

Memanfaatkan Aplikasi Pinterest Sebagai Referensi Untuk Membuat Konten *Digital Marketing*

Muhammad Fajar Ariwibowo ¹, Intra Swadaya Hidayat ², Mirza Putri Andita ³, Azalia Mawarindani Indra ^{4*}

^{1,2,3,4*} Department of Digital Business, Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech, Palembang, Indonesia

Email: muhammad.fajar@palcomtech.ac.id ¹, intra.swadaya@palcomtech.ac.id ², mirza.putri@palcomtech.ac.id ³, azalia.mawarindani@palcomtech.ac.id ^{4*}

Article history:

Received October 1, 2024.

Revised November 3, 2024.

Accepted November 08, 2024.

Abstract

Digital transformation has become an urgency for all business sectors. One of the changes related to the business sector is the marketing pattern switching to digital, or what is called digital marketing. SMKN 3 Sekayu, South Sumatra, only has an engineering major. SMKN 3 hopes that their teachers will be able to create digital marketing content that helps market products or services or for their own career or business needs through the SMK Industry 4.0 Digital Marketing Teacher Workshop. The method used in this community service is to use educational methods for the community as well as advocacy and training, and the application used is the Pinterest application. The results of this dedication produce additional knowledge for the audience to create content and increase the number of ideas for creating digital marketing content. Apart from that, 93.06% were very satisfied with the workshops they had attended.

Keywords:

Digital marketing; Content; Pinterest.

Abstrak

Transformasi digital telah menjadi urgensi bagi semua sektor bisnis, salah satu perubahan yang berkaitan dengan sektor bisnis, ialah dengan pola pemasaran yang beralih ke digital, atau disebut dengan Digital Marketing. SMKN 3 Sekayu Sumatera Selatan hanya memiliki jurusan teknik. SMKN 3 berharap agar guru-guru mereka mampu membuat konten digital marketing yang membantu untuk memasarkan produk atau pun jasa atau pun untuk kebutuhan karir atau usaha mereka sendiri melalui Workshop Guru Digital Marketing SMK Industri 4.0. Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini adalah dengan menggunakan metode pendidikan kepada masyarakat serta advokasi dan pelatihan serta aplikasi yang digunakan adalah aplikasi Pinterest. Hasil dari pengabdian ini menghasilkan pengetahuan tambahan bagi audiens untuk membuat konten serta menambah jumlah ide untuk pembuatan konten digital marketing. Selain itu, sebanyak 93,06% sangat puas terhadap workshop yang telah diikuti.

Kata Kunci:

Digital Marketing; Konten; Pinterest.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi urgensi bagi semua sektor bisnis, salah satu perubahan yang berkaitan dengan sektor bisnis, ialah dengan pola pemasaran yang beralih ke digital, atau disebut dengan Digital Marketing (Indra, 2024). Salah satu media *digital marketing* yang banyak digunakan oleh pemasar saat ini ialah pemasaran media sosial atau dikenal juga dengan *social media marketing* (Andita, 2023). Pasar di *Digital Marketing* sangat besar, berdasarkan data dari We Are Social (Kepp, 2024), pengguna yang bisa

mengakses internet sebesar 185,3 juta pengguna, interaksi melalui *digital marketing* yaitu melakukan riset terhadap merek sebuah produk sebelum melakukan keputusan pembelian adalah 68,5% dari pengguna internet yang berusia 16 sampai dengan 64 tahun serta mengunjungi website perusahaan dalam kurun waktu 30 hari terakhir senilai 45% dari pengguna internet yang berusia 16 sampai dengan 64 tahun.

Ada beberapa kelebihan dalam memanfaatkan digital marketing, di antaranya akses lebih luas, internet mampu melintasi batas demografi, biaya yang lebih murah, bisnis dapat dijalankan setiap hari (Ardani, 2022). Selain itu, menggunakan alat - alat di dalam *Digital Marketing* seperti iklan *online*, sosial media dan SEO memiliki dampak yang positif terhadap *brand visibility* dan interaksi konsumen serta meningkatkan performa bisnis (Sharabati dkk, 2024). Pada zaman dahulu, pemasaran hanya dilakukan secara tradisional dengan melalui penggunaan brosur atau media cetak. Namun ini, digital marketing telah merevolusi cara kita berpromosi. Dengan memanfaatkan media digital dan internet, bisnis bisa menjangkau lebih banyak konsumen di seluruh dunia. (Ariwibowo, 2023) .

SMKN 3 Sekayu Sumatera Selatan merupakan sekolah yang berada di Jl Terminal Randi, Kayuara, Kecamatan Sekayu, Banyuasin, Sumatera Selatan.



Gambar 1. Sekolah SMKN 3 Sekayu Tempat pelaksanaan Kegiatan

Bentuk sekolah dari SMKN 3 Sekayu Sumatera Selatan bisa dilihat pada gambar 1. Agar para guru bisa belajar untuk memanfaatkan *Digital Marketing* secara praktis, maka diadakan sebuah kegiatan “*Workshop Guru Digital Marketing SMK Industri 4.0.*” Untuk mencari ide referensi untuk pembuatan konten *digital marketing* yang dilakukan adalah dengan menggunakan aplikasi Pinterest. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Rabu, 6 Desember 2023, dengan jumlah peserta sebanyak 34 peserta dan peserta terpilih khusus untuk para guru SMKN 3 Sekayu untuk meningkatkan kemampuan *Digital marketing* para guru. Kegiatan pengabdian ini memiliki manfaat untuk menambah pengetahuan, meningkatkan motivasi serta kemampuan kepada para guru dalam mencari ide konten melalui aplikasi Pinterest

Pengabdian masyarakat lainnya yang menggunakan aplikasi Pinterest seperti yang telah dilakukan oleh penulis telah dilakukan oleh (Masduki, 2020), (Utami, 2024). Serta kegiatan pengabdian masyarakat yang fokus pada *digital marketing* telah dilakukan oleh (Abdurahman, 2020), (Putri, 2022).

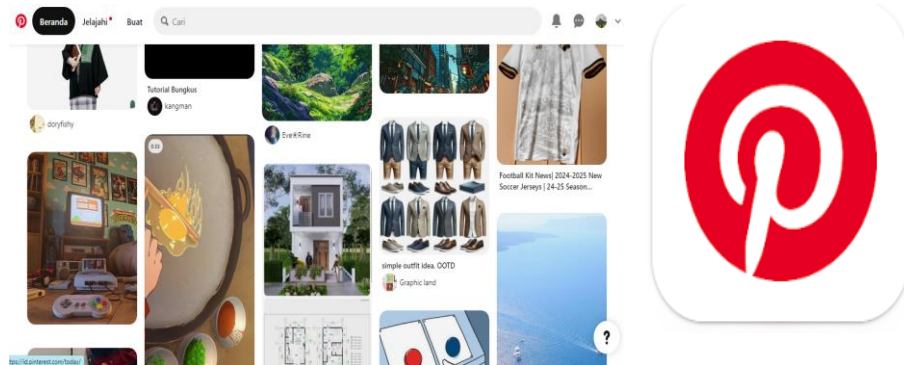
2. METODE

Agar pelaksanaan kegiatan Pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik kami menerapkan beberapa cara antara lain:

- Pendidikan masyarakat, yaitu memberikan wawasan baru mengenai dasar dari marketing, mulai dari pengertian digital marketing, perbedaan pemasaran zaman dahulu dengan zaman sekarang sampai pada manfaat yang bisa dimanfaatkan dari penggunaan digital marketing di Indonesia dan manfaat dari aplikasi Pinterest.
- Advokasi dan pelatihan, yaitu memberikan pendampingan mengenai penggunaan aplikasi Pinterest untuk melakukan pencarian ide konten dalam membuat konten *digital marketing*. Targetnya ialah para guru bisa mendapatkan ide-ide terbaik dalam pembuatan konten *Digital Marketing* dengan menggunakan Pinterest.
- Evaluasi, yaitu untuk mengukur materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan audiens melalui Google Form.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

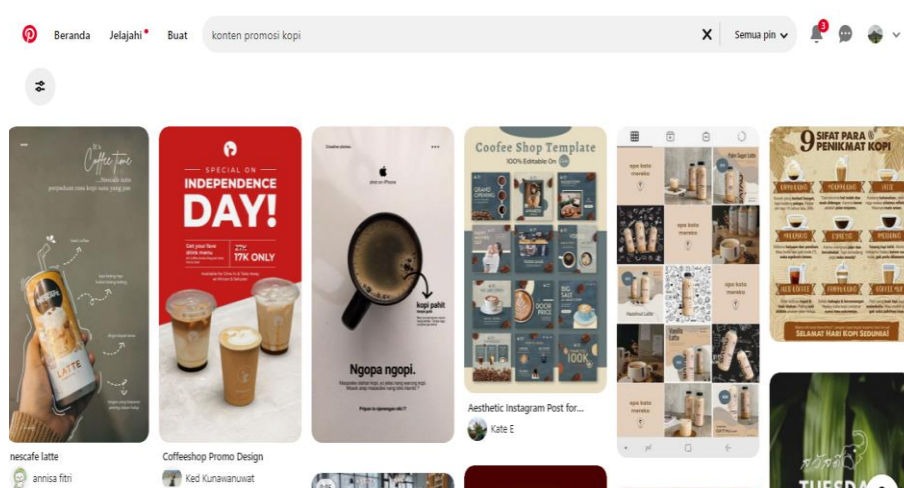
Dalam tahap 1 pendidikan masyarakat, narasumber memberikan wawasan mengenai dasar-dasar dari digital marketing. Selain itu, narasumber juga memberikan materi mengenai aplikasi Pinterest seperti manfaat dari Pinterest serta cara menggunakan Pinterest. Tahap 2 dalam advokasi dan pelatihan, narasumber memberikan pendampingan mengenai penggunaan aplikasi Pinterest untuk menemukan ide konten.



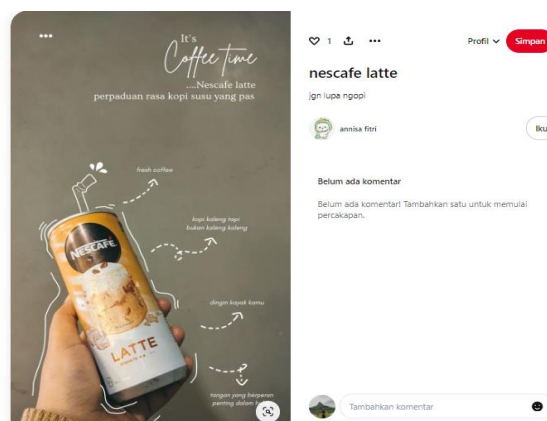
Gambar 2. Contoh tampilan depan dan logo Pinterest

Terlihat dalam gambar 2, merupakan tampilan depan dan bentuk logo aplikasi Pinterest. Cara mencari ide dengan menggunakan aplikasi Pinterest cukup simple, yaitu melalui langkah-langkah sebagai berikut :

- Membuat akun di aplikasi Pinterest via desktop atau smartphone.
- Ketika audiens telah masuk ke dalam aplikasi Pinterest, pada bagian fitur “Cari” audiens bisa mencari referensi konten - konten yang diinginkan oleh audiens untuk membuat konten Digital marketing.
- Audiens juga bisa menyimpan konten - konten yang menarik dengan mengklik fitur simpan pada konten yang menarik menurut audiens.



Gambar 3. Contoh penggunaan dalam mencari ide untuk promosi minuman kopi



Gambar 4. Contoh konten yang menjadi referensi untuk membuat konten *digital marketing*

Dalam gambar 3 dan gambar 4 terlihat cara menggunakan aplikasi Pinterest untuk mencari ide konten. Untuk melakukan hasil evaluasi terhadap materi yang diberikan, penulis melakukan sebuah survei kepuasan serta membantu penulis dalam membuat hasil evaluasi, penulis menggunakan aplikasi *Google form* serta hasil evaluasi dihitung berdasarkan skor yang diisi oleh peserta. Indikator dalam tingkat kepuasan dinyatakan dengan penilaian berskala seperti berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju. Berikut ini adalah tabel rincian pernyataan yang disediakan dalam kuesioner beserta dengan penilaiannya.

Tabel 1. Pernyataan yang ditampilkan pada Kuesioner.

Pernyataan	Skor
Materi Workshop yang diberikan bermanfaat	1-4
Materi workshop yang diberikan mudah untuk dipahami dan dimengerti	1-4
Materi workshop yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan saya	1-4
Pemateri workshop menguasai materi dengan baik	1-4
Saya mendapatkan pengetahuan tambahan mengenai ide pembuatan konten Digital marketing dengan menggunakan aplikasi Pinterest	1-4
Saya tertarik menggunakan aplikasi Pinterest untuk mencari ide pembuatan Digital Marketing	1-4
Saya mendapatkan banyak ide untuk membuat konten Digital marketing menggunakan aplikasi Pinterest setelah pelatihan selesai	1-4

Kuesioner dibagikan kepada 34 orang peserta via *Google Form* dan kesemuanya telah mengisi pernyataan. Rincian dari pengisian hasil pengisian kuesioner dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Rincian Kuesioner

Pernyataan	1	2	3	4
Materi Workshop yang diberikan bermanfaat	1	0	4	29
Materi workshop yang diberikan mudah untuk dipahami dan dimengerti	1	0	4	29
Materi workshop yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan saya	1	0	7	26
Pemateri workshop menguasai materi dengan baik	1	0	4	29
Saya mendapatkan pengetahuan tambahan mengenai ide pembuatan konten Digital marketing dengan menggunakan aplikasi Pinterest	1	0	7	26
Saya tertarik menggunakan aplikasi Pinterest untuk mencari ide pembuatan Digital Marketing	1	0	10	23
Saya mendapatkan banyak ide untuk membuat konten Digital marketing menggunakan aplikasi Pinterest setelah pelatihan selesai	1	0	9	24
Jumlah	7	0	45	186
Jumlah Skor	7	0	135	744
Σskor				886
Persentase Total				93,06

Jumlah skor kuesioner adalah jumlah skor dari masing-masing pernyataan dikalikan dengan bobot skala likert. Skor maksimal dihitung dengan cara jumlah pernyataan dikali dengan jumlah skala likert yaitu $7 \times 4 = 28$. Jumlah skor yang diharapkan adalah skor maksimal dikali jumlah responden yaitu $28 \times 34 = 952$. Perhitungan persentase menggunakan rumus:

$$\Sigma \text{Persentase Total} = \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100$$

Keterangan:

Sangat tidak puas = 0% - 19.9%
 Tidak Puas = 20% - 39%
 Cukup / Netral = 40% - 59%
 Puas = 60% - 79%
 Sangat Puas = 80% - 100%

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang telah dikonversi menjadi bentuk penilaian skor didapatkan nilai 93,06% yang termasuk dalam kategori sangat puas. Hasil ini menjelaskan bahwa peserta menilai materi workshop yang diberikan bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan peserta serta menambah pengetahuan peserta untuk membuat konten Digital marketing yang menarik. Beberapa tantangan yang bisa dihadapi peserta saat mengimplementasikan penggunaan aplikasi Pinterest ini seperti belum mengetahui manfaat dan fitur Pinterest, namun tantangan ini bisa diatasi apabila peserta sudah terbiasa menggunakan aplikasi Pinterest sebagai tempat pencarian ide untuk membuat konten.

4. KESIMPULAN

Dalam tahap 1 pendidikan masyarakat, narasumber memberikan wawasan mengenai dasar dari Digital marketing. Selain itu, narasumber juga memberikan materi mengenai aplikasi Pinterest seperti manfaat dari Pinterest serta cara menggunakan Pinterest. Tahap 2 dalam advokasi dan pelatihan, narasumber memberikan pendampingan mengenai penggunaan aplikasi Pinterest untuk menemukan ide konten. Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan, penulis melakukan survey melalui kuesioner yang dikonversi menjadi bentuk penilaian skor dan didapatkan 93,06% yang termasuk dalam kategori sangat puas. Direkomendasikan bagi para peserta untuk mulai memanfaatkan aplikasi Pinterest dalam setiap pembuatan Digital Marketing, sehingga peserta bisa terbiasa untuk menggunakan aplikasi Pinterest dan mengatasi tantangan yang dihadapi dengan mudah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada SMKN 3 Sekayu Sumatera Selatan atas antusiasme nya dalam mengikuti kegiatan workshop ini, semoga kita bisa bertemu lagi di lain hari. Terima kasih kepada institusi saya, yaitu Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk membagikan ilmunya.

REFERENCES

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.
- Aprillia Pratiwi Putri, Adietya Arie Hetami, Finnah Fourqoniah, Ana Noor Andriana, Mardalena Ardiyani, Salsabila, Tika Umilatul Muniroh, Reza Riandani, Eva Mulyani, Agwesti Yasshyka, Aprilia Putri Listiana, & Syafira Rahmalia Indah. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839. Retrieved from <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/451>
- Ardani, W. . (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Ihsan, T., Ariwibowo, M. F., Indra, A. M., & Triwahyuni, A. (2024, July). Analisis Deskripsi Pemilihan Tema Konten untuk Pemasaran Sosial Media Instagram dalam peningkatan personal Branding. In *MDP Student Conference* (Vol. 3, No. 2, pp. 924-929).
- Kemp, S. (2024). Digital 2024 : Indonesia, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> (accessed September, 2024)
- Masduki, D., Widianingsih, Y., & Simanihuruk, H. (2020). PKM Pendampingan dan Pelatihan Pemberdayaan Perempuan Melalui Aplikasi Pinterest. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 10(1), 37–45. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v10i1.697>
- Mawarindani, A. ., Putri Andita, M., & Fajar Ariwibowo, M. . (2023). Workshop Kewirausahaan berbasis Social Media Marketing bagi Guru dan Pelajar di SMKN 6 Palembang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Pendidikan*, 2(1). <https://doi.org/10.23960/jpmip.v2i1.231>
- Setiawan, E. ., Ariwibowo, M. F., & Hidayat, I. S. . (2023). Workshop Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing di SMKN 3 Palembang. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 88–94. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.11707>
- Sharabati, A. A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 8667.
- Utami, A. R., Giyatmi, G., & Batubara, S. C. (2024). Edukasi Penggunaan Teknologi Informasi Pemasaran Digital Kepada UMKM. *Abdimas Unwahas*, 9(1).