

## **PENGUATAN STRATEGI BRANDING DAN DIGITAL MARKETING PADA EDOTEL SKALA SMK NEGERI 1 LAMONGAN, JAWA TIMUR**

<sup>1\*</sup>Chalimatuz Sadiyah, <sup>2</sup>Luqman Dzul Hilmi, <sup>3</sup>Fika Fitriasari  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Malang

email: chalimatuzsadiyah@umm.ac.id

### **Abstract**

*SMKN (State Vocational High School) I Lamongan which is located in the center of Lamongan City is a school that until now has provided 4 areas of expertise with details of 11 skill programs in it. In order to support CoE, SMKN I Lamongan has built and inaugurated a three-star equivalent hotel with the name edOTEL SKALA. There are several problems at SMKN 1 Lamongan including: HR and equipment for digital marketing management for inefficient edOTEL SKALA lodging; Presence management for HR management is not optimal, and monitoring of them is not yet effective. To solve partner problems, this time the service team uses a bottom-up model of community service program planning for partners (state of field problems-handling decisions). The results of community service activities that have been carried out have produced several things that can help partners. The first is by helping to procure tools, namely 1 set of digital marketing equipment and has also provided guidance to use digital marketing support equipment for teachers, staff, and students of the hospitality expertise program. Then carry out coaching that results in increasing digital marketing skills in the Hospitality expertise program through collaboration with the Marketing and Visual Communication Design expertise program. The second is to help create and implement dashboards for the presence of the hospitality expertise program at SMKN 1 Lamongan. It aims to develop the presence dashboard so that the presence is not carried out manually.*

*Keywords: Branding Strategy; Digital Marketing; edOTEL SKALA Lamongan.*

### **Abstrak**

SMKN (Sekolah Menengah Kejuruan Negeri) I Lamongan yang terletak di pusat Kota Lamongan merupakan sekolah yang hingga saat ini telah menyediakan 4 bidang keahlian dengan rincian 11 program keahlian didalamnya. Demi mendukung CoE, pihak SMKN I Lamongan telah membangun dan meresmikan hotel setara bintang tiga dengan nama edOTEL SKALA. Terdapat beberapa permasalahan di SMKN 1 Lamongan diantaranya: SDM dan peralatan untuk manajemen pemasaran secara digital untuk penginapan edOTEL SKALA yang belum efisien; Manajemen presensi bagi tata kelola SDM belum optimal, serta monitoring terhadap mereka belum efektif. Untuk menyelesaikan permasalahan mitra, tim pengabdian kali ini menggunakan perencanaan program pengabdian masyarakat pada mitra bersifat model *bottom-up* (keadaan permasalahan lapangan-keputusan penanganan). Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan menghasilkan beberapa hal yang dapat membantu mitra. Pertama adalah dengan membantu melakukan pengadaan alat yakni 1 set peralatan digital marketing dan juga telah melakukan pembinaan untuk menggunakan peralatan pendukung digital marketing terhadap guru, staff, maupun siswa-siswi program keahlian perhotelan. Selanjutnya melaksanakan pembinaan yang menghasilkan peningkatan kemampuan digital marketing pada program keahlian Perhotelan melalui kolaborasi dengan program keahlian Pemasaran dan Desain Komunikasi Visual. Kedua yakni membantu pembuatan dan penerapan dashboard untuk presensi program keahlian perhotelan di SMKN 1 Lamongan. Hal ini bertujuan untuk melakukan pengembangan dashboard presensi agar presensi tidak dilaksanakan secara manual.

Kata Kunci: Strategi Branding; Digital Marketing; edOTEL SKALA Lamongan.

## **PENDAHULUAN**

SMKN (Sekolah Menengah Kejuruan Negeri) I Lamongan yang terletak di pusat Kota Lamongan merupakan sekolah yang hingga saat ini telah menyediakan 4 bidang keahlian dengan rincian 11 program keahlian didalamnya. Keempat keahlian tersebut adalah bidang Energi dan Pertambangan dengan program Teknik Ketenagalistrikan, dan program Teknik Pendingin Tata Udara; bidang Seni dan Ekonomi Kreatif dengan program Desain Komunikasi Visual, dan program Broadcasting dan Perfilman; bidang Pariwisata dengan program Perhotelan, program Kuliner, dan program Kecantikan dan SPA; serta bidang Bisnis dan Manajemen dengan program Sekretaris (Administrasi Perkantoran), program Akuntansi dan Keuangan Lembaga, program Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis, dan program Pemasaran. Dari ke 11 program keahlian tersebut yang terpilih menjadi program Center of Excellent (CoE) adalah program Perhotelan. Demi mendukung CoE tersebut, pihak SMKN I Lamongan telah membangun dan meresmikan hotel setara bintang tiga dengan nama edOTEL SKALA (Education Hotel – SMKN I Lamongan) pada tanggal 19 Februari 2021 yang terletak di bagian depan sebelah timur area SMKN I Lamongan dan menyelenggarakan soft opening tanggal 04 Maret 2021 (Gambar 1. edOTEL SKALA SMKN 1 Lamongan).



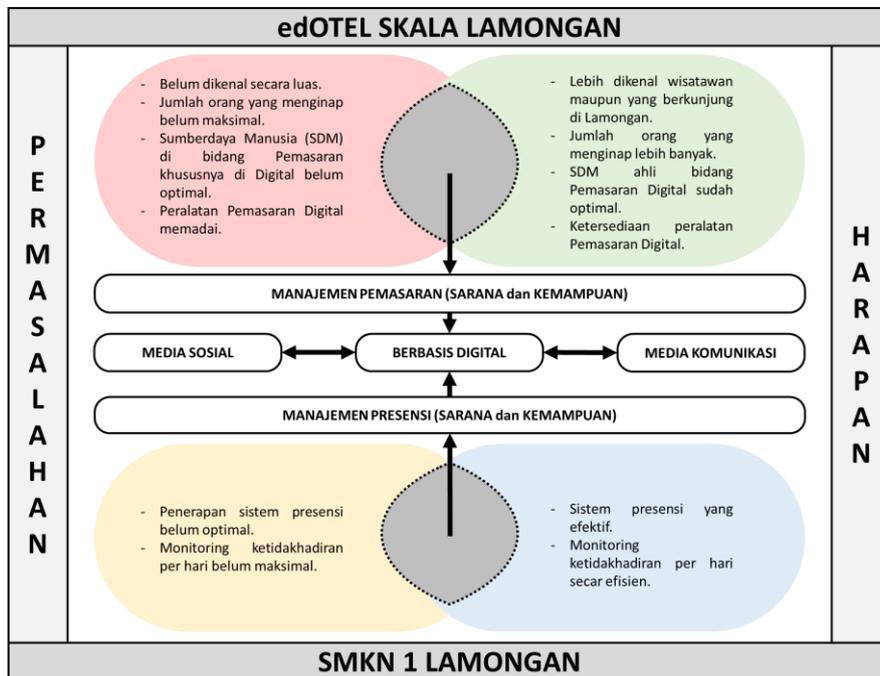
Gambar 1. edOTEL SKALA SMKN 1 Lamongan

edOTEL SKALA dibangun untuk tujuan fasilitas praktek bagi kegiatan pendidikan program keahlian Perhotelan yang berkolaborasi dengan DUDIKA (Dunia Usaha, Dunia Industri, dan Kerja). Seiring waktu hingga saat ini edOTEL SKALA juga memperluas kegunaannya untuk program keahlian Kuliner, hingga membuka penginapan bagi masyarakat luas karena berada di lokasi yang strategis dengan harga kisaran Rp. 350.000 per malam, dan juga tersedianya pilihan 6 kamar bertipe deluxe dan memiliki 2 jenis bed, yaitu king dan twin. edOTEL SKALA terdiri dari 3 lantai, yaitu lantai 1 sebagai lobi hotel; lantai 2 sebagai restoran dan coffee shop; serta lantai 3 sebagai kamar dan meeting room (Gambar 2. Fasilitas edOTEL SKALA SMKN I Lamongan). Adapun kerjasama yang sudah dijalin dengan pihak DUDIKA, diantaranya Hotel Crown Prince Surabaya, Hotel Fairfield by Marriot Surabaya, Hotel Aston Inn Gresik, Hotel Mercure Grand Mirama Surabaya, Hotel Grand Mercure Malang, Hotel Novotel Samator Surabaya, Waringin Hospitality Hotel Group, Milestone Pacific Hotel Group, hingga Zeeti International Management.



Gambar 2. Fasilitas edOTEL SKALA SMKN I Lamongan

Adapun permasalahan yang dihadapi pihak mitra program Pengabdian (Gambar 3. Permasalahan dan Harapan edOTEL SKALA SMKN 1 Lamongan), sebagai berikut ini:



Gambar 3. Permasalahan dan Harapan edOTEL SKALA SMKN 1 Lamongan

1. SDM dan peralatan untuk manajemen pemasaran secara digital untuk penginapan edOTEL SKALA yang belum efisien. Pemasaran digital merupakan pemasaran yang dilakukan secara digital melalui internet (Novianti et al., 2021).
2. Manajemen presensi bagi tata kelola SDM belum optimal, serta monitoring terhadap mereka

belum efektif.

Dengan demikian melalui pengajuan program Pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan manajemen pemasaran bagi edOTEL SKALA sehingga dapat dikenal lebih luas sebagai tempat penginapan favorit bagi masyarakat luas. Sedangkan untuk peningkatan pada manajemen presensi tata kelola SDM dapat menjadi lebih optimal. Kedua hal ini akan dikolaborasikan dengan basis digital baik pada media sosial maupun media komunikasi (Nugraha et al., 2021).

#### **Justifikasi Pengusul Bersama Mitra**

Pengusul adalah Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Malang yang memiliki kompetensi bidang manajemen pemasaran, manajemen tata kelola SDM, dan manajemen alokasi biaya. Berdasarkan hasil koordinasi dengan pihak mitra (edOTEL SKALA SMKN 1 Lamongan), disepakati bahwa tim ini akan memberikan kontribusi diantaranya berupa sistem dashboard presensi dan monitoring untuk pendukung kegiatan sekolah yang dikolaborasikan dengan laporan presensi secara online; penyimpanan data secara online; peralatan pendukung pemasaran digital; pembinaan pemasaran digital yang berkolaborasi dengan program keahlian Desain Komunikasi Visual, dan program keahlian Pemasaran; hingga buku panduannya.

#### **Permasalahan Mitra**

Pihak mitra memiliki permasalahan yakni terkait memasarkan edOTEL SKALA agar lebih luas diketahui dan diminati oleh masyarakat sebagai tempat penginapan, serta belum adanya sistem presensi aktifitas sekolah yang optimal.

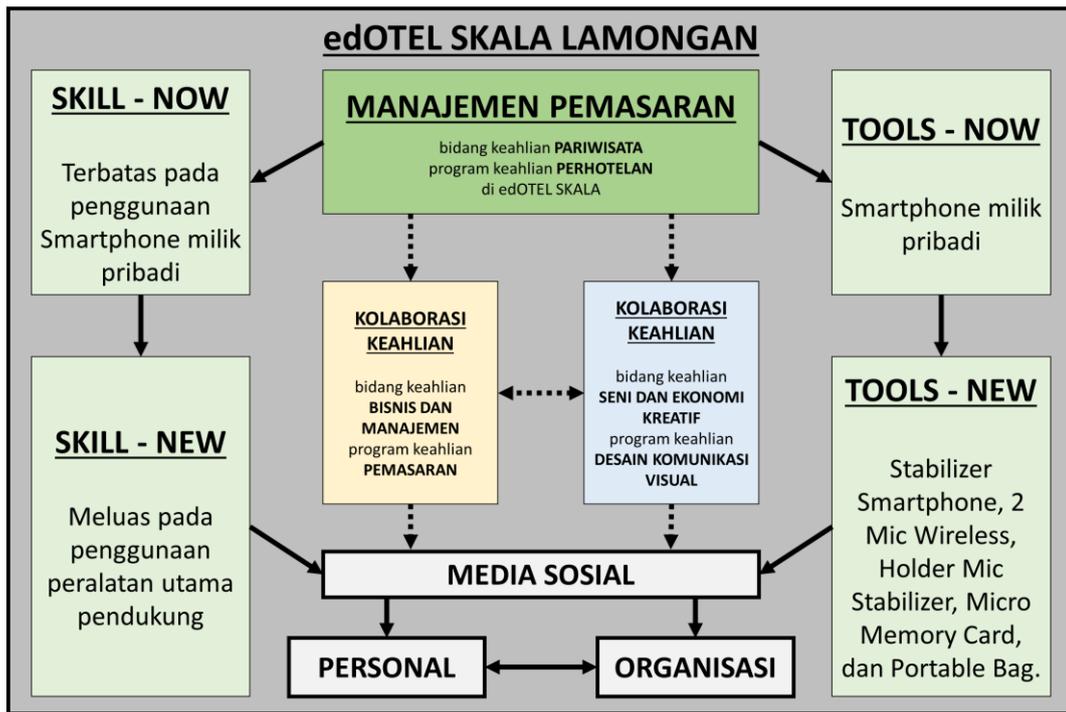
#### **Target Luaran**

Fokus yang akan tim program Pengabdian lakukan untuk pihak mitra adalah memberikan kontribusi berupa peralatan pendukung pemasaran secara digital, dan sistem dashboard presensi sekolah beserta buku panduannya. Sedangkan untuk publikasi adalah jurnal ilmiah bidang pengabdian, dan Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) untuk buku panduannya.

#### **Solusi**

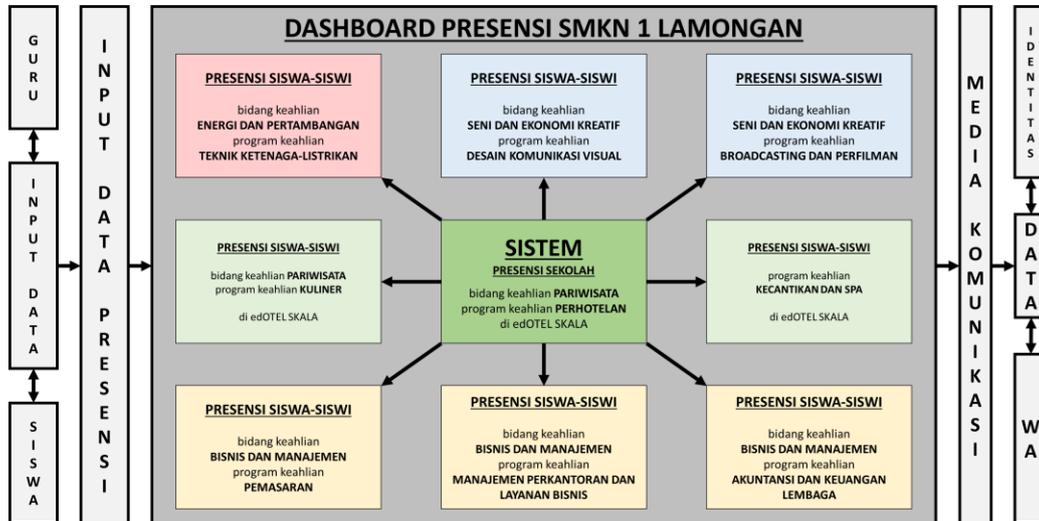
Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang telah dipaparkan, berikut beberapa program yang akan diusulkan sebagai solusinya, antara lain:

1. Memberikan pembinaan dan peralatan pendukung untuk manajemen pemasaran edOTEL SKALA. Tim pengabdian melakukan pendampingan kepada mitra dengan menggali informasi sedetail mungkin sesuai dengan kebutuhan dan memberikan segala kebutuhan yang akan digunakan (Sa'diyah & Roz, 2021) (Gambar 4. Program Pengabdian Manajemen Pemasaran di edOTEL SKALA).



Gambar 4. Program Pengabdian Manajemen Pemasaran di edOTEL SKALA

- Memberikan pembinaan dan sistem dashboard manajemen presensi dan monitoring untuk



tata kelola SDMnya.

Gambar 5. Program Pengabdian Manajemen Presensi di SMKN 1 Lamongan

Tabel 1. Rencana Program Pengabdian

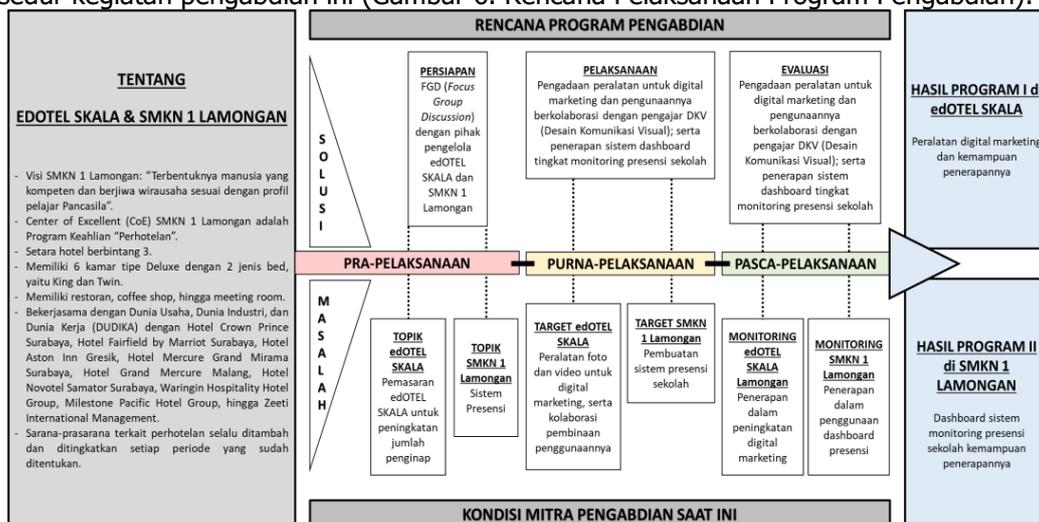
No	Jenis Kegiatan	Peran SDM	Luaran Kegiatan	Solusi Masalah
1.	Manajemen Pemasaran edOTEL SKALA	Mengikuti pembinaan dan penggunaan peralatan pendukung untuk manajemen pemasaran edOTEL SKALA.	Kemampuan dan peralatan manajemen pemasaran.	Memberikan pembinaan dan peralatan pendukung untuk manajemen pemasaran edOTEL SKALA.
2.	Manajemen Presensi SMKN 1 Lamongan	Mengikuti pembinaan dan penggunaan sistem dashboard manajemen presensi dan <i>monitoring</i> untuk tata kelola SDMnya.	Kemampuan dan dashboard manajemen presensi, serta panduannya.	Memberikan pembinaan dan sistem dashboard manajemen presensi dan <i>monitoring</i> untuk tata kelola SDMnya.

**Target Luaran dari Kegiatan**

- Mitra dapat meningkatkan kemampuan dan peralatan di bidang manajemen pemasaran untuk edOTEL SKALA Lamongan.
- Mitra dapat kemampuan dan dashboard manajemen presensi untuk SMKN 1 Lamongan.

**MATERI DAN METODE PELAKSANAAN**

Pada metode pelatihan kali ini menggunakan perencanaan program pengabdian masyarakat pada mitra bersifat model *bottom-up* (keadaan permasalahan lapangan-keputusan penanganan). Berikut ini adalah penjelasan secara singkat input, proses, dan output dalam prosedur kegiatan pengabdian ini (Gambar 6. Rencana Pelaksanaan Program Pengabdian):



Gambar 6. Rencana Pelaksanaan Program Pengabdian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah kami lakukan menghasilkan beberapa hal yang dapat membantu mitra. Pertama adalah dengan membantu melakukan pengadaan alat yakni 1 set peralatan *digital marketing* dan juga telah melakukan pembinaan untuk menggunakan peralatan pendukung *digital marketing* terhadap guru, staff, maupun siswa-siswi program keahlian perhotelan. Selanjutnya melaksanakan pembinaan yang menghasilkan peningkatan kemampuan *digital marketing* pada program keahlian Perhotelan melalui kolaborasi dengan program keahlian Pemasaran dan Desain Komunikasi Visual. Kedua yakni membantu pembuatan dan penerapan dashboard untuk presensi program keahlian perhotelan di SMKN 1 Lamongan. Hal ini bertujuan untuk melakukan pengembangan dashboard presensi agar presensi tidak dilaksanakan secara manual.

Kegiatan peningkatan keahlian digital marketing yang dilakukan dapat memaksimalkan pemasaran baik sekolah maupun hotel yang ada agar kegiatan operasional edOTEL SKALA Lamongan dapat meningkat (Suprpto et al., 2022). Begitu pula dengan peningkatan dashboard presensi memudahkan dalam monitoring dan evaluasi kehadiran siswa dan siswi menjadi lebih efektif dan dapat terhubung dengan media komunikasi. Program yang telah dilakukan mendapat respon positif dari mitra karena sangat bermanfaat sehingga mitra menginginkan adanya pengabdian lanjutan. Penjelasan hasil pelaksanaan program pengabdian dirangkum pada Gambar 7.



Gambar 7. Hasil Pelaksanaan Program Pengabdian

Luaran pelaksanaan program pengabdian yakni alat pendukung peningkatan *digital marketing* dan dashboard presensi dalam excel terintegrasi. Pemberian alat ini sangat bermanfaat untuk mendukung sekolah maupun hotel dalam membuat konten *digital marketing* sehingga meningkatkan pemasaran secara online terutama di media sosial. Dashboard presensi sangat membantu pada guru untuk *manage* kehadiran siswa dan siswi menjadi lebih simpel dan lebih cepat karena terkomputerisasi. Selain itu juga sangat informatif dengan fitur yang *user friendly*. Luaran yang telah dijelaskan terangkum pada Gambar 8.



Gambar 8. Luaran Pelaksanaan Program Pengabdian

Penyerahan peralatan *digital marketing* telah dilakukan secara langsung di SMK SMKN 1 Lamongan. Dilanjutkan dengan pertemuan lanjutan yang membahas mengenai pengarahannya *digital marketing* kepada para siswa agar bisa memaksimalkan penggunaan alat pendukung *digital marketing*. Pada hari yang lain dilakukan pertemuan kembali secara online untuk menjelaskan terkait penggunaan dashboard presensi kepada para guru. Setelah melakukan semua tahapan kegiatan pengabdian, kami juga melakukan evaluasi program pengabdian yang telah dilakukan (Zubaidah et al., 2022). Hasil dari evaluasi kegiatan pengabdian yakni mitra merasa sangat terbantu atas kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian.

Mitra dapat meningkatkan pemasaran secara online sehingga meningkatkan kunjungan pada edOTEL SKALA Lamongan. Skil siswa program keahlian Perhotelan dan program keahlian Pemasaran dan Desain Komunikasi Visual semakin terasah dengan adanya alat penunjang *digital marketing*. Guru lebih mudah melakukan monitoring dan evaluasi pada kehadiran siswa dan siswi di SMK N 1 Lamongan. Siswa dan siswi yang absen dapat langsung terdeteksi tanpa repot membuka dokumen-dokumen presensi. Rangkuman dokumentasi kegiatan pengabdian pada gambar 9.



Gambar 9. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan kegiatan pengabdian yakni mitra telah memberikan pembinaan dan peralatan pendukung untuk peningkatan *digital marketing* pada edOTEL SKALA. Selanjutnya juga memberikan pembinaan dan membutuhkan sistem dashboard manajemen presensi agar memudahkan kegiatan monitoring untuk tata kelola SDMnya. Saran untuk mitra agar dapat memaksimalkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan agar program ini bisa bermanfaat dalam jangka Panjang.

## REFERENSI

- Novianti, K. R., Roz, K., & Sa'diyah, C. (2021). Pendampingan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Usaha Budidaya Lele. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(2), 187. <https://doi.org/10.31328/js.v4i2.2769>
- Nugraha, A. A., Sari, E. N., & Dzuchroidah, N. (2021). Peran Digital Marketing Bagi Wirausaha Pemula Di Desa Sambong Dukuh Kabupaten Jombang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(02), 29–34.
- Sa'diyah, C., & Roz, K. (2021). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak Putri (LKSAP) 'Aisyah Dau. *Panrita Abdi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 34–40.
- Suprpto, E., Ardhi, M. W., & Apriandi, D. (2022). Peningkatan Ekonomi Melalui Penerapan Sistem. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 06(01), 37–42.
- Zubaidah, S., Syam, D., & Febriani, R. (2022). Pendampingan manajemen usaha pada ukm bakso di pasuruan. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 06(01), 65–72.

