

Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital Untuk Siswa dan Guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu

Dede Solihin^{*1}, Derizka Inva Jaswita², Ahyani³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang
E-mail: desolihin86@gmail.com

Diterima 2/April/2025 | Direvisi 15/Mei/2025 | Disetujui 2/Juni/2025

Abstract

Improving digital marketing skills is an urgent need in facing the challenges of the digital era, especially for the educational environment. This community service activity was carried out at the Tajaul Karomatu Integrated Education Foundation with the aim of increasing the capacity of students and teachers in utilizing digital media for promotional and entrepreneurial activities. The implementation method includes interactive training, practical assistance, and evaluation of results. The materials presented include the use of social media, digital content creation, and online marketing strategies. The results of the activity showed an increase in participants' understanding and skills in managing digital marketing independently. This activity is important to support the creation of an educational ecosystem that is adaptive to technological developments and encourages economic independence through digital entrepreneurship.

Keywords: Digital Marketing, Training, Students and Teachers, Entrepreneurship

Abstrak

Peningkatan keterampilan pemasaran digital menjadi kebutuhan mendesak dalam menghadapi tantangan era digital, terutama bagi lingkungan pendidikan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu dengan tujuan meningkatkan kapasitas siswa dan guru dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan promosi dan kewirausahaan. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan interaktif, pendampingan praktik, dan evaluasi hasil. Materi yang disampaikan meliputi pemanfaatan media sosial, pembuatan konten digital, serta strategi pemasaran online. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri. Kegiatan ini penting untuk mendukung terciptanya ekosistem pendidikan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mendorong kemandirian ekonomi melalui kewirausahaan digital.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Pelatihan, Siswa dan Guru, Kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk dunia pendidikan. Salah satu keterampilan penting di era digital adalah kemampuan memanfaatkan teknologi untuk kegiatan pemasaran, khususnya dalam mendukung kegiatan kewirausahaan di kalangan pelajar dan tenaga pendidik (Solihin et al, 2023). Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu, yang berlokasi di wilayah pinggiran Kota Serang, Banten, merupakan lembaga pendidikan berbasis keagamaan yang menaungi lebih dari 350 siswa dan 25 guru. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara, diketahui bahwa sebagian besar siswa dan guru di yayasan ini memiliki akses terhadap perangkat digital (smartphone dan internet), namun pemanfaatannya belum optimal untuk pengembangan keterampilan produktif seperti pemasaran digital (Aprilliani, et al, 2023).

Secara umum, masyarakat sekitar yayasan memiliki potensi ekonomi yang bertumpu pada usaha kecil dan mikro (UMKM), seperti produksi makanan ringan, kerajinan tangan, dan perdagangan ritel. Namun, keterbatasan akses informasi, literasi digital, serta minimnya pelatihan praktis menyebabkan potensi tersebut belum berkembang maksimal (Solihin et al, 2025). Kondisi sosial masyarakat yang religius dan kooperatif juga menjadi kekuatan tersendiri dalam mendukung kegiatan edukatif dan pemberdayaan berbasis komunitas. Yayasan ini berperan tidak

hanya sebagai institusi pendidikan, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial masyarakat yang strategis dalam menjangkau kalangan muda dan tenaga pendidik.

Rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah: (1) Bagaimana meningkatkan keterampilan pemasaran digital bagi siswa dan guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu? dan (2) Bagaimana mengoptimalkan potensi lokal melalui literasi digital yang aplikatif dan berkelanjutan? Adapun tujuan kegiatan adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada siswa dan guru agar memiliki kemampuan praktis dalam mengelola pemasaran digital, yang meliputi pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, dan pengelolaan platform daring untuk kegiatan ekonomi atau kewirausahaan.

Kajian literatur mendukung bahwa literasi digital sangat berpengaruh terhadap peningkatan kapasitas individu dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Penelitian oleh Aprilliani et al (2023) menyebutkan bahwa pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan produktivitas dan kemandirian ekonomi pelajar di lingkungan pesantren. Hal senada disampaikan oleh Solihin et al. (2021) yang menegaskan pentingnya integrasi pendidikan digital dalam kurikulum nonformal untuk mempercepat inklusi teknologi di kalangan pendidik dan pelajar. Selain itu, hasil penelitian Solihin (2023) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis media sosial efektif untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah di daerah semi-perkotaan.

Kegiatan ini merupakan bentuk hilirisasi dari hasil penelitian sebelumnya mengenai model pelatihan berbasis digital yang telah diuji coba dalam skala kecil pada komunitas remaja wirausaha binaan kampus. Melalui pendekatan pengabdian masyarakat ini, hasil riset tersebut dikembangkan dalam konteks baru dengan memperhatikan karakteristik sasaran dan kondisi lokal di lingkungan Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga mendorong kolaborasi antara lembaga pendidikan dan komunitas sekitar untuk penguatan ekonomi berbasis digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan partisipatif yang bersifat aplikatif dan kontekstual. Pendekatan ini dipilih agar peserta, dalam hal ini siswa dan guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu, tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung keterampilan pemasaran digital. Tahapan kegiatan terdiri atas: (1) observasi awal dan pemetaan kebutuhan, (2) penyusunan modul pelatihan, (3) pelaksanaan pelatihan, (4) pendampingan praktik, dan (5) evaluasi hasil. Pelatihan dilakukan dalam bentuk workshop interaktif selama dua hari, dilanjutkan dengan pendampingan intensif selama satu minggu. Materi pelatihan mencakup pengenalan media sosial sebagai sarana promosi, teknik pembuatan konten digital (foto, video, caption), serta strategi branding dan pengelolaan akun bisnis online. Setiap sesi diikuti dengan praktik langsung, seperti membuat akun bisnis di Instagram atau TikTok, dan menyusun kalender konten promosi produk lokal. Untuk mengukur keberhasilan kegiatan, digunakan dua pendekatan evaluasi, yaitu:

1. Evaluasi Deskriptif (Pre-test dan Post-test): Sebelum dan sesudah pelatihan, peserta diminta mengisi kuesioner untuk menilai pengetahuan dan persepsi mereka terhadap pemasaran digital. Hasil pre-test menunjukkan tingkat literasi digital yang masih rendah, sedangkan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman secara signifikan. Skor peningkatan rata-rata menjadi indikator capaian pembelajaran.
2. Evaluasi Kualitatif (Observasi dan Wawancara): Selama dan setelah kegiatan, dilakukan observasi terhadap perubahan perilaku dan praktik digital peserta, seperti penggunaan akun media sosial untuk promosi produk atau kegiatan sekolah. Wawancara mendalam dilakukan untuk mengetahui persepsi, antusiasme, dan rencana tindak lanjut peserta dalam menerapkan ilmu yang diperoleh.

Tingkat ketercapaian kegiatan juga dianalisis dari sisi perubahan sosial dan budaya digital, seperti meningkatnya kesadaran akan pentingnya citra digital dan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi. Dari aspek ekonomi, meskipun dampak langsung belum sepenuhnya

terlihat dalam jangka pendek, beberapa peserta mulai mempromosikan produk rumahan secara mandiri di media sosial sebagai hasil dari kegiatan ini. Dengan demikian, metode yang diterapkan tidak hanya mengarah pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga membuka peluang bagi pemberdayaan ekonomi digital di lingkungan sekolah dan sekitarnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul *“Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital untuk Siswa dan Guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu”* dilaksanakan dengan tujuan utama untuk menyebarluaskan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam bidang pemasaran digital kepada khalayak sasaran, yaitu siswa dan guru di lingkungan yayasan. Dalam konteks era digital saat ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi, khususnya media sosial dan platform digital lainnya, menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki tidak hanya oleh pelaku usaha, tetapi juga oleh institusi pendidikan yang ingin relevan dengan perkembangan zaman. Kegiatan ini bertumpu pada gagasan bahwa institusi pendidikan, selain sebagai pusat pembelajaran akademik, juga harus berperan sebagai agen pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk memberikan nilai tambah yang dapat dirasakan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, baik secara individu maupun kelembagaan.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan PKM

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan proses identifikasi kebutuhan melalui observasi dan wawancara dengan pihak sekolah, siswa, dan guru. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar siswa dan guru memiliki akses terhadap perangkat digital seperti ponsel pintar dan koneksi internet, pemanfaatan perangkat tersebut masih sebatas untuk keperluan konsumtif dan hiburan. Pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial untuk tujuan produktif, khususnya dalam konteks pemasaran digital dan pengembangan potensi lokal, masih sangat terbatas. Di sisi lain, lingkungan sekitar yayasan memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam bentuk usaha kecil dan menengah berbasis keluarga seperti produksi makanan ringan, kerajinan tangan, dan jasa rumahan. Potensi tersebut belum tergarap secara optimal karena minimnya pengetahuan tentang strategi promosi dan branding digital.

Menanggapi kondisi tersebut, tim pelaksana merancang kegiatan pelatihan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif. Materi pelatihan disusun secara kontekstual sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta. Pelatihan dilakukan selama dua hari dalam bentuk workshop interaktif, yang mencakup pengenalan konsep pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten digital (foto dan video), penulisan caption yang menarik, serta pengelolaan akun bisnis di platform seperti Instagram dan TikTok. Setelah sesi pelatihan, dilakukan pendampingan selama satu minggu, di mana peserta diarahkan untuk langsung mempraktikkan keterampilan yang telah dipelajari dalam kegiatan nyata. Peserta

diminta membuat konten promosi produk lokal atau kegiatan sekolah, mengunggahnya ke media sosial, serta menganalisis respons yang diperoleh.

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan, digunakan pendekatan evaluasi gabungan antara metode deskriptif dan kualitatif. Evaluasi deskriptif dilakukan melalui pre-test dan post-test yang diisi oleh peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep pemasaran digital, dengan rata-rata skor post-test meningkat sebesar 62% dibandingkan skor pre-test. Evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam untuk mengidentifikasi perubahan sikap dan perilaku peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta mulai menunjukkan keberanian untuk membuat dan membagikan konten promosi secara mandiri, serta menunjukkan minat yang lebih besar terhadap dunia kewirausahaan digital.

Dari sisi dampak sosial, kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran baru di kalangan siswa dan guru tentang pentingnya literasi digital dan peran teknologi dalam mendukung aktivitas ekonomi. Beberapa siswa bahkan menyatakan keinginannya untuk mengembangkan usaha mandiri secara online setelah mendapatkan pelatihan ini. Di kalangan guru, muncul inisiatif untuk mengintegrasikan materi pemasaran digital ke dalam kegiatan ekstrakurikuler dan pelajaran kewirausahaan. Hal ini menandakan bahwa kegiatan pengabdian ini tidak hanya bersifat temporer, tetapi memiliki potensi untuk diadopsi secara berkelanjutan oleh pihak sekolah sebagai bagian dari kurikulum penguatan profil pelajar Pancasila maupun program kemandirian peserta didik.

Dampak ekonomi dari kegiatan ini mulai terlihat dari inisiatif beberapa peserta untuk mempromosikan produk lokal melalui akun media sosial yang dibuat selama pelatihan. Beberapa siswa mulai membuat katalog produk digital, mendesain promosi dengan aplikasi desain sederhana, serta menjalin komunikasi dengan pelanggan melalui pesan langsung di media sosial. Meskipun dampak ekonomi belum sepenuhnya terukur dalam jangka pendek, perubahan pola pikir peserta ke arah penggunaan teknologi secara produktif menjadi modal awal yang sangat penting dalam upaya pemberdayaan ekonomi digital di lingkungan sekolah.

Keunggulan utama dari kegiatan ini adalah pendekatan yang digunakan bersifat praktis dan partisipatif. Peserta tidak hanya diberi materi secara teoritis, tetapi juga diarahkan untuk melakukan praktik langsung yang relevan dengan kondisi mereka. Materi yang diajarkan disesuaikan dengan perangkat dan aplikasi yang umum digunakan oleh peserta sehari-hari, sehingga memudahkan proses transfer pengetahuan dan keterampilan. Selain itu, suasana pelatihan yang interaktif dan santai membuat peserta lebih antusias dan aktif dalam mengikuti kegiatan. Pelatihan ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk belajar dalam kelompok kecil, saling berdiskusi, dan berbagi pengalaman, yang turut memperkuat ikatan sosial dan semangat kolaboratif di antara mereka.

Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi sejumlah kendala yang perlu dicatat. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu pelatihan yang membuat beberapa materi hanya dapat disampaikan secara singkat. Selain itu, tingkat literasi digital peserta yang sangat bervariasi menjadi tantangan tersendiri bagi fasilitator dalam menyampaikan materi dengan kecepatan yang seimbang. Beberapa peserta membutuhkan bimbingan secara lebih intensif dan personal, sementara yang lain sudah lebih familiar dan cepat memahami materi. Di sisi lain, infrastruktur pendukung seperti koneksi internet yang tidak stabil dan keterbatasan perangkat juga menjadi hambatan teknis dalam pelaksanaan praktik digital secara langsung.

Tingkat kesulitan dalam pelaksanaan kegiatan relatif sedang, namun membutuhkan kesabaran dalam proses pendampingan, terutama ketika peserta menghadapi kendala teknis seperti kesulitan menggunakan aplikasi pengeditan konten atau kesulitan memahami algoritma media sosial. Hal ini memberikan pembelajaran penting bahwa kegiatan pelatihan digital sebaiknya tidak hanya dilakukan sekali, melainkan dirancang dalam rangkaian program berkelanjutan dengan level kesulitan yang bertahap. Peluang pengembangan ke depan sangat terbuka luas. Berdasarkan hasil kegiatan ini, pihak yayasan menyatakan minat untuk mengadakan pelatihan lanjutan dengan fokus pada desain grafis, video marketing, dan pengelolaan toko online.

Selain itu, ada gagasan untuk membentuk tim pemasaran digital sekolah yang terdiri dari siswa dan guru guna mendukung promosi sekolah dan produk lokal yang dihasilkan komunitas sekitar.

Luaran dari kegiatan ini tidak hanya berupa peningkatan kapasitas individu, tetapi juga mencakup produk nyata seperti modul pelatihan pemasaran digital, dokumentasi kegiatan, akun media sosial bisnis yang dikelola oleh peserta, serta kumpulan konten digital hasil karya siswa dan guru. Dokumentasi kegiatan yang dihasilkan meliputi foto-foto selama proses pelatihan, grafik peningkatan hasil pre-test dan post-test, serta video testimoni dari peserta. Konten-konten tersebut dapat dijadikan sebagai media promosi dan inspirasi bagi kegiatan serupa di tempat lain, sekaligus sebagai bahan evaluasi dan pengembangan program ke depan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan keterampilan pemasaran digital bagi siswa dan guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu. Dampaknya tidak hanya dirasakan pada tingkat individu, tetapi juga mulai terlihat dalam dinamika kelembagaan dan komunitas. Melalui kegiatan ini, terjadi proses transformasi sosial yang mengarah pada pola pikir yang lebih adaptif terhadap teknologi, serta penguatan semangat kewirausahaan berbasis digital di lingkungan pendidikan. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang tepat, materi yang kontekstual, dan pendampingan yang intensif dapat menjadi kunci dalam menjembatani kesenjangan literasi digital dan membuka jalan menuju pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan di era digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan pemasaran digital bagi siswa dan guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu. Melalui pelatihan dan pendampingan yang dirancang secara kontekstual dan aplikatif, peserta mampu memahami dan mempraktikkan strategi pemasaran digital dasar dengan memanfaatkan media sosial secara produktif. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan sikap dalam menggunakan teknologi digital untuk kegiatan promosi dan kewirausahaan. Dampak kegiatan tidak hanya bersifat jangka pendek dalam bentuk peningkatan literasi digital, tetapi juga membuka peluang jangka panjang dalam pemberdayaan ekonomi lokal dan integrasi kurikulum berbasis kewirausahaan digital di lingkungan pendidikan.

Untuk keberlanjutan dan pengembangan program ini, disarankan agar kegiatan pelatihan digital seperti ini dilaksanakan secara periodik dan bertahap, dengan menyesuaikan level keterampilan peserta. Sekolah juga dapat membentuk tim pemasaran digital yang terdiri dari siswa dan guru untuk mengelola konten promosi sekolah maupun produk lokal. Pihak yayasan didorong untuk menjalin kemitraan dengan pelaku industri kreatif atau praktisi digital marketing guna memperluas jejaring dan memperkuat materi pelatihan ke depan. Selain itu, perlu adanya dukungan sarana prasarana, seperti peningkatan koneksi internet dan perangkat digital, untuk menunjang keberhasilan program secara optimal. Penelitian lanjutan juga diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang terhadap perubahan perilaku digital dan potensi ekonomi peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilliani, S., Supriyatna, W., & Solihin, D. (2023). Pelatihan Meningkatkan Jiwa Berwirausaha pada Santri Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. *DEDIKASI PKM*, 4(2), 174–179. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i2.29747>
- Asmawati, A., Alamsyah, S., Maulida, S., Kamaliah, N., Damayanti, A., & Pratama, Y. (2024). Upaya Peningkatan Pemasaran dan Branding Melalui Digital Marketing Oleh Pelaku UMKM di Desa Pendreh. *DEDIKASI PKM*, 5(1), 62–71. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v5i1.34563>

- Ayuningrum, A. P., Mahmudah, D. A., Ulum, A. S., Chalimah, C., Magetana, D. Y., Affa, A. S., & Dewi, K. S. (2025). Manajemen Keuangan untuk Mendukung Pendidikan Anak. *DEDIKASI PKM*, 6(2), 553 – 560. <https://doi.org/10.32493/dkp.v6i2.48777>
- Dimiyati, A., Kumara, D., & Utomo, N. A. (2023). Pengembangan Digital Content Marketing untuk Optimasi Usaha Mikro di Desa Ciampe Udik Kecamatan Ciampea. *DEDIKASI PKM*, 4(2), 180–185. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i2.29477>
- Faerrosa, L., & Budiarte, M. A. (2025). Penguatan Kapasitas Administratif dan Digital Pemerintah Desa melalui Pendekatan Kolaboratif di Desa Barejulat. *DEDIKASI PKM*, 6(2), 579 – 586. <https://doi.org/10.32493/dkp.v6i2.48906>
- Mustopa, R., Mujiyanto, H., & Ikhsan, A. F. (2024). Sosialisasi Pemasaran Digital pada UMKM Desa Selaawi Talegong Kabupaten Garut. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 448–455. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39086>
- Sari, P. I., & Yanto, S. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Bagi Siswa SMK Negeri 9 Sebagai Bekal Kewirausahaan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(1), 78–87. <https://doi.org/10.69812/jpn.v2i1.92>
- Sarwindah, S., Hengki, H., Marini, M., & Yusnia, Y. (2024). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Dan Marketplace Bagi Peserta Didik Smk Negeri 5 Pangkalpinang Melalui Pelatihan Terpadu. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(11), 1073–1078
- Solihin, D., Ahyani, A., & Aprilliani, S. (2023). Pelatihan Promosi Penjualan Online Bagi Pedagang Bakso di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor. *DEDIKASI PKM*, 4(1), 64–68. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i1.27492>
- Solihin, D., Jaswita, D. I., & Ahyani, A. (2025). Pelatihan Meningkatkan Jiwa Berwirausaha Bagi Warga Desa Cicalengka Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 6(1), 106 – 114. <https://doi.org/10.32493/dkp.v6i1.46468>
- Suryanto Suryanto, Haris Saputro, Defi Pujiyanto, Kadarsih Kadarsih, Didik Arifin, Rusidi Rusidi, & Ari Sulfani. (2024). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Guru Di SMP PGRI 3 Baturaja. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat*, 2(3), 128–137. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v2i3.981>