

PENINGKATAN KUALITAS SDM SISWA/I SMA MELALUI PENGETAHUAN KETERAMPILAN PEMASARAN DIGITAL

^{*1}Cynara Malya Rosa, ²Aulia Safitri, ³Putri Amalia, ⁴Alvina Damayanti ⁵Ade Ridwan ⁶Otosokhi Waruwu

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

*E-mail: cinaramalyarosa@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam dunia kerja dan ekonomi, sehingga menuntut generasi muda untuk memiliki keterampilan yang relevan dan adaptif. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) siswa/i di SMAN 5 Kota Serang melalui pengetahuan keterampilan pemasaran digital. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh minimnya pemahaman siswa terhadap strategi pemasaran berbasis digital, padahal peluang wirausaha dan karier di bidang ini semakin terbuka luas. Metode yang digunakan meliputi pemberian materi interaktif menggunakan media sosial dan platform e-commerce. Program ini diikuti oleh 35 siswa kelas X yang memiliki ketertarikan pada dunia bisnis dan teknologi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam menyusun strategi pemasaran digital secara sederhana. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam membentuk SDM muda yang kreatif, produktif, dan siap bersaing di era ekonomi digital.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, SDM, Siswa SMA, Keterampilan

ABSTRACT

The development of digital technology has driven significant changes in the world of work and the economy, thus requiring the younger generation to have relevant and adaptive skills. This Community Service activity aims to improve the quality of human resources (HR) of students at SMAN 5 Serang City through knowledge of digital marketing skills. This activity is motivated by the lack of student understanding of digital-based marketing strategies, even though entrepreneurial and career opportunities in this field are increasingly wide open. The method used includes providing interactive material using social media and e-commerce platforms. This program was attended by 35 grade X students who have an interest in the world of business and technology. The results showed an increase in students' understanding and skills in developing simple digital marketing strategies. This activity is expected to be the first step in forming young human resources who are creative, productive, and ready to compete in the digital economy era.

Keywords : Digital Marketing, Human Resources, High School Students, Skills,

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era Revolusi Industri 4.0 dan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas menjadi salah satu faktor kunci dalam mendorong kemajuan bangsa. Pendidikan

menengah, khususnya di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), memegang peranan penting dalam membekali generasi muda dengan pengetahuan, keterampilan, dan karakter yang dibutuhkan untuk bersaing di dunia global. Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor kunci dalam pembangunan bangsa yang berkelanjutan. Di era digital seperti saat ini, keterampilan pemasaran digital menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh generasi muda, termasuk siswa SMA. Salah satu keterampilan yang semakin relevan dan dibutuhkan saat ini adalah keterampilan dalam bidang pemasaran digital (*digital marketing*).

Pemasaran digital telah menjadi komponen vital dalam dunia bisnis dan ekonomi kreatif di era modern. Kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, serta strategi promosi online kini menjadi bekal penting bagi generasi muda, termasuk siswa SMA. Namun demikian, tidak semua siswa memiliki akses atau kesempatan untuk memperoleh pengetahuan dan pelatihan di bidang ini. Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, cara konsumen mencari informasi, berinteraksi dengan merek, dan melakukan pembelian telah berubah secara signifikan. Menurut laporan Digital 2024 (We Are Social & Hootsuite), lebih dari 62% populasi dunia kini aktif di internet, dan mayoritas kegiatan pemasaran beralih ke kanal digital seperti media sosial, SEO, email marketing, dan content marketing (Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. 2021). Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara institusi pendidikan tinggi dan sekolah untuk memberikan penguatan keterampilan tersebut sejak dini. Pemasaran digital atau digital marketing adalah proses mempromosikan produk atau jasa melalui media digital seperti media sosial, website, mesin pencari, dan platform digital lainnya (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pemasaran digital tidak hanya relevan bagi dunia usaha, tetapi juga merupakan salah satu jalur strategis dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan kreativitas di kalangan pelajar (Kotler & Keller, 2016). Pembelajaran keterampilan digital marketing dapat melatih siswa dalam membuat konten kreatif, menganalisis pasar, dan memahami perilaku konsumen secara daring.

Di tingkat sekolah menengah, integrasi keterampilan pemasaran digital dalam kegiatan pembelajaran atau ekstrakurikuler telah terbukti mampu

meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan kesiapan kerja siswa (Fitriani, 2020). Program pelatihan digital marketing yang dikombinasikan dengan pendekatan berbasis proyek (*project-based learning*) juga mampu meningkatkan minat dan partisipasi aktif siswa dalam kegiatan pembelajaran (Suryani et al., 2021).

SMA Negeri 5 Kota Serang merupakan salah satu sekolah menengah atas negeri yang memiliki potensi besar dalam pengembangan kualitas SDM siswa. Dengan latar belakang siswa yang beragam, sekolah ini menjadi tempat yang strategis untuk menanamkan wawasan dan keterampilan baru yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan zaman. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi bersama pihak sekolah, diketahui bahwa banyak siswa yang menunjukkan ketertarikan pada dunia usaha, ekonomi kreatif, dan teknologi, namun belum memiliki cukup pemahaman mengenai bagaimana memanfaatkan media digital untuk tujuan produktif, termasuk dalam hal pemasaran.

Kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan dasar kepada siswa-siswi SMA Negeri 5 Kota Serang mengenai konsep, strategi, dan praktik dasar dalam pemasaran digital. Melalui program ini, diharapkan siswa-siswi dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam bidang pemasaran digital, sehingga dapat menjadi bekal untuk melanjutkan pendidikan, memulai usaha kecil, atau mengembangkan kreativitas digital secara mandiri. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha, meningkatkan literasi digital, dan memperkuat kepercayaan diri siswa dalam menghadapi dunia kerja dan tantangan masa depan.

METODE PELAKSANAAN

Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang yang akan mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengajukan surat permohonan kepada pihak Kampus Universitas Pamulang. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak kampus, Mahasiswa Program Studi Manajemen UNPAM menghadap pihak mitra yaitu SMA 5 Kota Serang untuk mengajukan surat permohonan dan proposal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Kegiatan ini merupakan upaya untuk mengembangkan potensi Siswa/i SMA Negeri 5 Kota

Serang. Kegiatan yang dilakukan pada hari Selasa, 22 April 2025 dilakukan melalui Sosialisasi dengan cara memaparkan materi tentang pentingnya kualitas SDM melalui pengetahuan keterampilan pemasaran digital di SMA Negeri 5 Kota Serang.

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan penyuluhan secara langsung, demonstrasi dan pendampingan dalam pelaksanaan dengan memberikan pengetahuan dan wawasan kepada siswa mengenai pentingnya sebuah Peningkatan Kualitas SDM siswa/i Melalui Pengetahuan Keterampilan Pemasaran Digital dalam era saat ini. Beberapa tahapannya yaitu:

a. Tahap Sebelum Kegiatan

Adapun Tahapan-tahapan awal yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Survei awal, tahapan ini dilakukan survei ke lokasi Sekolah yang berlokasi di Kp. Jl. Ayip Usman No. 26, Kaligandu, Kec. Serang, Kota Serang, Prov. Banten. Kode pos 42151.
- 2) Setelah survei, ditetapkan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta.
- 3) Penyusunan bahan dan juga materi pelatihan yang meliputi slide dan hard copy untuk peserta kegiatan.

b. Tahap pelaksanaan kegiatan

Tahapan ini akan diberi pemahaman kepada peserta kegiatan tentang pentingnya Peningkatan Kualitas SDM Dan pengetahuan Dalam pemasaran digital. Mengenai bagian yang dilakukan pada saat pelaksanaan kegiatan yaitu sebagai berikut :

- 1) Pembukaan, bagian ini untuk sambutan-sambutan perwakilan dosen, dan wakil kepala humas.
- 2) Pemaparan Materi, bagian ini untuk memberikan pemahaman pada peserta kegiatan PKM dengan judul Peningkatan Kualitas SDM Siswa/I SMA Negeri 5 Kota Serang Melalui Pengetahuan Pemasaran Digital untuk menjadi wirausahawan bagi generasi muda, serta memberikan gambaran tentang strategi pemasaran digital di era saat ini.

- 3) Diskusi, bagian ini memberikan waktu untuk peserta didik agar bertanya atau mendiskusikan materi yang telah dijelaskan oleh pematari. Yang terakhir adalah pembagian hadiah dan kenang-kenangan.

c. Tahap pasca kegiatan

Adapun tahap-tahap yang dilakukan setelah kegiatan adalah sebagai berikut :

- 1) Penyusunan laporan akhir, jurnal, dan artikel berita yang dibuat berdasarkan hasil dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat selama acara berlangsung.
- 2) Penyerahan Hard Cover laporan akhir, publish jurnal, publish artikel, dan yang terakhir penyerahan sertifikat. publikasi baik kedalam jurnal, maupun kedalam media seperti berita.

Berikut rundown acara kegiatan:

NO	JAM	ACARA	KETERANGAN
1	07.00	Titik Kumpul Panitia & Dosen	ALL
2	07.00 - 07.30	Kedatangan Panitia PKM	ALL
3	08.00 - 08.30	Check in Peserta	Panitia dan Peserta
4	08.00 - 08.45	Persiapan Pembukaan	ALL
5	08.30 - 09.30	Pembuka Acara: 1. Menyanyikan Lagu Indonesia Raya 2. Pembacaan doa 3. Sambutan Kepala Sekolah SMA NEGERI 5 KOTA SERANG 4. Sambutan Kaprodi Manajemen dan	MC Dirigen (Dewi) Panitia (Putri) Kepala Sekolah (Samsul Muarif ,S.Pd.,M.Pd) Dosen (Ade Ridwan.,S.E.,M.M.)

		UNPAM PSDKU Kota Serang 5. Penyerahan Cindera Mata 6. Foto Bersama 7. Penutup	MC,Dosen,Kepala Sekolah ALL ALL
6	09.30 - 10.00	Pengenalan Kampus UNPAM	Aulia Safitri
7	10.00 - 11.00	Penyampaian Materi	Cynara Malya Rosa
8	11.00 - 11.20	Sesi Tanya Jawab Dan Games	MC Dan Peserta
9	11.20 - 12.00	Sesi Foto Penyerahan Hadiah	MC,Pemateri Dan Peserta
10	12.00 - 12.10	Sayonara	ALL
13	12.10 – Selesai	Penutup & Foto Bersama	ALL

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), terutama dalam aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap adaptif terhadap teknologi.

A. Hasil Kegiatan:

1) Peningkatan Pengetahuan Dasar

Peserta mengalami peningkatan rata-rata dalam pemahaman konsep pemasaran digital, yang meliputi penggunaan media sosial, SEO, branding, dan marketplace.

2) Sikap dan Kemandirian

Peserta menunjukkan semangat belajar mandiri dan keterbukaan terhadap teknologi, serta mulai mengelola bisnis mereka secara *digital*.

3) Peserta Termotivasi Lebih Giat Belajar Untuk Meraih Masa Depan

Peserta memiliki keinginan besar untuk menambah pengetahuan dengan melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi.

B. Pembahasan

Pemasaran digital tidak hanya menuntut kemampuan teknis, tetapi juga mendorong individu untuk berpikir secara kreatif dan inovatif dalam merespons tantangan pasar yang dinamis. Dalam era ekonomi digital, daya saing suatu usaha sangat bergantung pada kemampuan SDM untuk menciptakan nilai unik melalui ide-ide segar yang dikemas dalam strategi pemasaran yang menarik. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa dengan pembekalan yang tepat, peserta mampu keluar dari pola pikir konvensional dan menghasilkan pendekatan pemasaran yang lebih atraktif. Kreativitas terbukti menjadi faktor kunci dalam menciptakan diferensiasi produk, membangun brand awareness, dan membentuk loyalitas konsumen.

Selain itu, inovasi dalam penggunaan alat dan platform digital mempercepat proses produksi konten sekaligus membuka peluang baru dalam strategi pemasaran. Peserta tidak hanya mempelajari cara membuat konten, tetapi juga memahami bagaimana menyampaikan pesan yang kuat dan berkesan.

Dengan demikian, pemasaran digital menjadi sarana yang efektif untuk menumbuhkan budaya berpikir kreatif dan inovatif, terutama di kalangan SDM muda dan pelaku usaha kecil. Ke depan, diperlukan

dukungan pelatihan lanjutan dan komunitas kreatif digital agar inovasi ini terus berkelanjutan.



Gambar 2 Penyerahan Cendramata Kepada Kepala Sekolah



Gambar 3 Dokumentasi Mahasiswa dan Dosen pembimbing

KESIMPULAN

Pada tanggal 22 April 2025, pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilaksanakan di SMA NEGERI 5 Kota Serang. Secara keseluruhan kesimpulan

yang dapat diambil dari kegiatan ini yaitu kami semua berhasil telah melakukan kegiatan ini dengan memberikan motivasi kepada para siswa/i untuk memulai usaha secara digital dan menambah pengetahuan mereka dalam bidang pemasaran dan sumber daya manusia.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) ini perannya sangat penting dalam memajukan perekonomian negara dalam skala besar dan membantu warga setempat dalam skala kecil. Untuk mendukung keberhasilan kegiatan PKM ini, Program Studi Manajemen Universitas Pamulang disarankan untuk merancang program yang terstruktur dan berbasis kebutuhan nyata siswa melalui survei awal, agar materi pelatihan dapat disesuaikan dengan minat dan tingkat pemahaman peserta. Materi yang diberikan sebaiknya praktis dan relevan, seperti pengenalan pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk bisnis, pembuatan konten digital menggunakan Canva, strategi branding online, serta simulasi penggunaan *platform e-commerce*. Metode pelatihan harus interaktif dan berbasis proyek, dengan melibatkan mahasiswa sebagai fasilitator pendamping yang dapat membimbing siswa secara langsung dalam praktik digital marketing. Program ini juga perlu memberikan sertifikat partisipasi bagi siswa dan dosen sebagai bentuk pengakuan kontribusi dan portofolio akademik.

SARAN

Sementara itu, pihak sekolah diharapkan memberikan dukungan penuh, baik dalam bentuk fasilitas maupun penugasan guru pendamping, serta mengintegrasikan pelatihan ini ke dalam program ekstrakurikuler atau kurikulum kewirausahaan. Sekolah juga dapat memotivasi siswa untuk menerapkan keterampilan digital secara langsung melalui proyek bisnis sederhana atau promosi produk sekolah. Selain memperkuat kolaborasi dengan perguruan tinggi, kegiatan ini berperan penting dalam meningkatkan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja dan mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan digital sejak dini.

Diharapkan setelah mengikuti kegiatan ini, para siswa dapat mengembangkan wawasan yang telah diperoleh dan mulai mencoba memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk belajar berwirausaha. Sekolah

juga diharapkan dapat terus mendukung kegiatan-kegiatan serupa yang memberikan dampak positif terhadap pengembangan potensi dan keterampilan siswa. Selain itu, diperlukan pelatihan lanjutan yang bersifat praktis agar siswa tidak hanya memahami secara teori, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam bentuk usaha digital sederhana.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran dan terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Peningkatan Kualitas SDM Siswa/i melalui Pengetahuan Keterampilan Pemasaran Digital". Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada pimpinan Universitas Pamulang dan Program Studi Manajemen Universitas Pamulang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada tim dosen dan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan ini. Kami juga menyampaikan apresiasi yang tinggi kepada kepala sekolah, guru pendamping, serta seluruh jajaran manajemen SMA Negeri 5 Kota Serang atas kerja sama yang luar biasa dan keterbukaan dalam mendukung program ini.

Terima kasih yang mendalam juga kami tujukan kepada para siswa/i peserta pelatihan, yang telah menunjukkan antusiasme, semangat belajar, dan keterlibatan aktif selama kegiatan berlangsung. Tak lupa, kami ucapkan terima kasih kepada rekan-rekan dosen, mahasiswa pendamping, dan seluruh panitia pelaksana yang telah bekerja keras dan penuh dedikasi dalam merancang serta menjalankan kegiatan ini hingga tuntas.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Fitriani, N. (2020). Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Peningkatan Soft Skill dan Hard Skill Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Vokasi*, 5(1), 45–53.

- Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan strategi digital marketing untuk meningkatkan kemampuan softskill dan hardskill bidang keahlian pemasaran pada siswa jurusan pemasaran SMK Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 13(2), 34. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.13854>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Maisaroh. (2023). Implementasi Project-Based Learning dalam meningkatkan keterampilan digital siswa. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 218–222. <https://proceeding.unisayogya.ac.id/index.php/prosemnaslppm/article/download/52/67/253>
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan digital marketing dalam meningkatkan kompetensi siswa untuk berwirausaha pada SMK Muhammadiyah Parung - Bogor. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i1.6275>
- Nursaadah, S., Mashudi, F. A., Silalahi, E. O., & Kuntari, W. (2025). Membangun bisnis digital melalui Project-Based Learning: Studi pengembangan website pemesanan online siMenu. *Switch: Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 3(1), 75–83. <https://doi.org/10.62951/switch.v3i1.327>
- Suryani, T., Ramdani, Z., & Lestari, H. (2021). Penerapan Project-Based Learning dalam Pengembangan Keterampilan Pemasaran Digital di Kalangan Siswa SMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 100–109.
- Syahputra, R. (2023). Penerapan metode pembelajaran berbasis proyek dalam meningkatkan kreativitas siswa di SMK Negeri 15 Pandeglang. *Jurnal Aplikasi Literasi*, 5(2), 45–52. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL/article/view/46990>
- Tiago, M. T. P. M., & Veríssimo, J. M. C. (2020). *Digital marketing and social media: Why bother?* *Journal of Business Research*.