

Strategi Efektif Dalam Menciptakan Produk Digital Yang Laris

Yuwista Dewi^{a,1}, Enjelina^{b,2}, Fidiyani^{c,3}, Ni Wayan Eka Pebriyanhti^{d,4}

^{abcd}Progam Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang

¹yuwistaayu27@gmail.com ²Enjelina828@gmail.com ³Fidiyani910@gmail.com;

⁴Niwayaneka23@gmail.com

*yuwistaayu27@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap bisnis global, termasuk pola komsumsi dan produksi Masyarakat. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah maraknya produk digital seperti e-book, video pembelajaran, desain grafis, aplikasi, dan konten berbasis digital lainnya yang semakin diminati. Khususnya bagi generasi Z yang tumbuh di era serba digital produk-produk ini menjadi sarana ekspresi, edukasi, maupun sumber penghasilan baru. Namun, tidak semua individu memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk menciptakan dan memasarkan produk digital secara efektif. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (pkm) ini bertujuan untuk memberikan pelatihan strategis dalam menciptakan produk digital yang tidak hanya kreatif, tetapi juga laku pasar digital. Pelatihan diberikan kepada mahasiswa melalui pendekatan interaktif yang meliputi penyampaian materi, studi kasus, praktik langsung, dan diskusi. Materi pelatihan difokuskan pada pemahaman jenis produk digital, karakteristik pasar digital (khususnya Gen Z). Serta pemanfaatan platform digital seperti tiktok, instagram, dan Linktree. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap segmentasi pasar, pemilihan platform, dan penyusunan strategi promosi digital. Beberapa peserta bahkan berhasil merancang produk digital siap jual dan membuat lading page secara mandiri. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam membentuk jiwa kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa dan diharapkan dapat menjadi program berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini membuka peluang kolaborasi antara institusi Pendidikan dan komunitas digital untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang inovatif dan berdaya saing tinggi.

Kata Kunci: Produk Digital; GenZ; Pemasaran Digital

Abstract

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed the global business landscape, including consumption and production patterns. One major transformation is the increasing popularity of digital products such as e-books, educational videos, graphic design templates, applications, and other digital-based content. These products are especially favored by Generation Z, who have grown up in the digital era and often use them for expression, education, or income generation. However, not all individuals—particularly students—possess the knowledge and skills to create and market digital products effectively. This community service program was designed to provide strategic training on how to develop digital products that are not only creative but also marketable in today's digital economy. The program targeted university students and was delivered using an interactive approach consisting of

lectures, case studies, hands-on practice, and group discussions. The training content focused on understanding types of digital products, analyzing digital market characteristics (especially Gen Z), and utilizing digital platforms such as TikTok, Instagram, and Linktree. The results revealed a significant improvement in participants' understanding of market segmentation, platform selection, and digital promotion strategies. Several participants successfully developed ready-to-sell digital products and created landing pages independently. This program contributes to cultivating digital entrepreneurship among students and is expected to become a sustainable initiative. Furthermore, it presents opportunities for collaboration between academic institutions and digital communities to build a creative and competitive digital economy ecosystem.

Keywords:Digital Product ;Generation Z; Digital Marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar-besaran dalam berbagai sektor, termasuk ekonomi digital. Salah satu bentuk konkret dari transformasi ini adalah maraknya produk digital yang menjadi komoditas utama dalam dunia usaha berbasis internet. Produk digital adalah barang atau layanan yang tidak memiliki bentuk fisik dan dapat diakses, digunakan, atau diunduh melalui internet, seperti e-book, video pembelajaran, aplikasi, template desain, hingga produk kreatif berbasis konten produk. Produk ini memiliki keunggulan karena mudah diproduksi, tidak memerlukan biaya logistik, serta dapat dipasarkan secara luas dengan biaya relatif rendah.

Di sisi lain, kaum muda, terutama Generasi Z, adalah kelompok yang berkembang di zaman digital. Mereka memiliki ciri khas yang berbeda, seperti kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi, lebih memilih hal-hal praktis dan visual, berpartisipasi aktif di media sosial, dan sering mengekspresikan diri melalui konten digital. Ciri-ciri ini menjadikan Gen Z sebagai kelompok yang sangat berpotensi, baik sebagai pembuat maupun pengguna produk digital. Namun, tidak semua dari mereka paham bagaimana menciptakan produk digital yang sukses dan berkualitas, baik dari

segi konten maupun strategi pemasarannya. Berlandaskan kondisi ini, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memberikan siswa-siswi, khususnya dari kalangan Gen Z, pengetahuan dan keterampilan dasar dalam membuat serta mempromosikan produk digital dengan cara yang efektif. Pelatihan ini tidak hanya memperkenalkan konsep dasar produk digital, tetapi juga mengajarkan strategi pemasaran berbasis digital yang sesuai dengan karakteristik audiens mereka. Materi yang diajarkan mencakup pemilihan produk digital yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pasar, penyesuaian dengan tren terbaru, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, serta penggunaan berbagai platform seperti Linktree, Notion, dan Carrd untuk menciptakan etalase digital yang menarik dan profesional. Kegiatan ini dirancang dalam bentuk workshop interaktif agar peserta tidak hanya familiar dengan teori, tetapi juga bisa langsung mempraktikkannya. Pendekatan studi kasus dan simulasi digunakan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif para peserta. Diharapkan, setelah mengikuti kegiatan ini, siswa-siswi mampu mengembangkan produk digital mereka sendiri dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dan berfokus pada pasar. Dengan

demikian, mereka dapat berkontribusi dalam memperkuat ekonomi digital di kalangan generasi muda. Temuan dan pendekatan dalam kegiatan ini sejalan dengan hasil beberapa penelitian terdahulu. Menurut Pratama dan Setiawan (2021), pelatihan digital berbasis praktik langsung terbukti mampu meningkatkan minat dan keterampilan siswa di bidang kewirausahaan digital. Sementara itu, studi oleh Lestari dan Yuniarti (2020) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai alat promosi sangat efektif dalam menjangkau konsumen yang berusia muda dan cenderung responsif terhadap konten yang bersifat visual dan interaktif. Selain itu, penelitian dari Ramadhan et al. (2022) menegaskan bahwa kegiatan PKM yang menargetkan siswa SMP dan SMA dengan pendekatan interaktif dapat meningkatkan pemahaman literasi digital yang lebih mendalam dan berkelanjutan. Dengan mengacu pada hasil penelitian tersebut, kegiatan PKM ini diharapkan bukan hanya menjadi intervensi sementara, tetapi juga sebagai langkah awal untuk membentuk generasi muda yang tidak hanya konsumtif terhadap teknologi, tetapi juga produktif dan kreatif dalam pemanfaatannya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini diadakan secara langsung di SMP Terpadu Darussalam, yang terletak di Jl. Reni Jaya 4 No. 1 Blok A4, Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat, pada hari Rabu, 28 Mei 2025. Kegiatan tersebut dilangsungkan di aula sekolah dengan metode pertemuan langsung, bertujuan untuk meningkatkan interaksi antara pemateri dan peserta. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah siswa-siswi SMP, terutama mereka yang belajar di SMP Terpadu Darussalam. Kelompok usia ini dipilih karena mereka adalah generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi digital dan sering menggunakan berbagai platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, serta aplikasi belajar. Meskipun demikian, banyak di antara mereka yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi—terutama produk digital—secara produktif dan bernilai ekonomi. Untuk itu, PKM ini dirancang untuk memberi wawasan awal tentang produk digital, sekaligus membangkitkan minat siswa agar tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga kreator. Diharapkan, melalui kegiatan ini siswa dapat berpikir lebih kreatif, menyadari potensi usaha digital sejak dini, dan bijak dalam menggunakan teknologi. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode penyampaian materi menggunakan media PowerPoint, serta disertai dengan

diskusi ringan dan sesi tanya jawab yang interaktif. Materi disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan disertai visual yang menarik agar peserta bisa dengan cepat mengerti, serta disampaikan secara komunikatif untuk menarik perhatian dan mendorong partisipasi aktif. Dalam sesi diskusi, siswa diajak untuk bertanya, menjawab pertanyaan, dan berbagi ide-ide kreatif terkait produk digital yang dapat mereka buat, seperti desain poster, konten video singkat, atau konsep aplikasi pendidikan. Tujuan dari sesi ini adalah untuk mendorong keberanian berpikir kritis dan kreatif di kalangan siswa. Sebagai penutup kegiatan, peserta diminta untuk menyampaikan kesan dan refleksi, baik secara lisan maupun tertulis secara sukarela, sebagai bentuk evaluasi informal. Seluruh rangkaian kegiatan ini didokumentasikan dalam bentuk foto, catatan, dan laporan tertulis, yang kemudian dijadikan sebagai bahan laporan kegiatan PKM kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjudul "*Strategi Efektif dalam Menciptakan Produk Digital yang Laris*" telah sukses dilaksanakan di **SMP Terpadu Darussalam** pada hari Rabu, 28 Mei 2025, pukul 13.00-14.00 WIB, bertempat di aula sekolah.

Kegiatan ini diikuti oleh puluhan siswa-siswi tingkat SMP yang antusias mengikuti jalannya kegiatan dari awal hingga akhir. Hasil akhir dari pengamatan menunjukkan bahwa siswa-siswi SMP Terpadu Darussalam memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan. Mereka menunjukkan semangat yang tinggi terhadap materi yang disampaikan dan dapat memahami konsep dasar produk digital dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan mereka dalam memberikan contoh nyata dari produk digital yang mereka jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, para siswa juga mampu mengemukakan gagasan-gagasan kreatif mereka sendiri, seperti ide tentang konten video, desain digital, dan aplikasi sederhana. Keterlibatan aktif dalam sesi diskusi dan tanya jawab juga menunjukkan bahwa metode interaktif yang diterapkan sangat membantu dalam meningkatkan pemahaman mereka terhadap materi. Bahkan, beberapa siswa mengungkapkan keinginan untuk mendalami lebih jauh, khususnya dalam praktik langsung pembuatan konten digital. Temuan ini memperkuat keyakinan bahwa pendekatan edukatif yang bersifat visual, relevan, dan interaktif sangat efektif dalam menumbuhkan minat serta pemahaman generasi muda terhadap peluang di dunia digital. SMP

Terpadu Darussalam terbukti menjadi mitra yang ideal untuk program pengabdian yang berfokus pada literasi digital, karena para siswanya menunjukkan kesiapan dan potensi untuk menjadi kreator, bukan hanya sekedar pengguna teknologi.

Kegiatan	
Narasumber	Materi
Enjelina	Mengenal Produk Digital
Fidiyani	Contoh startegi yang efektif
Ni Wayan Eka Pebriyanhti	Mengapa Produk Digital Sangat Cocok Untuk Gen Z

Temuan dari program Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara tujuan kegiatan dengan masalah yang dihadapi oleh siswa di tingkat SMP. Kegiatan ini dirancang untuk memperkenalkan konsep serta strategi produk digital kepada para pelajar yang dikenal aktif menggunakan teknologi, tetapi belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menciptakan konten atau produk digital yang bermanfaat dan bernilai. Observasi yang dilakukan selama kegiatan berlangsung memperlihatkan bahwa para siswa sangat antusias mengikuti setiap sesi, menandakan tingginya minat mereka

terhadap isu produk digital. Mereka juga menunjukkan pemahaman yang baik tentang materi, terlihat dari kemampuan mereka dalam mencantumkan contoh produk digital dengan tepat. Lebih jauh, keberanian mereka untuk bertanya dan terlibat dalam diskusi juga menjadi indikator partisipasi aktif dalam proses belajar. Hasil ini menunjukkan bahwa model pengabdian yang bersifat edukatif, interaktif, serta disesuaikan dengan usia para peserta efektif dalam mengatasi rendahnya literasi produksi digital di kalangan siswa SMP. Solusi yang diberikan melalui kegiatan ini diimplementasikan melalui penyampaian materi secara langsung dengan metode yang menarik dan sesuai dengan karakter remaja saat ini. Penggunaan media visual seperti PowerPoint, menunjukkan contoh nyata dari dunia digital yang relevan dengan kehidupan mereka, serta suasana diskusi yang ringan tetapi berbobot, menciptakan kombinasi yang efektif untuk menyampaikan pesan pendidikan. Dampak dari kegiatan ini cukup signifikan, diantaranya adalah meningkatnya kesadaran siswa tentang potensi dunia digital, baik sebagai ruang untuk berekspresi secara kreatif maupun sumber peluang ekonomi. Selain itu, kegiatan ini juga membuka kemungkinan timbulnya ketertarikan jangka panjang untuk belajar keterampilan digital yang lebih teknis di masa depan, seperti desain grafis, editing video, atau pembuatan

konten digital. Kegiatan pengabdian ini memiliki beberapa keunggulan yang mendukung keberhasilannya. Pertama, materi yang disajikan selaras dengan kehidupan peserta dan dirancang sesuai dengan karakteristik generasi Z, sehingga mudah dimengerti dan menarik bagi mereka. Kedua, suasana kegiatan yang santai tetapi tetap edukatif mendorong partisipasi aktif siswa tanpa merasa tertekan. Ketiga, waktu pelaksanaan yang ditentukan, yaitu pada siang hari setelah jam sekolah, dianggap tepat karena peserta dapat mengikuti kegiatan dengan nyaman dan dalam kondisi yang relatif segar, sehingga mampu fokus dan menyerap materi dengan baik. Meskipun demikian, sama seperti kegiatan pengabdian lainnya, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan di masa mendatang, terutama terkait waktu yang terbatas dan belum adanya sesi praktik lanjutan. Namun secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital di kalangan siswa SMP.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “*strategi efektif dalam menciptakan produk digital yang laris*” di SMP Terpadu Darussalam telah terlaksanakan dengan baik dan memperoleh

respons positif dari peserta. Berdasarkan pelaksanaan dan pengamatan langsung, dapat disimpulkan bahwa siswa siswi manunjukan antusiasme tinggi dan pemahaman yang baik terhadap materi. Mereka mampu mengenali bentuk produk digital, memahami pentingnya strategi dalam menciptakan produk digital yang diminati pasar, serta memunculkan ide-ide kreatif sesuai dengan minat dan pemahaman masing-masing.

Kegiatan ini menjadi bukti bahwa pendekatan edukatif yang visual, interaktif, dan relevan dengan keseharian peserta efektif dalam meningkatkan literasi digital sejak usia dini. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi dalam membentuk pola pikir produktif terhadap teknologi digital, tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai peluang kreasi dan ekonomi.

Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan dari segi waktu dan kedalama materi praktik. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan pengabdian serupa dilakukan secara berkelanjutan, dengan menambahkan sesi praktik teknis secara langsung, seperti pelatihan desain digital, pembuatan konten edukatif, atau pengalaman platform distribusi produk digital. Dengan demikian, siswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkan secara nyata.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ingin mengucapkan terimakasih dengan tulus kepada SMP Terpadu Darussalam atas sambutan yang ramah dan kerjasamanya dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terimakasih juga kami tunjukan kepada Bpk. Syamsudin S.E, selaku kepala sekolah SMP Terpadu Darussalam, serta kepada semua bapak/ibu guru pendamping dan seluruh siswa siswi yang ikut berpartisipasi, yang telah menunjukkan keaktifan, antusiasme, dan semangat belajar selama kegiatan ini.

Kami berikan penghargaan dan apresiasi yang mendalam kepada Universitas Pamulang atas dukungan yang diberikan ,baik secara moral maupun teknis, sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik dan mencapai tujuannya, selain itu, kami ingin mengucapkan terimakasih kepada ibu dosen Nurhayati S.E,M.AK yang bertindak sebagai dosen pembimbing, serta seluruh tim pelaksana PKM yang telah berkolaborasi dengan baik sejak tahap perencanaan hingga pelaporan kegiatan akhir. Kami juga tidak lupa mungucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu , yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk keberhasilan program ini.

Harapan kami adalah agar kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan,

meningkatkan kesadaran sosial dari usia dini, serta menginspirasi pelaksanaan program-program serupa dimasa mendatang.



Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta Pkm



Gambar 2. Pemaparan Materi Oleh Narasumber 1



Gambar 3. Pemaparan Materi Oleh Narasumber 2



Gambar 4. Pemaparan Materi Oleh Narasumber

REFERENSI

- Almubaroq, M. N. K., & Mufreni, S. L. (2021, November). Penerapan strategi digital marketing untuk peningkatan promosi di instagram pada umkm (studi kasus cv. satoeasa untuk indonesia). In Prosiding Seminar Nasional Informatika Bela Negara (Vol. 2, pp. 214-218).
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155-166.
- Fadhilah, S. (2024). Implementasi Digital Marketing Melalui Social Media Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pelaku Usaha Pemula. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2105-2124.
- Febriyanti, Y., Suryasuciramadhan, A., Zulfikar, M., Nurhasanah, S., & Amalia, D. U. (2024). Penggunaan Media Sosial Tiktok Produk The Originote Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 341-350.
- Purbasari, R., & Sukmadewi, R. (2024). *Digital Entrepreneurship: Rahasia Digitalpreneurs Sukses di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Saifuddin, M. (2024). of Work: Strategi Efektif Pemasaran Produk Lokal di Era Digital.
- Taufiq, M., Lubis, M., & Refiadi, G. (2023). Optimalisasi Bisnis Digital Dengan Pendampingan Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran UMKM Ranting Muhammadiyah Tasikmalaya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1737-1744.
- Tegar, W., & Riduwan, M. T. (2024). *MERINTIS USAHA DI ERA DIGITALISASI OLEH GEN Z FOMO DENGAN STRATEGI PEMASARAN BERSAING TANPA BANTUAN INFLUENCER*: Universitas Gresik. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(2).