VALUES: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri
e-ISSN 2686-584x

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENCARI PELUANG BISNIS DALAM UPAYA UNTUK MENDAPATKAN PENGHASILAN PADA SISWA-SISWI SMA N 2. BATANG GANSAL KABUPATEN INDRAGIRI HULU

Tri Rahayu [1] Aris Triyono [2] Destiana Sopana Putri [3] Yosi Trisnawati [4] Nurainun Br Ritonga [5] Siela Amanda [6]

[1) 2) 3) 4) 5) 6)] Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri
Email: [1)]trirahayu9331@gmail.com, [2)]aris3ono.itbindragiri@gmail.com,
[3)] destianasopanaptr@gmail.com,[4)]yositrisnaa26@gmail.com
[5)]ainunelizer@gmail.com,[6)]sielaamandaputri@gmail.com

Riwayat Artikel:
Dikirim: 11.06.2025
Direvisi: 12.06.2025
Diterima: 13.06.2025

Abstrak :
Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah digital marketing, yang memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk dan jasa mereka secara lebih efektif dan efisien. Digital marketing tidak hanya terbatas pada perusahaan besar, tetapi juga memberikan peluang bagi individu, termasuk siswa-siswi SMA, untuk menjelajahi dunia bisnis dan menciptakan sumber penghasilan.

Abstract :
In today's digital era, the development of information and communication technology has brought significant changes in various aspects of life, including in the business world. One of the most prominent innovations is digital marketing, which allows business people to market their products and services more effectively and efficiently. Digital marketing is not only limited to large companies, but also provides opportunities for individuals, including high school students, to explore the business world and create sources of income.

Kata Kunci : ***Digital marketing , peluang bisnis.***

Pendahuluan

Strategi pencarian peluang bisnis melalui pemanfaatan digital marketing telah menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan dalam menghadapi tantangan era digital. Studi menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan kinerja pemasaran secara signifikan, seperti yang terlihat pada Syntax Corporation Indonesia yang berhasil meningkatkan omzet melalui optimalisasi platform digital (Umam, 2022).

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah digital marketing, yang memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk dan jasa mereka secara lebih efektif dan efisien. Digital marketing tidak hanya terbatas pada perusahaan besar, tetapi juga memberikan peluang bagi individu, termasuk siswa-siswi SMA, untuk menjelajahi dunia bisnis dan menciptakan sumber penghasilan.

Menurut Saputra dan Ardani (2020) Digital marketing adalah salah satu kategori dalam pemasaran yang menggunakan media digital untuk mengiklankan produk atau layanan dan menjangkau calon pembeli. Lucyantoro & Rachmansyah (2018): Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media internet (seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, dan website) untuk menarik minat konsumen terhadap produk atau layanan.

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) “Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to to achieves marketing objectives.”. Artinya Digital Marketing merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran.

Digital marketing adalah strategi yang efektif untuk menghasilkan pendapatan, baik melalui pekerjaan penuh waktu, freelance, atau bahkan membangun bisnis sendiri. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, email, dan mesin pencari, Anda bisa menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Siswa-siswi SMA merupakan generasi muda yang memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan akses yang mudah terhadap internet dan berbagai platform media sosial, mereka dapat belajar dan menerapkan strategi digital marketing untuk mencari peluang bisnis. Melalui pemanfaatan teknologi ini, siswa-siswi tidak hanya dapat mengembangkan keterampilan kewirausahaan, tetapi juga meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk atau layanan yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Dalam konteks ini, jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi digital marketing dapat dimanfaatkan oleh siswa-siswi SMA untuk mencari peluang bisnis. Penelitian ini akan membahas berbagai strategi digital marketing yang dapat diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta dampak positif yang dapat diperoleh dari penerapan teknologi ini dalam upaya mendapatkan penghasilan. Dengan demikian, diharapkan jurnal ini dapat memberikan wawasan dan inspirasi bagi siswa-siswi SMA untuk memanfaatkan teknologi

digital dalam meraih kesuksesan di dunia bisnis.

Beberapa contoh teknologi digital marketing meliputi Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), Social Media Marketing, Email Marketing, Content Marketing, dan berbagai jenis iklan online. Contoh lain termasuk chatbot, influencer marketing, dan aplikasi digital marketing.

Metode Pelaksanaan

Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing untuk Mencari Peluang Bisnis dalam Upaya untuk mendapatkan penghasilan pada siswa-siswi SMA N 2 Batang Gansal Kebupaten Indragiri Hulu dilaksanakan pada:

Hari/ Tanggal: Senin 17 Februari 2025

Tempat: SMA N 2 Batang Gansal

Peserta: Siswa/Siswi SMA N 2 Batang Gansal

Kegiatan ini dilakukan dengan metode presentasi dan diskusi antara narasumber dan peserta sosialisasi.

a.Presentasi

Presentasi dilakukan di Salah satu kelas yang ada di SMA N 2 Batang Gansal. dengan mempergunakan infokus serta didukung dengan sound sistem. Materi Sosialisasi yang diberikan terdiri atas apa itu Teknologi digital marketing, macam-macam Teknologi digital marketing, Teknologi digital marketing yang cocok untuk anak sekolah dan langkah-langkah menggunakan salah satu Digital Marketing

b.Diskusi

Setelah presentasi berakhir dilanjutkan dengan diskusi tentang materi yang telah disampaikan serta kendala yang selama ini dihadapi oleh peserta serta solusi untuk permasalahan yang mereka hadapi.

Hasil

Kegiatan Sosialisasi pemanfaatan teknologi digital marketing untuk mencari peluang bisnis dalam upaya untuk mendapatkan penghasilan pada siswa-siswi SMA N 2 Batang gansal kabupaten indragiri hulu merupakan kegiatan yang di taja oleh dosendan bekerjasama dengan desa, untuk itu kami sebagai panitia melaksanakan diskusi untuk mencari kesamaan tentang tujuan dan capaian yang diharapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Pelatihan Pelatihan Kewirausahaan Karang Taruna Tunas BaruDesa Tanah DatarKecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu diselenggarakan pada hari Senin, 17 Februari 2025, di salah satu kelas yang ada di SMA N 2 Batang Gansal dan kegiatan berjalan dengan lancer, para peserta mampu mengikutinya dengan baik dan melalui kegiatan ini telah dapat meningkatkan wawasan dan minat berwirausaha.

Pelaksanaan kegiatan Sosialisasi pemanfaatan teknologi digital marketing untuk mencari peluang bisnis dalam upaya untuk mendapatkan penghasilan pada siswa-siswi SMA N 2 Batang gansal kabupaten indragiri hulu berjalan dengan lancar dan diikuti secara antusias

oleh siswa-siswi yang hadir. Kegiatan PKM didahului dengan pembukaan dari ketua Tim Pelaksana PKM kemudian pembukaan oleh Kepala Sekolah dan dilanjutkan dengan pemberian materi sosialisasi oleh narasumber, kemudian diskusi dan tanya jawab. Dapat disimpulkan Hasil yang diharapkan dari program pengabdian pada masyarakat oleh dosen ini meliputi hasil jangka pendek dan jangka panjang sebagai berikut;

Hasil Jangka Pendek: 1) Memahami apa digital marketing 2) digital marketing yang cocok untuk siswa. 3) Langkah-langkah dalam menggunakan salah satu digital marketing yang cocok untuk siswa.

Hasil Jangka Panjang: 1) siswa-siswi dapat mengisi waktu luang dengan hal yang bermanfaat 2) dapat membantu menambah pendapatan bagi siswa-siswi melalui pemanfaatan digital marketing

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari kegiatan ini adalah : 1. Kegiatan ini mendapat respon yang positif dari Kepala Sekolah dan Siswa-siswi SMA 2 Batang Gansal 2. Siswa-siswi mengikuti antusias dan berharap setelah kegiatan ini dilaksanakan dapat memanfaatkan ilmu yang didapat serta dapat menciptakan dan mengembang diri melalui pemanfaatan teknologi digital marketing untuk menambah pendapatan.

Ucapan Terima Kasih.

Alhamduliah, kegiatan PKM di Desa Ringin Kecamatan Batang Gansal Kabupaten Indrgairi Hulu terlaksana dengan baik dan lancar, tentunya pencapaian ini tidak terlepas dari dukungan yang diberikan oleh pihak sekolah dan siswa-siswi SMA N 2 Batang Gansal. Oleh karena itu, ucapan terimakasih sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Kepala Sekolah, Bapak Ibu Guru serta Siswa-siswi SMA N 2 Batang Gansal yang sudah mengikuti dan membantu terselenggaranya kegitan PKM ini.

Lampiran;

Surat Tugas PKM;

YAYASAN PENDIDIKAN INDRAGIRI (YPI)
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS INDRAGIRI
Izin: Kepmendikbudristek RI Nomor 585/E/O/2022
Program Studi: S1 Manajemen – S1 Teknik Sipil – S1 Agribisnis – S1 Kebidanan dan Profesi Bidan
Rektorat: Jl. R. Soeprapto No. 14 Telp. (0769) 21019 Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau – Indonesia
Website: www.itbin.ac.id - Email: info@itbin.ac.id

SURAT TUGAS
Nomor : 001/P3M/ITBIND/RGT/II/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini:
NAMA : Suwaji, SE.,MM.
NIDN : 1022097401
JABATAN : Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri.

Memugaskan Kepada:
Nama :
1. Tri Rahayu,SE.MM.
2. Dr. Aris Triyono,SE.MM.
3. Destiana Sopana Putri
4. Yosi Trisnawati
5. Nuraimun Br Ritonga
6. Siela Amanda

Jabatan : Dosen dan Mahasiswa Institut Tekonologi dan bisnis Indragiri

Untuk malaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, pada:
Hari : Senin.
Tanggal : 17 Februari 2024
Waktu : 08.30 WIB s/d Selesai
Tempat : Ruang Belajar SMA N 2. Batang Gansal Kabupaten Indragiri Hulu
Judul Acara : Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Untuk Mencari Peluang Bisnis Dalam Upaya Untuk Mendapatkan Penghasilan Pada Siswa-Siswi Sma N 2. Batang Gansal Kabupaten Indragiri Hulu

Demikianlah Surat Tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan dengan penuh tanggungjawab.

Rengat, 15 Februari 2025.

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS INDRAGIRI
Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M)
Kepala,
SUWAJI, SE., MM
NIDN. 1022097401

Dokumentasi/ Foto-Foto PKM.

Berita Acara PKM

BERITA ACARA & PRESENSI
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM) DOSEN

Pada hari ini ...Senin...tanggal...17...... bulan ...2... tahun 2025 telah dilaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) oleh Dosen Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri pada :

Hari/Tanggal : Senin, 17 Februari 2025

Jam : 10.00 s/d Selesai

Tempat : SMA N 2 Batang Gansal

Desa / Kel : Ringin

Kecamatan : Batang Gansal

Kabupaten : Indragiri Hulu

Judul : Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Berbasis Medsos untuk Peluang Bisnis Upaya Mendapatkan Penghasilan pd Siswa Siswi

Daftar Peserta : SMA 2 Batang Gansal Kab Inhu

NO.	NAMA PESERTA	ASAL PESERTA	TANDA TANGAN
1.	Nabila Aprilia	SMAN 2 Btg gansal	
2.	Rima anugrah Putra	SMAN 2 Btg gansal	
3.	Dewi YUSNITA	SMAN 2 Batang gansal	
4.	Lukman apandi	SMA 2 Btg gansal	
5.	Khoirul	SMA 2 Btg gansal	
6.	Andis Ferdinand Gizzie	SMA 2 BTG GANSAL	
7.	Egi Pratama	SMA 2 BTG gansal	
8.	ZAINAL M	SMA 2 Btg gansal	
9.	Annur alfajri	SMA 2 BTG gansal	
10.	BAGUS	SMA 2 Btg gansal	
11.	Fikri Soplandi	SMA 2 Btg gansal	
12.	ANTON Wijaya	SMA 2 Btg gansal	
13.	M. ASY SYAKUR	SMA 2 Btg gansal	
14.	Lathif Ari bakti	SMA 2 Btg gansal	
15.	Lalla	SMA 2 Btg gansal	
16.	Moza Rianti	SMAN 2 Btg gansal	
17.	Madurie Augi Raifan	SMAN 2 BtG gansal	
18.	Rizky Fadila	SMAN 2 Btg	
19.	Tria Syifa aprilia	SMAN 2 Btg gansal	
20.	eka Yulia Safitri	SMAN 2 btg gansal	

VALUES: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri
e-ISSN 2686-584x

21.	Sicvany Ebigaei	SMAN Btg Gansal	
22.	Siti Rodiah	SMAN Btg Gansal	
23.	Ramma Dani Saputri	SMAN Btg Gansal	
24.	Ovi Cinta Lestari	Sma N btg Gansal	
25.	Raja willi	SMAN 2 btg gansal	
26	Nur Hasanah	Sman 2 btg Gansal	
27	M. yazid ubay dillah	SMAN 2 btg gansal	
28	Rian iskandar	Sman 2 btg gnsl	
29	Mia Cinta Syahban	Sman 2 btg gnsl	
30	AGNES Oktavia Malau	SMAN 2 Btg gansal	
31	Lita mona sari	SMA N 2 btg gansal	
32	Alhalik	SMAN 2 BGL	
33	DONI	MAHASISWA	
34	RIKO TIRTA	Mahasiswa	
35	YOSI TRISNAWATI	MAHASISWA	
36	TEDDI ARDIANSYAH	mahasiswa.	
37	YEGI AMANDA	Mahasiswa.	
38	MUHAMMAD ZULFAHMI	Mahasiswa	
39	M. YUDI IRWANDI	Mahasiswa	
40	DESTIANA SOPANA PUTRI	Mahasiswa	
41	NURAINUN Br RITONGA	Mahasiswa	
42	DAHRUN NAFISH	mahasiswa	
43	UNERITA ANNGRAINI	"	
44.	DODI SAPUTRA	Mahasiswa.	
45.	SIELA AMANDA PRATIWI	Mahasiswa.	

Berita acara ini ditulis dan disampaikan sesuai dengan yang susungguhnya

Batang Gansal, 17 Januari 2025.

TIM Pelaksana	
(TRI RAHAYU,S.E.,M.M) NIDN.1031089203	(Dr. ARIS TRIYONO,S.E.,M.M) NIDN.1011127001

Daftar Referensi

Bagas Ilham Lucyantoro, & Moch. Rizaldy Rachmansyah. (2018). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING, TEORI ANTRIAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN(Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan, 5(1).Gilbert, J. R., Smith, J. D., Johnson, R. S., Anderson, A., Plath, S., Martin, G., . . . White, N. (2014*). Choosing a title* (2nd ed.). New York, NY: Unnamed Publishing.

Chaffey, Dave., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Sixth Edition. Pearson.

Gibson, T. M., & Kirkwood, P. E. (2014). A purchase-on-demand pilot project at the University of Arkansas, for the Proceedings of the Materials Research Society Symposiums. *Journal of Interlibrary Loan, Document Delivery, & Electronic Reserve, 19*(1), 47-56. doi:10.1080/10723030802533853

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9(7), 2596.