

Peran Media dan Edukasi Bisnis Digital dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di SMAN 7 Makassar

Mochtar Luthfi M^{1*}, Sariana², Sri Indriyani³, Zalfa Aqila Pratiwi. B⁴, Ainul Najwa Bahtiar⁵, Mel Malino Mammiri⁶, Nayla Ainun Syafira⁷, Muh Zulhaj Fatamah⁸, Satriani⁹, Andi Azlam Firmansyah¹⁰, Siska Aprilianti¹¹

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11 Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

*mochtarluthfi_dpk@uim-makassar.ac.id

sariana.dty@uim-makassar.ac.id

Abstract

This community service program aims to determine the role of digital media and business education in increasing sales of MSME products at SMAN 7 Makassar. The development of digital technology provides significant opportunities for MSMEs to market their products more widely and effectively through social media and other digital platforms. However, many students still lack an understanding of the optimal use of digital media. Therefore, digital business education is a crucial factor in improving the marketing and sales capabilities of MSME products. The results of this community service program indicate that the use of digital media and the provision of digital business education have a positive impact on increasing MSME product sales. The education presented can enhance the understanding of digital media among SMAN 7 Makassar students, which significantly impacts MSME sales growth.

Keywords: MSME, Improvement, Understanding

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui peran media dan edukasi bisnis digital dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di SMAN 7 Makassar. Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produk secara lebih luas dan efektif melalui media sosial serta platform digital lainnya. Namun, masih banyak siswa siswi yang belum memahami pemanfaatan media digital secara optimal. Oleh karena itu, edukasi bisnis digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan pemasaran dan penjualan produk UMKM. Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa penggunaan media digital dan pemberian edukasi bisnis digital berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan produk UMKM. Edukasi yang di paparkan dapat menambah pemahaman para siswa siswi SMAN 7 Makassar tentang media digital yang sangat berdampak bagi peningkatan penjualan UMKM.

Kata Kunci : UMKM, Peningkatan, Pemahaman

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak yang sangat besar terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Kemajuan teknologi informasi dan internet telah mengubah pola aktivitas masyarakat dari sistem konvensional menjadi sistem digital yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Perubahan tersebut juga memengaruhi cara pelaku usaha dalam memasarkan produk dan menjangkau konsumen. Saat ini, media digital seperti media sosial, marketplace, dan platform online lainnya menjadi sarana yang sangat penting dalam mendukung perkembangan usaha, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat karena mampu membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan

mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, di tengah perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan digital agar tetap mampu bertahan dan berkembang. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran dan promosi produk.

Media digital memberikan banyak keuntungan bagi pelaku UMKM karena dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran tanpa memerlukan biaya yang terlalu besar. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat luas secara lebih cepat dan efektif. Selain itu, marketplace seperti Shopee dan Tokopedia juga memudahkan pelaku UMKM dalam melakukan transaksi penjualan secara online sehingga produk dapat dijangkau oleh konsumen dari berbagai daerah.

Kurangnya pemahaman mengenai bisnis digital menyebabkan banyak siswa(i) belum mengetahui cara membuat konten promosi yang menarik, strategi pemasaran online, teknik branding produk, hingga cara memanfaatkan marketplace sebagai media penjualan. Selain itu, masih rendahnya literasi digital dalam bidang kewirausahaan juga menjadi salah satu hambatan dalam menciptakan generasi muda yang kreatif dan mandiri secara ekonomi.

Sekolah memiliki peran penting dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan literasi digital siswa(i). Pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai tempat memperoleh ilmu akademik, tetapi juga sebagai sarana pembentukan keterampilan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Dalam era digital saat ini, siswa(i) perlu dibekali kemampuan memanfaatkan teknologi secara positif dan produktif, termasuk dalam bidang bisnis dan kewirausahaan. Melalui edukasi bisnis digital di SMAN 7 Makassar, siswa(i) diharapkan dapat memahami pentingnya pemanfaatan media digital sebagai strategi pemasaran produk UMKM. Edukasi tersebut meliputi pengenalan bisnis digital, penggunaan media sosial sebagai media promosi, pembuatan konten pemasaran yang menarik, teknik pemasaran online, serta pemanfaatan marketplace dalam meningkatkan penjualan produk. Dengan adanya edukasi tersebut, siswa(i) tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana menciptakan peluang usaha.

Pemanfaatan media digital juga memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha. Dengan pemasaran digital, produk UMKM dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Selain itu, penggunaan media digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui komunikasi secara online. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Di era modern saat ini, kemampuan digital menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki generasi muda. Hampir seluruh bidang pekerjaan dan usaha mulai memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan operasional maupun pemasaran. Oleh karena itu, edukasi bisnis digital sangat penting diberikan kepada siswa(i) agar mereka mampu menghadapi perkembangan dunia kerja dan dunia usaha di masa depan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi siswa(i) SMAN 7 Makassar dalam meningkatkan pemahaman mengenai bisnis digital dan pemanfaatan media sosial secara produktif. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan mampu menumbuhkan minat kewirausahaan siswa(i) sehingga mereka memiliki motivasi untuk menciptakan peluang usaha sendiri melalui media digital. Dengan adanya pemanfaatan

media dan edukasi bisnis digital, diharapkan penjualan produk UMKM dapat meningkat serta mampu membantu pelaku usaha dalam memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Edukasi bisnis digital juga dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan generasi muda yang kreatif, inovatif, mandiri, dan mampu bersaing di era digital. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui peran media dan edukasi bisnis digital dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di SMAN 7 Makassar. Melalui kegiatan ini diharapkan siswa(i) dapat memahami pentingnya teknologi digital dalam dunia bisnis serta mampu memanfaatkan media digital secara positif, kreatif, dan produktif untuk mendukung perkembangan UMKM dan meningkatkan keterampilan kewirausahaan di era modern.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa metode untuk memastikan siswa di SMAN 7 Makassar mendapatkan pemahaman yang komprehensif

Metode Observasi & Identifikasi: Melakukan survei awal untuk melihat sejauh mana pemahaman siswa mengenai bisnis digital dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi, bukan sekedar hiburan.

Metode Sosialisasi & Edukasi: Memberikan materi berupa ceramah dan diskusi interaktif mengenai strategi Digital Marketing.

Metode Evaluasi: Melakukan tanya jawab untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa sebelum dan sesudah kegiatan.



Gambar 1: Pemaparan materi



Gambar 2: Sesi tanya jawab

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini membahas tentang media digital/media sosial yang tidak hanya sekedar digunakan untuk hiburan atau mengekspresikan diri tapi media digital/media sosial juga dapat di gunakan sebagai tempat mempromosikan berbagai produk para UMKM, platform yang dapat di gunakan bisa seperti Instagram, Tik Tok, Twitter, Facebook, Whatsapp, Dan berbagai media sosial yang lain nya. Pengabdian kepada masyarakat ini juga menghasilkan peningkatan kesadaran digital siswa(i). Sebelum edukasi mayoritas

siswa menggunakan media sosial hanya untuk konsumsi pribadi tapi saat setelah kegiatan, siswa mulai memahami konsep Personal Branding dan Product Branding untuk UMKM. Melalui edukasi ini juga siswa mampu mengidentifikasi target pasar yang tepat. Misalnya, penggunaan fitur Reels atau Short Video terbukti lebih efektif dalam menarik minat beli dibandingkan hanya sekadar foto statis.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa penggunaan media digital dianggap lebih efektif dan efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional. Media sosial memungkinkan produk dipromosikan kepada lebih banyak orang tanpa memerlukan biaya besar. Selain itu, pemasaran digital juga memudahkan pelaku usaha dalam berinteraksi langsung dengan konsumen melalui fitur komentar, pesan, maupun siaran langsung.

Dalam pembahasan, pemanfaatan media digital memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan UMKM karena mampu memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan adanya media digital, pelaku usaha tidak lagi terbatas pada pemasaran secara langsung di lingkungan sekitar, tetapi dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah. Hal ini menjadi peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Edukasi bisnis digital juga memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi digital siswa(i). Melalui kegiatan ini, siswa(i) tidak hanya memahami penggunaan teknologi untuk hiburan, tetapi juga mengetahui bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk kegiatan produktif dan ekonomi. Pengetahuan tersebut menjadi bekal penting bagi siswa(i) dalam menghadapi perkembangan dunia kerja dan bisnis di masa depan.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan pengalaman siswa(i) dalam membuat konten pemasaran digital dan kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran online yang efektif. Selain itu, tidak semua siswa(i) memiliki pengalaman dalam menggunakan marketplace atau aplikasi bisnis digital. Namun, melalui edukasi dan praktik sederhana yang diberikan, siswa(i) mulai memahami dasar-dasar pemasaran digital dan pentingnya memanfaatkan teknologi secara positif.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif bagi siswa(i) SMAN 7 Makassar. Edukasi bisnis digital mampu meningkatkan pemahaman siswa(i) mengenai pemanfaatan media digital dalam mendukung pemasaran produk UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga membantu menumbuhkan minat kewirausahaan, kreativitas, serta kesadaran siswa(i) terhadap pentingnya keterampilan digital di era modern.

Dampak Jangka Pendek

1. Meningkatnya Pengetahuan Siswa

Siswa menjadi lebih memahami cara menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Mereka juga mengetahui bisnis digital di era sekarang.

2. Siswa Lebih Kreatif Menggunakan Media Sosial

Siswa mulai memahami bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga bisa dimanfaatkan untuk kegiatan produktif seperti promosi produk, membuat konten bisnis, dan membangun sebuah usaha.

3. Meningkatkan Kemampuan Digital

Melalui edukasi digital, siswa belajar membuat promosi sederhana dan memahami cara pemasaran online.

Dampak Jangka Panjang

1. Munculnya Jiwa Entrepreneur Pada Siswa

Siswa dapat memiliki pola pikir yang lebih mandiri dan tertarik menjadi wirausaha muda yang memanfaatkan teknologi digital.

2. Meningkatnya Kemampuan Adaptasi Terhadap Teknologi

Siswa menjadi lebih siap menghadapi perkembangan dunia kerja dan bisnis modern yang saat ini sangat bergantung pada teknologi dan media digital.

3. Mendukung Perkembangan UMKM di Masa Depan

Pengetahuan yang di peroleh siswa dapat di gunakan untuk membantu usaha keluarga atau bahkan membangun UMKM sendiri dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran.

Program pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi dan edukasi tentang peran media sosial dan edukasi digital di SMAN 7 Makassar mendapatkan presepsi yang positif dari siswa maupun pihak sekolah. Kegiatan ini di anggap bermanfaat karena memberikan pengetahuan baru mengenai penggunaan media digital dalam dunia bisnis dan pemasaran produk UMKM.



Gambar 3 : Foto Bersama dengan siswa siswi dan para guru SMAN 7 Makassar



Gambar 4 : Foto Bersama dengan Para Dosen Pembimbing

KESIMPULAN

Kegiatan ini membantu meningkatkan pengetahuan siswa tentang penggunaan media sosial secara lebih produktif dan kreatif, tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai media pemasaran dan peluang usaha. Selain itu, siswa menjadi lebih memahami dasar-dasar bisnis digital, cara promosi online, serta pentingnya inovasi dalam menghadapi perkembangan teknologi.

Dari hasil kegiatan ini terlihat bahwa siswa memiliki antusias dan ketertarikan yang baik terhadap materi yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi digital sangat penting untuk diberikan kepada generasi muda agar mereka mampu beradaptasi dengan perkembangan dunia digital dan memiliki jiwa kreatif serta wirausaha sejak dini.

Secara keseluruhan, program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan edukasi yang bermanfaat, meningkatkan wawasan siswa mengenai bisnis digital, serta mendorong pemanfaatan media sosial secara positif dalam mendukung perkembangan UMKM di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

Zainal Abidin & Nurul Muhasanah. (2025). *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Visibilitas dan Penjualan Produk UMKM*. Mudabbir: Journal Research and Education Studies,

Mega Wijayanti & Nur Wulan Intan Palupi. (2025). *Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran UMKM di Era Digital*. Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini

Sahrul, E. A. & Nuringsih, K. (2023). *Peran E-Commerce, Media Sosial dan Digital Transformation untuk Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM*. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis,

Haeruddin, N. Wahida, A., & Maming, R. (2023). *Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah,

Suriadi, Yanti, N. E., & Salida, A. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Omset Bisnis UMKM di Era Digital*. AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan