Krepa: Kreativitas Pada Abdimas

Vol 7 No 10 Tahun 2026

ISSN 2988-3059

PELATIHAN PRINSIP DASAR DIGITAL MARKETING PADA SISWA SMK

[1]Irvan Firmansyah, [2]Margaretha Bay, [3]Tri Muhammad Fikry Sahroni, [4]Ivantan
[1,2,3,4] Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

Email: [1]irvanfirmansyah475@gmail.com, [2]margarethabay41@gmail.com, [3]fikry0094@gmail.com , [4]Dosen02504@unpam.ac.id

ABSTRACT

Rapid advancements in digital technology require the younger generation—particularly Vocational High School (SMK) students—to possess competencies in digital marketing. As a vocational school focused on workforce readiness, SMKN 7 Tangerang Regency plays a strategic role in equipping its students with skills relevant to the digital era. However, a gap persists between students' technology usage and their productive understanding of it, especially regarding digital marketing. Most students use social media and digital platforms primarily for entertainment and social interaction, rather than leveraging them as productive tools with economic value. This Community Service (PKM) initiative aims to enhance the digital literacy and basic digital marketing skills of SMKN 7 Tangerang Regency students through practical, hands-on training. The program covers fundamental digital marketing concepts, promotional content creation, the use of social media and online marketplaces, and digital business simulations. Through this approach, students not only grasp digital marketing concepts theoretically but also gain the ability to apply them practically. The results demonstrate an improvement in students' understanding and skills regarding the productive, creative, and independent use of digital technology. This program is expected to lay a foundation for students to develop their digital-based entrepreneurial potential, thereby better preparing them to compete in the increasingly competitive digital economy. **Keywords: Digital Marketing, Digital Literacy, SMK, Digital Marketing, Digital Entrepreneurship, Creative Content, Social Media, Vocational Education, Practice-based Training**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat menuntut generasi muda, khususnya siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk memiliki kompetensi di bidang pemasaran digital. SMKN 7 Kabupaten Tangerang sebagai sekolah vokasi yang berorientasi pada kesiapan kerja memiliki peran strategis dalam membekali siswanya dengan keterampilan relevan di

Article History
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism Checker No 234.KK.44.893484

Copyright : Author

Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

ISSN 2988-3059

era digital. Namun, masih terdapat kesenjangan antara pemanfaatan teknologi oleh siswa dengan pemahaman produktif yang dimiliki, khususnya dalam bidang digital marketing. Sebagian besar siswa menggunakan media sosial dan platform digital secara konsumtif untuk hiburan dan interaksi sosial, belum mampu memanfaatkannya sebagai sarana produktif yang bernilai ekonomi. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan digital marketing dasar siswa SMKN 7 Kabupaten Tangerang melalui pelatihan yang bersifat praktis dan aplikatif. Program ini mencakup pemberian materi dasar digital marketing, pelatihan pembuatan konten promosi, penggunaan media sosial dan marketplace, serta simulasi usaha digital. Melalui pendekatan ini, siswa tidak hanya memahami konsep pemasaran digital secara teoretis, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif, kreatif, dan mandiri. Program ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi siswa untuk mengembangkan potensi wirausaha berbasis digital sehingga mereka lebih siap bersaing di era ekonomi digital yang semakin kompetitif. ***Kata Kunci: Digital Marketing*, *Literasi Digital*, *SMK*, *Pemasaran Digital*, *Wirausaha Digital*, *Konten Kreatif*, *Media Sosial*, *Pendidikan Vokasi*, *Pelatihan Berbasis Praktik*.**

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan kemajuan internet saat ini telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat, terutama di kalangan remaja. SMKN 7 Kabupaten Tangerang dikenal sebagai salah satu sekolah kejuruan yang aktif mengikuti perkembangan teknologi dan dunia digital. Sebagai sekolah yang membekali siswanya dengan kemampuan siap kerja di berbagai bidang, SMKN 7 memiliki lingkungan belajar yang dinamis, di mana penggunaan internet dan media sosial sudah menjadi bagian dari keseharian siswa.

Namun, di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat, khususnya dalam bidang digital marketing, masih ditemukan adanya kesenjangan antara pemanfaatan teknologi oleh siswa dengan pemahaman yang dimiliki. Sebagian besar siswa sudah terbiasa menggunakan media sosial dan platform digital dalam kehidupan sehari-hari, tetapi belum mampu mengoptimalkannya sebagai sarana produktif, khususnya dalam kegiatan pemasaran digital atau wirausaha berbasis online. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi masih cenderung bersifat konsumtif, bukan produktif.

Selain itu, keterbatasan pengetahuan dasar mengenai digital marketing, seperti pemahaman tentang branding, content marketing, penggunaan marketplace, hingga strategi promosi online, menjadi salah satu hambatan bagi siswa untuk mengembangkan potensi wirausaha mereka. Padahal, peluang di bidang digital marketing saat ini sangat terbuka luas dan dapat menjadi alternatif sumber penghasilan maupun bekal setelah lulus sekolah. Oleh karena itu, program pelatihan basic knowledge digital marketing diperlukan

ISSN 2988-3059

sebagai solusi untuk membantu siswa memahami konsep dasar pemasaran digital, serta mampu mengaplikasikannya secara langsung.

SMK Negeri 7 Kabupaten Tangerang merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang memiliki peran penting dalam mempersiapkan peserta didik agar mampu bersaing di dunia kerja. Sekolah ini berlokasi di Jalan Raya Legok-Karawaci, Jalan Perum Desana Indah, Bojong Nangka, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Sekolah tersebut memiliki beberapa program keahlian, antara lain Teknik Kendaraan Ringan, Teknik Sepeda Motor, Akuntansi dan Keuangan Lembaga, Perhotelan, Kuliner, Desain Komunikasi Visual, dan Bisnis Digital. Keragaman program keahlian tersebut menunjukkan bahwa siswa memiliki latar belakang minat dan kompetensi yang berbeda, sehingga dasar digital media menjadi penting sebagai bekal umum dalam menghadapi kehidupan setelah lulus.

LANDASAN TEORETIS DAN PENGEMBANGAN PKM

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dan internet sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan, memperkenalkan produk atau jasa, dan membangun hubungan dengan konsumen. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), digital marketing didefinisikan sebagai penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online untuk pasar dan berkontribusi pada kegiatan pemasaran yang bertujuan mencapai profitabilitas dan mempertahankan pelanggan.

Pemasaran digital mencakup berbagai bentuk aktivitas, mulai dari pemasaran melalui mesin pencari (Search Engine Marketing/SEM), optimasi mesin pencari (Search Engine Optimization/SEO), pemasaran media sosial (Social Media Marketing), pemasaran konten (Content Marketing), email marketing, hingga pemasaran melalui marketplace dan platform e-commerce. Kotler & Keller (2016) menambahkan bahwa di era digital, pemasaran tidak lagi hanya soal menjual produk, melainkan tentang membangun pengalaman dan hubungan yang bermakna dengan konsumen melalui berbagai kanal digital.

Dalam konteks pendidikan vokasi, pemahaman tentang digital marketing menjadi semakin penting karena memberikan siswa bekal keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Dengan menguasai prinsip dasar digital marketing, lulusan SMK tidak hanya siap untuk bekerja di perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran digital, tetapi juga mampu membangun usaha mandiri berbasis platform digital.

Pengembangan kegiatan PKM ini didasarkan pada kebutuhan siswa SMK Negeri 7 Kabupaten Tangerang untuk memperoleh pemahaman praktis mengenai digital media. Kegiatan ini dirancang dengan pendekatan edukatif dan partisipatif, yaitu melalui sosialisasi, penyampaian materi, diskusi, pelatihan, dan simulasi. Pendekatan tersebut dipilih agar siswa tidak hanya mendengarkan penjelasan, tetapi juga dapat memahami contoh penerapan dalam kehidupan sehari-hari.

Kerangka pengembangan kegiatan dimulai dari rendahnya pemahaman siswa mengenai digital marketing. Kondisi tersebut mendorong perlunya kegiatan sosialisasi yang memberikan pemahaman mengenai pengetahuan tentang digital marketing, manfaat era digital, risiko penggunaan, serta cara memulai mengenal secara sederhana. Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan memiliki kesadaran yang lebih baik dalam menggunakan digital marketing dan mampu memanfaatkan teknologi digital secara bijak untuk mendukung digitalisasi di masa depan.

ISSN 2988-3059

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan mitra SMK Negeri 7 Kabupaten Tangerang yang berlokasi di Jalan Raya Legok-Karawaci, Jalan Perum Desana Indah, Bojong Nangka, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Sasaran kegiatan adalah siswa SMK Negeri 7 Kabupaten Tangerang yang membutuhkan penguatan pemahaman bagaimana menggunakan digital marketing dengan bijak.

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi masalah, yaitu mengamati kondisi dan kebutuhan siswa terkait pemahaman penggunaan digital marketing dengan bijak. Pada tahap ini, tim pelaksana melihat bahwa sebagian siswa belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai pengelolaan digital marketing, manfaat , risikoi, serta cara menggunakan teknologi digital dipandang dari segi positive dan negative secara bijak.

Tahap kedua adalah analisis kebutuhan. Pada tahap ini, tim pelaksana menyusun kebutuhan utama siswa, yaitu pemahaman mengenai pengelolaan digital media, pengenalan sudut pandang dan pintar dalam penggunaan sehingga menjadi pengetahuan yang bermanfaat, serta penggunaan digital mediai secara aman. Analisis kebutuhan ini menjadi dasar dalam penyusunan materi kegiatan agar sesuai dengan karakteristik peserta.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan program. Kegiatan dilakukan melalui sosialisasi mengenai pentingnya pengetahuan dasar digital, edukasi , pelatihan penggunaan digital media, serta simulasi perencanaan. Dalam simulasi, siswa diarahkan untuk membuat perencanaan pengelolaan melalui digital marketing dengan memilah positive dan negative untuk kebutuhan berbisnis,ilmu pengetahuan dan sumber positive.

Tahap keempat adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa sebelum dan setelah kegiatan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi terhadap partisipasi siswa, hasil simulasi perencanaan , serta wawancara atau angket kepuasan kepada siswa dan pihak sekolah. Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi materi presentasi, modul edukasi, lembar pre-test dan post-test, lembar simulasi perencanaan keuangan, serta dokumentasi kegiatan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan PKM

No	Tahapan	Kegiatan Utama
1	Identifikasi masalah	Observasi awal dan penggalian kebutuhan siswa terkait penggunaan digita marketing.
2	Analisis kebutuhan	Penyusunan materi prinsip dasar diginal marketing , serta keamanan dan kegunaannya.
3	Pelaksanaan kegiatan	Sosialisasi, kelas , edukasi , pelatihan digital, dan simulasi perencanaan dari kegunaan digital marketing.
4	Evaluasi	Pre-test, post-test, observasi partisipasi, angket kepuasan, dan rekomendasi tindak lanjut.

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan rancangan kegiatan PKM, 2026.

ISSN 2988-3059

HASIL PELAKSANAAN PKM DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi dan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa program Pelatihan Prinsip Dasar Digital Marketing bagi Siswa SMKN 7 Kabupaten Tangerang berjalan dengan lancar dan mendapatkan respons yang sangat positif dari seluruh peserta maupun pihak sekolah. Secara umum, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang produktif. Berikut adalah temuan-temuan utama dari pelaksanaan kegiatan:

1. Sebelum kegiatan dilaksanakan (pre-test), sebagian besar peserta belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep digital marketing. Namun setelah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan (post-test), terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan, ditandai dengan kemampuan siswa dalam mendefinisikan konsep-konsep dasar digital marketing, menyebutkan jenis-jenis platform pemasaran digital, serta menjelaskan strategi konten yang efektif.
2. Peserta menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif yang tinggi selama seluruh sesi berlangsung, mulai dari sesi pengantar, pemaparan materi, praktik pembuatan konten, hingga sesi tanya jawab. Hal ini mencerminkan relevansi materi dengan kebutuhan dan minat peserta sebagai generasi digital yang akrab dengan teknologi.
3. Pada sesi simulasi usaha digital, seluruh kelompok berhasil menyelesaikan proyek pembuatan konten promosi sederhana menggunakan smartphone, mulai dari foto produk, caption, hingga strategi pemasaran singkat. Hasil karya peserta menunjukkan kreativitas dan pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip branding dan konten digital.
4. Pihak sekolah, melalui perwakilan guru dan Kepala Sekolah DR. Isman Hidayat, M.Pd., menyatakan apresiasi yang tinggi terhadap program ini dan berharap dapat diadakan kegiatan serupa secara berkelanjutan, mengingat besarnya manfaat yang dirasakan oleh siswa dalam mempersiapkan diri memasuki dunia kerja dan wirausaha di era digital.

Kegiatan ini juga mendukung pengembangan pendidikan digital marketing, khususnya bagi siswa SMK yang akan menghadapi dunia kerja dan kehidupan ekonomi secara lebih mandiri. Dengan demikian, PKM ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun kesadaran dan keterampilan dasar dalam perencanaan yang matang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di SMKN 7 Kabupaten Tangerang, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan prinsip dasar digital marketing telah memberikan manfaat yang positif bagi peserta. Melalui kegiatan ini, siswa memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, serta pentingnya pembuatan konten digital yang kreatif dan menarik.

Selain meningkatkan pengetahuan, kegiatan ini juga mampu menumbuhkan minat dan motivasi siswa untuk memanfaatkan teknologi digital secara produktif, baik sebagai bekal memasuki dunia kerja maupun sebagai peluang untuk mengembangkan usaha

ISSN 2988-3059

berbasis digital. Antusiasme dan partisipasi aktif peserta selama kegiatan menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan siswa di era ekonomi digital.

Saran

Diharapkan pihak sekolah dapat menyelenggarakan kegiatan pelatihan digital marketing secara berkelanjutan agar kompetensi siswa di bidang pemasaran digital terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi. Selain itu, siswa diharapkan dapat terus mengasah keterampilan digital yang telah diperoleh melalui praktik secara mandiri, seperti membuat konten promosi, mengelola media sosial bisnis, dan memanfaatkan marketplace.

Perguruan tinggi juga diharapkan dapat terus menjalin kerja sama dengan sekolah melalui program pengabdian kepada masyarakat yang inovatif dan berkelanjutan, sehingga dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang siap menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: APJII.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024.* Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2020). *Strategi Penguatan Pendidikan Vokasi untuk Peningkatan Ketenagakerjaan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Literasi Digital Nasional dan Transformasi Digital Indonesia*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

Kolb, D. A. (2015). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development* (2nd ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.