

Meningkatkan Keterampilan Digital Siswa Melalui Pemasaran Digital dalam Pembelajaran P5 di SDN Pagesangan Surabaya

Naura Husnina Athifanita Putri & Siti Ning Farida

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010319@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Agar berhasil melibatkan klien melalui saluran daring, pemasaran digital di era teknologi saat ini perlu mengalami modifikasi substansial. Proyek Penguatan Profil Siswa Pancasila akan digunakan dalam penelitian ini untuk menyelidiki keterampilan digital siswa SDN Pagesangan Surabaya. Keterampilan siswa dalam pemasaran digital ditingkatkan melalui pembelajaran berbasis P5, atau Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila. Temuan penelitian menunjukkan seberapa efektif sumber belajar berbasis digital, seperti Market Learning, dapat meningkatkan tingkat literasi digital siswa. Menerapkan strategi pemasaran digital adaptif juga diantisipasi untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan siswa serta mempersiapkan mereka menghadapi rintangan di dunia yang semakin saling terhubung dari hari ke hari. Untuk meningkatkan keberhasilan pembelajaran, penelitian ini juga menemukan bahwa instruktur harus mendapatkan pelatihan dan memiliki akses ke infrastruktur digital yang memadai. Dengan tujuan membekali siswa untuk menangani kesulitan digital di masa mendatang, saran penelitian ini adalah untuk menggabungkan praktik terbaik dari lembaga lain dan terus meningkatkan fasilitas dan kemampuan instruktur. Dengan demikian, penelitian ini memajukan pengetahuan tentang pentingnya literasi digital dalam pendidikan dasar Indonesia.

Kata Kunci: Keterampilan Digital, Pemasaran Digital, SDN Pagesangan Surabaya.

ABSTRACT

In order to successfully engage clients through online channels, digital marketing in the current technological era needs to undergo substantial modifications. The Pancasila Student Profile Strengthening Project will be used in this study to investigate the digital skills of SDN Pagesangan Surabaya pupils. Students' skills in digital marketing are enhanced through P5-based learning, or the Pancasila Student Profile Strengthening Project. The study's findings show how effectively digitally based learning resources, like Market Learning, may raise students' levels of digital literacy. Applying adaptive digital marketing strategies is also anticipated to boost community and student involvement and prepare them for obstacles in a world that is becoming more interconnected by the day. To enhance the efficacy of learning, this study also found that instructors must get training and have access to a sufficient digital infrastructure. With the goal of equipping students to handle digital difficulties in the future, the study's advice is to incorporate best practices from other institutions and keep improving facilities and instructor abilities. This study thereby advances knowledge on the significance of digital literacy in Indonesian basic education.

Keywords: Digital Skills, Digital Marketing, SDN Pagesangan Surabaya.



Hal: 1505-1516

PENDAHULUAN

Inisiatif pemasaran harus mulai berubah untuk melibatkan pelanggan di saluran daring. Kapasitas vendor untuk mengakses audiens calon pelanggan yang lebih luas merupakan salah satu manfaat komunikasi berbasis komputer dalam pemasaran internet. Pemasaran digital juga harus mengadaptasi teknik pemasaran tradisional. Diperlukan lebih banyak pendidikan untuk sepenuhnya memanfaatkan berbagai teknologi dan alat yang tersedia di internet untuk tujuan pemasaran. Meskipun internet memiliki banyak informasi penting yang diperlukan, satu masalah adalah informasi tersebut biasanya tersebar dan perlu dicari. Hal ini terkadang dapat mengakibatkan masalah tambahan terkait waktu dan kenyamanan selama proses pembelajaran. Produk digital perlu dibuat untuk platform yang digunakan secara luas. Kementerian Komunikasi dan Informasi memperkirakan bahwa 167 juta orang di Indonesia, atau 89% dari total populasi negara ini, menggunakan telepon pintar. Ada banyak industri dan tingkat pendidikan yang berbeda tempat pembelajaran telepon pintar telah diterapkan. Dengan pangsa pasar lebih dari 91% di Indonesia, Android tetap menjadi sistem operasi yang paling banyak digunakan di antara pengguna telepon pintar. Oleh karena itu, aksesibilitasnya diantisipasi akan meningkat dengan penggunaan platform Android untuk modul pemasaran digital daring dan perhitungan harga jual (Hanif, 2021).

Individu yang berbakat, bertanggung jawab secara moral, dan menjunjung tinggi cinta-cita Pancasila tercermin dalam Profil Pelajar Pancasila yang terus diperbarui. Tingkat keterampilan yang berbeda-beda dibutuhkan oleh mahasiswa dalam profil ini. Kemampuan untuk beradaptasi dengan prinsip-prinsip kemanusiaan universal dan pemahaman cita-

cita kemanusiaan merupakan sifat-sifat yang menjadi ciri penduduk Indonesia sebagai negara yang beradab dan berbudaya (Putra & Wijayanti, 2024).

Ada beberapa komponen dalam keterampilan digital, yang masing-masing berfungsi sebagai tanda penguasaan. Kemahiran teknis dalam manajemen informasi, pemecahan masalah, kreativitas, kerja sama tim, pemikiran kreatif, dan pengoperasian teknologi termasuk di antara kemampuan-kemampuan ini (Rusmana, 2020). Riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Keterampilan Digital dari para Siswa yang ada di SDN Pagesangan Surabaya melalui Pemasaran Digital dalam proses Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam riset ini yaitu melakukan Pembelajaran terhadap para siswa yang ada di SDN Pagesangan Surabaya dalam P5 sehingga dapat berfungsi untuk meningkatkan Keterampilan Digital para siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi tentang materi pembelajaran yang bersifat digital, khususnya Market Learning, menawarkan perspektif baru yang penting tentang seberapa baik teknologi bekerja untuk meningkatkan pembelajaran siswa. Dengan menggunakan media ini, SDN Pagesangan Surabaya memajukan literasi digital siswanya dalam kerangka P5. Melalui dua tahap pengujian, media pembelajaran Market Learning menunjukkan reaksi yang sangat baik, dengan skor persentase yang cukup baik. 4D, yang merupakan singkatan dari "Define, Design, Develop, and Disseminate," adalah pendekatan pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini hingga media tersebut siap digunakan di kelas. Berdasarkan temuan uji

coba, media ini memenuhi persyaratan kelayakan rata-rata 80,2% dari waktu, dengan skor 81,8% dalam kelompok kecil dan 78,7% dalam kelompok besar (Saski & Sudarwanto, 2021). Reaksi ini menunjukkan bahwa siswa berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran yang ditingkatkan teknologi selain mampu memahami materi lebih lengkap. Memasukkan sumber daya pendidikan ini ke dalam kegiatan kelas rutin mencerminkan komitmen SDN Pagesangan Surabaya untuk meningkatkan literasi digital siswa, membekali mereka untuk mengatasi kendala di dunia yang semakin melek digital, dan mengajarkan cita-cita Pancasila.



Gambar 1. Proses Pembelajaran di SDN Pagesangan Surabaya

Penggunaan komunikasi pemasaran media sosial yang efektif ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan di SD Luqman Al Hakim Surabaya, yang dapat menjadi contoh bagi SDN Pagesangan Surabaya. Tim media sosial telah dibentuk di SD Luqman Al Hakim, dengan misi membuat konten, merumuskan strategi, dan menilai hasil. Menggunakan media sosial untuk mengajar seefektif mungkin memerlukan langkah penting ini. Saat mengembangkan strategi mereka, SD Luqman Al Hakim memilih Facebook, Instagram, dan YouTube sebagai platform pilihan mereka dan mengembangkan merek mereka sebagai Sekolah Islam Berprestasi

(Trianto, 2021). Mereka mencapai tingkat keterlibatan yang tinggi dengan terus-menerus menambahkan materi baru dan terhubung dengan penggemar mereka. Untuk P5, SDN Pagesangan Surabaya dapat menggunakan konsep ini untuk membantu siswa menjadi lebih mahir dengan teknologi. Namun, SD Luqman Al Hakim harus menghadapi masalah seperti ketersediaan infrastruktur digital dan inkompetensi sumber daya manusia tim media sosial. Untuk memperoleh kemampuan digital yang dibutuhkan di dunia saat ini, SDN Pagesangan Surabaya percaya bahwa siswa harus mengatasi tantangan ini. Untuk lebih mempersiapkan siswa menghadapi permasalahan digital di masa mendatang, SDN Pagesangan Surabaya mulai menerapkan praktik yang telah terbukti berhasil di SD Luqman Al Hakim dengan melalui proses pembelajaran yang dilakukan oleh peneliti.



Gambar 2. Sosialisasi Pemasaran Melalui Media Sosial

Penelitian dari SD Muhammadiyah Purwodiningrat menekankan betapa pentingnya mempromosikan media digital di platform media sosial untuk meningkatkan keterlibatan siswa dan masyarakat. Dengan menggunakan Facebook, WhatsApp Story, Instagram, dan Facebook untuk berbagi informasi tentang prestasi siswa dan acara sekolah, sekolah

tersebut berhasil meningkatkan hubungan masyarakat. Menurut Proyek Penguanan Profil Siswa Pancasila (P5), yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital siswa, hal ini sesuai dengan kegiatan yang dapat dilakukan di SDN Pagesangan Surabaya. Peralatan dokumentasi yang memadai diperlukan untuk membantu upaya promosi, seperti yang diketahui oleh kepala sekolah dan guru SD Muhammadiyah Purwodiningratan. Dengan menggunakan peralatan, mereka dapat membuat sejumlah film edukasi dan profil siswa berbakat, yang membantu pendidikan daring selama pandemi. Dengan memberi anak-anak kesempatan untuk melatih kemampuan digital mereka, bantuan ini menumbuhkan lingkungan yang mendukung pembelajaran dan kreativitas. Keterampilan siswa dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran, memamerkan prestasi mereka, dan terlibat dengan masyarakat dapat dikembangkan di SDN Pagesangan Surabaya dengan menerapkan pendekatan yang sama. Hal ini tidak hanya membantu anak-anak menjadi lebih mahir dalam menggunakan teknologi, tetapi juga membuat mereka merasa bangga terhadap diri mereka sendiri dan bersemangat dalam belajar, yang sangat penting di era digital saat ini.



Gambar 3. Pemaparan Materi Pemasaran Digital

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di SMKN 2 Sidrap, kemampuan digital siswa dapat ditingkatkan secara signifikan dengan penggunaan pembelajaran pemasaran daring yang memanfaatkan perangkat digital seperti laptop dan telepon pintar, beserta koneksi internet. Agar sumber belajar dapat diakses dengan mudah oleh siswa, guru dalam situasi ini membagikan tautan ke sumber belajar berbasis web Google Sites. Dengan penggunaan teks dan video yang menarik, hal ini menyoroti pentingnya teknologi dalam pendidikan dan memberdayakan anak-anak untuk belajar sendiri (Zulkifli & Ferdiansyah, 2023). Hal ini sesuai dengan inisiatif yang dapat dilakukan di SDN Pagesangan Surabaya, di mana kemampuan digital siswa dapat ditingkatkan melalui P5 dengan menggunakan pemasaran media sosial. Kita dapat mengajarkan siswa SDN Pagesangan Surabaya cara menggunakan saluran digital untuk pemasaran produk dengan menggunakan pendekatan yang sama. Siswa dapat terlibat dengan audiens, mempromosikan produk, dan mendapatkan pemahaman praktis yang lebih baik tentang ide pemasaran dengan menggunakan pembelajaran media sosial sebagai alat untuk instruksi. Setelah kelas, reaksi antusias dari instruktur dan siswa tentang penggunaan Google Sites di SMKN 2 Sidrap menunjukkan bahwa media digital mendorong lingkungan belajar yang lebih terlibat dan motivasi belajar yang lebih tinggi. Dengan demikian, penerapan strategi yang sama di SDN Pagesangan Surabaya akan memberikan dampak yang sama, yaitu meningkatkan literasi digital siswa dan membekali mereka dengan perangkat yang mereka perlukan untuk berkembang di dunia yang semakin saling terhubung.

Studi yang dilakukan di SMK Nuris Hidayat menunjukkan pentingnya mengajar-

kan strategi pemasaran digital kepada siswa untuk meningkatkan kemampuan keras dan lunak mereka. Program yang mencakup topik-topik seperti mengembangkan pola pikir kewirausahaan, menggunakan Teknik pemasaran digital, dan membuat akun di marketplace ini dilaksanakan secara efektif dengan antusiasme yang tinggi dari para siswa berkat bantuan kepala sekolah dan ketersediaan fasilitas yang memadai. Empat akun marketplace berhasil dibuat sebagai hasil dari pelatihan ini, yang menunjukkan kemampuan siswa untuk berhasil menerapkan pengetahuan yang telah mereka pelajari (Islami & Fitria, 2019). Hasil dari pelatihan ini terkait dengan pekerjaan yang sedang dilakukan di SDN Pagesangan Surabaya, yang menggunakan pemasaran media sosial di P5. Siswa dapat mempelajari cara menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran di SDN Pagesangan, mengikuti jejak SMK Nuris Hidayat. Siswa di SDN Pagesangan dapat lebih siap untuk menangani masalah di dunia digital yang berkembang pesat dengan mengasah kemampuan digital mereka menggunakan metode yang sama. Penggunaan teknik pemasaran digital meningkatkan pemahaman siswa terhadap teknologi sekaligus membantu mereka dalam mengembangkan kemampuan kewirausahaan yang penting. Oleh karena itu, kerja sama di bidang pemasaran digital antara sekolah dasar dan menengah dapat melahirkan generasi muda yang lebih cekatan dan fleksibel terhadap tuntutan pasar yang terus berubah. Sebelum mengajarkan Teknik pemasaran internet kepada siswa, penelitian dari SMK Negeri 2 Blitar menekankan pentingnya menanamkan pola pikir kewirausahaan dalam diri mereka. Agar siswa dapat unggul di era digital, mereka perlu memiliki kualitas seperti

kepemimpinan, dorongan untuk berprestasi, dan fleksibilitas. Melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan WhatsApp, siswa dilatih untuk mengembangkan konsep bisnis dan menjual barang. Mereka memperoleh pengetahuan teoritis dan aplikasi praktis melalui prosedur ini (Winarsih & Yono, 2021). Hal ini sejalan dengan inisiatif SDN Pagesangan Surabaya, yang juga memanfaatkan pemasaran media sosial untuk pendidikan. Siswa di SDN Pagesangan dapat memperoleh pengetahuan pemasaran digital dengan cara yang menarik dan bermanfaat dengan menggunakan ide yang sama. Siswa mendapat kesempatan untuk mengasah kemampuan digital mereka, mempelajari komunikasi audiens, dan mendapatkan pengalaman dalam pengelolaan akun media sosial melalui P5. Selain membekali siswa dengan keterampilan yang diperlukan untuk berwirausaha, mereka juga menumbuhkan rasa percaya diri dan aspirasi untuk memulai bisnis mereka sendiri. Diharapkan akan lahir generasi yang tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga siap berinovasi dan berkontribusi bagi masyarakat dengan pendekatan yang konsisten, baik pada jenjang pendidikan dasar (SDN Pagesangan) maupun jenjang pendidikan menengah (SMK Negeri 2 Blitar).

Menurut penelitian yang dilakukan di SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo, siswa mendapatkan manfaat dari proyek pengabdian kepada masyarakat yang meliputi pelatihan dan konseling keterampilan bisnis daring. Siswa kini lebih tertarik dan termotivasi untuk terjun ke dunia bisnis karena adanya penekanan pada pengenalan dropshipping dan pemasaran digital ke perusahaan daring (Edy, et al. 2022). Kemampuan digital siswa di SDN Pagesangan Surabaya dapat

dingkatkan dengan menggunakan metode pemasaran media sosial sebagai contoh yang berhasil. Siswa dapat memperoleh pengetahuan tentang pemasaran produk daring dengan menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Mereka memperoleh pengalaman langsung dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berkomunikasi dengan pasar melalui kegiatan ini, yang juga meningkatkan pemahaman mereka tentang dunia korporat. Untuk membuat rencana pemasaran mereka sendiri, menyelidiki pilihan merek, dan membangun jaringan profesional, siswa SDN Pagesangan dapat memperoleh inspirasi dari metode yang digunakan di SMK Pembangunan Nasional. Selain itu, bantuan instruktur sangat penting bagi proses pembelajaran. Selain menginspirasi siswa untuk membuat proyek kewirausahaan, guru di SDN Pagesangan harus mengambil bagian aktif dalam memberikan instruksi dan arahan. Metode ini akan membantu siswa menjadi lebih mahir dengan teknologi sekaligus mempersiapkan mereka untuk berwirausaha di kemudian hari.

Peningkatan keterampilan siswa di bidang pemasaran digital sebagian besar bergantung pada kesadaran merek dan pelatihan pemasaran digital di SMK Budi Warman II Jakarta. PPT, studi kasus, permainan peran, dan diskusi kelompok digunakan untuk mengajarkan siswa tentang dasar-dasar pemasaran digital, pengenalan merek, strategi pemasaran, dan penggunaan teknologi terkait. Berdasarkan hasil pelatihan, pengetahuan dan keterampilan siswa dalam membuat dan menjalankan kampanye pemasaran digital yang sukses telah meningkat (Irawan, et al. 2024). Siswa di SDN Pagesangan Surabaya dapat menghubungkan pembelajaran ini dengan program P5 mereka,

yang memanfaatkan media sosial untuk membantu siswa mengembangkan keterampilan digital mereka. Siswa diajarkan cara memanfaatkan situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk mempromosikan ide atau bisnis mereka dengan memperkenalkan mereka pada konsep pemasaran digital dan kesadaran merek di SDN Pagesangan. Pemahaman mereka tentang pentingnya menciptakan identitas merek pun meluas sebagai hasilnya, selain meningkatkan keterampilan teknis mereka dengan perangkat digital. Anak-anak SDN Pagesangan akan lebih siap untuk menangani lingkungan digital yang berubah dengan cepat jika mereka menerima instruksi yang tepat dari para profesor mereka. Untuk meningkatkan kreativitas dan kemampuan digital mereka serta bersiap menghadapi masalah di masa depan, mereka mungkin mulai mempraktikkan metode pemasaran digital sejak dulu.

Membangun kemampuan berwirausaha berbasis teknologi pada siswa sangat terbantu dengan adanya penelitian tentang entrepreneurship dan pemasaran digital yang dilakukan di SMK Bhakti Karya Magelang. Program ini memungkinkan siswa untuk mengembangkan solusi kreatif dan efektif dalam mengelola bisnis dengan mengajarkan mereka untuk memadukan inovasi teknis dengan kewirausahaan. Menggunakan platform digital seperti media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan mempromosikan barang dan jasa secara sukses merupakan bagian dari kurikulum pemasaran digital yang diajarkan di sekolah (Machmudi, et al. 2024). Dalam kurikulum P5 di SDN Pagesangan Surabaya, siswa dapat memodifikasi pelajaran ini untuk membantu mereka memahami cara menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Dengan menggunakan

strategi serupa, siswa di SDN Pagesangan dapat belajar cara memasarkan barang atau ide orisinal mereka di situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Siswa dapat mengembangkan kemampuan digital mereka dan sejak usia dini, menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan mempelajari pemasaran digital. Kemahiran teknis siswa dengan media sosial ditingkatkan dengan diperkenalkannya teknik teknopreneurship dan pemasaran digital di SDN Pagesangan. Selain itu, siswa mengembangkan pola pikir inventif yang beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Kesiapan mereka terhadap lingkungan digital yang berkembang pesat akan ditingkatkan oleh ini.

Peneliti di SMK Telkom Purwokerto menemukan bahwa siswa diajarkan untuk berpikir kritis, kreatif, dan inovatif dalam hal kewirausahaan melalui pelatihan penceritaan animasi yang dilakukan dalam konteks penerapan P5. Siswa yang menyelesaikan kelas ini akan dapat mengadaptasi ide-ide mereka untuk promosi produk ke dalam format narasi animasi yang lebih menarik dan persuasif. Mengingat pentingnya materi visual, termasuk animasi, dalam pemasaran daring di era digital, kemampuan ini sangatlah penting (Astrida, et al. 2024). Siswa di SDN Pagesangan Surabaya dapat memperoleh manfaat dari pengalaman belajar yang sama seperti di SMK Telkom Purwokerto, khususnya dalam hal pemasaran media sosial dan peningkatan literasi digital mereka. Siswa SDN Pagesangan dapat diajarkan cara menghasilkan materi asli untuk situs media sosial seperti YouTube atau Instagram, menggunakan teknik narasi animasi yang sebanding dengan itu. Penggunaan media sosial akan membantu siswa dalam mengembangkan kemampuan digital mereka

untuk menghasilkan materi yang menarik serta pemahaman mereka tentang pemasaran produk.

Dalam rangka meneliti kewirausahaan dan bimbingan pemasaran digital, SMK Panca Bhakti Sungai Raya telah melakukan penelitian yang menawarkan wawasan berharga untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menghadapi tuntutan dunia profesional. Dengan fokus pada kewirausahaan, kurikulum ini memberi siswa kesempatan untuk mengembangkan pemikiran kreatif mereka dan menggunakannya untuk menciptakan lapangan kerja. Namun, untuk bersaing di era digital, siswa dapat mempelajari cara menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan barang dan jasa melalui kursus pemasaran digital (Karsim, et al. 2023). Siswa di SDN Pagesangan Surabaya dapat memperoleh manfaat dari penerapan apa yang telah mereka pelajari, khususnya dalam hal mengasah kemampuan pemasaran media digital mereka. Pemaparan awal terhadap pemasaran digital diberikan dengan mengajarkan siswa cara mempromosikan produk lokal di situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Mereka dapat belajar cara mengelola kampanye pemasaran secara efisien dan menghasilkan konten asli dengan arah yang benar. Keterampilan digital siswa ditingkatkan dengan metode ini, yang juga memberi mereka kemampuan kewirausahaan yang dapat mereka gunakan dalam berbagai situasi.

Penelitian tentang pendidikan pemasaran digital dan produksi sabun di SMP Yayasan Perguruan Islam As Sa'adah bermanfaat bagi pengembangan keterampilan siswa. Sebagai bagian dari kurikulum ini, siswa membuat sabun dan menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk jadi. Kreativitas

siswa terpacu oleh latihan ini, yang juga mengajarkan mereka tentang pemasaran digital dan membekali mereka dengan pengetahuan untuk menggunakan teknologi untuk kebutuhan bisnis dasar (Septiana, et al. 2022). Penerapan strategi ini pada siswa SDN Pagesangan Surabaya relevan. Siswa dapat belajar cara memasarkan barang lokal atau hasil karya mereka sendiri secara digital dengan menerima instruksi dalam pemasaran media sosial. Sama seperti di SMP seperti Sa'adah, siswa di SDN Pagesangan dapat mengerjakan proyek dasar untuk membuat produk yang kemudian diiklankan di situs media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Selain mengajarkan anak-anak nilai kreativitas dalam berwirausaha, hal ini akan meningkatkan kemampuan digital mereka sejak usia muda. Penelitian SMKN 1 Tambun Selatan tentang pembuatan materi pembelajaran e-booklet untuk pemasaran daring menunjukkan inovasi yang relevan dalam teknik pengajaran digital. Siswa dapat mempelajari pemasaran internet dengan lebih mudah dan terjangkau dengan bantuan e-book ini, yang dibuat menggunakan metodologi Borg & Gall. Siswa dapat memperoleh pemahaman visual dan praktis tentang dasar-dasar pemasaran internet dengan menggunakan e-book, yang memungkinkan penyampaian konten yang cepat dan efisien yang mencakup desain grafis, penggunaan program seperti Photoshop, dan gagasan AIDA dalam periklanan (Mujiati et al. 2020). Pemasaran media sosial adalah cara yang bagus untuk mendidik keterampilan digital, dan SDN Pagesangan Surabaya adalah tempat yang tepat untuk menerapkan gagasan ini. Siswa dapat menguasai dasar-dasar pemasaran produk media sosial dengan memanfaatkan sumber daya digital interaktif seperti

rak buku elektronik atau platform sejenis. Menjadi lebih mudah bagi mereka untuk memasarkan ide atau barang secara daring ketika mereka menggunakan metode ini untuk mengidentifikasi komponen penting dari iklan yang menarik secara visual. Kemahiran siswa SDN Pagesangan dengan pembelajaran berbasis media digital akan memungkinkan mereka untuk menggunakan situs-situs seperti Facebook dan Instagram dengan lebih cekatan, sehingga memungkinkan mereka untuk menjadi penduduk asli digital di usia yang lebih dini. Kemampuan berwirausaha siswa dapat ditingkatkan dengan menggunakan media sosial, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan di SMKN 7 Surabaya tentang pemasaran digital, khususnya melalui Facebook dan Instagram. Selama sesi ini, Anda akan mempelajari cara membuat konten, memanfaatkan alat bisnis di kedua platform, dan menargetkan audiens Anda dengan materi Anda dengan menggunakan tagar, teks, dan iklan. Mengingat bahwa metode ini mengajarkan siswa cara memanfaatkan media sosial untuk menyajikan dan menjual barang, metode ini sangat berlaku dalam lingkungan pemasaran saat ini (Wasesa, et al. 2022). Dengan menggunakan pemasaran media sosial untuk memperkenalkan keterampilan digital, strategi ini dapat digunakan untuk meningkatkan pembelajaran siswa di SDN Pagesangan Surabaya. Pengenalan dasar tentang pemasaran media sosial dapat diberikan kepada siswa sekolah dasar dengan memperkenalkan mereka pada ide-ide produksi konten dan pengenalan produk, bahkan jika mereka masih di sekolah dasar. Salah satu cara untuk membekali anak-anak dengan keterampilan yang berguna untuk era digital adalah dengan mendidik mereka cara memamerkan produk atau ide-ide

inovatif mereka di situs dasar seperti Instagram. Penelitian yang dilakukan pada pelatihan pemasaran digital di SMKN 01 Tonjong Brebes menekankan pentingnya membekali siswa dengan kemampuan pemasaran digital yang dapat diaplikasikan di era digital. Siswa diajarkan prinsip-prinsip dasar pemasaran, tetapi mereka juga diajarkan taktik untuk membuat dan menjalankan iklan daring, analisis web, dan kampanye media sosial. Dalam bisnis saat ini, keterampilan ini sangat dihargai, dan teknik ini sangat membantu dalam pengembangan kreativitas, pemikiran kritis, dan analisis data yang cerdas (Listiyono, et al.

2023). Jika siswa SDN Pagesangan Surabaya menggunakan pengetahuan ini, pengetahuan ini akan sangat berguna, terutama dalam hal pemasaran media sosial. Pelajaran pengantar tentang pemasaran media sosial dapat membantu mereka mengembangkan kemampuan digital mereka meskipun mereka masih dalam tahap awal pembelajaran. Melalui penggunaan situs media sosial seperti Facebook atau Instagram, siswa dapat memamerkan ide atau barang mereka kepada audiens dan belajar cara menghasilkan konten yang menarik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di SMK Budi Warman II tentang pelatihan pemasaran digital, siswa dapat lebih memahami metode pengembangan bisnis lokal secara praktis. Secara khusus, mereka mampu membentuk aliansi bisnis lokal dengan memahami dasar-dasar pemasaran digital. Siswa memperoleh keterampilan penting dari program ini yang akan membekali mereka untuk menghadapi tantangan era digital selain menginspirasi guru untuk menyusun rencana pelajaran yang menarik (Karina, et al. 2024). Pendidikan pemasaran media sosial akan

meningkatkan kemampuan digital siswa SDN Pagesangan Surabaya. Siswa dapat memiliki kesempatan untuk mengembangkan kemampuan digital mereka sejak usia dini dengan mempelajari cara mempromosikan ide atau produk secara kreatif. Nilai rata-rata kompetensi siswa untuk sesi video iklan produk di SMKN 2 Kalianda adalah 88%, dan untuk pelatihan strategi pemasaran digital, adalah 91%. Ini adalah hasil yang sangat baik dari pelatihan tersebut. Capaian ini menunjukkan pemahaman siswa terhadap kemampuan berbasis teknologi, yang sangat penting di era digital saat ini (Hamidy, et al. 2023). Kemampuan digital dapat ditingkatkan sejak usia dini dengan mengajarkan siswa tentang pemasaran media sosial di SDN Pagesangan Surabaya. Selain menggunakan media sosial dan memahami analitik untuk mengevaluasi keberhasilan iklan, siswa juga akan belajar cara menghasilkan konten yang menarik. Dengan demikian, anak-anak akan berkembang menjadi kreator yang kreatif dan inventif serta konsumen digital.

Pembelajaran melalui ponsel jauh lebih berhasil daripada teknik pembelajaran tradisional dengan buku digital (PDF), menurut penelitian yang dilakukan di SMAN 2 Aikmel. Sementara siswa yang menggunakan buku digital hanya memperoleh nilai 43,5, mereka yang menggunakan pembelajaran melalui ponsel mengalami peningkatan nilai rata-rata dari 38,1 menjadi 60,3 (Febriana, et al. 2023). Strategi ini dapat memberikan siswa di SDN Pagesangan Surabaya metode yang menarik dan lebih partisipatif untuk mempelajari pemasaran media sosial. Pembelajar dapat mengakses sumber daya kapan saja dan dari lokasi mana pun menggunakan pembelajaran melalui ponsel, yang mendorong pembelajaran mandiri.

Sambil mempelajari keterampilan digital yang dibutuhkan di dunia saat ini, pendekatan ini membantu siswa memahami gagasan pemasaran digital secara lebih menyeluruh dan realistik.

KESIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bagaimana sumber belajar berbasis digital digunakan secara efektif di SDN Pagesangan Surabaya untuk meningkatkan literasi digital siswa, khususnya ketika pendekatan Market Learning diterapkan. Agar siswa lebih siap menghadapi tantangan era digital, SDN Pagesangan Surabaya diharapkan dapat menggunakan praktik terbaik dari lembaga pendidikan lain dan terus mengintegrasikan teknologi ke dalam kelas. Peningkatan infrastruktur digital dan pemberian pelatihan teknologi kepada instruktur merupakan dua rekomendasi untuk pengembangan SDN Pagesangan Surabaya di masa mendatang. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pembelajaran siswa, meningkatkan literasi digital, dan mempersiapkan mereka menghadapi era digital kewirausahaan dengan berinvestasi pada fasilitas dan kompetensi guru.

UCAPAN TERIMAKASIH

Para peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak sekolah di SDN Pagesangan Surabaya karena telah bersedia untuk dilakukan peningkatan Keterampilan Digital para siswa dalam Pemasaran Digital. Peneliti juga mengucapkan terima kasih terhadap Institusi yang telah membantu dalam penyelesaian jurnal ini dan juga kepada pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan, peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

DAFTAR PUSTAKA

- Astrida, D. N., Firdauzi, A. A., Al Farizi, A., & Saputra, W. Y. (2024). Pelatihan Teknik Storytelling Animasi dalam Pembuatan Cerita dan Visualisasi Produk Sebagai Dasar Pemasaran Digital Bagi Siswa SMK. *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 237-243.
https://www.edumediasolution.com/society/article/vie_w/422
- Edy, I. C., Haryanti, S. S., Utama, H. B., & Rahayu, B. S. (2022). Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada Siswa Smk Pembangunan Nasional Sukoharjo (Pendekatan Sistem Bisnis Dropship). *WASANA NYATA*, 6(1), 38-46.
https://ejournal.stieaub.ac.id/index.php/wasana_nyata/article/view/1224
- Febriana, W., Anggriani, R., Sumadewa, I. N. Y., & Rosanensi, M. (2023). Meningkatkan kemudahan pembelajaran digital marketing menggunakan mobile learning di SMAN 2 Aikmel. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 9- 16.
<https://journal.universitasbumigora.ac.id/index.php/target/article/view/2759>
- Hamidy, F., Pasha, D., Sulistiani, H., Rahmanto, Y., & Rahayu, M. (2023). Pelatihan Video Iklan Produk dan Strategi Pemasaran Digital di SMKN 2 Kalianda. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 135-141.
<https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JSTCS/article/view/2662>
- Hanif, A. (2021). Modul Pembelajaran Digital Pemasaran Daring Dengan Penghitung Harga Jual Berbasis Android. *Profitabilitas*, 1(1), 38-45.
<https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/profitabilitas/article/view/444>

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 5 Oktober 2025

- Irawan, I. N., Lestari, T. P., Lubis, R. B. F. F., & Rahimullah, M. F. (2024). Pelatihan Peningkatan Kesadaran Brand Awareness Digital Marketing bagi Siswa Pemasaran SMK Budi Warman II Jakarta. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 492-498. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/1288>
- Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Dan Hardskill Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran Smk Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 34-40. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/13854>
- Karina, M., Sari, A. K., Setiawan, T., & Aini, H. N. (2024). Program Pelatihan Strategi Membangun Kemitraan Bisnis Lokal Melalui Digital Marketing Bagi Siswa Pemasaran SMK Budi Warman II. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 553-561. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/1291>
- Karsim, K., Yakin, I., Saputra, P., & Mayasari, E. (2023). Pendampingan Kewirausahaan Dan Digital Marketing Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Panca Bhakti Sungai Raya. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8557-8562. https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cd_j/article/view/19623
- Listiyono, H., Anis, Y., Diartono, D. A., & Nugroho, I. (2023). Pelatihan Digital Marketing Siswa SMKN-01 Tonjong Brebes Untuk Meningkatkan Kapasitas Pemasaran Pada Era Digital. *Servis: Jurnal Pengabdian dan Layanan kepada Masyarakat*, 2(1), 31-35. <https://journal.nacreva.com/index.php/servis/article/view/60>
- Machmudi, M. A., Susilo, G., & Wahyudiono, S. (2024). Pemasaran Digital Berwirusaha Bagi Siswa SMK Bhakti Karya Magelang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 8(1), 69-77. <https://www.jurnalumbuton.ac.id/index.php/ppm/article/view/5443>
- Mujiati, D. W., Muslim, S., & Febriana, R. (2020). Pengembangan Media: Pemasaran Online Berbasis Digital Imaging Di SMKN 1 Tambun Selatan. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(2), 101-106. <https://scholar.archive.org/work/fk5nhfzu6bfzzzebxby2fxmwvny/access/wayback/https://ejournals.fkwu.uniga.ac.id/index.php/BIEJ/article/download/88/62/>
- Putra, S. F., & Wijayanti, O. (2024). Penerapan P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) Mata Pelajaran Seni Tari Dalam Sbdp Kurikulum Merdeka di Sekolah Dasar Negeri 01 Jatilawang. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(2), 713-730. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/16930>
- Rusmana, D. (2020). Pengaruh Keterampilan Digital Abad 21 pada Pendidikan Kewirausahaan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan peserta didik SMK. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 17-32. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/5786>

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 5 Oktober 2025

- Saski, N. H., & Sudarwanto, T. (2021). Kelayakan Media Pembelajaran Market Learning Berbasis Digital Pada Mata Kuliah Strategi Pemasaran. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1118-1124.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/vie w/40502>
- Septiana, L., Sapitri, S., & Muhlida, S. M. (2022). Pelatihan Digital Marketing dan Pembuatan Sabun pada Siswa—Siswi SMP Yayasan Perguruan Islam As Sa'adah. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 5(1), 22-31.
<https://iocscience.org/ejournal/index.php/abdimas/article/view/1843>
- Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 95-120.
<https://ejurnal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/279>
- Wasesa, A. J. A., Nurcahyanie, Y. D., Walujo, D. A., & Koesdijati, T. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Penunjang Kewirausahaan Siswa SMKN 7 Surabaya. *Kanigara*, 2(2), 471-477.
<https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/kanigara/article/view/6154>
- Winarsih, T. W., & Yono, Y. D. W. (2021). Melatih karakter kewirausahaan siswa smk melalui pemasaran online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 1(1), 14-23.
<https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/jpeak u/article/vie w/16287>
- Zulkifli, N., & Ferdiansyah, H. (2023). Efek Pemanfaatan Website pada Pelajaran Pemasaran Online untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa SMKN 2 Sidrap. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 11(1), 39-46.
<https://litabmas.umpo.ac.id/index.php/dimensi/article/ download/5937/2506>