

**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 Rahayu¹⁾ Aris Triyono²⁾ Destiana Sopana Putri³⁾ Yosi Trisnawati⁴⁾ Nurainun Br
Ritonga⁵⁾ Siela Amanda⁶⁾**

^{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 Kabupaten 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 lancar, 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 mengembangkan diri melalui pemanfaatan teknologi digital marketing untuk menambah pendapatan.

Ucapan Terima Kasih.

Alhamdulillah, kegiatan PKM di Desa Ringin Kecamatan Batang Gansal Kabupaten Indragiri 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 kegiatan PKM ini.

Lampiran;

Surat Tugas PKM;

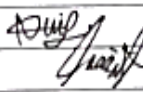
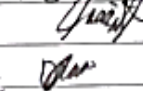
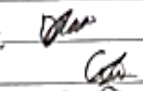
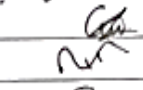
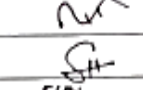
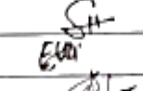
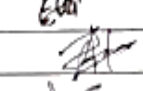
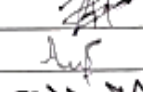
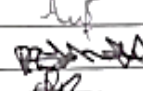
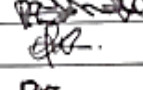
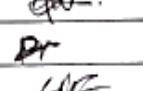
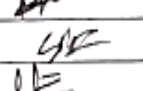
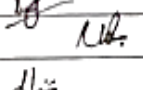
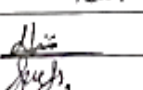
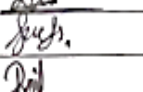
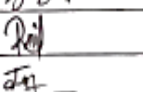
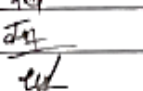
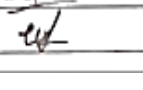
	YAYASAN PENDIDIKAN INDRAGIRI (YPI) INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS INDRAGIRI Izin: Kepmendikbudristek RI Nomor 585/E/O/2022 Program Studi: SI Manajemen – SI Teknik Sipil – SI Agribisnis – SI Kebidanan dan Profesi Bidan Rektorat: Jl. R. Seepagte No. 14 Telp. (0759) 21019 Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau – Indonesia Websites: www.itbin.ac.id - Email: info@itbin.ac.id
SURAT TUGAS Nomor : 001/P3M/ITBEND/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. Nurainun Br Ritonga 6. Siela Amanda	
Jabatan : Dosen dan Mahasiswa Institut Teknologi dan bisnis Indragiri	
Untuk melaksanakan 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)  SUWAJI, SE.,MM NIDN. 1022097401	

Berita Acara PKM

BERITA ACARA & PRESENSI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM) DOSEN

Pada hari ini^{Setim}.....tanggal.....17..... bulan2.... tahun 2025 telah dilaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) oleh Dosen Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri pada :

Hari/Tanggal : Setim, 17 FEBRUARI 2025
Jam : 10.00 s/d selesai
Tempat : SMA N 2 BATANG GANSAL
Desa / Kel : RINGIN
Kecamatan : BATANG GANSAL
Kabupaten : INDAGIRI HULU
Judul : PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING BERBASIS AGENOS UNTUK PELUANG BISNIS UPAYA MENDAPATKAN PENGHASILAN PD SISWA SISWI
Daftar Peserta : SMA 2 BATANG GANSAL KABUPATEN HULU

NO.	NAMA PESERTA	ASAL PESERTA	TANDA TANGAN
1.	Nabila Aprilia	SMAN 2 Btg gansal	
2.	Dima 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.	Andi FANDHIO GIMIE	SMA 2 Btg gansal	
7.	Z Egi Pratama	SMA 2 Btg gansal	
8.	ZAINAL M	SMA 2 Btg gansal	
9.	Adi Annur aifajri	SMA 2 Btg gansal	
10.	Bagus	SMA 2 Btg gansal	
11.	FIERI Soplandi	SMA 2 Btg gansal	
12.	Anton kisto	SMA 2 Btg gansal	
13.	M.ASY SYAKUR	SMA 2 Btg gansal	
14.	Latifah Aribakei	SMA 2 Btg gansal	
15.	Naila	SMA 2 Btg gansal	
16.	Moza Rianti	SMAN 2 Btg gansal	
17.	Madurie Aigsi Relfan	SMAN 2 Btg gansal	
18.	Rizky Fadha	SMAN 2 Btg	
19.	Tika Syifa Aprilia	SMAN 2 Btg gansal	
20.	Eka Yulia Safitri	SMAN 2 Btg gansal	

21.	Stevany E.B. Gani	SMAN 1 Bg Gansal	dit.
22.	Siti Radian	SMAN 1 Bg Gansal	dit.
23.	Rahma Dani Safitri	SMAN 1 Bg Gansal	dit.
24.	Oni Ono Leslan	SMAN 1 Bg Gansal	dit.
25.	Rasa Willi	SMAN 1 Bg Gansal	dit.
26.	Nur Hanudin	SMAN 2 Bg Gansal	dit.
27.	M. Yazid Ubayy dillah	SMAN 2 Bg Gansal	dit.
28.	Rian Ismail	SMAN 2 Bg Gansal	dit.
29.	M. Lina Suman	SMAN 2 Bg Gansal	dit.
30.	AGNES Oktavia Maloi	SMAN 2 Bg Gansal	dit.
31.	Wito mono Zoni	SMAN 2 Bg Gansal	dit.
32.	Alha Lia	SMAN 2 Bg Gansal	dit.
33.	DANI	MAHASISWA	dit.
34.	RIKO TIRTA	Mahasiswa	dit.
35.	YOSI TRISNAWATI	Mahasiswa	dit.
36.	TEDI ARDIANSYAH	Mahasiswa	dit.
37.	YEBI AMANDA	Mahasiswa	dit.
38.	MUHAMMAD ZULFAN	Mahasiswa	dit.
39.	M. YUDI IRWANI	Mahasiswa	dit.
40.	DESTIANA SOPANA PUTRI	Mahasiswa	dit.
41.	MURAINUN BT RITONER	Mahasiswa	dit.
42.	BAHRUN NAEISH	Mahasiswa	dit.
43.	UNERITA ANNIRAINI	Mahasiswa	dit.
44.	DODI SAPUTRA	Mahasiswa	dit.
45.	SIELA AMANDA PRATIWI	Mahasiswa	dit.

Berita acara ini ditulis dan disampaikan sesuai dengan yang sesungguhnya

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.