

---

## **Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Kewirausahaan pada Siswa di SMA Negeri I Motoling Barat Kabupaten Minahasa Selatan**

**Noula Sandra Mawitjere<sup>1</sup>, Aural Sampelan<sup>2</sup>**

Universitas Negeri Manado<sup>1,2</sup>



Email Korespondensi: [noulamawitjere@unima.ac.id](mailto:noulamawitjere@unima.ac.id)

### **INFO ARTIKEL**

#### **Histori Artikel:**

Diterima 24-10-2025

Disetujui 04-11-2025

Diterbitkan 06-11-2024

#### **Katakunci:**

*Pelatihan pemasaran*

*Digital;*

*Kewirausahaan ;*

*Siswa*

### **ABSTRAK**

Pengabdian yang dilakukan tentang pelatihan pemasaran Digital untuk meningkatkan Kewirausahaan pada Siswa di SMA Negeri I Motoling Barat Kabupaten Minahasa Selatan. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi. Khalayak sasaran yang dipilih adalah Siswa kelas 11 dan 12 SMA Negeri I Motoling Barat. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya untuk melatih Pengetahuan tentang bagaimana menggunakan strategi pemasaran digital. Pengabdian berjalan dengan baik. Siswa-siswa di SMA Negeri I Motoling Barat memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan pemasaran secara digital sehingga dapat meningkatkan kewirausahaan yang ada di daerah Motoling secara khusus dan minahasa Selatan secara umum. Dengan optimalnya pemasaran yang dilakukan, maka usaha akan berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan yang ditargetkan, sehingga hal ini bisa memperkuat jiwa kewirausahaan siswa untuk terus melakukan inovasi dan kreasi dalam berusaha atau berbisnis.

### **Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:**

Noula Sandra Mawitjere, & Aural Sampelan. (2025). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Kewirausahaan pada Siswa di SMA Negeri I Motoling Barat Kabupaten Minahasa Selatan. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 1841-1846. <https://doi.org/10.63822/yvpc5b75>

## PENDAHULUAN

Kabupaten Minahasa Selatan memiliki banyak potensi lokal, mulai dari produk makanan khas, minuman khas, kerajinan tangan, sampai pada hasil pertanian yang begitu banyak. Perkembangan Bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat di wilayah Minahasa Selatan Provinsi Sulawesi utara. Seiring waktu dengan perkembangan zaman yang sudah semakin modern, dengan adanya kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Pemasaran 5.0 adalah evolusi dari strategi pemasaran yang menggabungkan teknologi canggih dengan nilai-nilai kemanusiaan, sehingga pesusahaan/ produsen dapat menghadirkan Solusi yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan. Tujuan manajemen pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Seiring dengan meningkatnya peran teknologi dalam kehidupan sehari-hari, penting bagi kita untuk memahami bagaimana strategi pemasaran yang akan kita gunakan, sehingga bisa meraih kesuksesan dalam dunia yang semakin terhubung secara digital.

Perubahan gaya hidup Masyarakat saat ini menjadi lebih modern dengan mengikuti trend akan gaya hidup, budaya, dan pola pikir, sehingga kebutuhan dan keinginan berubah seiring berkembangnya teknologi. Sehingga saat ini para pelaku bisnis sudah banyak yang menggunakan media social/ internet dalam memarkan produk, demi bisa bertahan dan dapat mengikuti perkembangan gaya hidup masyarakat yang praktis dan semakin modern. Internet dan media social merupakan teknologi informasi serta komunikasi yang dapat digunakan untuk dapat berkomunikasi dan melakukan transaksi-transaksi.

Generasi muda merupakan salah satu sumber potensi SDM yang berkompeten untuk mendirikan dan mengelola suatu usaha baru. Jiwa bisnis harus ditumbuhkan sedini mungkin agar setiap pemuda mampu menciptakan peluang usaha dan bisnis baru sehingga mampu menyerap tenaga kerja, sehingga tingkat produktivitas masyarakat meningkat dan dapat mengurangi pengangguran. Berwirausaha juga dapat menurunkan tingkat konsumtif masyarakat, karena pelaku dan pengelola usaha selalu berfikir kreatif untuk menghasilkan produk sesuai kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Sebagai pelaku baru dalam bisnis, pemuda perlu mempunyai tingkat kepercayaan diri yang tinggi sehingga bisa bertahan dalam menjalankan usahanya. Pola pikir (mindset) dan jiwa kewirausahaan perlu dikembangkan bagi pemuda, sehingga akan terbentuk pengelola usaha yang produktif dan mampu bertahan dalam persaingan pasar. Implementasi dari pengetahuan berwirausaha diharapkan dimulai dari bangku sekolah, karena usia muda sebagai masyarakat yang produktif yang hidup di zaman yang digital ini.

Berdasarkan uraian permasalahan yang dihadapi, maka target dalam kegiatan PKM ini adalah siswa-siswi yang ada di SMA Negeri I Motoling Barat sehingga dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan pemasaran secara digital sehingga dapat meningkatkan kewirausahaan yang ada di daerah Motoling secara khusus dan minahasa Selatan secara umum. Dengan optimalnya pemasaran yang dilakukan, maka usaha akan berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan yang ditargetkan, sehingga hal ini bisa memperkuat jiwa kewirausahaan siswa untuk terus melakukan inovasi dan kreasi dalam berusaha atau berbisnis.

Beberapa masalah yang teridentifikasi tersebut dapat di kaji beberapa solusi:

1. Perlu adanya komunikasi antara perguruan tinggi atau pelaku PKM dengan Siswa. Target luaran yang ingin dicapai ialah pelatihan tentang maksud dan tujuan kegiatan.

2. Solusi untuk program pembinaan secara berkesinambungan yaitu pengetahuan dan ketrampilan siswa SMA Negeri I Motoling Barat dalam menggunakan pemasaran digital sehingga mereka mampu menjalankan suatu bisnis dengan baik dan benar. Target luaran yang ingin dicapai yaitu siswa menjadi pelaku kewirausahaan memiliki pengetahuan dalam menjalankan bisnis.

Solusi untuk program pengembangan ke depan ialah membuat buku panduan pemasaran digital yang dapat digunakan siswa secara berkesinambungan. Target luaran yang ingin dicapai yaitu dihasilkan buku panduan tentang pemasaran digital.

## METODE PELAKSANAAN

### **Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran yang dipilih adalah Siswa kelas 11 dan 12 SMA Negeri I Motoling Barat. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya untuk melatih Pengetahuan tentang bagaimana menggunakan strategi pemasaran digital.

Untuk melaksanakan kegiatan dimaksud, maka langkah-langkah yang akan dilakukan untuk solusi pertama yaitu:

1. Menyusun rancangan pelaksanaan kegiatan PKM.
2. Berkomunikasi dengan pihak Sekolah SMA Negeri I Motoling Barat untuk sosialisasi kegiatan PKM.
3. Menentukan waktu pelaksanaan.

Untuk melaksanakan solusi yang kedua, dapat dilakukan dengan cara:

1. Peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk menjadi wirausahawan muda selama 1 jam.
2. Peserta diberikan materi tentang Pemasaran Digital selama 2 jam.
3. Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran digital selama 3 jam.

Melaksanakan solusi ketiga, maka langkah langkah yang akan ditempuh yaitu melakukan pendampingan terhadap peserta, dalam menyusun buku panduan sesuai kebutuhan dan mudah digunakan masyarakat.

### **Metode Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- a. Langkah 1 (Metode Ceramah):

Peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk mempelajari tentang bisnis. Selain itu, peserta diberikan materi gambaran umum tentang penyusunan pemasaran digital. Langkah pertama diselenggarakan selama 1 jam.

- b. Langkah 2 (Metode Tutorial):

Peserta pelatihan diberikan materi Pemasaran digital. Langkah kedua diselenggarakan selama 2 jam.

- c. Langkah 3 (Metode Diskusi):

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran digital dan implementasinya Langkah ketiga diselenggarakan selama 1 jam.

## **HASIL PEMBAHASAN**

PKM dengan judul Pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan kewirausahaan pada siswa di SMA Negeri 1 Motoling Barat Kabupaten Minahasa Selatan ini akan diselenggarakan bagi para siswa kelas 11 dan 12 .

Setiap anggota yang melaksanakan kegiatan pelatihan ini memiliki tugas dan peran masing-masing sebagai pemateri. Setiap anggota juga diharuskan untuk memiliki ketrampilan atau latar belakang manajemen kewirausahaan sebagai bentuk tanggung jawab atas materi yang diberikan.

Kegiatan PKM ini akan dilakukan oleh satu orang dosen ketua yang berasal dari Universitas Negeri Manado dan satu dosen anggota dari Fakultas ekonomi dan bisnis universitas Negeri Manado . Masing-masing anggota memiliki latar belakang yang berbeda. Noula Mawitjere yang memiliki spesialisasi dalam bidang Manajemen Pemasaran dan yang memiliki spesialisasi dalam bidang Manajemen SDM. Dengan adanya keragaman spesialisasi yang dimiliki oleh tim pelaksana, diharapkan dapat memberikan pelatihan yang maksimal dan dapat bermanfaat.

Selain itu, pelaksanaan PKM ini juga mendapat dukungan penuh dari pihak sekolah serta sejalan dengan program Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Manado yang mendorong dosen untuk aktif memberikan kontribusi nyata di tengah masyarakat. Kehadiran tim pelaksana dengan latar belakang keilmuan yang beragam memperkuat kualitas program, karena siswa akan semakin mendapatkan wawasan kewirausahaan yang lebih komprehensif. Kegiatan ini juga dirancang agar tidak hanya berhenti pada pelatihan semata, melainkan membuka peluang pelatihan berkelanjutan melalui pendampingan, pembuatan modul panduan pemasaran digital, serta potensi kerja sama dengan pihak sekolah. Dengan demikian, keberadaan PKM ini tidak hanya relevan bagi siswa peserta pelatihan, tetapi juga menjadi model pengembangan kewirausahaan berbasis sekolah yang dapat direplikasi di wilayah lain di Kabupaten Minahasa Selatan.

Kegiatan PKM ini memiliki banyak manfaat, hasil yang diperoleh dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, ketrampilan, dan motivasi kewirausahaan di kalangan siswa. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa hanya mengenal pemasaran konvensional yang dilakukan secara tatap muka atau melalui media sederhana. Mereka belum memahami bagaimana internet dan media sosial dapat dijadikan sarana efektif dalam memasarkan produk. Setelah mengikuti pelatihan, siswa tidak hanya mengenal teori pemasaran digital, tetapi juga mampu mempraktikkan langkah-langkah konkret untuk mengembangkan usaha sederhana melalui platform digital. Hal ini menjadi capaian penting karena sesuai dengan tujuan program, yaitu membekali generasi muda dengan keterampilan yang relevan dengan perkembangan zaman.

Pada tahap **ceramah**, peserta diberikan motivasi untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta pemahaman dasar mengenai pentingnya pemasaran digital di era saat ini. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan contoh-contoh nyata dari dunia usaha lokal maupun global. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa siswa mulai memahami pentingnya kewirausahaan sebagai alternatif dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan. Mereka menyadari bahwa potensi lokal di Kabupaten Minahasa Selatan, seperti hasil pertanian, makanan khas, maupun kerajinan tangan, dapat diangkat sebagai produk unggulan jika dipasarkan secara digital.

Tahap **tutorial** menjadi bagian penting dalam memberikan keterampilan teknis kepada siswa. Mereka dilatih untuk membuat akun bisnis, mendesain konten promosi sederhana, hingga mengunggah

materi promosi. Hasil yang terlihat cukup signifikan: sebagian besar peserta berhasil membuat akun bisnis mereka sendiri, mendesain poster digital menggunakan aplikasi sederhana, serta memahami cara mengelola interaksi dengan calon konsumen. Beberapa siswa bahkan menunjukkan kreativitas tinggi dengan membuat konten promosi yang inovatif. Tutorial ini memperlihatkan bahwa meskipun awalnya banyak siswa yang belum terbiasa dengan teknologi digital, dengan bimbingan yang tepat mereka dapat menguasai keterampilan dasar pemasaran digital dalam waktu relatif singkat.

Sementara itu, tahap **diskusi** memberikan ruang bagi siswa untuk mengemukakan ide, bertukar pengalaman, dan memecahkan masalah bersama. Diskusi ini menghasilkan berbagai gagasan kewirausahaan, seperti ide menjual makanan khas lokal, memasarkan kerajinan tangan, hingga menawarkan jasa berbasis keterampilan yang mereka miliki. Dari diskusi juga terungkap kendala yang dihadapi siswa, antara lain keterbatasan perangkat, jaringan internet yang belum merata, serta kurangnya pengalaman awal dalam mengelola akun bisnis. Namun, diskusi justru menjadi wadah penting bagi siswa untuk saling memberi solusi, misalnya dengan bekerja sama dalam kelompok, memanfaatkan fasilitas sekolah, atau memulai usaha kecil dengan modal sederhana.

Dari perspektif akademik, kegiatan ini menunjukkan bahwa model pembelajaran berbasis ceramah, tutorial, dan diskusi sangat efektif diterapkan dalam pelatihan kewirausahaan. Ceramah memberikan pondasi teoretis, tutorial mengasah keterampilan teknis, sementara diskusi menumbuhkan kreativitas dan kemampuan problem solving. Kombinasi ketiganya membentuk pola pembelajaran yang seimbang dan aplikatif, sehingga peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kehidupan sehingga diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk program serupa yang lebih berkesinambungan, sehingga tercipta generasi muda Minahasa Selatan yang tangguh, inovatif, dan siap bersaing di era digital.



**Gambar 1.** Prosesi PKM



**Gambar 2.** Dokumentasi Bersama

## **KESIMPULAN**

Pengabdian berjalan dengan baik. Siswa-siswa di SMA Negeri I Motoling Barat memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan pemasaran secara digital sehingga dapat meningkatkan kewirausahaan yang ada di daerah Motoling secara khusus dan minahasa Selatan secara umum. Dengan optimalnya pemasaran yang dilakukan, maka usaha akan berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan yang ditargetkan, sehingga hal ini bisa memperkuat jiwa kewirausahaan siswa untuk terus melakukan inovasi dan kreasi dalam berusaha atau berbisnis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari, *Kewirausahaan*, Bandung: Penerbit Alfabet,2011
- Finch,B. 2004 How To Write a Bussinss Plan. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy 2001, *Bussiness Plan*: Teknik membuat perencanaan bisnis dan analisis kasus.PT.Gramedia Pustaka Utama.Jakarta
- Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014
- Umar, Husein 2001. Studi Kelayakan Bisnis; Teknik Menganalisa Kelayakan Rencana Bisnis secara komprehensif. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2002
- Lovelock, C. And J. Writs (2007), *Service Marketing : People, Technology, Strategy*, 6th ed Upper Saddle River, N.J, Pearson Education International
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa "Teori dan Praktek". Salemba Empat Jakarta.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset