

Peran Strategis Pemasaran Digital Bagi Generasi Muda

Julina Permata Putri^{1*)} | Syah Muhammad Rafsyan²⁾ | Maulana Ahmad Sani³⁾ |

^{1,2,3)}Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

¹prmtputri23@gmail.com, ²syahmrafsyan@gmail.com, ³sanimaulana789@gmail.com

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak besar terhadap pola perilaku dan gaya hidup generasi muda, khususnya dalam aspek interaksi sosial, komunikasi, serta proses pengambilan keputusan konsumen. Dalam konteks tersebut, mahasiswa sebagai bagian dari generasi intelektual berperan penting sebagai agen perubahan yang mampu menerapkan serta menyebarkan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital secara efektif di tengah masyarakat. Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan wawasan konseptual dan keterampilan praktis terkait implementasi strategi pemasaran digital di kalangan generasi muda, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, serta teknologi komunikasi digital sebagai sarana pengembangan usaha dan peningkatan daya saing bisnis lokal. Melalui metode edukatif yang berbasis literasi digital dan pelatihan langsung, kegiatan ini menekankan pentingnya inovasi, personalisasi konten, serta penerapan strategi pemasaran berbasis data guna memperluas jangkauan audiens secara optimal.

Temuan dari pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa generasi muda memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap penerapan strategi digital yang bersifat interaktif dan kreatif. Peningkatan keterampilan dalam promosi digital tidak hanya memperluas wawasan kewirausahaan, tetapi juga mendorong terbentuknya pola pikir inovatif dan produktif di kalangan peserta. Lebih lanjut, keterlibatan influencer lokal serta pemanfaatan tren digital terkini terbukti menjadi faktor penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk maupun jasa yang dipasarkan. Dengan demikian, pemasaran digital tidak sekadar berfungsi sebagai media promosi, melainkan juga menjadi sarana pemberdayaan ekonomi yang berkontribusi terhadap penguatan kapasitas generasi muda dalam menghadapi dinamika era transformasi digital yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Generasi Muda, Media Sosial, E-commerce, Literasi Digital, Inovasi, Keterampilan Kewirausahaan, Influencer Lokal, Daya Saing Bisnis, Transformasi Digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pada masa kini telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap berbagai dimensi kehidupan manusia, termasuk sektor ekonomi dan komunikasi. Perubahan ini secara nyata tercermin dari pola perilaku generasi muda yang semakin intens menggunakan media digital dalam aktivitas sehari-hari, baik untuk tujuan sosial, ekonomi, maupun promosi. Fenomena tersebut menghadirkan peluang luas sekaligus tantangan baru bagi generasi muda dalam menguasai dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital sebagai salah satu cara untuk mengembangkan potensi diri dan memperkuat daya saing di tengah dinamika global yang terus berkembang. Dalam konteks ini, kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan generasi muda menghadapi tantangan ekonomi modern.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan di SMK HIDATHA Jakarta dirancang untuk memberikan pembekalan serta pemahaman aplikatif mengenai pentingnya peran pemasaran digital dalam memperkuat keterampilan kewirausahaan para siswa. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa bertindak sebagai fasilitator yang membantu proses transfer ilmu dan

teknologi pemasaran berbasis digital sesuai dengan tuntutan dunia industri masa kini. Melalui pendekatan ini, diharapkan siswa tidak hanya memahami konsep teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan strategi digital marketing secara efektif, kreatif, dan bertanggung jawab. Selain memberikan manfaat langsung bagi peserta, program ini juga berkontribusi terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia yang tanggap terhadap perkembangan teknologi serta siap bersaing dalam ekosistem ekonomi digital nasional.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi SMK HIDATHA dalam upaya peningkatan kesiapan kerja siswa dalam Pemasaran Digital Bagi Generasi Muda yaitu:

1. Bagaimana tingkat pemahaman dan kesiapan siswa SMK Hidatha dalam menguasai pemasaran digital sebagai bagian dari strategi pengembangan keterampilan dan kewirausahaan?
2. Apa saja kendala teknis, seperti keterbatasan fasilitas dan akses teknologi, yang dihadapi siswa dalam praktik pemasaran digital?
3. Bagaimana tantangan dalam hal pengelolaan konten digital yang kreatif dan strategi penggunaan media sosial secara efektif di kalangan generasi muda SMK Hidatha?
4. Apakah terdapat keterbatasan sumber daya manusia dan pengetahuan digital marketing yang memengaruhi efektivitas penerapan pemasaran digital?
5. Bagaimana cara merancang program pembelajaran dan pelatihan pemasaran digital yang dapat mengatasi kendala tersebut untuk meningkatkan kompetensi dan daya saing siswa di era digital?

Tujuan Kegiatan

Berdasarkan uraian analisis situasi dan permasalahan di atas, maka tujuan dari program PKM dalam mengangkat pembelajaran Pemasaran Digital Bagi Generasi Muda di SMK Hidatha adalah:

1. Menganalisis peran strategis pemasaran digital dalam membantu generasi muda, khususnya siswa SMK, untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat utama dalam mengembangkan potensi bisnis dan kewirausahaan.
2. Mengidentifikasi kendala dan tantangan yang dihadapi oleh generasi muda, terutama siswa SMK, dalam penerapan pemasaran digital, termasuk aspek penguasaan media sosial, pembuatan konten digital yang efektif, serta pengelolaan strategi pemasaran yang adaptif terhadap tren teknologi.
3. Merancang dan mengimplementasikan program pelatihan pemasaran digital yang praktis dan aplikatif, meliputi penguasaan media sosial, pembuatan konten kreatif, dan penggunaan alat digital marketing terkini, dengan tujuan meningkatkan kemampuan komunikasi pemasaran dan daya saing generasi muda di pasar kerja digital secara menyeluruh.

Realisasi Kegiatan

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berlangsung pada:

- a. Hari/Tanggal: Kamis, 21 Agustus 2025
- b. Waktu: 10.15 - 12.00 WIB
- c. Kegiatan: Sesi edukasi mengenai Peranan Strategis Pemasaran Digital Bagi Generasi Muda.

Tempat Pelaksanaan:

Kegiatan ini akan dilaksanakan di:

- a. Lokasi: Ruang Aula SMK Hidatha Jakarta

- b. Alamat: JL. CILANDAK TENGAH III/53 CILANDAK BARAT, Cilandak Barat, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, D.K.I. Jakarta.
- c. Fasilitas: Ruang aula yang dilengkapi dengan proyektor, dan akses internet untuk mendukung kegiatan edukasi dan presentasi.

Peserta dan Sasaran Kegiatan

Peserta: Siswa-siswi SMK Hidatha Jakarta, kelas X dan XI. Jumlah peserta yang diharapkan: 30-40 siswa. Sasaran Kegiatan:

- a. Meningkatkan pemahaman siswa mengenai Karakteristik Generasi Muda Dalam Pemasaran Digital
- b. Meningkatkan Pemahaman siswa mengenai strategi pemasaran digital efektif untuk generasi muda
- c. Memberikan pemahaman siswa tentang platform digital yang paling efektif serta memberikan edukasi siswa tentang manfaat pemasaran digital bagi generasi muda
- d. Memberikan pemahaman siswa mengenai tantangan dalam pemasaran digital bagi generasi muda

Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan interaktif dan partisipatif agar siswa aktif terlibat dalam pembelajaran, meliputi:

- a. Penyampaian Materi Tatap Muka: Presentasi konsep dasar manajemen keuangan, pengelolaan pemasukan, pengeluaran, tabungan, dan investasi yang disampaikan secara sistematis dan mudah dipahami.
- b. Simulasi dan Praktik: Siswa melakukan simulasi pembuatan konten pemasaran digital sederhana, seperti perancangan kampanye promosi produk melalui media sosial (Instagram, TikTok, atau marketplace), serta praktik menganalisis efektivitas strategi digital yang digunakan.
- c. Tanya Jawab dan Evaluasi: Sesi interaktif untuk mengklarifikasi materi dan evaluasi pemahaman siswa melalui kuis atau sesi tanya jawab.

Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan di SMK Hidatha Jakarta diikuti oleh 38 siswa yang berasal dari berbagai program keahlian. Melalui pelatihan yang berfokus pada pemahaman tentang **peranan strategis pemasaran digital bagi generasi muda**, para peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mereka memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, komunikasi, serta wadah pengembangan kreativitas. Selama kegiatan berlangsung, siswa diperkenalkan dengan prinsip-prinsip dasar pemasaran digital, strategi membangun personal branding, dan penerapan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, serta marketplace sebagai media promosi yang efektif dalam mendukung kegiatan ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi kegiatan, terlihat adanya perubahan sikap dan pola pikir siswa terhadap pemanfaatan media digital. Sebagian besar peserta yang sebelumnya menggunakan media sosial hanya sebagai sarana hiburan, kini mulai memahami potensi ekonomi dan peluang bisnis yang dapat diciptakan melalui dunia digital. Tingginya antusiasme siswa terlihat selama sesi praktik pembuatan konten promosi digital, di mana mereka aktif berdiskusi, bertukar ide, dan bekerja sama dalam merancang strategi pemasaran untuk produk sekolah maupun usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang bersifat interaktif dan partisipatif mampu meningkatkan motivasi serta keterlibatan siswa dalam memahami dan mengaplikasikan konsep pemasaran digital secara nyata.

Pembahasan:

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi pemasaran digital bagi siswa SMK Hidatha Jakarta memberikan dampak positif dalam pengembangan wawasan serta keterampilan praktis peserta terhadap dinamika dunia digital. Sebelum pelaksanaan kegiatan, sebagian besar siswa belum memahami urgensi penerapan strategi digital dalam memperluas jaringan pasar maupun membangun citra profesional di ruang publik. Namun setelah mengikuti pelatihan, mereka mampu membedakan antara konten hiburan dan konten pemasaran, memahami pentingnya analisis target audiens, serta mengembangkan keterampilan dasar dalam merancang kampanye digital sederhana yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Kemampuan dalam bidang pemasaran digital tidak hanya memperluas pemahaman siswa terhadap perubahan pola ekonomi modern, tetapi juga menumbuhkan karakter kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi yang terus berkembang. Dalam konteks pendidikan vokasi di SMK Hidatha Jakarta yang menyiapkan lulusan siap kerja, keterampilan mengelola strategi pemasaran digital menjadi kompetensi penting di era industri 4.0. Lebih dari itu, kegiatan ini juga berkontribusi dalam penguatan soft skills seperti kemampuan berkomunikasi, berpikir kritis, dan kolaborasi tim yang menjadi faktor pendukung utama dalam menghadapi dunia kerja dan pendidikan lanjutan di masa depan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berperan dalam peningkatan kemampuan teknis siswa mengenai pemasaran digital, tetapi juga dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan, kemandirian, serta kesiapan mereka untuk berkompetisi di ekosistem digital yang semakin kompetitif dan dinamis. Program ini dapat dijadikan model implementatif bagi lembaga pendidikan lain dalam mengintegrasikan pelatihan berbasis digital marketing sebagai bagian dari upaya pemberdayaan generasi muda di era transformasi digital.



Gambar 1. Serah terima Cindkrasih kepada Perwakilan pihak sekolah



Gambar 2. Anggota Kelompok dan Dosen Pembimbing

Tabel 1. Nama Nama Anggota Dan Dosen

No	NAMA	NIDN/NIM	JABATAN
1.	Muhammad Gandung S.E.M.M	0404069101	Dosen Pembimbing
2.	Maulana Ahmad Sani	241010503871	Ketua Kelompok
3.	Syah Muhammad Rafsyan	231010502423	Anggota Kelompok
4.	Juliana Permata	231010502993	Anggota Kelompok

Kesimpulan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertema *Pemasaran Digital bagi Generasi Muda* telah memberikan kontribusi yang nyata dalam peningkatan kompetensi peserta didik di tingkat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Melalui rangkaian kegiatan pelatihan ini, para siswa tidak hanya memperoleh pemahaman mendalam mengenai pentingnya penguasaan *soft skills* seperti kemampuan komunikasi yang efektif, kerja sama tim yang solid, serta etika profesional yang baik, tetapi juga mengasah kreativitas dan keterampilan teknis dalam merancang konten digital serta menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar masa kini. Lebih jauh, kegiatan PKM ini berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda, memotivasi mereka untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana menciptakan peluang bisnis yang inovatif dan kompetitif. Selain itu, peserta juga memperoleh wawasan komprehensif mengenai tantangan, dinamika, serta perkembangan pesat dunia pemasaran digital, yang mendorong mereka agar lebih tangguh dan adaptif dalam menghadapi perubahan di era modern. Secara keseluruhan, kegiatan ini memainkan peran penting dalam membentuk generasi muda yang kreatif, responsif, dan profesional dalam memanfaatkan media digital secara produktif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi.

Daftar Pustaka

- Membangun Soft Skill Siswa SMK melalui Pelatihan Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial Konten Pemasaran, Jurnal Rahmatan Lil' alamin, 2023.
- Musyteri. (2025). Strategi Penguatan Soft Skill dan Mindset Proaktif bagi Generasi Z dalam Dunia Kerja. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

- Pemberdayaan Generasi Z Melalui Digital Marketing dan Manajemen Usaha, Jurnal Glow, 2025
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020).
- Peran Kompetensi Soft Skills Digital Native dalam Meraih Kesuksesan Berkarir di Dunia Kerja,
Jurnal MENAWAN, 2025
- PPT Kelompok 4. (2025) . Pemasaran Digital Bagi Generasi Muda. Universitas Pamulang
- Putri, R. K. (2022). Kesiapan kerja lulusan SMK pada bidang pemasaran digital, Jurnal Pendidikan
Teknologi dan Kejuruan Santoso, A. (2024). Penguatan Soft Skills dalam Pendidikan Kejuruan.
Bandung: Mitra Cendekia Press.
- Tips Interview Marketing dengan Contoh Jawaban, Glints, 2025