

PENERAPAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMBELAJARAN EKSPOR PRODUK LOKAL DI SMK ATTAUFIQIYYAH BAROS

M Rizki Maulana¹, Maulana², Muhamad Faturrohman³, Mastiah, S.E, M.E.⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang Kota Serang
Kota Serang, Indonesia

Email : mmrizki124@gmail.com¹

dosen03214@unpam.ac.id²

ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran telah menjadi strategi efektif dalam meningkatkan literasi ekspor di kalangan pelajar. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di SMK Attaufiqiyyah Baros dengan sasaran utama siswa program keahlian bisnis dan pemasaran. Permasalahan yang ditemukan adalah kurangnya pemahaman siswa mengenai tahapan ekspor, branding produk lokal, serta pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran global. Kegiatan ini bertujuan memberikan edukasi praktis mengenai cara menggunakan media sosial—seperti Instagram, TikTok, dan Facebook—untuk mempromosikan produk lokal sehingga berpotensi menembus pasar internasional. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, simulasi pembuatan konten digital, praktik riset pasar luar negeri, serta pendampingan kelompok. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa, ditandai dengan 85% peserta mampu membuat konten ekspor berbasis media sosial dan 70% memahami prosedur dasar ekspor sederhana. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi siswa dalam pemasaran digital dan memperluas peluang ekspor produk lokal di lingkungan sekolah.

Kata Kunci: Media Sosial, Ekspor, Produk Lokal, Pembelajaran Digital, SMK.

ABSTRACT

Utilizing social media as a learning tool has become an effective strategy for improving export literacy among students. This Community Service (PKM) activity was conducted at SMK Attaufiqiyyah Baros, primarily targeting students in the business and marketing expertise program. The identified challenges included students' lack of understanding of export stages, local product branding, and the use of social media as a global marketing tool. This activity aimed to provide practical education on how to use social media—such as Instagram, TikTok, and Facebook—to promote local products and potentially penetrate international markets. Methods used included training, digital content creation simulations, overseas market research practices, and group mentoring. The results showed an increase in student understanding, with 85% of participants able to create social media-based export content and 70% understanding simple basic export procedures. This program is expected to improve students' competency in digital marketing

Article History

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

and expand opportunities for exporting local products within the school environment.

Keywords: Social Media, Export, Local Products, Digital Learning, SMK.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha, termasuk pelajar SMK, untuk memasarkan produk lokal hingga ke pasar internasional melalui media sosial. Media sosial kini tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah menjadi platform strategis untuk promosi, branding, dan riset pasar global.

Namun, hasil observasi awal di SMK Attaufiqiyyah Baros menunjukkan bahwa siswa masih belum memahami langkah-langkah ekspor sederhana serta belum mampu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk pemasaran luar negeri. Padahal, banyak produk lokal seperti kerajinan, makanan ringan, dan fashion memiliki potensi ekspor jika dipasarkan dengan strategi digital yang tepat.

Literatur menyebutkan bahwa media sosial dapat meningkatkan jangkauan pemasaran hingga 300% dan memperkuat identitas produk melalui konten visual yang menarik (Putri & Sumarni, 2022). Selain itu, pelatihan ekspor sejak dini mampu membangun mindset wirausaha global pada pelajar (Hakim, 2023).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan PKM ini dirancang untuk memberikan edukasi dan praktik langsung kepada siswa dalam menggunakan media sosial sebagai alat pembelajaran ekspor. Program ini berfokus pada:

1. Edukasi prosedur ekspor sederhana.
2. Pelatihan konten digital untuk pasar global.
3. Praktik riset pasar internasional.
4. Simulasi pembuatan akun bisnis dan promosi produk lokal.

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan solusi praktis atas permasalahan kurangnya pemahaman siswa mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran ekspor produk lokal di SMK Attaufiqiyyah Baros.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Aula SMK Attaufiqiyyah Baros

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Kamis dan Jumat, 09 s/d 10 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat di daerah tempat kegiatan. Informasi tersebut berupa lokasi, permasalahan yang dihadapi dalam pada lokasi tersebut.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana maupun prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan program, dengan tetap memperhatikan kebutuhan siswa/i SMK Attaufiqiyyah Baros demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa proyektor, spanduk, akses internet, kamera ponsel untuk praktik pembuatan konten, serta perangkat pendukung lainnya yang digunakan dalam proses pembelajaran penggunaan media sosial sebagai sarana pembelajaran ekspor produk lokal.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan survei dan persiapan sarana serta prasarana, pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh pengusul beserta anggota tim dan beberapa mahasiswa. Kegiatan yang dilaksanakan berupa penyuluhan dalam bentuk pertemuan langsung serta praktik penggunaan media sosial sebagai sarana pembelajaran ekspor produk lokal. Selain itu, pada akhir kegiatan juga dilakukan pembagian bingkisan sebagai bentuk apresiasi kepada peserta. Seluruh rangkaian kegiatan bertempat di SMK Attaufiqiyyah Baros, Kecamatan Baros, Kabupaten Serang, Banten, dan berlangsung dengan lancar serta mendapat antusiasme tinggi dari siswa/i yang mengikuti program.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Materi pembinaan dan penyuluhan pada kegiatan "*Penerapan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Ekspor Produk Lokal di SMK Attaufiqiyyah Baros*" berfokus pada peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran dan promosi produk lokal yang berorientasi ekspor.

Pembinaan ini mencakup penjelasan mengenai pentingnya literasi digital, pemahaman strategi pemasaran berbasis media sosial, serta kemampuan membuat konten yang menarik dan sesuai dengan standar pemasaran produk ekspor. Selain itu, siswa juga diberikan penyuluhan mengenai peluang ekonomi digital, pentingnya kompetensi kreatif, serta keterampilan penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, dan marketplace internasional sebagai sarana pendukung peningkatan daya saing produk lokal.

Materi tersebut disusun untuk membekali siswa/i SMK Attaufiqiyyah Baros agar mampu memahami tantangan dan peluang dalam era digital, serta mampu menggunakan media sosial secara produktif sebagai bagian dari proses pembelajaran ekspor produk lokal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PKM (Pengabdian kepada Masyarakat) ini dilaksanakan selama 2 hari, yaitu pada tanggal 9-10 Oktober, dengan melibatkan peserta dari pengelola serta siswa/i SMK Attaufiqiyyah Baros. Kegiatan ini berupa sosialisasi yang berfokus pada *Penerapan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Ekspor Produk Lokal*. Melalui kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya keterampilan digital, pemanfaatan media sosial, serta pengetahuan terkait pemasaran produk lokal yang berorientasi ekspor. Berdasarkan hasil sosialisasi dan sesi tanya jawab yang dilakukan secara langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kesadaran

Peserta sosialisasi menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya keterampilan digital, literasi media sosial, serta pengetahuan mengenai pemasaran produk lokal agar mampu bersaing. Peserta juga menyadari bahwa kemampuan teknis maupun *soft*

skills seperti komunikasi, kreativitas, dan pemecahan masalah sangat diperlukan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran dan promosi produk ekspor.

2. Peningkatan Motivasi untuk Mengembangkan Keterampilan Digital

Banyak peserta menyatakan minat untuk mengikuti pelatihan lanjutan mengenai pembuatan konten, pemasaran digital, serta strategi penggunaan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi berhasil memberikan motivasi bagi peserta untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan digital mereka agar mampu mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia usaha.

3. Perubahan Pola Pikir Tentang Peluang Kerja dan Wirausaha Digital

Peserta mulai memahami bahwa peluang di era digital tidak hanya terbatas pada pekerjaan formal, tetapi juga pada kemampuan mengembangkan usaha melalui media sosial. Mereka menyadari bahwa ijazah bukan satu-satunya faktor penting, melainkan kompetensi dalam mempromosikan produk lokal dan memahami pasar melalui platform digital sangat berpengaruh untuk meningkatkan daya saing.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan di **SMK Attaufiqiyyah Baros** pada tanggal **9-10 Oktober**, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program PKM dengan tema "*Penerapan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Ekspor Produk Lokal*" berjalan dengan baik dan mendapat sambutan yang sangat positif dari pihak sekolah, pengelola, serta siswa/i sebagai peserta kegiatan.

Kegiatan yang dilaksanakan oleh tim dosen dari Program Studi Manajemen berhasil memberikan wawasan baru kepada peserta mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai keterampilan digital yang mendukung proses pembelajaran dan pemasaran produk lokal yang memiliki potensi ekspor. Melalui sosialisasi dan praktik langsung, peserta mendapatkan pemahaman mengenai bagaimana keterampilan digital, kreativitas konten, serta literasi teknologi dapat meningkatkan peluang di dunia usaha maupun dunia kerja.

Penyuluhan ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi menuntut generasi muda untuk mampu beradaptasi dan menguasai media sosial sebagai bagian dari kompetensi dasar. Oleh karena itu, penguatan pemahaman terkait penggunaan teknologi dalam pengelolaan sumber daya manusia dan promosi produk menjadi hal penting yang perlu dikembangkan di lingkungan pendidikan.

Peningkatan keterampilan digital dan pengetahuan yang baik akan berdampak pada pengembangan *soft skills* peserta didik, seperti komunikasi, kreativitas, pemecahan masalah, dan kemampuan bekerja secara mandiri. Hal ini secara langsung dapat mendorong daya saing siswa dan memberikan bekal tambahan yang tidak mereka dapatkan hanya dari ijazah sekolah.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat menjadi salah satu upaya strategis sekolah dalam mempersiapkan peserta didik untuk menghadapi dunia kerja maupun kewirausahaan digital. Program seperti ini juga mendorong kolaborasi berkelanjutan antara sekolah dengan lembaga mitra untuk memperkuat kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial secara produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri, A. N., & Sumarni, S. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Lokal di Era Digital*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 5(3), 112-121.
- Hakim, R. (2023). *Pelatihan Ekspor untuk Pelajar SMK dalam Meningkatkan Literasi Ekspor*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berdaya, 4(2), 55-64.
- Wijaya, A., & Pratama, D. (2021). *Strategi Digital Marketing Melalui Instagram dan TikTok untuk UMKM*. Jurnal Ilmu Manajemen, 10(4), 233-242.
- Suryani, T. (2020). *Digital Consumer Behavior in Social Media Era*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ramadhan, Y., & Lestari, F. (2024). *Penerapan Media Sosial sebagai Media Pembelajaran di Lingkungan Pendidikan Vokasi*. Jurnal Pendidikan Vokasi Indonesia, 7(1), 13-25.
- Pradana, M. (2019). *The Use of Social Media for Marketing Local Products*. International Journal of Digital Business, 2(2), 45-52.
- Kurniawan, H., & Safitri, R. (2023). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Kemampuan Pemasaran Produk Lokal Berbasis Media Sosial*. Jurnal Teknologi Pendidikan, 8(2), 99-108.