
IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS KREATIVITAS SISWA DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN MA DAARUL HIKMAH TANGERANG SELATAN

Mahnun Mas'adi^{1*}, Arief Budiyanto², Ahmad Nurhadi³

¹²³Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

*E-mail: dosen01017@unpam.ac.id, dosen01433@unpam.ac.id,
dosen01023@unpam.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong e-commerce dan media sosial menjadi sarana pemasaran modern yang strategis, namun pemahaman siswa Madrasah Aliyah (MA) terhadap potensi dan pemanfaatannya secara profesional masih terbatas. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kreativitas siswa MA Daarul Hikmah Pamulang, Tangerang Selatan, dalam menerapkan pemasaran digital berbasis e-commerce dan media sosial guna menumbuhkan jiwa kewirausahaan di era digitalisasi. Metode yang digunakan meliputi ice breaking dan brain gym sebagai pembuka, penyampaian materi secara tatap muka oleh tim dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang, serta sesi tanya jawab dan kuis interaktif untuk mengukur pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa memperoleh penguatan kompetensi dalam memanfaatkan strategi digital marketing, seperti penentuan nilai tambah produk, penggunaan iklan berbasis kinerja, serta analisis dan pemilihan target audiens secara tepat. Kegiatan ini juga mendorong siswa untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengelola konten serta memanfaatkan platform digital sebagai sarana berwirausaha. Disimpulkan bahwa program edukasi pemasaran digital berbasis kreativitas mampu meningkatkan kesiapan siswa MA dalam menghadapi tantangan dunia bisnis digital, baik sebagai calon pelaku usaha maupun sebagai konsumen yang cerdas.

Kata Kunci: Pemasaran Digital; Kreativitas Siswa; E-commerce; Media Sosial; Kewirausahaan

ABSTRACT

The development of information technology has driven e-commerce and social media to become strategic modern marketing tools, yet the understanding of Madrasah Aliyah (MA) students regarding their potential and professional utilization remains limited. This Community Service Program (PKM) aims to enhance the understanding and creativity of MA Daarul Hikmah Pamulang, South Tangerang, students in implementing digital marketing based on e-commerce and social media to foster an entrepreneurial spirit in the era of digitalization. The methods used included ice breaking and brain gym as an opening session, face-to-face material delivery by the lecturer team of the Faculty of Economics, Universitas Pamulang, and an interactive question-and-answer quiz session to measure participants' comprehension. The results show that students gained strengthened

competencies in applying digital marketing strategies, such as determining product value propositions, using performance-based advertising, and conducting audience analysis and targeting. The activity also encouraged students to think creatively and innovatively in managing content and utilizing digital platforms as entrepreneurial tools. It is concluded that a creativity-based digital marketing education program can improve the readiness of MA students to face the challenges of the digital business world, both as prospective entrepreneurs and as smart consumers.

Keywords: Digital Marketing; Student Creativity; E-commerce; Social Media; Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Pengetahuan tentang e-commerce dan media sosial juga penting bagi mereka yang ingin bekerja di perusahaan besar di masa depan. Banyak perusahaan saat ini membutuhkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan digital, terutama dalam hal pemasaran digital. Dengan menguasai pengetahuan dasar tentang e-commerce dan media sosial, siswa MA akan lebih siap untuk bersaing di pasar kerja yang semakin kompetitif.

Keterampilan seperti manajemen akun media sosial, analisis data penjualan online, hingga pembuatan konten kreatif adalah beberapa keterampilan yang sangat dibutuhkan di era digital ini. Melalui media sosial, siswa bisa belajar bagaimana membangun *personal branding*, mengelola interaksi dengan audiens, serta memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam.

Media sosial sebagai sarana pemasaran modern memberikan ruang yang sangat luas bagi kreativitas. Siswa MA yang aktif di media sosial pasti sudah terbiasa dengan berbagai bentuk konten seperti foto, video, dan tulisan. Menggabungkan kreativitas ini dengan pengetahuan tentang e-commerce bisa membantu mereka untuk menciptakan strategi pemasaran yang unik dan inovatif.

Misalnya, tren video pendek di TikTok yang menjadi viral bisa menjadi salah satu cara efektif untuk mempromosikan produk. Atau, penggunaan Instagram Stories dan Reels yang memungkinkan pengguna untuk memamerkan produk secara menarik dalam waktu singkat. Hal-hal seperti ini mendorong siswa untuk berpikir out-of-the-box dan memanfaatkan media yang ada secara maksimal.

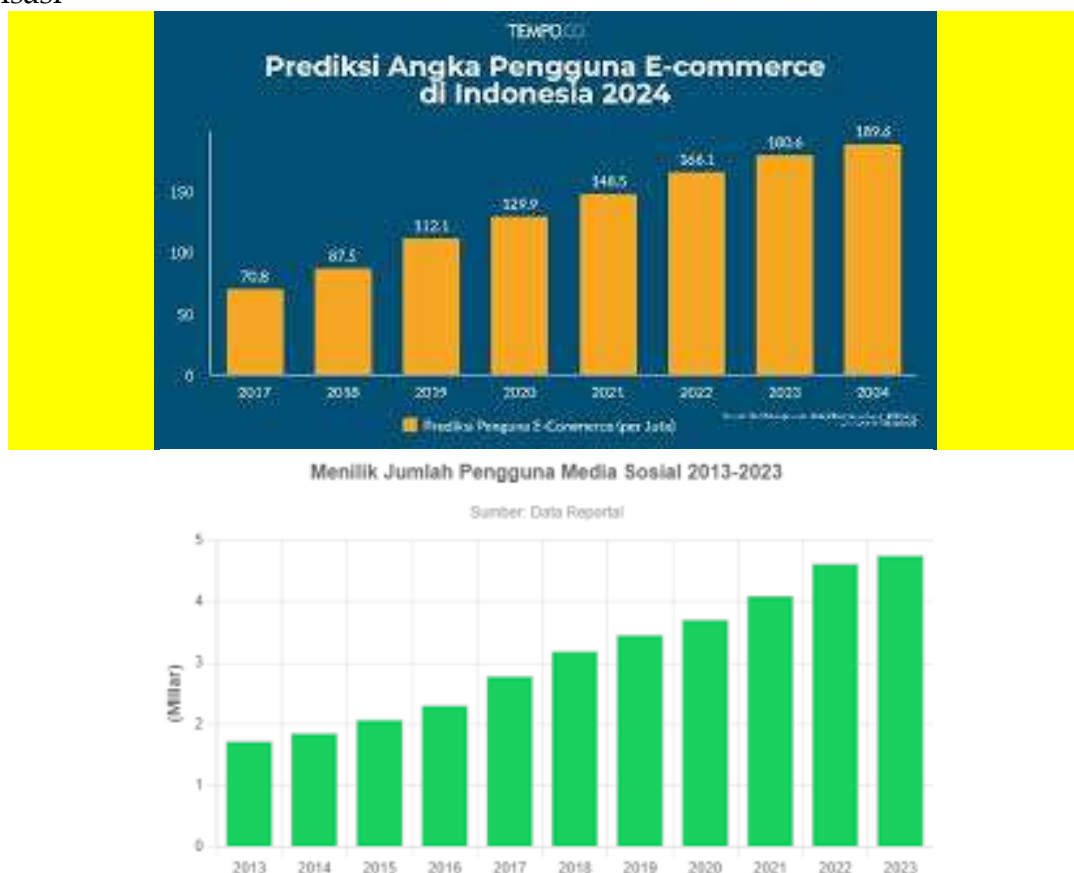
Namun, ada beberapa tantangan yang mungkin dihadapi dalam memperkenalkan konsep ini kepada siswa MA. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman mendalam tentang cara kerja e-commerce dan media sosial sebagai alat pemasaran. Beberapa siswa mungkin hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi tanpa menyadari potensinya sebagai alat bisnis. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang tepat untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana platform ini bisa digunakan secara profesional.

Tantangan lainnya adalah kurangnya akses atau fasilitas teknologi yang memadai. Tidak semua siswa memiliki akses yang baik terhadap internet atau perangkat yang mendukung untuk memulai bisnis e-commerce. Selain itu, pengetahuan teknis tentang cara mengelola toko online, memanfaatkan algoritma media sosial, hingga analisis data konsumen juga membutuhkan bimbingan yang lebih intensif.

Pengenalan e-commerce dan media sosial sebagai sarana pemasaran modern kepada siswa MA sangatlah penting untuk mempersiapkan mereka dalam menghadapi tantangan dunia bisnis di era digital. Dengan memahami bagaimana platform ini bekerja, siswa bisa mengembangkan keterampilan baru yang relevan dengan dunia kerja di masa depan, menumbuhkan semangat berwirausaha, serta membuka peluang untuk memanfaatkan kreativitas dalam dunia pemasaran.

Meskipun ada tantangan dalam proses pengenalannya, dengan pendekatan yang tepat serta bimbingan yang memadai, siswa MA dapat memperoleh manfaat besar dari pemahaman ini. E-commerce dan media sosial adalah masa depan bisnis, dan semakin cepat siswa mengenalinya, semakin besar peluang mereka untuk sukses di dunia yang semakin digital ini.

Dalam pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh dosen-dosen Universitas Pamulang khususnya dosen Manajemen S1, Fakultas Ekonomi, merupakan salah satu upaya dalam berpartisipasi dan menjalankan peran untuk membekali dan memberikan ilmu pengetahuan, motivasi dan karakter dalam tugasnya memberikan transfer ilmu pada pemaparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana sikap inovatif dan kreatif sebagai dasar pengembangan jiwa kewirausahaan pada Siswa untuk bersaing di Tengah globalisasi



Gambar 1. Data grafik prediksi pengguna Ecommerce dan sosial media di Indonesia 2024

Dalam era digitalisasi produk yang penuh dengan perubahan dan ketidakpastian, memiliki sikap inovatif dan kreatif menjadi kunci utama untuk

mengembangkan jiwa kewirausahaan siswa. Melalui berbagai solusi yang telah dibahas di atas, diharapkan siswa dapat memperoleh landasan yang kokoh dalam menghadapi tantangan-tantangan di dunia bisnis yang semakin kompleks. Dengan demikian, mereka akan menjadi generasi yang siap bersaing dan berkontribusi dalam era digitalisasi produk yang terus berkembang

METODE PELAKSANAAN



Gambar 2 : Pemberian Penyuluhan PKM Kepada MA Daarul Hikmah

Metode penyuluhan yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

- a. Saat permulaan dalam pelaksanaan kegiatan, dimulai dengan ice breaking dan *brain gym* agar peserta PKM dapat lebih termotivasi mengikuti penyuluhan yang diberikan oleh dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.
- b. Sambutan sebagai pembuka dari rangkaian acara oleh Ketua Pelaksana PKM dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang dan Kepala Sekolah MA Daarul Hikmah Pamulang Tangerang Selatan, serta dilanjutkan dengan pembacaan doa sebelum memulai kegiatan agar seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan lancar.
- c. Penyajian materi kegiatan Pemberian Materi PKM dengan tema "Implementasi Pemasaran Digital Berbasis Kreativitas Siswa di Lingkungan Pendidikan MA Daarul Hikmah Tangerang Selatan"
- d. Adapun Prof. Dr. S. Nasution (2015:26) dalam (Effendy et al., 2020, p. 10) berpendapat mengenai "Ciri-ciri Belajar yang ditinjau berdasarkan sumber yaitu diantaranya memanfaatkan sepenuhnya segala sumber informasi sebagai sumber bagi pelajaran termasuk alat-alat audio-visual dan memberi kesempatan untuk merencanakan kegiatan belajar dengan

mempertimbangkan sumber-sumber yang tersedia.” Dalam pemberian materi dilakukan secara tatap muka.

- e. Setelah Pemberian pelatihan mengenai bagaimana menumbuhkan Sikap Inovatif dan Kreatif Sebagai Dasar Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Siswa Untuk Bersaing Dalam Era Digitalisasi Produk, kemudian dilanjutkan dengan kuis dan tanya jawab.
- f. Rangkaian kegiatan diakhiri dengan pembacaan doa penutup

HASIL KEGIATAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Prioritaskan taktik Penguatan Kompetensi Sumber Daya Manusia yang lebih terukur dan efisien. Gunakan strategi Penguatan Kompetensi Sumber Daya Manusia digital berbasis kinerja seperti PPC (Pay-Per-Click) untuk mengontrol pengeluaran dan mendapatkan hasil yang lebih terukur
2. Fokus pada penentuan nilai tambah unik dari produk Anda dan komunikasikan dengan jelas melalui Penguatan Kompetensi Sumber Daya Manusia. Buat pesan yang menonjol dan tampilkan manfaat yang membuat produk Anda lebih menarik bagi pelanggan
3. Gunakan analisis data dan pemilihan target audiens yang tepat. Pelajari siapa yang benar-benar tertarik dengan produk Anda dan fokus pada mereka
4. Selain itu, penting untuk selalu memantau dan mengevaluasi hasil dari setiap tindakan digital marketing yang mitra ambil. Dengan memahami apa yang berhasil dan apa yang tidak, mitra dapat terus menyempurnakan strateginya, dan mengatasi permasalahan yang mungkin muncul selama implementasi digital marketing untuk produk rumahan mitra tersebut

KESIMPULAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, terutama internet, berbagai aspek kehidupan mengalami transformasi signifikan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Salah satu perubahan penting adalah kemunculan e-commerce dan media sosial sebagai platform pemasaran modern. Namun, masih banyak generasi muda, termasuk siswa Madrasah Aliyah (MA), yang belum sepenuhnya memahami potensi dan strategi yang tepat dalam memanfaatkan e-commerce dan sosial media. Oleh karena itu, diperlukan sebuah program edukasi yang bertujuan memberikan pemahaman dasar terkait konsep e-commerce dan sosial media kepada siswa MA Daarul Hikmah Pamulang Tangerang Selatan, sehingga mereka mampu memanfaatkan teknologi ini dalam kehidupan sehari-hari dan masa depan mereka, baik sebagai pelaku bisnis atau sebagai konsumen yang cerdas.

1. Memberikan pengetahuan dasar tentang e-commerce kepada siswa MA Daarul Hikmah Pamulang Tangerang Selatan
2. Mengajarkan bagaimana menggunakan sosial media secara efektif sebagai sarana pemasaran.
3. Mendorong siswa untuk berpikir kreatif dalam memanfaatkan platform online untuk berwirausaha.

Menumbuhkan minat siswa terhadap dunia bisnis digital dan peluang yang dapat dikembangkan di masa depanPenguatan

DAFTAR PUSTAKA

- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. 1–153. www.freepik.com
- Dewi, N. N. K. A., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Udayana*, 6(10), 5580–5606.
- Effendy, A. A., Mas'adi, M., Wicaksono, W., Nurhadi, A., & Murtiyoko, H. (2020). Mewujudkan Generasi Muda Yang Unggul Di Era Globalisasi Dengan Berbekal Ilmu Wirausaha Yang Kreatif, Inovatif Dan Diferensiatif Pada Remaja Masjid Al Hikmah Reni Jaya Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 8. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i1.6268>
- Jati, W., Triyadi, T., Sudarso, A. P., Maulana, S. R., & Yuangga, K. D. (2020). Memperkuat Motivasi Belajar dengan Penyusunan Rencana Karir SMK Sasmitajaya. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 86–89. <https://doi.org/10.32672/btm.v2i2.2128>
- Handajani, L., Akram, Furkan, Rifa'i (2019). Penggunaan Penguatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Digital Pada Usaha Home Industry Kopi Lombok. *Jurnal Abdi Insani LPPM Unram*.
- Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8 (2), 123138.
- Mas, M., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (n.d.). *Instagram Customer Behavior Pattern Connectivity Based on Customer Path 5A Advocacy in Purchasing Decision Making*. 7820–7828.
- Sudarso, A. P. (2017). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada Yayasan Pendidikan Mulia Buana. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 1(1). <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v1i1.659>
- Sunarsi, D. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pendidik Yayasan Marvin. *Inovasi*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v5i1.y2018.p1-18>
- Wicaksono, W., Suyatin, S., Rachmawaty, R., Cahyadi, E., & Adie, P. G. K. (2021). Prinsip Dasar Berwirausaha dan Cara Peminjaman Modal Usaha dari Perbankan Untuk UMKM Pada Wirausaha Pelajar Indonesia Cabang Bogor. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 1(2), 33–38. <https://doi.org/10.55182/jpm.v1i2.83>
- Suryani I. 2014. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penguatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter
- Yasmin A, Tasneem S, Fatema K. 2015. Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1 (5), 69-80.