



Langkah Bersama Intelektua
Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)
Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>
ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)
Volume 2, No 1 Januari 2026 (Halaman 49-53)

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN DIGITAL MARKETING BAGI WIRAUSAHA PELAJAR

Wulan Septiani Nurul Fajar¹, Drajar Kukuh Pambudi², Mustakhyu Reyhan Ul Haq³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Kota Tangerang Selatan, Indonesia¹²³

Email : wulansnf93@gmail.com¹, drajatkukuh8@gmail.com², mustakyureyhan@gmail.com³

ABSTRAK

Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan wirausaha pelajar SMK dalam memanfaatkan media sosial dan digital marketing sebagai strategi pemasaran yang efektif. Di era digital, media sosial telah menjadi alat utama dalam menjangkau konsumen secara luas dan cepat. Namun, masih banyak pelajar wirausaha yang belum optimal dalam menggunakan platform digital untuk mengembangkan usaha mereka. Melalui pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung, kegiatan ini memberikan pemahaman mengenai konsep digital marketing, strategi konten kreatif, serta pemanfaatan platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Metode yang digunakan meliputi pendekatan edukatif, praktik promosi digital, dan evaluasi terhadap hasil pemasaran. Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta dalam membuat konten promosi, mengelola akun bisnis, serta memahami target pasar secara digital. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing usaha pelajar SMK di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat. Kata Kunci: digital marketing, media sosial, wirausaha pelajar, SMK, promosi online.

Kata Kunci: digital marketing, media sosial, wirausaha pelajar, SMK, promosi online.

ABSTRACT

The Student Creativity Program (PKM) aims to enhance the entrepreneurial knowledge and skills of vocational high school students in utilizing social media and digital marketing as effective marketing strategies. In the digital era, social media has become a key tool for reaching consumers widely and quickly. However, many student entrepreneurs still lack the ability to optimally utilize digital platforms to develop their businesses. Through training, mentoring, and hands-on practice, this program provides an understanding of digital marketing

Article History

Received: 07 Januari 2026
Reviewed: 13 Januari 2026
Published: 14 Januari 2026

Copyright : Author
Publish by : JIPM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

concepts, creative content strategies, and the use of platforms such as Instagram, TikTok, and WhatsApp Business. The methods used include an educational approach, digital promotion practices, and evaluation of marketing results. The results of the program demonstrate significant improvements in participants' abilities to create promotional content, manage business accounts, and understand target markets digitally. This program is expected to have a sustainable impact on increasing the competitiveness of vocational high school students' businesses amidst the rapid development of digital technology.

Keywords: *digital marketing, social media, student entrepreneurship, vocational schools, online promotion.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan kini telah berkembang menjadi platform strategis dalam membangun jejaring, memperluas pasar, serta meningkatkan nilai jual produk maupun jasa. Bagi pelajar, khususnya yang berada di jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), pemanfaatan media sosial secara tepat dapat menjadi peluang untuk mengasah jiwa kewirausahaan sejak dini. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan kejuruan yang tidak hanya membekali siswa dengan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan sikap kreatif, inovatif, dan mandiri.

Di era digital, digital marketing hadir sebagai strategi penting dalam mengoptimalkan potensi usaha. Pemanfaatan teknik pemasaran digital seperti pembuatan konten kreatif, penggunaan marketplace, serta optimalisasi algoritma media sosial dapat menjadi sarana efektif bagi pelajar SMK Dharma Karya dalam memperkenalkan produk atau jasa yang mereka kembangkan. Dengan memadukan keterampilan kewirausahaan dan literasi digital, siswa diharapkan mampu menciptakan peluang usaha yang kompetitif, memperluas jaringan konsumen, serta meningkatkan daya saing mereka di tengah ketatnya persaingan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali pemanfaatan media sosial dan digital marketing bagi wirausaha pelajar di SMK Dharma Karya, sekaligus memberikan gambaran mengenai strategi yang tepat untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka. Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi SMK Dharma Karya dalam upaya peningkatan media sosial dan digital marketing bagi wirausaha pelajar, yaitu:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial dapat mendukung pengembangan wirausaha pelajar di SMK Dharma Karya?
2. Apa tantangan yang dihadapi pelajar dalam mengimplementasikan media sosial dan digital marketing sebagai sarana pengembangan usaha?

Maka tujuan dari program peningkatan media sosial dan digital marketing bagi wirausaha pelajar SMK Dharma Karya adalah:

1. Memberikan pemahaman kepada pelajar SMK Dharma Karya mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial dalam mendukung wirausaha.
2. Mengidentifikasi tantangan serta solusi yang dapat membantu pelajar dalam mengoptimalkan strategi wirausaha berbasis media sosial dan digital marketing.
3. Mendorong terciptanya budaya kewirausahaan digital di lingkungan pelajar SMK Dharma Karya yang berorientasi pada kemandirian dan daya saing.

METODE KEGIATAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Participatory Action Research* (PAR). Kegiatan penelitian dilaksanakan di SMK Dharma Karya pada tanggal 23 Juli 2025 dengan melibatkan siswa sebagai subjek utama penelitian.

Tahapan penelitian diawali dengan observasi dan pemetaan pemanfaatan media sosial serta praktik digital marketing yang dilakukan oleh siswa. Selanjutnya, dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan siswa untuk mengidentifikasi tantangan dan kebutuhan pengembangan pemasaran digital. Berdasarkan hasil tersebut, dilaksanakan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial bisnis, serta strategi pemasaran digital. Kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung pengelolaan media sosial usaha siswa yang disertai evaluasi secara berkala. Tahap akhir meliputi monitoring, evaluasi, serta refleksi untuk meningkatkan efektivitas program secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disusun bersama mitra, yaitu SMK Dharma Karya Jakarta Selatan. Pada tahap pelaksanaan, siswa sebagai peserta kegiatan mengikuti rangkaian kegiatan berupa seminar dan motivasi kewirausahaan, workshop penyusunan ide usaha (business plan sederhana), serta simulasi dan praktik usaha sederhana dengan tingkat partisipasi yang tinggi. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan siswa SMK Dharma Karya, kondisi wirausaha pelajar sebelum pelaksanaan program pelatihan menunjukkan beberapa permasalahan utama. Sebagian besar siswa masih memanfaatkan media sosial sebatas untuk hiburan dan komunikasi, belum digunakan secara optimal sebagai sarana promosi usaha. Konten promosi yang dihasilkan juga masih sederhana, umumnya hanya berupa unggahan foto produk tanpa memperhatikan desain visual, penggunaan caption, maupun strategi branding. Selain itu, pemanfaatan fitur bisnis digital seperti Instagram Business, TikTok Shop, dan WhatsApp Business masih sangat terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran usaha siswa masih sempit dan hanya terbatas pada lingkungan teman dan keluarga, serta ditunjang oleh konsistensi promosi yang masih rendah.

Setelah program pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, terjadi peningkatan yang signifikan pada kemampuan dan praktik pemasaran digital siswa. Siswa mampu menghasilkan konten promosi yang lebih kreatif melalui desain foto produk yang menarik, pembuatan video pendek, serta penggunaan caption yang persuasif. Pemahaman siswa terhadap digital marketing juga meningkat, khususnya terkait strategi branding, analisis target pasar, dan pemanfaatan media sosial. Selain itu, siswa mulai memanfaatkan berbagai fitur bisnis digital, seperti Instagram Business untuk melihat insight penjualan, WhatsApp Business untuk menyusun katalog produk, serta TikTok Shop untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Peningkatan ini berdampak pada bertambahnya jumlah pengikut, meningkatnya interaksi di media sosial, serta munculnya konsumen baru di luar lingkungan sekolah. Program ini juga mendorong terbentuknya komunitas wirausaha pelajar berbasis digital yang saling mendukung dalam berbagi pengalaman, strategi pemasaran, dan ide kreatif.



KESIMPULAN DAN SARAN

Program pelatihan dan pendampingan pemanfaatan media sosial dan digital marketing yang dilaksanakan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di SMK Dharma Karya Jakarta Selatan mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan siswa dalam mengelola usaha secara digital. Melalui kegiatan ini, siswa berhasil mengembangkan konten promosi yang lebih kreatif, memanfaatkan berbagai fitur bisnis digital, serta memperluas jangkauan pasar hingga melampaui lingkup teman dan keluarga. Selain itu, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif terhadap pembentukan budaya kewirausahaan digital di kalangan siswa, yang ditandai dengan meningkatnya inovasi, kemandirian, serta daya saing dalam menjalankan usaha di era digital.

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, disarankan agar program serupa dikembangkan secara berkelanjutan untuk memberikan manfaat yang lebih optimal. Pelatihan lanjutan di bidang digital marketing perlu dilakukan secara lebih mendalam, khususnya terkait strategi penjualan daring dan manajemen toko online. Selain itu, sekolah diharapkan dapat mendukung siswa wirausaha dengan menyediakan wadah pemasaran bersama atau *marketplace* sekolah agar produk siswa dapat dipromosikan secara kolektif. Siswa juga disarankan untuk terus mengembangkan keterampilan digital marketing yang telah diperoleh melalui praktik secara rutin. Di samping itu, diperlukan evaluasi berkelanjutan untuk memantau perkembangan wirausaha pelajar setelah kegiatan selesai. Dengan adanya upaya tersebut, diharapkan wirausaha pelajar di SMK Dharma Karya semakin mampu bersaing di era digital serta memiliki bekal keterampilan yang bermanfaat bagi masa depan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional todigital*. John Wiley & Sons.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page.

- Aisyah, N., Fitriyah, A., Supriatna, A., Wahyudi, A. D., Rosaeti, L., Gulo, Y. N., & Taufik, R. (2025). Membangun Generasi Mandiri: Kombinasi Pendidikan Keuangan dan Pengembangan SDM di MA Al-Ulya Al Mubarak. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 551-557.
- Taufik, R., Dewi, M. W., Laksana, M. W., Febriani, A. A., & Muthmainnah, M. (2025). EDUKASI MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN PRIBADI UNTUK MENGHINDARI PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 62-69.
- Taufik, R., Triani, R. A., Herlambang, R., Aprida, S., & Apriyana, R. (2025). PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI (HPP) DALAM USAHA KECIL UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 70-76.