

Upaya Peningkatan Keterampilan *Digital Marketing* Dalam Mewujudkan Generasi Muda Berjiwa *Entrepreneur* Menuju Ekonomi Kreatif

Muhammad ardiansyah putra, Veta lidya delimah pasaribu, alif nur ichwan, alif rama raditya

Email :

Veta01889@unpam.ac.id, ardiansyah08961227@gmail.com, alfnurichwan19@gmail.com,
alifr7871@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melatih keterampilan pemasaran digital yang ditujukan bagi siswa MA soebono montofani. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan dan keterampilan dalam penerapan digital marketing serta menumbuhkan jiwa wirausaha bagi mereka. Kegiatan ini dilaksanakan selama satu hari di MA soebono montofani dengan peserta 46 orang dan siswa kelas X yang sebelumnya telah disurvei dan dianalisis bentuk tema yang akan disajikan, setelah itu penyusunan materi dan persiapan simulasi dari materi yang akan disampaikan. telah disajikan dilakukan. Dari kegiatan tersebut mahasiswa mendapatkan motivasi dalam membentuk jiwa wirausaha yang kreatif, memahami pemanfaatan media sosial sebagai bentuk promosi dan branding produk, memahami langkah-langkah yang harus dilakukan untuk menerapkan digital marketing bagi pemula. Dalam kegiatan ini siswa MA soebono montofani merasa puas dengan pemaparan yang diberikan tentang keterampilan digital marketing, sehingga kegiatan ini akan berkelanjutan.

Kata Kunci : Wirausaha, Digital Marketing, MA

PENDAHULUAN

Digital marketing merupakan bagian dari digital entrepreneurship yang memanfaatkan teknologi dalam pemasarannya (Allen, 2019). Pemasaran secara digital dapat menggunakan bantuan media sosial seperti, Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube, Twitter, TikTok dan Web. Digital entrepreneurship merupakan kewirausahaan yang memanfaatkan transformasi digital bisnis untuk memasarkan produknya. Pada era digital ini, kesuksesan dalam mencapai omset dan branding yang baik juga sangat dipengaruhi bagaimana cara kita untuk memasarkan produknya, oleh karena itu sangat penting menerapkan Digital Marketing dalam menjalankan usaha, terutama usaha yang masih tergolong baru. Digital Marketing mempunyai manfaat bagi wirausaha terutama wirausaha baru seperti penargetan pasar lebih sesuai, evaluasi strategi yang sudah dijalankan, bisa menjangkau ke

semua pasar, biaya lebih murah bahkan bisa juga meningkatkan reputasi brand.

Banyak tantangan dalam memulai berwirausaha dalam era digital ini, salah satunya pesaing yang terus bertambah dengan cepat. Para wirausaha baru dituntut untuk memiliki keterampilan bukan hanya dalam kualitas produknya, tetapi harus memiliki keterampilan dalam penerapan digital marketing untuk memasarkan produknya agar pencapaian sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Jiwa entrepreneur hendaknya dimiliki oleh para anak muda di era saat ini terutama bagi para Siswa-siswi yang saat ini sedang menempuh Sekolah Menengah keatas agar kelak pada saat mereka sudah lulus dari Sekolahnya tidak hanya 43 bergantung dari lowongan kerja yang ada untuk bekerja, tetapi harapannya adalah mereka yang telah lulus dari sekolahnya mampu menjadi seorang entrepreneur yang kedepannya bisa memberikan lowongan pekerjaan bagi orang

lain. Pelatihan keterampilan digital marketing bisa memberikan keterampilan khusus pada siswa-siswi, sehingga nantinya bermanfaat pagi para siswa-siswi yang ingin menjalani berwirausaha setelah lulus sekolah, disamping itu menumbuhkan jiwa berwirausaha pada siswa-siswi akan mengurangi tingkat pengangguran.

Menghadapi kenyataan diatas, MA soebono montofani merupakan salah satu bagian dari salah satu sistem pendidikan yang setelah lulus dari sekolahnya akan dibekali Ilmu dan Skill dari sekolahnya. Sebagai bentuk Tridharma Perguruan Tinggi salah satunya adalah penelitian, Universitas pamulang terutama dari Program Studi manajemen akan memberikan pembekalan kepada siswa-siswi MA soebono montofani dalam bentuk pelatihan Digital Marketing.

Peserta yang hadir dalam kegiatan pelatihan ini sebanyak 46 Siswa-siswi dan Siswa-siswi MA soebono montofani yang duduk di bangku kelas X di semua jurusan. Penelitian ini dalam rangka untuk memberikan pelatihan Digital Marketing dan membantu serta memotivasi siswa-siswi untuk menjadi warausaha. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu para siswa-siswi MA soebono montofani dalam pemahaman penerapan digital marketing dalam usahanya nanti. Platform media sosial yang di ajarkan kepada siswa-siswi adalah Facebook, Instagram dan WhatsApp. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Dosen sebagai kewajiban Tridharma Pergutuan Tinggi. Pelatihan ini sangat dibutuhkan untuk siswa-siswi MA yang belum memiliki pengetahuan yang cukup luas untuk membuka usaha sendiri (kurniawati, 2021). Selain itu juga dalam melakukan usaha perlu memerlukan ide yang cukup bagus (Rahadi & Susilowaty, 2018) sehingga kegiatan pelatihan ini menjadi bahan introspeksi diri untuk anak muda yang memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi di era digital (Zulfawan & Gusrio Tendra, 2022)(Pratiwi et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Sekaran dan Bougie (2017) mengungkapkan bahwa populasi ialah kumpulan sejumlah orang, aktivitas, keahlian, serta fenomena sebagai tujuan penelitian. Sedangkan sampel adalah beberapa orang yang dipilih dari jumlah keseluruhan. Populasi penelitian ini yaitu siswa/i MA soebono mantofani. Sedangkan, sampel yang digunakan yaitu 46 siswa-siswi MA soebono mantofani.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode kualitatif dengan cara sosialisasi/ penyuluhan, diskusi, simulasi dan penerapan. Adapun tahapan penelitian ini sebagai berikut :

- a) Survey Tempat Pelaksanaan Pelatihan.
Dosen berkoordinasi dengan Kepala Sekolah untuk memberi informasi terkait penelitian serta melakukan analisis kebutuhan dan survey lokasi sekolah. setelah melakukan analisis dan survey hasilnya dituangkan dalam proposal PKM Institusi. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh tema digital marketing di MA soebono mantofani dengan jumlah sebanyak 46 siswa-siswi
- b) Persiapan
Pemilihan materi mengenai digital marketing, persiapan simulasi dan penerapannya.
- c) Pelaksanaan Penelitian
Pelaksanaan penelitian ini bertempat di MA soebono mantofani yang terdiri dari 2 sesi :
 - a. Sesi pertama, pengenalan Digital Marketing dan Strateginya dengan cara dipresentasi didepan para peserta.
 - b. Sesi kedua, simulasi atau penerapan langsung penerapan Digital Marketing pada produk yang akan

di perkenalkan oleh para siswa-siswi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki fokus terhadap Siswa-siswi MA soebono mantofani dalam pembentukan Jiwa Entrepreneur yang kreatif yang memanfaatkan Digital Marketing sebagai peningkatan branding produk dengan beberapa kegiatan pelatihan yang diberikan kepada Siswa-siswi MA soebono mantofani sebagai berikut :

- a) Pemaparan Materi Entrepreneur Diawal kegiatan siswa-siswi diberi wawasan dan motivasi mengenai Entrepreneur, siswasiswi dilatih untuk memiliki bisnis yang bukan hanya menciptakan bisnis sukses yang menghasilkan banyak uang, tetapi para siswa-siswi juga didorong untuk bisa menciptakan lapangan kerja bagi orang lain, menambah nilai kewirausahaan, memimori bisnis dan memimpin dalam ruang lingkup global. Materi ini lebih untuk memotivasi siswa-siswi agar tidak terpaku hanya mencari kerja, tetapi menjadi pencipta lapangan pekerjaan.
- b) Pemaparan Materi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Branding dan Promosi Produk Pada materi ini, siswa-siswi diberikan pengetahuan mengenai pentingnya media sosial untuk branding dan promosi produk, dimana penggunaan media sosial salah satu metode oemasaran digital yang hemat biaya yang bisa digunakan untuk meningkatkan popularitas merk bisnis bagi pelaku usaha baru. Dengan strategi yang tepat brand bisa berkesempatan mendapatkan awareness yang tinggi. Pengenalan merk dari produk akan menjadi lebih baik jika diiringi dengan kualitas pemasaran digital yang baik. Sosial media yang efektif
- c) Pemaparan Materi Digital Marketing Para siswa-siswi MA soebono mantofani dibekali pemahaman tentang digital marketing agar siswa-siswi lebih memahami pentingnya digital marketing dalam pengenalan brand dan promosi produk yang dilakukan media digital untuk menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan dan efektif. Dalam menyampaikan materi, ada beberapa langkah untuk memulai digital marketing bagi pemula, yaitu :
 - a. Menentukan target pasar dan pilihan produk
 - b. Memilih produk yang bisa membawa solusi terbaik
 - c. Membangun website pribadi
 - d. Membangun media sosial
 - e. Mengembangkan SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), dan Sosial Media Ads
 - f. Pemasaran melalui Influencer yang sesuai dengan brand
 - g. Copywriting yang menarik
 - h. Newsletter atau Email Marketing
 - i. WhatsApp For Business
 - j. Marketing Tools
 - k. Video Marketing
 - l. Content Marketing
- d) Simulasi Penggunaan Digital Marketing Dibagian terakhir kegiatan, siswa-siswi SMK Pelita Madani dibimbing dalam roleplay untuk pemaksimalan digital marketing. Para siswa-siswi dengan menggunakan Laptop/ Android/ IOS diberikan arahan sesuai dengan materi ketiga sebagai prakteknya. Beberapa upaya telah dilakukan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran produk dan branding dalam Digital Marketing. Pelatihan

untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan memiliki efek positif bagi siswa-siswi MA Soebono Mantofani. Melalui pelatihan Digital Marketing ini secara penyampaian materi, diskusi dan simulasi praktik para siswa lebih memahami pentingnya peran digital marketing dalam upaya pengembangan pengenalan produk dan branding. (Susanti, 2020)

Digital Marketing sebagai Media Promosi

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial. Pengertian digital marketing adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Beberapa contoh teknik pemasaran yang termasuk dalam digital marketing adalah SEO (Search Engine Optimization), periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, billboard elektronik, email marketing, mobile marketing, dan lainnya. Berikut keunggulan penggunaan digital marketing:

1. Menjangkau Target Pasar yang Lebih Luas

Media konvensional seperti brosur, banner, atau koran dan majalah mungkin efektif untuk menjangkau sejumlah target pasar. Tapi jika ingin menjangkau seluruh lapisan masyarakat, media digital terbukti lebih efektif. Bagaimana tidak, seiring perkembangan zaman hampir semua orang menjadi pengguna internet dan media sosial.

2. Mendongkrak Angka Penjualan

Diakui atau tidak, luasnya jangkauan pasar akan memberi dampak besar pada peningkatan angka penjualan. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kemudahan informasi yang didapat konsumen tentang suatu produk. Hal tersebut membuat mereka yakin bahwa barang atau jasa yang dijual berkualitas. Akibatnya, angka penjualan semakin meningkat dan kesempatan untuk mendapat pelanggan baru pun semakin besar.

3. Lebih Hemat

Bagi yang memiliki keterbatasan dana, pemasaran digital merupakan salah satu solusi bijaksana. Lain halnya dengan media konvensional, ketika memasarkan produk di internet kita memiliki banyak variasi alat yang bisa digunakan dan disesuaikan dengan bujet. Misalnya, memilih untuk berpromosi melalui Instagram Ads. Pihak Instagram akan memberi pilihan biaya promosi mulai harian hingga bulanan, dengan jumlah jangkauan konsumen sesuai kebutuhan. Jika ingin lebih murah lagi, manfaatkan website dan media sosial pribadi untuk berpromosi.

Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital marketing dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, Push digital marketing, yaitu salah satu jenis yang metodenya menawarkan langsung produk ke pelanggan untuk mendapat hasil penjualan secara cepat. Biasanya strategi ini dilakukan pada produk baru yang belum terlalu dikenal, dan tujuan utamanya adalah untuk exposure. Beberapa contoh push digital marketing adalah endorsement produk dari pemilik usaha ke para influencer atau selebriti, email

promosi dari sebuah produk kepada para pelanggan yang telah berlangganan newsletter di sebuah situs, atau broadcast WA untuk semua kontak yang pernah membeli suatu produk. Selanjutnya adalah strategi. Berbanding terbalik dengan strategi sebelumnya, pada pull digital marketing promosi yang dilakukan tidak terlalu frontal. Iklan jenis ini biasanya dibuat sedemikian rupa sehingga pelanggan tertarik dan bergerak untuk mencari tahu lebih banyak informasi tentang produk yang dijual. Tujuan utama pull digital marketing adalah meningkatkan awareness serta loyalitas pelanggan. Contoh jenis pemasaran digital ini adalah konten SEO di sebuah situs, iklan pay per click, pemasaran di media sosial, liputan media, giveaway, atau promosi potongan harga di marketplace.

PENUTUP

Hasil penelitian mengenai peningkatan keterampilan digital marketing di MA soebono mantofani Kabupaten Pringsewu dapat disimpulkan bahwa siswa-siswi mendapatkan pengetahuan mengenai digital marketing, serta bisa menjalankan langkah awal penggunaan digital marketing sebagai langkah awal menjadi entrepreneur yang memiliki jiwa yang kreatif. Dari ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa selain meningkatkan angka penjualan, awareness produk, dan memperluas pasar, digital marketing juga memiliki beberapa tujuan lain termasuk diantaranya, meningkatkan kualitas relasi serta komunikasi pemilik usaha dengan konsumen atau calon konsumen. Diakui atau tidak, hal tersebut juga sangat penting karena yang diinginkan dalam suatu penjualan tidak hanya produk laku sesaat tetapi bisa senantiasa memiliki pelanggan dan memicu penjualan jangka panjang. Paling penting, digital marketing adalah upaya yang dilakukan pemilik usaha untuk bisa survive di era globalisasi. Kendala yang dihadapai dalam kegiatan ini adalah kurangnya waktu pelaksanaan yang hanya di laksanakan dalam satu hari saja, sehingga dalam kegiatan ini

kurang bisa dimaksimalkan dalam hal praktik simulasinya.

KAJIAN PUSTAKA

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Disiplin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdmas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdmas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas*

Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diyayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Kurniawati, L.(2021). *Strategi Digital Marketing dan Komunikasi Bisnis untuk Entrepreneur Pemula di Indonesia*.21.

*Loyalitas Kreativitas
Abdi Masyarakat
Kreatif*

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.06, No.02. Juli 2025 Hal.91-97
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Pratiwi, R. W., Apriliani, D., & Intan, D. (2022). *Peningkatan Digital Entrepreneur SMK agar mempunyai bekal yang cukup terkait pemahaman bagaimana tetapi dapat digunakan untuk membuat took online . Didalam sebuah Markup Language) yang dapat diakses melalui HTTP (Dairoh et al . , 2019). berd. 6(3), 1746–1753.*

Rahadi, D.R., & Susilowaty, E. (2018). *Kreatifitas Kewirausahaan Sosial dan Menggali Ide Usaha Baru Melalui Pengolaan Kripik Temper Lupin. Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan. 1(1)*

