

PENGEMBANGAN IDE MELALUI MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERCE SEBAGAI ALAT PEMASARAN UNTUK MEMBANGUN BISNIS ONLINE SMA IT AL-FAHMI

Maulana¹, Aditya Ramadhan², Mutiara Zulhijah Putri³, Siti Maesaroh⁴

Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

rmdnadt@gmail.com², mutiaraputri1235@gmail.com³, maym96016@gmail.com⁴

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat pelajar semakin dekat dengan media sosial dan platform e-commerce. Namun, kedekatan ini belum selalu diikuti pemahaman tentang cara memanfaatkannya untuk membangun bisnis. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan membantu siswa SMA IT Al-Fahmi mengembangkan ide bisnis sekaligus belajar menggunakan media sosial dan e-commerce sebagai alat pemasaran. Kegiatan dilakukan melalui pemberian materi, diskusi, hingga praktik langsung membuat konten dan membuka toko online. Setelah mengikuti program, siswa menunjukkan peningkatan keterampilan dalam membuat konten promosi, menentukan ide usaha, dan memahami dasar-dasar pemasaran digital. Kegiatan ini tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga menumbuhkan minat berwirausaha sejak usia sekolah.

Kata Kunci: Kewirausahaan pelajar, media sosial, e-commerce, pemasaran digital, ide bisnis.

ABSTRACT

Technological advancements have brought students closer to social media and e-commerce platforms. However, this familiarity hasn't always been accompanied by an understanding of how to leverage them to build a business. This Community Service Program (PKM) aims to help students at Al-Fahmi Islamic Senior High School develop business ideas while learning how to use social media and e-commerce as marketing tools. Activities include providing materials, discussions, and hands-on practice in creating content and opening an online store. After participating in the program, students demonstrated improved skills in creating promotional content, identifying business ideas, and understanding the basics of digital marketing. This activity not only provides new insights but also fosters an interest in entrepreneurship from school age.

Keywords: *Student entrepreneurship, social media, e-commerce, digital marketing, business ideas.*

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No 234.KK.443

Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism 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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat tidak hanya mengubah cara orang berkomunikasi, tetapi juga membuka berbagai peluang baru dalam bidang ekonomi dan bisnis. Kehadiran internet dan perangkat digital telah menggeser cara manusia menjalani aktivitas sehari-hari. Generasi muda saat ini tumbuh di tengah arus digitalisasi yang begitu cepat, di mana hampir semua kebutuhan dapat terpenuhi hanya melalui gawai di tangan mereka. Aktivitas yang dulu membutuhkan waktu lama dan tenaga ekstra, kini dapat dilakukan dalam hitungan detik. Mereka bisa mencari materi pelajaran, menerima informasi, mengikuti kelas online, berinteraksi dengan teman, hingga berbelanja secara daring tanpa batas ruang dan waktu. Realitas ini menunjukkan bahwa kehidupan digital telah menjadi bagian integral dari keseharian mereka.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook kini hadir bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang produktif yang memberikan peluang besar bagi siapa saja yang ingin memulai usaha. Platform-platform tersebut telah menjadi alat pemasaran yang sangat efektif karena mampu menyajikan informasi secara visual, menarik, dan cepat tersebar. Pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai format konten seperti foto produk, video kreatif, testimoni pelanggan, hingga fitur live streaming untuk menunjukkan kualitas produk secara langsung. Fenomena ini tidak hanya dimanfaatkan oleh perusahaan besar, tetapi juga oleh UMKM dan individu, termasuk pelajar yang ingin belajar berwirausaha.

Sementara itu, platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan TikTok Shop membuka peluang yang lebih konkret bagi masyarakat untuk menjalankan bisnis online. Melalui platform tersebut, seseorang dapat membuka toko digital tanpa harus memiliki modal besar atau tempat usaha fisik. Fitur yang disediakan—mulai dari pengaturan etalase produk, manajemen stok, sistem pembayaran digital, hingga pengiriman barang—mendorong siapa pun, termasuk pelajar, untuk dapat memulai bisnis secara mudah dan praktis. Dengan demikian, e-commerce menjadi jembatan bagi generasi muda yang ingin memulai usaha meskipun dengan pengetahuan dan modal yang terbatas.

Namun, meskipun siswa SMA IT Al-Fahmi sangat akrab dengan media sosial, tidak semua memahami cara memanfaatkannya untuk tujuan produktif seperti membangun bisnis atau mengembangkan brand pribadi. Banyak dari mereka menggunakan media sosial hanya untuk sekedar melihat konten hiburan, mengikuti tren viral, atau berkomunikasi dengan teman. Padahal, kemampuan mereka menggunakan platform digital sebenarnya dapat diarahkan menjadi peluang wirausaha yang menjanjikan. Sayangnya, berbagai potensi tersebut belum tergali secara optimal. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pengetahuan dasar tentang pemasaran digital, teknik branding, pengelolaan toko online, dan strategi mengembangkan ide bisnis yang tepat.

Selain itu, ide bisnis yang muncul di kalangan pelajar sering kali masih bersifat spontan. Mereka mungkin tertarik memulai bisnis hanya karena melihat teman lain berjualan atau karena melihat tren di media sosial tanpa memahami proses perencanaan yang baik. Ide tersebut sering kali tidak dikembangkan secara matang sehingga berhenti di tengah jalan. Minimnya kemampuan melakukan riset sederhana tentang kebutuhan pasar, kompetitor, dan tren yang relevan juga menjadi hambatan bagi mereka.

Melihat berbagai kondisi tersebut, tim PKM memandang perlu adanya sebuah pelatihan yang mampu menjembatani kesenjangan pengetahuan tersebut. Pelatihan ini tidak hanya berfokus

pada penyampaian teori, tetapi juga memberikan pengalaman praktik langsung agar siswa benar-benar memahami bagaimana proses membangun bisnis digital secara menyeluruh. Melalui kegiatan PKM ini, siswa diberikan pemahaman mulai dari cara menemukan ide bisnis yang kreatif, langkah-langkah membangun brand, strategi mempromosikan produk di media sosial, hingga teknik membuat konten digital yang menarik dan efektif.

Kegiatan PKM ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan, relevan, dan tentu saja sesuai dengan dunia digital yang dekat dengan keseharian siswa. Pembelajaran dilakukan melalui pendekatan yang interaktif, seperti diskusi, praktik membuat konten, simulasi membuka toko online, hingga sesi brainstorming ide bisnis. Dengan metode seperti ini, siswa dapat lebih mudah memahami materi karena mereka melihat langsung contoh dan praktik nyata dari setiap topik yang diberikan.

Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi siswa untuk mengembangkan kreativitas, melatih kemampuan berpikir kritis, dan meningkatkan percaya diri dalam mengekspresikan ide mereka. Dunia wirausaha membutuhkan keberanian untuk mencoba, kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang baru, serta konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan layanan. Melalui kegiatan PKM ini, siswa SMA IT Al-Fahmi diharapkan mampu menemukan potensi diri dan menyadari bahwa memulai bisnis bukanlah sesuatu yang sulit selama mereka memahami konsep dan langkah-langkahnya.

Pada akhirnya, PKM ini bukan hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan teknis tentang media sosial dan e-commerce, tetapi juga untuk menanamkan pola pikir wirausaha sejak dini. Dengan bekal keterampilan digital yang memadai, siswa dapat mempersiapkan diri menghadapi persaingan global di masa depan serta berkontribusi secara positif dalam pengembangan ekonomi digital di lingkungan mereka.

METODE

Metode pelaksanaan PKM dirancang agar siswa dapat memahami materi secara bertahap, mulai dari konsep dasar hingga praktik langsung. Berikut metode yang digunakan:

a. Observasi dan Analisis Kebutuhan

Tim PKM melakukan observasi ke SMA IT Al-Fahmi untuk memahami kondisi siswa, fasilitas yang tersedia, serta tingkat pemahaman mereka terkait pemasaran digital. Dari observasi diperoleh beberapa hal:

- sebagian siswa belum mengenal konsep e-commerce secara menyeluruh,
- guru-guru masih menggunakan metode daring yang sangat sederhana saat pandemi,
- sebagian siswa tertarik berjualan tetapi belum tahu harus mulai dari mana.

Informasi ini kemudian menjadi dasar penyusunan materi pelatihan.

b. Penyampaian Materi (Presentasi Interaktif)

Materi disampaikan secara langsung menggunakan proyektor agar siswa lebih mudah memahami visualisasi contoh produk dan konten digital. Materi mencakup:

- pengenalan konsep kewirausahaan,

- cara menemukan peluang bisnis,
- teknik membuat identitas brand yang sederhana,
- penggunaan media sosial sebagai alat promosi,
- dasar-dasar pengelolaan e-commerce.

Materi dirancang ringan dan relevan dengan kehidupan siswa.

c. Praktik Membuat Konten Media Sosial

Siswa diajak langsung melakukan praktik menggunakan ponsel masing-masing. Mereka belajar tentang:

- cara memotret produk dengan cahaya yang baik,
- membuat poster digital menggunakan Canva,
- membuat caption promosi,
- menentukan target audiens,
- membuat jadwal posting.

Praktik ini bertujuan agar siswa benar-benar memahami langkah-langkah promosi digital.

d. Simulasi Membuka Toko Online di E-Commerce

Siswa dibimbing langkah demi langkah untuk membuka toko online. Mereka belajar tentang:

- cara membuat nama toko,
- mengatur foto produk,
- menuliskan deskripsi yang jelas,
- menentukan harga,
- memahami mekanisme pesanan dan pengiriman.

Meski hanya simulasi, proses ini sangat membantu siswa memahami dunia e-commerce.

e. Mentoring dan Pendampingan

Setelah kegiatan, siswa diberikan kesempatan untuk bertanya melalui WhatsApp dan melakukan konsultasi jika mereka ingin benar-benar memulai bisnis online. Pendampingan dilakukan untuk memastikan ilmu yang diberikan benar-benar dimanfaatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan kedalam bentuk pemaparan materi mengenai pengembangan ide melalui media sosial dan e-commerce untuk membangun bisnis online, serta inovasi meningkatkan nilai suatu produk. Jumlah undangan yang menghadiri acara sosialisasi sebanyak 20 orang yang berarti telah melampaui target ditetapkan yaitu 90%, dan pada kegiatan sosialisasi memiliki hasil yang memuaskan mengenai survei kepuasan instansi kepada mahasiswa yang mengikuti Pengabdian Kepada Masyarakat di SMA IT Al-Fahmi



Gambar 1,2,3; Foto kegiatan PKM

Pembahasan

a. Peningkatan Pemahaman tentang Ide Bisnis

Sebelum kegiatan, banyak siswa yang memiliki minat berjualan tetapi tidak tahu harus mulai dari mana. Setelah diberikan materi, mereka mulai mampu mengembangkan ide. Contohnya:

- ide produk makanan ringan,
- fashion dan aksesoris,
- konten digital seperti jasa desain,
- produk kerajinan lokal.

Siswa memahami bahwa ide bisnis muncul dari masalah di sekitar atau dari kebutuhan teman-teman mereka sendiri.

b. Siswa Mampu Membuat Konten Promosi Mandiri

Hasil praktik menunjukkan bahwa siswa mulai memahami prinsip dasar konten promosi:

- konten harus jelas, menarik, dan informatif,
- foto produk memegang peran penting,
- caption harus menggugah minat pembeli,
- kunci dari promosi adalah konsistensi.

Beberapa siswa menghasilkan konten yang cukup bagus meski baru pertama kali mencoba.

c. Siswa Mampu Mengoperasikan E-Commerce Sederhana

Simulasi pembukaan toko online memberikan pengalaman baru bagi siswa. Mereka belajar hal baru seperti:

- cara menampilkan produk agar enak dilihat,
- apa saja komponen penting dalam deskripsi produk,
- bagaimana memahami sistem ongkir, pembayaran, dan komplain.

Dari hasil evaluasi, siswa merasa tertarik untuk mencoba membuat toko sungguhan suatu hari nanti.

d. Antusiasme dan Keterlibatan Tinggi

Kegiatan berlangsung sangat hidup. Siswa aktif bertanya, mencoba berbagai fitur aplikasi, dan berdiskusi satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik lebih menarik bagi mereka dibandingkan ceramah semata.

e. Dampak Jangka Panjang

Dari kegiatan ini, beberapa dampak yang diharapkan antara lain:

- siswa menjadi lebih percaya diri memulai bisnis kecil-kecilan,
- meningkatnya literasi digital di kalangan pelajar,
- sekolah dapat mengembangkan program ekstrakurikuler kewirausahaan,
- munculnya kelompok bisnis siswa yang saling mendukung.

KESIMPULAN

Program PKM ini memberikan pengaruh positif bagi siswa SMA IT Al-Fahmi. Mereka tidak hanya belajar teori kewirausahaan, tetapi juga mendapat pengalaman praktis membangun bisnis digital. Melalui kombinasi media sosial dan e-commerce, siswa belajar memahami pasar, membuat konten promosi, dan mengelola toko online. Antusiasme siswa menunjukkan bahwa generasi muda memiliki potensi besar dalam dunia kewirausahaan digital jika diberikan bimbingan yang tepat.

Saran

- Sekolah dapat membuat kelas khusus kewirausahaan digital sebagai program rutin.
- Siswa perlu terus dibimbing untuk menjalankan proyek bisnis sederhana agar ilmu tidak hilang begitu saja.
- Guru dapat dilatih agar mampu mendampingi siswa dalam membuat konten dan memanfaatkan platform digital.
- Perlu ada fasilitas pendukung seperti jaringan internet yang stabil dan ruang praktik multimedia.
- PKM lanjutan dapat menambahkan materi fotografi produk, manajemen keuangan, dan analisis pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Mona, M., & Mentari, A. (2023). *Mindset : Jurnal Pemikiran Pendidikan dan Pembelajaran Pengaruh Literasi Digital Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik*. 3(2), 52-64.
- Effendy, M. Y., Oktiani, H., Studi, P., Informatika, T., Raharja, U., Studi, P., Komunikasi, I., Lampung, U., & Meneng, G. (2024). *Literasi digital keamanan siber pada remaja menghadapi social engineering*. 18(01), 35-42.
- Indah Fajar Rosalina*1, Wina Puspita Sari2, Qoryna Noer Seyma El Farabi3, Muria Putriana4, Helix Clementhius Valendyawan5, Idzni Ramadhani Kamaludin6, R. A. B. (2025). *Literasi etika digital untuk pelajar smk dalam membentuk generasi kreatif dan bertanggung jawab*. 4(37), 143-149.
- Nur, D., & Hidayati, D. (2024). *Implementasi Kepemimpinan Digital Pada Keterampilan Abad 21 Life and Career Skills di SMK*. 15(1), 773-786.
- Ria Anhar, 2Shantika Dwi Kurniawati, 3Tiyas Cahyaning Wulan, 4Rivalno Putra, 5Dzulfikar Ali. (2025). *Meningkatkan Kesadaran akan Bahaya Cybercrime di Kalangan Siswa dan Siswi SMAN 12 Kota Tangerang Selatan*. 1(1), 1-5.
- 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>.
- Abdurrahim, Abdurrahim, et al. *Pengantar Manajemen Dasar*. Edited by Fauzy Pratama, Ahmad, Bukuloka Literasi Bangsa, 2025.