Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 5 No 6 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI SMK RAUDHATUL MU'AWANAH

Azeti Agustiani[1], septi Febriyanti[2], Sukmanatasya[3]
Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia
azetiagustiani@gmail.com[1], septifebriyanti2005@gmail.com[2], sukmanatasya87@gmail.com[3]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk lokal hasil karya siswa SMK Raudhatul Mu'awanah. Latar belakang penelitian ini adalah rendahnya daya saing produk sekolah jika hanya dipasarkan secara tradisional, sehingga diperlukan strategi pemasaran digital yang lebih modern dan relevan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap aktivitas pemasaran siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook mampu meningkatkan jangkauan pasar, membangun brand awareness, serta memperkuat loyalitas konsumen melalui interaksi dua arah. Selain itu, strategi digital marketing berbasis media sosial juga memberikan pengalaman nyata bagi siswa dalam mengembangkan keterampilan literasi digital dan kewirausahaan. Dengan demikian, optimalisasi media sosial terbukti efektif sebagai sarana pemasaran sekaligus media pembelajaran yang mendukung daya saing produk lokal sekolah di era digital.

Kata Kunci: media sosial, pemasaran digital, kewirausahaan, produk lokal

ABSTRACT

This study aims to analyze the utilization of social media as a marketing tool for local products created by students of SMK Raudhatul Mu'awanah. The background of this research lies in the limited competitiveness of school products when marketed traditionally, thus requiring a modern and technology-based marketing strategy. The method used is descriptive qualitative with a case study approach, involving observation, interviews, and documentation of students' marketing activities. The results show that the use of social media platforms such as Instagram and Facebook can expand market reach, build brand awareness, and strengthen consumer loyalty through two-way interactions. Furthermore, digital marketing strategies based on social media provide real experiences for students in developing digital literacy and entrepreneurial skills. Therefore, optimizing social media is proven to be effective not only as a marketing tool but also as a learning medium that supports the

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 6 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

competitiveness of school-based local products in the digital era.

Keywords: ***social media*, *digital marketing*, *entrepreneurship*, *local product***

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap dunia bisnis dan pendidikan. Salah satu aspek yang paling menonjol adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif, interaktif, dan berbiaya relatif rendah. Neil Patel (2021) menambahkan bahwa digital marketing melalui media sosial mampu menjangkau konsumen secara tepat sasaran, membangun kepercayaan, serta meningkatkan penjualan.

Dalam konteks pendidikan vokasi, pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran produk lokal hasil karya siswa, tetapi juga sebagai media pembelajaran kewirausahaan. Drucker (2024) menekankan bahwa kewirausahaan berlandaskan inovasi dan keberanian mengambil peluang, sehingga siswa perlu dilatih.

Memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Produk lokal sekolah yang mencerminkan kreativitas dan keterampilan siswa memiliki potensi ekonomi yang besar, namun membutuhkan strategi pemasaran modern agar mampu bersaing di pasar yang kompetitif. SMK Raudhatul Mu'awanah sebagai Lembaga pendidikan vokasi berupaya mengoptimalkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar, membangun brand awareness, serta meningkatkan literasi digital siswa. Strategi ini tidak hanya mendukung pemasaran produk lokal sekolah, tetapi juga memberikan pengalaman nyata bagi siswa dalam mengembangkan keterampilan komunikasi digital, kreativitas konten, dan kemampuan membangun jejaring bisnis.

Dengan adanya pemanfaatan media sosial, siswa dapat belajar secara langsung mengenai praktik pemasaran modern, memahami perilaku konsumen, serta mengasah kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren pasar. Selain itu, optimalisasi media sosial juga berkontribusi pada pembentukan citra positif sekolah sebagai lembaga yang mendukung kreativitas dan kewirausahaan muda. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan vokasi yang menekankan keterampilan praktis dan relevansi dengan kebutuhan dunia kerja. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, produk lokal sekolah dapat dipasarkan secara lebih luas, terukur, dan berkelanjutan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam meningkatkan daya saing produk lokal maupun usaha kecil. Rasyad Ghazali Saraan dkk. (2020) menegaskan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam komunikasi pemasaran modern, karena mampu menciptakan interaksi langsung antara produsen dan konsumen serta memperkuat efektivitas promosi. Temuan ini relevan dengan konteks SMK Raudhatul Mu'awanah, di mana siswa dapat memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk kreatif mereka sekaligus melatih keterampilan kewirausahaan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana optimalisasi media sosial dapat mendukung pemasaran produk lokal sekolah sekaligus menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa di era digital. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi pemasaran berbasis digital di lingkungan pendidikan vokasi, serta menjadi referensi bagi sekolah lain dalam mengimplementasikan praktik serupa.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 6 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis dan pendidikan, khususnya melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif, interaktif, dan berbiaya relatif rendah. Menurut Dyer (2020), media sosial merupakan seperangkat platform daring yang memungkinkan individu dan kelompok untuk menciptakan, berbagi, serta berinteraksi dengan konten dalam cara yang membentuk praktik sosial dan identitas digital. Neil Patel (2021) menambahkan bahwa digital marketing melalui media sosial mampu menjangkau konsumen secara tepat sasaran, membangun kepercayaan, serta meningkatkan penjualan. Dalam konteks pendidikan vokasi, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran produk lokal hasil karya siswa, tetapi juga sebagai media pembelajaran kewirausahaan. Drucker (2024) menekankan bahwa kewirausahaan berlandaskan inovasi dan keberanian mengambil peluang, sehingga siswa perlu dilatih untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. SMK Raudhatul Mu'awanah berupaya mengoptimalkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar, membangun brand awareness, serta meningkatkan literasi digital siswa. Strategi ini mendukung pemasaran produk lokal sekaligus memberikan pengalaman nyata dalam mengembangkan keterampilan komunikasi digital, kreativitas konten, dan jejaring bisnis. Optimalisasi media sosial juga berkontribusi pada citra positif sekolah sebagai lembaga yang mendukung kreativitas dan kewirausahaan muda. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, produk lokal sekolah dapat dipasarkan secara lebih luas, terukur, dan berkelanjutan, sekaligus menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa di era digital.

METODE

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : SMK Raudhatul Mu'awanah Jln. Tambak Pamarayan Km.04. Ds Nagara. Kec Kibin. Serang - Banten

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Rabu, 15 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan PKM berjalan lewat beberapa tahap yang saling melengkapi.

Tahap pertama, Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang yang melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terlebih dahulu mengajukan surat permohonan kepada pihak Universitas Pamulang Kampus Serang.

Setelah itu, masuk ke tahap kedua, Setelah memperoleh persetujuan dari kampus, mahasiswa kemudian menghadap Kepala Sekolah SMK Raudhatul Mu'awanah untuk menyampaikan surat permohonan sekaligus proposal kegiatan PKM yang akan dilaksanakan di sekolah tersebut. Penetapan sasaran ini bertujuan untuk mendukung pengembangan kompetensi siswa SMK Raudhatul Mu'awanah, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan literasi digital.

Tahap ketiga adalah Setelah memperoleh persetujuan dari kampus, mahasiswa kemudian menghadap Kepala Sekolah SMK Raudhatul Mu'awanah untuk menyampaikan surat permohonan sekaligus proposal kegiatan PKM yang akan dilaksanakan di sekolah tersebut. Penetapan sasaran ini bertujuan untuk mendukung pengembangan kompetensi siswa SMK Raudhatul Mu'awanah, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan literasi digital.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 6 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Setelah kegiatan selesai, tahap berikutnya adalah penyusunan laporan akhir yang memuat seluruh rangkaian kegiatan, hasil capaian, serta evaluasi pelaksanaan PKM. Laporan tersebut akan dipresentasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus tugas akhir mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di SMK Raudhatul Mu'awanah berjalan sesuai dengan rencana. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara luring pada tanggal 15 dan 16 Oktober 2025 diikuti oleh siswa kelas XI dan XII yang terlibat dalam produksi serta pemasaran produk lokal sekolah.

Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang memberikan materi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital, strategi membangun brand awareness, serta praktik langsung dalam membuat konten promosi melalui platform Instagram dan TikTok.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep pemasaran digital. Siswa mampu mengidentifikasi keunggulan produk lokal sekolah, menyusun strategi konten yang menarik, serta memahami pentingnya interaksi dengan konsumen melalui media sosial. Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan motivasi kewirausahaan, di mana siswa lebih percaya diri untuk memasarkan produk mereka secara mandiri.

Selain peningkatan pemahaman siswa mengenai strategi pemasaran digital, kegiatan PKM juga memberikan dampak nyata terhadap keterampilan praktis yang dimiliki siswa. Selama sesi praktik, siswa dilatih untuk membuat konten promosi berupa foto produk, video singkat, serta caption yang menarik dan sesuai dengan karakteristik audiens di media sosial.

Hasilnya, siswa mampu menghasilkan konten kreatif yang menonjolkan keunggulan produk lokal sekolah, seperti kerajinan tangan dan makanan olahan. Aktivitas ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri siswa dalam menampilkan karya mereka kepada publik.

Selain itu, kegiatan sosialisasi memperlihatkan adanya peningkatan literasi digital. Siswa mulai memahami pentingnya analisis data sederhana, seperti jumlah likes, komentar, dan tingkat interaksi konsumen sebagai indikator keberhasilan promosi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja modern.





Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 6 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang di SMK Raudhatul Mu'awanah telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Melalui sosialisasi dan praktik langsung, siswa memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk lokal sekolah, sekaligus meningkatkan literasi digital, keterampilan komunikasi, dan motivasi kewirausahaan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu mengidentifikasi keunggulan produk, menyusun strategi konten kreatif, serta memahami pentingnya interaksi dengan konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan vokasi yang menekankan keterampilan praktis dan relevansi dengan kebutuhan dunia kerja modern. Sebagai tindak lanjut, disarankan agar sekolah terus mengembangkan program pendampingan digital marketing secara berkelanjutan, sehingga siswa dapat mempraktikkan keterampilan yang diperoleh secara konsisten. Siswa diharapkan lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan dengan berinovasi dalam menciptakan konten dan membangun jejaring bisnis.

Mahasiswa PKM dapat memperluas kegiatan dengan pelatihan lanjutan, seperti analisis data digital dan strategi branding, sementara peneliti selanjutnya dapat meneliti efektivitas media sosial terhadap peningkatan penjualan produk lokal sekolah. Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan jiwa kewirausahaan siswa secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar, A., & Anggrianis, V. (2024). *WASPADA PINJOL DAN JUDOL EDUKASI UNTUK MASA DEPAN LEBIH AMAN. Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*.

Barone, C., & Graffigna, G. (2025). Financial Literacy and Economic Attitudes as Protective Factors Against Pathological Gambling? A *Systematic Review. Journal of Gambling Studies*, 41, 489 - 514.

Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. (2023). *Digital Financial Literacy and Financial Well-Being. Finance Research Letters.*

Annisa, N., Rozikin, A., & Arafat, A. (2025). Sosialisasi Bahaya Judi Online dan Pinjaman Online Ilegal di Sekolah Menengah Atas: *Pentingnya Kesadaran Sejak Dini. PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*.

Amalina, N., Erikawati, C., Roffifudin, F., Arum, A., & Miyanti, S. (2024). Pemahaman Literasi Keuangan Digital Dalam Mencegah Pinjaman Online Ilegal Pada Pengurus Ranting 'Aisyiyah Ngasem. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*.

Wirawan, L., & Puteri, N. (2025). The impact of illegal online loans on student financial *well-being and academic persistence. Penelitian Ilmu Pengetahuan Sosial*.

Hanan, S., Fathurohman, F., Faisal, T., Mulyati, S., Solihat, S., Ismail, M., & Sugiarti, M. (2024). Edukasi Sadar Hukum Mengenai Bahaya Judi Online dan Pinjaman Online Ilegal di Kalangan Remaja di SMK *Pariwisata Anyer. Jurnal Kabar Masyarakat*.

Triana, H. (2025). Turnover Intention and Work-life Balance as Predictors of Employee Performance Satisfaction at Springhill Group. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 16(2), 191–195. https://doi.org/10.62398/PROBISNIS.V16I2.

Triana, H., & Yofi, Y. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(2), 113–124. https://doi.org/10.32493/jism.v1i2.25615.

Yulianto, D. (2024). Analisis Kejahatan Ekonomi dalam Praktik Pinjaman Online: Dampak terhadap Masyarakat dan Strategi Penanggulangan. Jurnal Syntax Admiration..

Solihati, K., Rizki, M., & Sari, U. (2023). The Role of the Government to Improve Financial Literacy in Efforts to Prevent the Use of Illegal Online Loans. *KnE Social Sciences*

Subagiyo, D., Gestora, L., & Sulistiyo, S. (2022). CHARACTERISTIC OF ILLEGAL ONLINE LOANS IN INDONESIA. *Indonesia Private Law Review*.