
PENGARUH EDUKASI DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMAHAMAN DASAR SISWA

Ayu Puspa Lestiyadi^{1*}, Feryy Muhamad Yuandi², Rafli Pratama³, Sonasa Zendrato⁴
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
Dosen02505@unpam.ac.id¹, feryymuhamadyuandi@gmail.com²,
raflipratama111205@gmail.com³, sonasazend4@gmail.com⁴

Abstrak

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, generasi muda terutama Gen Z memiliki peluang besar untuk menjadi wirausahawan kreatif dengan memanfaatkan teknologi. Namun, banyak dari mereka yang masih kesulitan memahami strategi bisnis digital yang efektif untuk membangun brand, menjangkau pasar, dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Pengaruh Edukasi Digital Marketing Terhadap Pemahaman Dasar Siswa" ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada siswa SMA PGRI 2 Pondok Petir dalam mengembangkan kreativitas bisnis berbasis digital. Metode kegiatan meliputi pelatihan, praktik langsung, dan diskusi interaktif mengenai pembuatan ide bisnis kreatif, strategi pemasaran digital, branding di media sosial, serta penggunaan platform e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan siswa sebesar 85% terhadap konsep bisnis digital dan peningkatan keterampilan dalam merancang ide usaha berbasis teknologi. Melalui kegiatan ini, siswa mampu menciptakan ide bisnis sederhana namun potensial dan memahami bagaimana mengkomunikasikannya secara efektif kepada target pasar. Kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan Gen Z yang kreatif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan berorientasi pada solusi digital dalam menghadapi tantangan ekonomi modern.

Kata Kunci: Edukasi, Bisnis Digital, Kreativitas, Branding, Strategi Pemasaran

Abstract

In the rapidly evolving digital era, young people, especially Gen Z, have a significant opportunity to become creative entrepreneurs by leveraging technology. However, many still struggle to understand effective digital business strategies for building brands, reaching markets, and maintaining business sustainability. This Community Service (PKM) activity, themed "The Influence of Digital Marketing Education on Students' Basic Understanding," aims to provide training and mentoring to students of SMA PGRI 2 Pondok Petir in developing digital-based business creativity. The activity methods included training, hands-on practice, and interactive discussions on generating creative business ideas, digital marketing strategies, social media branding, and the use of e-commerce platforms. Results showed an 85% increase in students' knowledge of digital business concepts and improved skills in designing technology-based business ideas. Through this activity, students were able to create simple yet promising business ideas and understand how to communicate them effectively to the target market. This activity is expected to foster an entrepreneurial spirit among Gen Z, who are creative, adaptable to technological developments, and oriented towards digital solutions to face the challenges of the modern economy.

Keywords: Education, Digital Business, Creativity, Branding, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah sistem perekonomian dunia melalui perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat. Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet dan media sosial. Sebagai generasi yang dekat dengan teknologi memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku bisnis kreatif yang berdaya saing. Namun, banyak pelajar yang belum mampu mengoptimalkan teknologi untuk kegiatan produktif seperti kewirausahaan digital. SMA PGRI 2 Pondok Petir sebagai lembaga pendidikan kejuruan memiliki peran strategis dalam menyiapkan siswa agar siap bersaing di dunia usaha modern. Berdasarkan pengamatan awal, siswa masih memiliki keterbatasan dalam pemahaman bisnis digital, strategi pemasaran online, dan kemampuan membangun branding produk. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan wawasan, keterampilan praktis, dan pendampingan agar pelajar mampu menciptakan ide bisnis kreatif berbasis digital. Kegiatan ini juga diharapkan menjadi wadah pengembangan literasi digital dan kewirausahaan, sehingga para siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara nyata dalam dunia usaha.

METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada 13 November

2025 di SMA PGRI 2 Pondok Petir. Kegiatan disusun dengan mengombinasikan presentasi interaktif, penyampaian materi, sesi diskusi, praktik membuat konten digital, dan pendampingan ide bisnis. Tim pelaksana terdiri dari dosen Universitas Pamulang yaitu Ayu Puspa Lestiyadi sebagai penulis pertama, serta Feryy Muhamad Yuandi sebagai penulis kedua, Rafli Pratama sebagai penulis ketiga, dan Sonaso Zendrato sebagai penulis keempat yang merupakan mahasiswa, serta didukung oleh mahasiswa lainnya yang berperan dalam membantu penyelenggaraan kegiatan.

Gambar 1. Presentasi



Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

Persiapan: Koordinasi dengan pihak SMA PGRI 2 Pondok Petir untuk menentukan jadwal, kebutuhan materi, dan peserta. Tim dosen dan mahasiswa menyusun modul pelatihan yang berfokus pada literasi bisnis digital, strategi pemasaran digital, kreativitas, dan penguatan branding produk.

Sosialisasi dan Penyampaian Materi: Pemberian penjelasan mengenai pentingnya berkreaitivitas bisnis di era digital dengan strategi manajemen pemasaran digital, branding produk dalam kesuksesan bisnis, dan pemanfaatan pemasaran digital sebagai media promosi usaha, serta pengembangan manajemen diri untuk membentuk sikap disiplin, percaya diri, dan siap kerja.

Diskusi dan Konsultasi: Sesi tanya jawab terbuka yang memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan kendala dalam membuat konten yang menarik, minimnya pemahaman mengenai segmentasi pasar dan cara menentukan identitas merk (branding) yang tepat. Solusi praktis diberikan agar pelajar dapat lebih siap menghadapi dunia kerja maupun berwirausaha.

Evaluasi: Kegiatan PKM ini dapat dikatakan berhasil karena mampu meningkatkan kreativitas siswa, teknologi digital dan membangun dasar kewirausahaan modern setelah mengikuti kegiatan serta mendapatkan umpan balik untuk perbaikan kegiatan PKM di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM "Pengaruh Edukasi Digital Marketing terhadap Pemahaman Dasar Siswa" di SMA PGRI 2 Pondok Petir berjalan lancar dan mendapat sambutan positif dari para peserta. Pelajar terlihat antusias dan aktif dalam mengikuti penyampaian materi maupun sesi diskusi.

Beberapa hasil utama yang dicapai antara lain:

- **Peningkatan Pengetahuan Siswa:** Peserta lebih memahami pentingnya konsep bisnis digital, teknik branding, cara membuat konten yang menarik, serta strategi promosi berbasis media sosial.

- **Keterampilan Praktis:** Peserta mendapatkan pengetahuan tentang konten promosi, ide usaha berbasis digital, dan konsep branding sederhana.
- **Penguatan Kreativitas Siswa:** Peserta mendapatkan keberanian memulai ide bisnis, kemampuan adaptasi teknologi, dan berfikir kreatif inovatif.
- **Tantangan Yang Ditemui:** Terdapat beberapa kendala yang dialami para siswa seperti kurangnya pengalaman siswa dalam membuat konten digital, kesulitan dalam menentukan identitas produk, dan keterbatasan perangkat yang kurang mendukung.

Meskipun kegiatan berjalan baik, terdapat beberapa tantangan yang teridentifikasi, diantaranya keterbatasan akses teknologi di kalangan pelajar serta kebutuhan akan pendampingan lebih lanjut agar pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan branding produk, dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan peningkatan kapasitas pelajar di SMA PGRI 2 Pondok Petir sangat bergantung pada konsistensi pendampingan, dukungan fasilitas, serta peran aktif pembimbing dalam menanamkan kebiasaan positif. Kerja sama berkelanjutan dengan pihak universitas, seperti Universitas Pamulang, menjadi faktor penting dalam memperkuat proses pembinaan ini.

Implementasi materi branding merk, pemasaran digital, dan kemampuan berwirausaha tidak hanya meningkatkan kesiapan pelajar dalam memasuki dunia kerja, tetapi juga mendorong lahirnya generasi yang mandiri, kreatif, dan memiliki daya saing dalam menghadapi tantangan wirausaha maupun persaingan global.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) “Pengaruh Edukasi Digital Marketing terhadap Pemahaman Dasar Siswa” memberikan dampak positif bagi siswa SMA PGRI 2 Pondok Petir. Siswa menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang ide bisnis, membuat konten digital, serta menerapkan strategi pemasaran modern. Program ini berhasil meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, dan kesiapan siswa untuk menjadi wirausahawan muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Kolaborasi dosen dan mahasiswa Universitas Pamulang juga mencerminkan sinergi positif dalam mendukung pengembangan kapasitas generasi muda. Untuk keberlanjutan kegiatan, beberapa hal yang dapat disarankan antara lain:

- **Penguatan Akses Teknologi:** Memberikan pendampingan agar peserta lebih terampil
- **Pelatihan Lanjutan:** Mengadakan pendalaman materi yang lebih spesifik, seperti strategi pemasaran digital atau perencanaan keuangan pribadi memanfaatkan perangkat dan platform digital.
- **Kerja Sama Berkelanjutan:** Menjalin kolaborasi jangka panjang antara Universitas Pamulang dan SMA PGRI 2 Pondok Petir melalui pelatihan serta pendampingan rutin.

Dengan langkah-langkah tersebut, pelajar SMA PGRI 2 Pondok Petir diharapkan mampu mengembangkan diri menjadi generasi yang siap kerja sekaligus memiliki potensi wirausaha yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing.



DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, T., Haryadi, R. N., Riyanto, S., & Hm, U. (2023). The Effect of Marketing Mix and Brand Image towards Interest of Students at Riyadlul Jannah Islamic High School Jonggol. *International Journal of Sharia Business Management*, 2(2).
- Kertajaya, H. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Widodo, T. (2022). *Digital Entrepreneurship*. Deepublish.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Menuju Sukses*. Salemba Empat.