa keunggulan media iklan online untuk pengembangan bisnis adalah:



1. Berikan informasi yang dibutuhkan pelanggan
2. Untuk menarik banyak pelanggan potensial
3. Meningkatkan nilai produk
4. Ingatkan pelanggan tentang produk Anda
5. Meyakinkan nasabah untuk memproses transaksi
6. Adanya profitabilitas promosi

Jenis Media Pemasaran Online yang Efektif

Untuk melakukan pemasaran Internet dengan bantuan media online, Anda tentu saja dapat menggunakan beberapa media periklanan, tergantung pada target pelanggan.

Daftar jenis alat periklanan online yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan, antara lain:

1. Iklan Google

Google Ads adalah teknologi periklanan yang dikembangkan oleh Google untuk periklanan online. Layanan Google Ads menggunakan kata kunci di mesin pencari untuk menampilkan iklan.

2. Iklan Facebook

Sebagai media sosial paling populer di dunia, Facebook bukan sekadar tempat orang bertemu. Namun ia juga mengembangkan layanan untuk pemasaran yaitu Facebook Ads.

Facebook adalah media sosial paling populer di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Ini menjadikannya salah satu media periklanan online paling efektif.

3. Iklan Instagram

Instagram adalah media sosial di bawah payung Meta Platform Inc., sama seperti Facebook. Platform ini juga memiliki layanan periklanan yang dapat digunakan di media periklanan online.

4. Iklan Twitter



Media sosial efektif berikutnya untuk internet marketing adalah Twitter. Hal ini dikarenakan Twitter menawarkan beberapa fitur periklanan yang dapat memfasilitasi hal tersebut, seperti: B. Promoted Tweets, Promoted Accounts, dan Promoted Trends.

5. Iklan Tiktok

Tiktok adalah media sosial yang paling banyak digunakan saat ini, terutama bagi orang yang suka membagikan video pendek. Media Sosial Tiktok masih terbilang baru dibandingkan dengan Facebook dan Instagram.

Namun, seiring bertambahnya jumlah pengguna, ia juga menawarkan layanan iklan bernama Tiktok Ads.

6. Iklan YouTube

Youtube Ads juga menjadi salah satu media periklanan online yang paling efektif saat ini. Cara promosi bisa dilakukan melalui video, memberikan review produk atau podcast, seperti yang sering dilakukan selebriti.

7. Pasar

Marketplace biasanya digunakan sebagai platform jual beli untuk menjual suatu produk. Namun saat ini, ia juga menawarkan peluang periklanan untuk menjalankan kampanye online untuk mengidentifikasi produk dengan lebih baik. Contoh marketplace adalah Tokopedia, Bukalapak, Shopy dan lain-lain.

8. Konfirmasi

Endorsement juga merupakan salah satu alat pemasaran online yang paling efektif. Pasalnya, cara ini menggunakan influencer yang memiliki jumlah pengikut yang banyak.

Hal ini memungkinkan seseorang untuk bermitra dengan influencer yang memiliki pengikut berdasarkan target pasarnya.

9. Blog

Alat periklanan online efektif selanjutnya untuk memasarkan produk atau jasa adalah blog. Perusahaan atau pelaku bisnis juga sering menggunakan media sosial blog untuk mempromosikan produk atau jasanya.



Serta beberapa brand ternama di Indonesia, seperti Asus, Pintu, Sariagri, X-Ten, Stockbit dan Mosehat.

Merek telah bermitra dengan blog ini untuk mempromosikan produk mereka. Jadi jika Anda tertarik untuk bekerja sama dengan masagena.id, silakan hubungi kami langsung.

10. Pemasaran Email

Meskipun pemasaran email telah lama digunakan sebagai metode pemasaran online. Namun, saat ini masih digunakan dan kemungkinan masih memiliki kekuatan periklanan online yang cukup besar.

Manfaat pemasaran email adalah pelanggan menerima pesan pemasaran untuk penawaran produk terbaru.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan media iklan pemasaran online yang digunakan di sekolah saat ini dalam melakukan penjualan produk PKK. Subyek penelitian ini adalah kelas XII Perhotelan 1 SMKN 6 Yogyakarta yang terdiri dari 35 peserta didik. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif deskriptif presentase.

Hasil dan Pembahasan

Media iklan online efektif digunakan dalam memaksimalkan pemasaran penjualan produk/layanan jasa siswa Perhotelan kelas XII. 95% siswa merasakan bahwa media promosi online sangat efektif digunakan untuk memasarkan produk/layanan jasa yang dihasilkan. Melalui observasi kepada peserta didik perhotelan, wawancara langsung kepada peserta didik dan mendokumentasikan langsung kegiatan penjualan produk peserta didik melalui promosi online, maka dapat diketahui bahwa media iklan online efektif digunakan untuk memaksimalkan omset peserta didik. Media iklan online yang digunakan peserta didik diantaranya instagram, tik tok, facebook, status whatsapp, youtube, twitter.

Simpulan

Dari analisis data yang dipergunakan diatas, penggunaan media iklan online sangat efektif



Dewantara Seminar Nasional Pendidikan

Pascasarjana Pendidikan UST Desember 2022

"Transformasi Pendidikan di Era Society 5.0"

digunakan dimasa sekarang ini untuk memasarkan/mempromosikan produk/layanan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan/konsumen. Dengan adanya media sosial yang kita miliki, maka akan mempercepat oranglain tahu apa yang dijual, dan mampu meningkatkan omset penjualan.

References (in Alphabetical Order)

Follow the APA referencing style.

Daftar Pustaka

Aprilina Dhamayanti, Noor Fitrihana. 2018. Produk Kreatif & Kewirausahaan. Direktorat Pembinaan SMK Kementerian Pendidikan dan kebudayaan.

Wulan Ayodya. 2019. Produk Kreatif & Kewirausahaan. Erlangga

<https://katadata.co.id/agungjatmiko/ekonopedia/62f46c3408988/media-promosi-online-pengertian-dan-jenis-jenisnya>

<https://masagena.id/blog/media-pemasaran-online>

<https://journal.umpr.ac.id/index.php/jhm/article/view/3078>

<https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/296>

<https://core.ac.uk/download/pdf/236407322.pdf>