

SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK MELALUI MARKETING DIGITAL DI SMK NEGERI 6 KOTA SERANG

Tiara Asti Meida^{1*}, Aden Wijaya²

^{1,2} Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

**E-mail: dosen03431@pamulang.ac.id*

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu wujud nyata peran perguruan tinggi dalam memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sekitar. Salah satu aspek penting dalam pengembangan sumber daya manusia adalah aspek teknologi, karena dengan teknologi berperan besar dalam menentukan kesiapan generasi muda menghadapi tantangan masa depan. Rendahnya pemahaman teknologi digital belajar siswa sering menimbulkan masalah seperti kurangnya akses informasi, kurangnya semangat kreativitas untuk berkembang, serta minimnya kesiapan untuk bersaing di dunia kerja.

Program ini mengukung kegiatan “Sosialisasi Pemasaran Produk Melalui Marketing Digital di SMK Negeri 6 Kota Serang”, yang berlokasi di Jl. Desa Masjid Priyai No.69 Masjid Priyai, Kec.Kasemen Kota Serang, Banten 42191. Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan pemahaman, dorongan, serta strategi praktis kepada siswa SMK Negeri 6 Kota Serang agar mampu meningkatkan keingintahuan akan pemasaran suatu produk sebagai motivasi belajar, membangun pola pikir positif, serta mengembangkan sikap disiplin yang mendukung keberhasilan akademik maupun nonakademik.

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar pada pola interaksi sosial, pendidikan, hingga dunia bisnis. Media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, kini bukan hanya sarana hiburan, melainkan juga ruang strategis untuk pemasaran digital. Bagi generasi muda termasuk siswa SMK, pemahaman keterampilan pemasaran digital menjadi penting agar mampu memanfaatkan peluang ekonomi digital sekaligus menyiapkan diri menjadi wirausaha kreatif.

Metode pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dengan pendekatan partisipatif, berupa penyampaian materi, diskusi interaktif, dan simulasi sederhana tentang cara menjaga serta meningkatkan motivasi belajar. Materi mencakup konsep dasar motivasi, faktor-faktor yang memengaruhi motivasi, serta langkah-langkah praktis seperti manajemen waktu, penetapan tujuan, dan penguatan growth mindset. Dengan metode ini, siswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan, tetapi juga pengalaman langsung dalam memahami pentingnya pemasaran produk melalui marketing digital pada masa depan mereka.

Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan manfaat jangka panjang berupa peningkatan semangat belajar siswa, terbentuknya kesadaran akan pentingnya motivasi sebagai kunci kesuksesan, serta terciptanya generasi muda yang unggul, berdaya saing, dan siap menghadapi tantangan di era global ataupun dunia kerja.

Kata Kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat, Sosialisasi, Marketing Digital, SMK Negeri 6 Kota Serang

ABSTRACT

Community service is a concrete manifestation of the role of higher education institutions in making a positive contribution to their surrounding environment. One crucial aspect of human resource development is technology, as it plays a significant role in determining the readiness of the younger generation to face future challenges. Students' lack of understanding of digital technology often leads to problems such as limited access to information, a lack of creative enthusiasm, and a lack of readiness to compete in the workforce.

This program features the "Product Marketing Socialization Through Digital Marketing at SMK Negeri 6 Serang City," located at Jl. Desa Mesjid Priyai No. 69, Mesjid Priyai, Kasemen District, Serang City, Banten 42191. The main objective of this activity is to provide understanding, encouragement, and practical strategies to SMK Negeri 6 Serang City students so they can cultivate curiosity about product marketing as a learning motivation, foster a positive mindset, and develop discipline that supports academic and non-academic success.

The development of digital technology has brought significant changes to social interaction patterns, education, and even the business world. Social media, particularly TikTok and Instagram, are now not just entertainment but also strategic platforms for digital marketing. For the younger generation, including vocational high school students, understanding digital marketing skills is crucial to capitalizing on digital economic opportunities and preparing themselves to become creative entrepreneurs.

The implementation method is carried out through socialization activities with a participatory approach, consisting of material delivery, interactive discussions, and simple simulations on how to maintain and increase learning motivation. The material covers basic concepts of motivation, factors that influence motivation, and practical steps such as time management, goal setting, and strengthening a growth mindset. With this method, students not only gain knowledge but also gain hands-on experience in understanding the importance of product marketing through digital marketing for their future.

This activity is expected to provide long-term benefits by increasing students' enthusiasm for learning, fostering awareness of the importance of motivation as a key to success, and creating a superior, competitive young generation ready to face challenges in the global era and the workplace.

Keywords: *Community Service, Socialization, Digital Marketing, SMK Negeri 6 Serang City*

PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu wujud nyata dari tridarma perguruan tinggi yang berfokus pada penerapan ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman untuk memberikan manfaat langsung kepada masyarakat luas. PKM tidak hanya menjadi kewajiban moral dan akademik bagi dosen maupun mahasiswa, tetapi juga sarana penting untuk membangun kedekatan dengan masyarakat, memahami kebutuhan riil di lapangan, serta memberikan solusi yang aplikatif terhadap permasalahan yang ada. Dengan demikian, kegiatan PKM memiliki posisi strategis sebagai jembatan antara teori akademis dengan praktik sosial yang nyata. Pendidikan merupakan pilar utama dalam membangun sumber daya manusia yang berkualitas. Melalui pendidikan, generasi muda dipersiapkan agar mampu menghadapi tantangan kehidupan yang semakin kompleks, baik dalam dunia akademik maupun dunia kerja. Namun, keberhasilan pendidikan tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fasilitas, kurikulum, atau kualitas tenaga pendidik. Faktor yang tidak kalah penting adalah motivasi belajar siswa itu sendiri. Motivasi menjadi penggerak yang mendorong individu untuk berusaha, berprestasi, dan tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan.

Dalam lingkup pendidikan, sekolah merupakan salah satu sasaran penting dari kegiatan PKM. Hal ini didasarkan pada peran sentral sekolah sebagai lembaga pembentuk generasi muda yang unggul, berdaya saing, dan berkarakter. Salah satu

jenis sekolah yang memiliki misi besar dalam menyiapkan lulusan terampil dan siap menghadapi dunia kerja adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Keberadaan SMK di tengah masyarakat bukan hanya sebagai tempat belajar, tetapi juga sebagai pusat pengembangan potensi generasi muda agar mampu menjawab kebutuhan dunia industri, wirausaha, dan pendidikan lanjutan.

Salah satu SMK yang berkembang dan memiliki kontribusi besar dalam mendidik generasi muda adalah SMK Negeri 6 Kota Serang, yang berlokasi di Jl. Desa Mesjid Priyai No.69 Mesjid Priyai, Kec.Kasemen Kota Serang, Banten 42191. Berdirinya SMK Negeri 6 Kota Serang tidak terlepas dari semangat masyarakat dan tokoh pendidikan setempat yang ingin menghadirkan lembaga pendidikan kejuruan berbasis pada keterampilan akan kreatifitas siswa dalam profesional, sekaligus akhlak mulia.

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar pada pola interaksi sosial, pendidikan, hingga dunia bisnis. Media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, kini bukan hanya sarana hiburan, melainkan juga ruang strategis untuk pemasaran digital. Bagi generasi muda termasuk siswa SMK, pemahaman keterampilan pemasaran digital menjadi penting agar mampu memanfaatkan peluang ekonomi digital sekaligus menyiapkan diri menjadi wirausaha kreatif.

Permasalahan utama yang ditemukan dari berbagai studi dan praktik lapangan, yaitu kurangnya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha, khususnya pemula, dalam mengelola konten digital yang menarik, konsisten, dan sesuai tren. Keterbatasan pemahaman teknis tentang fitur-fitur media sosial (TikTok Shop, Instagram Reels, Live, Ads, dsb.) yang sebenarnya dapat mendukung pemasaran. Rendahnya tingkat interaksi (engagement) akibat konten yang tidak sesuai minat audiens atau perubahan algoritma. Persaingan ketat dengan merek besar serta keterbatasan sumber daya UMKM maupun individu dalam mengakses strategi pemasaran digital.

Solusi yang diusulkan melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di SMK 6 Kota Serang adalah pelatihan dan pendampingan pemasaran digital berbasis media sosial. Siswa akan diperkenalkan sekaligus dilatih untuk mengenal konsep dasar digital marketing, termasuk strategi push & pull marketing, storytelling singkat, penggunaan tagar, serta kolaborasi dengan influencer. Mengoptimalkan fitur TikTok dan Instagram seperti TikTok Shop, Live Streaming, efek visual, Reels, hingga Instagram Shopping. Membuat konten kreatif berupa video pendek edukatif, promosi produk, hingga simulasi wirausaha digital berbasis tren. Melakukan evaluasi performa konten melalui pengukuran views, likes, komentar, engagement rate, serta analisis SWOT sederhana. Praktik langsung kolaborasi dalam tim untuk memasarkan produk sekolah atau UMKM mitra sebagai simulasi nyata wirausaha berbasis digital. Selain itu, kegiatan PKM ini juga bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran kolektif di kalangan siswa bahwa keberhasilan belajar bukan hanya ditentukan oleh faktor guru atau sekolah, melainkan juga oleh kemauan dan usaha diri sendiri. Dengan adanya motivasi yang kuat, siswa akan

terdorong untuk lebih disiplin, rajin, serta memiliki rasa percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan akademik maupun non-akademik. Selain memberikan manfaat langsung kepada siswa, kegiatan ini juga memiliki nilai tambah bagi sekolah. Sosialisasi yang dilakukan dapat mendukung upaya sekolah dalam memperkuat kultur belajar yang positif, membangun disiplin, dan menanamkan nilai-nilai penting bagi masa depan siswa. Bagi mahasiswa pelaksana, kegiatan ini menjadi kesempatan untuk melatih keterampilan komunikasi, kepemimpinan, dan kerja sama, sekaligus memperkaya pengalaman dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Kegiatan PKM di SMK Negeri 6 Kota Serang ini juga diharapkan dapat memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dengan lembaga pendidikan menengah. Melalui kerja sama ini, perguruan tinggi berperan aktif dalam memberikan kontribusi nyata, sedangkan sekolah mendapatkan tambahan wawasan dan strategi baru dalam mendukung pembelajaran. Hubungan timbal balik ini akan menjadi modal penting dalam mencetak generasi muda yang unggul, baik dari segi keterampilan maupun karakter.

Dengan demikian, pendahuluan ini menekankan bahwa pentingnya motivasi mengenai pemasaran produk kepada siswa di SMK Negeri 6 Kota Serang merupakan permasalahan yang nyata dan membutuhkan intervensi. Melalui kegiatan PKM sosialisasi pemasaran produk melalui marketing digital diharapkan siswa dapat lebih menyadari potensi diri mereka, memahami pentingnya Pendidikan di era digital, serta memiliki daya juang untuk mencapai masa depan yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan visi SMK Negeri 6 Kota Serang untuk mencetak lulusan yang berkompetensi, berkarakter, dan berdaya saing dalam menghadapi era global dan juga siap menghadapi dunia kerja.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang agar tepat sasaran, sistematis, dan mudah diimplementasikan di lingkungan SMK Negeri 6 Kota Serang. Sesuai dengan fokus kegiatan berupa sosialisasi pemasaran produk melalui marketing digital. Ruang pendekatan yang digunakan lebih menekankan pada aspek partisipatif, edukatif, dan interaktif sehingga siswa tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam proses kegiatan.

3.1. Analisis Kebutuhan dan Identifikasi Masalah

Setiap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) perlu diawali dengan analisis kebutuhan agar program yang dilaksanakan sesuai dengan kondisi nyata lapangan. Analisis kebutuhan ini dilakukan melalui koordinasi dengan pihak sekolah, observasi awal terhadap siswa, serta diskusi dengan guru. Berdasarkan hasil identifikasi awal, terdapat beberapa kebutuhan penting di SMK Negeri 6 Kota

Serang, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan pemasaran melalui digital marketing:

1. Peningkatan literasi digital siswa SMK dalam bidang pemasaran online.
2. Produk konten kreatif siswa berupa video TikTok/Instagram yang relevan dengan dunia usaha.
3. Model pelatihan pemasaran digital sederhana yang dapat direplikasi di sekolah atau mitra UMKM.
4. Artikel publikasi pengabdian dan dokumentasi video kegiatan.
5. Terbentuknya jejaring wirausaha muda yang siap bersaing di era ekonomi digital.

Melalui kegiatan ini, siswa SMK 6 Kota Serang tidak hanya menjadi konsumen media sosial, tetapi juga mampu bertransformasi menjadi konten kreator, pemasar digital, sekaligus calon wirausaha kreatif. Harapannya, bekal keterampilan ini mendukung visi sekolah dalam mencetak lulusan yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era digital.

3.2. Sosialisasi Pemasaran Produk melalui Digital Marketing

Setelah melakukan analisis, dilakukan sosialisasi pemasaran produk melalui digital marketing agar para siswa SMK Negeri 6 Kota Serang memiliki semangat dan pengetahuan yang lebih baik tentang pemasaran agar menjadi generasi yang unggul. Materi sosialisasi meliputi:

1. Pembukaan dan pengenalan kegiatan
Kegiatan diawali dengan sambutan dari pihak sekolah dan tim PKM. Pada tahap ini, siswa diberi pemahaman singkat mengenai tujuan kegiatan serta manfaat yang akan mereka peroleh.
2. Penyampaian materi pemasaran produk melalui digital marketing
Materi disampaikan menggunakan metode ceramah interaktif. Narasumber memberikan penjelasan tentang arti penting digital marketing, hubungan antara pemasaran dengan digital, serta contoh nyata dari tokoh inspiratif. Penyampaian dilakukan dengan bahasa yang sederhana, komunikatif, serta diselingi cerita dan humor agar siswa tetap antusias.
3. Diskusi dan tanya jawab
Setelah materi disampaikan, siswa diberi kesempatan untuk bertanya, berbagi pengalaman, maupun menyampaikan kendala yang mereka hadapi dalam memahami pemasaran di era digital. Metode ini bertujuan menggali pemahaman siswa sekaligus memperkuat keterlibatan mereka dalam kegiatan.
4. Simulasi dan permainan edukatif
Untuk menambah daya tarik, kegiatan dilengkapi dengan simulasi atau permainan sederhana yang mengandung pesan motivasi. Misalnya, permainan yang menekankan pentingnya kerjasama, ketekunan, strategi dan berpikir positif dalam memasarkan produk simulasi. Dengan cara ini, siswa dapat

merasakan langsung kreatifitas yang mereka buat dan harapannya menjadi cara untuk siswa memahami pemasaran produk digital.

Setiap siswa diberikan modul ringkas berisi tips dan strategi meningkatkan produk digital. Modul ini diharapkan menjadi panduan yang dapat dipelajari kembali setelah kegiatan selesai.

3.3. Implementasi dan Pendampingan

Implementasi dan pendampingan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan kegiatan PKM dan tingkat ketercapaian tujuan yaitu antara lain:

1. Evaluasi Proses

Mengamati keaktifan siswa selama kegiatan berlangsung, keterlibatan mereka dalam diskusi, serta respon terhadap materi yang disampaikan.

2. Evaluasi Hasil Jangka Pendek

Di akhir kegiatan, siswa diminta menuliskan kesan, pesan, dan rencana tindak lanjut pribadi terkait motivasi belajar. Hasil ini digunakan untuk menilai pemahaman awal siswa terhadap materi.

3. Evaluasi Hasil Jangka Panjang (Tidak Lanjut)

Dengan dukungan guru, tim PKM akan memonitor perkembangan siswa beberapa minggu setelah kegiatan. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana materi sosialisasi memberi dampak positif terhadap motivasi belajar siswa.

Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa para siswa atau siswi SMK Negeri 6 Kota Serang mampu memiliki kreatifitas dalam proses pemasaran produk melalui digital marketing yang baik sehingga kedepannya menjadi generasi yang unggul, berprestasi dan mampu bersaing di dunia kerja.

3.4. Evaluasi dan Monitoring Hasil

Evaluasi dilakukan dengan menggunakan berbagai metode agar hasil yang diperoleh lebih objektif, yaitu:

1. Observasi Langsung

Tim PKM dan guru mengamati partisipasi siswa selama kegiatan, seperti tingkat perhatian, keterlibatan dalam diskusi, dan antusiasme dalam simulasi atau pemasaran produk sederhana.

2. Kuesioner/Angket

Sebelum dan sesudah kegiatan, siswa diminta mengisi angket sederhana terkait pemasaran. Hasil perbandingan angket pra-kegiatan dan pasca-kegiatan digunakan untuk menilai peningkatan pemahaman dan kesadaran siswa.

3. Refleksi Lisan

Pada akhir kegiatan, beberapa siswa diminta menyampaikan kesan, pesan, serta rencana pribadi untuk menerapkan strategi pemasaran produk yang telah dipelajari.

4. Diskusi dengan Guru

Guru dilibatkan dalam memberikan masukan mengenai perubahan yang terlihat pada siswa setelah mengikuti kegiatan. Guru juga berperan sebagai pihak yang memantau perkembangan siswa dalam jangka menengah.

3.5. Penyusunan Rekomendasi Strategis

Sebagai langkah akhir, disusun laporan dan rekomendasi penguatan motivasi belajar yang dapat digunakan oleh SMK Negeri 6 Kota Serang untuk pengembangan jangka panjang. Rekomendasi ini mencakup:

1. Integrasi pemasaran dalam kurikulum dan metode pembelajaran.
2. Pengembangan siswa melalui motivasi, penghargaan, dan kegiatan pendukung.
3. Peran aktif guru dan sekolah dalam monitoring serta pelatihan berkelanjutan.
4. Dukungan eksternal melalui orang tua, mitra kampus, dan dunia industri.

3.6. Kerangka Pemecahan Masalah

Dari uraian analisis situasi, maka dapat diperoleh identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra adalah :

- a. Kurangnya kesadaran akan pentingnya pendidikan bagi para siswa – siswi di SMK Negeri 6 Kota Serang
- b. Kurangnya rasa percaya diri bagi para para siswa – siswi di SMK Negeri 6 Kota Serang
- c. Kurangnya disiplin dan lemah dalam manajemen waktu bagi para siswa – siswi di SMK Negeri 6 Kota Serang
- d. Kurangnya motivasi belajar dari diri sendiri bagi para siswa – siswi di SMK Negeri 6 Kota Serang

3.7. Realisasi Pemecahan Masalah

Pertama, siswa akan mengikuti pelatihan literasi digital marketing dasar. Pelatihan ini mencakup pengenalan konsep branding, strategi storytelling singkat, penulisan caption yang menarik, serta teknik membangun interaksi dua arah dengan audiens. Selain itu, siswa diperkenalkan pada strategi push & pull marketing, penggunaan hashtag relevan, dan kolaborasi dengan influencer sebagai metode promosi. Kegiatan ini bertujuan agar siswa dapat memahami media sosial sebagai alat produktif dan peluang bisnis, bukan sekadar hiburan. Pelatihan akan dilaksanakan secara bertahap dengan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan simulasi mini.

Kedua, workshop pemanfaatan fitur TikTok dan Instagram akan dilaksanakan secara aplikatif. Siswa dilatih menggunakan TikTok Shop, Reels, Live Streaming, Ads, serta Instagram Shopping. Kegiatan ini tidak hanya mencakup cara mengunggah konten, tetapi juga cara mengatur strategi penjualan, promosi berbayar skala kecil, dan teknik interaksi dengan audiens secara real-time. Contoh praktiknya adalah siswa membuat siaran langsung untuk memperkenalkan produk sekolah atau UMKM mitra, melakukan uji coba promosi berbayar, serta memonitor

interaksi audiens. Melalui workshop ini, siswa memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola akun bisnis digital.

Ketiga, fokus kegiatan adalah produksi konten kreatif berbasis tren. Siswa akan membuat video pendek edukatif, foto produk, dan teks promosi yang relevan dengan target audiens. Konten dipandu agar mengikuti tren saat ini, misalnya penggunaan musik populer, efek visual, format storytelling, dan kolaborasi antar siswa. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kreativitas, kemampuan teknis editing (menggunakan aplikasi seperti CapCut, Canva, VN, atau Adobe Premiere), serta pemahaman strategi pemasaran berbasis konten visual. Konten yang dihasilkan dapat dipublikasikan di akun resmi sekolah atau UMKM mitra, sekaligus menjadi portofolio digital siswa.

Keempat, evaluasi performa konten dilakukan secara sistematis menggunakan indikator sederhana. Siswa belajar menilai konten melalui jumlah tayangan, likes, komentar, share, dan engagement rate. Analisis SWOT sederhana juga diterapkan untuk menilai kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari konten yang dipublikasikan. Evaluasi ini membantu siswa melakukan perbaikan strategi konten selanjutnya. Dengan adanya evaluasi yang terukur, siswa belajar mengambil keputusan berbasis data dan meningkatkan efektivitas konten.

Kelima, Sosialisasi simulasi wirausaha digital dilakukan dengan melibatkan siswa secara langsung memasarkan produk UMKM mitra maupun produk sekolah. Kegiatan ini meliputi pembentukan tim pemasaran digital, penentuan strategi promosi, pengelolaan akun bisnis, dan interaksi dengan konsumen. Simulasi dilakukan dalam bentuk proyek nyata sehingga siswa dapat merasakan proses bisnis digital secara komprehensif. Kegiatan ini menumbuhkan keterampilan kerja sama tim, kreativitas, kemampuan analisis pasar, serta keberanian dalam mengambil keputusan bisnis.

Setiap solusi memiliki luaran spesifik yang dapat dimanfaatkan sekolah, siswa, dan UMKM mitra. Pelatihan literasi digital marketing menghasilkan modul pelatihan yang dapat digunakan kembali, serta peningkatan pemahaman siswa yang dapat diukur melalui pre-test dan post-test. Workshop fitur TikTok dan Instagram menghasilkan akun bisnis sekolah dan UMKM mitra yang aktif, serta dokumentasi praktik penggunaan fitur, termasuk catatan interaksi dan pengikut akun yang dapat dilacak.

Produksi konten kreatif menghasilkan kumpulan konten digital berupa minimal sepuluh video pendek, foto, dan caption promosi yang sesuai tren, serta portofolio siswa yang dapat digunakan untuk kebutuhan akademik atau karier. Evaluasi performa konten menghasilkan laporan analisis, template evaluasi yang dapat diterapkan secara berkelanjutan, serta data kuantitatif peningkatan engagement dan interaksi konten. Simulasi wirausaha digital menghasilkan dokumentasi kolaborasi siswa-UMKM, laporan hasil pemasaran digital, dan terbentuknya kelompok wirausaha digital yang siap bersaing di pasar online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan bersama mitra SMK Negeri 6 Kota Serang menunjukkan hasil yang positif dan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan motivasi belajar serta semangat belajar kepada para siswa – siswi di SMK Negeri 6 Kota Serang agar terciptanya generasi yang unggul. Hasil kegiatan dapat dijabarkan dalam beberapa aspek berikut:

1. **Peningkatan Pemahaman Mitra Terhadap Marketing Digital**

Sebelum kegiatan berlangsung, pemahaman mitra terhadap marketing digital masih sangat rendah sehingga menyebabkan banyak siswa – siswi menjadi tidak bisa mengeluarkan potensi – potensi yang dimiliki. Setelah dilakukan sosialisasi, mitra menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya pemahaman pemasaran produk melalui marketing digital untuk terciptanya generasi yang unggul.

2. **Pengembangan Siswa Melalui Mentoring, Penghargaan, dan Kegiatan Pendukung**

Pengembangan siswa dilakukan melalui kegiatan mentoring yang berkelanjutan, pemberian penghargaan atas prestasi dan perilaku positif, serta pelaksanaan berbagai kegiatan pendukung yang bertujuan untuk menumbuhkan potensi, meningkatkan kepercayaan diri, dan membentuk karakter unggul pada diri siswa mengenai pemahaman marketing digital.

3. **Integrasi Kegiatan pemasaran secara digital dalam Program Sekolah**

Penggunaan media sosial sangat bermanfaat antara lain adalah sebagai sarana kontak langsung dengan kastumer sebagai sarana untuk mempromosikan kafe dan makanan. Mendata keinginan konsimen mennyampaikan respon ke konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam bertransaksi. Selain iu sosial media juga bermanfaat sebagai forum diskusi online memantau perkembangan pelanggan, survei pelanggan, mendata kebutuhan konsumen, menampilkan foto produk. Kegiatan pemasaran dapat dijadikan agenda atau bagian dari program pengembangan karakter siswa untuk menanamkan nilai-nilai kedisiplinan, ketekunan, tanggung jawab, dan kerja keras sehingga terciptanya genari yang unggul.

4. **Kolaborasi Berkelanjutan antara SMK Negeri 6 Kota Serang dan Universitas Pamulang**

Kerja sama yang telah terjalin hendaknya dilanjutkan melalui program pendampingan, pelatihan, atau seminar agar siswa mendapatkan wawasan baru tentang dunia pendidikan dan dunia kerja, terutama mampu meningkatkan motivasi belajar siswa – siswi di SMK Negeri 6 Kota Serang untuk menciptakan generasi yang unggul.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan pengabdian, khususnya dalam aspek peningkatan pengetahuan mitra terkait Motivasi, dilakukan penyebaran kuesioner pre-test dan post-test kepada peserta kegiatan (siswa – siswi SMK

Negeri 6 Kota Serang). Kuesioner ini terdiri dari 10 pertanyaan yang mencakup pemasaran, prestasi, penghargaan, serta tanggung jawab.

Tabel 4.1 Skor Rata-rata Pre-test dan Post-test

Aspek Penilaian	Skor Rata-rata Pre-test	Skor Rata-rata Post-test
Pemahaman umum tentang pemasaran produk	48%	86%
Pemahaman konsep belajar yang baik	52%	84%
Strategi meningkatkan pemasaran produk digital	45%	88%
Pembuatan metode belajar yang menarik	40%	82%
Analisis peningkatan motivasi belajar pemasaran produk digital para siswa	35%	78%
Rata-rata keseluruhan	44%	84%

Peningkatan signifikan terlihat pada semua aspek pengetahuan, dengan rata-rata peningkatan sebesar 40 poin persentase. Aspek yang mengalami peningkatan tertinggi adalah strategi meningkatkan produk digital (dari 45% menjadi 88%), menunjukkan bahwa sosialisasi pemasaran produk digital belajar sangat efektif dan mudah dipahami oleh para siswa SMK Negeri 6 Kota Serang. Aspek analisis peningkatan pemahaman sosialisasi produk digital para siswa mengalami peningkatan paling rendah, meskipun tetap signifikan, yang mengindikasikan perlunya pendampingan lanjutan untuk peningkatan pemahaman belajar para siswa secara lebih mendalam.

Dari hasil isian terbuka dalam kuesioner post-test, mitra menyatakan bahwa pelatihan:

“Memberikan wawasan baru yang sebelumnya belum pernah diketahui.”

“Membantu memahami pentingnya produk digital yang berkelanjutan.”

“Membuat metode belajar yang lebih menarik dan efektif agar proses belajar produk digital belajar para siswa menjadi lebih baik.”

KESIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan PKM “Sosialisasi Pemasaran Produk Melalui Marketing Digital” di SMK Negeri 6 Kota Serang berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi siswa. Pemahaman siswa mengenai digital marketing meningkat, ditunjukkan oleh hasil pre-test dan post-test. Siswa menjadi lebih kreatif, percaya diri, dan mampu membuat serta mengelola konten digital sederhana. Kegiatan ini juga memperkuat kerja sama antara Universitas Pamulang dan pihak sekolah dalam pengembangan literasi digital dan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja.

Saran

1. Sekolah perlu melanjutkan kegiatan pendampingan digital marketing secara berkala agar keterampilan siswa tetap berkembang.
2. Materi digital marketing dapat diintegrasikan dalam proyek kewirausahaan atau kegiatan sekolah lainnya.
3. Guru diharapkan melakukan monitoring dan memberikan ruang apresiasi bagi siswa yang aktif membuat konten edukatif atau promosi
4. Kolaborasi antar sekolah, perguruan tinggi, dan UMKM perlu diperluas agar siswa dapat berlatih langsung memasarkan produk nyata
5. Siswa diharapkan terus mengembangkan portofolio digital untuk persiapan karier dan wirausaha

DAFTAR PUSTAKA

- Yulianiza, Yusi. (21 Januari 2025). Mengukur Implementasi Platform Media Sosial terhadap Strategi Digital Marketing UMKM. Diakses 19 September 2025, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Mengukur+Implementasi+Platform+Media+Sosial+terhadap+Strategi+Digital+Marketing+UMKM&btnG=
- Wati, Indah. (01 Juni 2025). Pelatihan Pemasaran Digital pada UMKM dengan Memanfaatkan TikTok Shop sebagai Wirausaha Kreatif. Diakses 19 September 2025, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pelatihan+Pemasaran+Digital+pada+UMKM+dengan+Memanfaatkan+TikTok+Shop+Sebagai+Wirausaha+Kreatif&btnG=
- Widjayanti, Widya. (31 Juli 2025). Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial TikTok dan Instagram pada Kopi Teras Cimeuhmal. Diakses 19 September 2025, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+

Strategi+Pemasaran+Digital+Melalui+Media+Sosial+TikTok+Dan+Instagram+Pada+Kopi+Teras+Cimeuhmal&btnG=

Al Hisyam, Muhammad Dihya. (07 Juli 2025). Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Sarana Edukasi dan Pemasaran Produk UMKM Haircare Kemaiu. Diakses 19 September 2025, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pemanfaatan+Media+Sosial+TikTok+sebagai+Sarana+Edukasi+dan+Pemasaran+Produk+UMKM+Haircare+Kemaiu&btnG=

Rahayu, Sofi. (30 Juli 2024). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok sebagai Platform Pemasaran Digital Bimbel Online JadiASN. Diakses 19 September 2025, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Efektivitas+Penggunaan+Media+Sosial+TikTok+Sebagai+Platform+Pemasaran+Digital+Bimbel+Online+JadiASN&btnG=

Riski Putri, Erita. (24 Agustus 2025). Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif untuk Promosi Produk Lokal melalui TikTok dan Instagram. Diakses 19 September 2025, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pelatihan+Pembuatan+Konten+Kreatif+untuk+Promosi+Produk+Lokal+melalui+TikTok+dan+Instagram

Anggraini, Rina. (15 Maret 2025). Strategi Pemasaran UMKM melalui Instagram Reels. Diakses 19 September 2025, dari <https://scholar.google.com>

Handayani, Dwi. (10 April 2025). Optimalisasi TikTok Shop untuk Pengembangan UMKM Kreatif. Diakses 19 September 2025, dari <https://scholar.google.com>

Nugroho, Fajar. (05 Mei 2025). Penerapan Storytelling pada Konten Digital Marketing di Media Sosial. Diakses 19 September 2025, dari <https://scholar.google.com>

Suryani, Lilis. (20 Juni 2025). Analisis Engagement Media Sosial untuk Strategi Pemasaran Digital UMKM. Diakses 19 September 2025, dari <https://scholar.google.com>