

**Sosialisasi *Digital Marketing* dan *e-Commerce* pada Siswa SMP-SMA Adi
Sucipto di Desa Teluk Kapuas**

**Gavin Satria Pangestu¹, Deodatus Atadius², Dharma³, Mohammad Fonsitama
Adiloka⁴, Tegar Surya Akbar⁵, Sulistiowati⁶**

¹²³⁴⁵⁶Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Tanjungpura
gavinpangestu17@gmail.com¹

ABSTRACT

Teluk Kapuas Village faces economic and environmental challenges, with the MSME sector still not developing and the low quality of the products produced. One of the main problems is students' lack of knowledge about digital marketing and e-commerce, which can support the development of MSMEs. The socialization program designed aims to provide education to students regarding digital marketing and e-commerce. It is hoped that this program will improve the skills of the younger generation in digital technology so that they can contribute to increasing the quality and quantity of MSMEs in villages. Through this program, students gain a better understanding of digital marketing strategies, the use of e-commerce platforms, as well as the importance of an online presence in business. Program results show increased student understanding of the topic, which is expected to support local economic growth. is expected to support local economic growth.

Keywords: *digital marketing; e-commerce; students*

ABSTRAK

Desa Teluk Kapuas menghadapi tantangan ekonomi dan lingkungan, dengan sektor UMKM yang masih belum berkembang dan rendahnya kualitas produk yang dihasilkan. Salah satu permasalahan utama adalah kurangnya pengetahuan siswa tentang *digital marketing* dan *e-commerce*, yang dapat mendukung pengembangan UMKM. Program sosialisasi yang dirancang bertujuan memberikan edukasi kepada siswa mengenai pemasaran digital dan *e-commerce*. Diharapkan, program ini akan meningkatkan keterampilan generasi muda dalam teknologi digital sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas dan kuantitas UMKM di desa. Melalui program ini, siswa memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, penggunaan platform *e-commerce*, serta pentingnya kehadiran *online* dalam bisnis. Hasil program menunjukkan peningkatan pemahaman siswa tentang topik tersebut, yang diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata kunci: *digital marketing; e-commerce; siswa sekolah*

PENDAHULUAN

Desa Teluk Kapuas saat ini menghadapi tantangan dalam sektor ekonomi dan lingkungan hidup. Perekonomian desa masih didominasi oleh kegiatan pertanian, sementara sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum berkembang dengan baik. Jumlah UMKM masih sedikit, dan kualitas produk yang dihasilkan cenderung kurang kompetitif di pasar.

Permasalahan utama yang dihadapi Desa Teluk Kapuas meliputi kurangnya pengetahuan dan keterampilan anak-anak sekolah tentang *digital marketing* dan *e-*

commerce, yang seharusnya dapat mendukung pengembangan UMKM di desa ini. Kedua permasalahan ini saling terkait, mengingat rendahnya pertumbuhan ekonomi dapat berdampak pada terbatasnya akses terhadap fasilitas dan edukasi lingkungan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan adalah mengadakan program sosialisasi yang berfokus pada: edukasi tentang *digital marketing* dan *e-commerce* bagi anak-anak sekolah. Dengan memberikan pemahaman tentang pemasaran digital dan *e-commerce*, diharapkan para siswa dapat turut serta mendukung peningkatan kualitas UMKM di desa. (Yan Aditiya et al., 2021).

Target luaran dari program ini adalah tercapainya peningkatan kualitas dan kuantitas UMKM di Desa Teluk Kapuas melalui kontribusi generasi muda yang lebih melek teknologi dan pemasaran digital. Keberhasilan program ini akan ditunjukkan melalui meningkatnya jumlah UMKM yang aktif, peningkatan kualitas produk yang lebih kompetitif. (Nange et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2024 hingga 31 Juli 2024, melalui beberapa tahapan kegiatan. Metode kegiatan pemahaman tentang *digital marketing* dan kegiatan pemahaman tentang *e-commerce*. Kegiatan pemahaman tentang *digital marketing* ini dilakukan melalui sosialisasi dengan pemaparan materi dan diskusi bersama kepada siswa siswi sekolah SMP SMA Adi Sucipto secara langsung. Kegiatan pemahaman tentang *e-commerce* ini dilakukan melalui sosialisasi dengan pemaparan materi dan diskusi bersama kepada siswa siswi sekolah SMP SMA Adi Sucipto secara langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era transformasi digital, keterampilan terkait pemasaran digital dan *e-commerce* menjadi semakin penting tidak hanya dalam dunia kerja namun juga dalam kehidupan sehari-hari. Jika siswa-siswi Desa Teluk Kapuas memahami pentingnya dan urgensi pemasaran digital dan *e-commerce*, mereka dapat memperoleh keterampilan terkait pemasaran digital dan *e-commerce*. (Purba et al., 2020). Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan ini mencakup beberapa tingkatan kegiatan:

Kegiatan pemahaman tentang Digital Marketing dan pemahaman tentang *e-commerce* ini meliputi penyampaian secara langsung dan diskusi tentang pentingnya digital marketing dan sosial media. Setelah kegiatan pemahaman, siswa-siswi SMP-SMA Adisucipto lebih memahami pentingnya *digital marketing* dan sosial media yang dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari. Penyampaian secara langsung dan diskusi interaktif tentang pentingnya *digital marketing* dan media sosial. (Suwaji et al., 2024). Setelah mengikuti kegiatan pemahaman ini, siswa-siswi SMP dan SMA Adisucipto semakin memahami betapa pentingnya peran *digital marketing* dan media sosial yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks pribadi maupun profesional. Pengetahuan ini diharapkan dapat menjadi bekal mereka untuk menghadapi tantangan di era digital yang semakin berkembang pesat. (Liswatin et al., 2023).

Pemahaman tentang *e-commerce* memberikan sejumlah manfaat akademis yang signifikan bagi siswa dan siswi di SMP-SMA Adisucipto. Pertama, kegiatan ini meningkatkan keterampilan digital yang esensial, di mana siswa belajar menggunakan berbagai platform dan alat teknologi informasi yang mendukung transaksi *online*. Keterampilan ini sangat relevan mengingat pergeseran menuju ekonomi digital. Pemahaman terhadap aktivitas *e-commerce* siswa diharapkan akan memungkinkan mereka memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pasar global.

Melalui kegiatan ini, kami berharap mahasiswa dapat memahami konsep *e-commerce* secara keseluruhan, termasuk manfaat, tantangan, dan peluang yang dibawa oleh era digital. (Karsim et al., 2023).

Selain *digital marketing*, siswa-siswi juga perlu memahami konsep *e-commerce* yang merupakan bagian integral dari ekosistem ekonomi digital. Dalam kegiatan ini, siswa akan diperkenalkan pada konsep dasar *e-commerce*, mulai dari bagaimana transaksi *online* dilakukan hingga berbagai model bisnis *e-commerce* yang ada, seperti B2B (*business-to-business*), B2C (*business-to-consumer*), dan C2C (*consumer-to-consumer*).

Kegiatan ini akan mencakup penjelasan tentang keuntungan dan tantangan dalam menjalankan bisnis secara *online*, termasuk bagaimana mengelola toko *online*, melakukan transaksi yang aman, serta memahami berbagai alat dan teknologi yang digunakan dalam *e-commerce*. Siswa akan mendapatkan pemahaman mengenai pentingnya kehadiran *online* bagi bisnis, cara membangun toko *online* menggunakan platform seperti Shopee, Tokopedia, atau bahkan media sosial seperti Instagram Shop, serta strategi untuk meningkatkan penjualan melalui platform *e-commerce*.

Pemahaman mengenai *e-commerce* ini tidak hanya memberikan keuntungan dari sisi praktis, tetapi juga meningkatkan keterampilan akademis yang signifikan. Siswa-siswi akan belajar menggunakan berbagai platform dan alat teknologi informasi yang mendukung transaksi *online*, serta memahami perubahan besar yang sedang terjadi dalam pola konsumsi global akibat kemajuan teknologi. Dengan keterampilan ini, mereka diharapkan mampu beradaptasi dengan pergeseran menuju ekonomi digital dan memanfaatkan peluang yang muncul di dalamnya. (Purba et al., 2020).



Gambar 1 Kegiatan Pemahaman Pentingnya tentang *Digital Marketing*



Gambar 2 Pemahaman tentang *e-commerce* di SMP-SMA Adisucipto

KESIMPULAN DAN SARAN

Program sosialisasi dan kegiatan sosial ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman tentang digital marketing dan *e-commerce* di kalangan masyarakat Desa Teluk Kapuas, terutama di kalangan siswa-siswi sekolah yang sebelumnya memiliki keterbatasan pengetahuan tentang topik ini. Melalui pendekatan yang interaktif dan praktis, program ini berhasil membuka wawasan

mereka mengenai pentingnya teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari dan masa depan dunia kerja.

Dengan mengikuti kegiatan ini, para siswa-siswi tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis tentang *digital marketing* dan *e-commerce*, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan, seperti memahami strategi pemasaran di media sosial dan cara memanfaatkan platform *e-commerce* untuk transaksi *online*. Hal ini menjadi bekal berharga bagi mereka untuk lebih siap menghadapi tantangan era digital yang semakin kompleks.

Antusiasme yang tinggi dalam belajar tentang *digital marketing* dan *e-commerce* menunjukkan bahwa program ini telah berhasil menarik minat siswa-siswi dalam mengeksplorasi dunia teknologi digital. Mereka kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana keterampilan digital ini dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kepentingan akademis, pengembangan karier, maupun peluang usaha di masa depan.

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya mengatasi keterbatasan pengetahuan yang ada, tetapi juga berperan penting dalam membangkitkan semangat belajar dan motivasi untuk terus mengembangkan diri di bidang digital. Diharapkan, dengan adanya program ini, masyarakat Desa Teluk Kapuas, khususnya generasi muda, akan semakin siap untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta memanfaatkan peluang ekonomi digital yang semakin berkembang pesat di Indonesia dan global.

Siswa siswi sekolah di Desa Teluk Kapuas harus bisa menerapkan pemahaman yang diterima untuk perkembangan pada sektor ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Yan., Sri Rahayu., & Rumangkit, S. (2021). Pelatihan Starup Digital dan Digital Marketing bagi Siswa-Siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Metro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 97–103. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.17>
- Adviola, Tiara Febry., Nico Akbar Priyambudi., Annisa Aprilia Husnul Khotimah., Danurwenda Permana Erlushandy., & Gideon Setyo Budiwitjaksono. (2023). Sosialisasi Digital Marketing dan Manajemen Keuangan pada Pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 111–120. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.388>
- Arief, M. H., Ramadhany, E. D., Wirayudha, A. F., & Arifin, I. F. (2023). Implementasi Digital Marketing melalui Periklanan Media Sosial untuk Mendukung Visibilitas. *Journal, Community Development*, 4(4), 7381–7389.
- Banyuurip, D. I. D. (2023). Peran Media Sosial dan e-Commerce Dalam. 4(4), 7242–7245.
- Hafidzi, N., Rosalina, I., Hidayati, Y., Hesti, S., & Nurjanah, A. (2023). Penerapan Copy Writing dalam Memaksimalkan Digital Marketing bagi Siswa/I PKBM Tanda Genap di Kecamatan Ciracas Jakarta Timur. *Community Development Journal*, 4(4), 8017–8019. <https://www.awai.com/what-is-copywriting/>
- Karsim, Ikram Yakin., Pramana Saputra., Endah Mayasari., & Achmad. (2023). Menggali Potensi Kewirausahaan melalui Pendekatan Digital Marketing Pasca Pandemi pada Lembaga Kemanusiaan (Dompot Umat). *Community Development Journal*, 4(4), 8550–8556.
- Liswatin, L., Pagala, I., & Raldianingrat, W. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan e-Commerce untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Momea. *Gudang Jurnal* ..., 1, 32–34. <https://gudangjurnal.com/index.php/gjpm/article/view/17%0Ahttps://gudangjurnal.com/index.php/gjpm/article/download/17/32>
- Nange, J. S., Hadjon, K. C. A., Bau, M. Z. L., Kari, F., Taek, A. Y., Am'una, S. B. N., Lado, J. L., Betu, K. W., & Baso, S. P. (2024). Sosialisasi Penerapan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Masyarakat Desa Tanah Merah. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1874–1878.
- Purba, R., Lubis, R. K., Studi, P., & Informatika, M. (2020). Sosialisasi e-Commerce bagi Remaja melalui Media Speaking Activity Di MTSN 1 Deli Serdang I. Pendahuluan dan pengembangan program dengan menggambarkan kondisi sosial, ekonomi serta budaya aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1(1), 1–13.
- Suwaji, R., Oktafiani, F., Indra Sabella, R., & Kurniawati, R. (2024). Sosialisasi Literasi Digital untuk Peningkatan Wawasan Dunia e-Commerce Hasil Tanaman Sayur Hidroponik. *Community Development Journal*, 5(3), 5165–5172. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/2966>