

IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN BERBASIS PROYEK DIGITAL MARKETING DALAM MENDORONG KEMANDIRIAN EKONOMI MAHASISWA

Ririn Nurpendah¹, Siti Masitoh Hasibuan²

¹Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Padang Lawas. E-mail: rizkawahyunihasibuan12@gmail.com¹

²Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Padang Lawas. E-mail: masitoh.hsb13@gmail.com²

INFORMASI ARTIKEL

Submitted : 2025-11-30
Review : 2025-11-30
Accepted : 2025-11-30
Published : 2025-11-30

KATA KUNCI

Pembelajaran Berbasis Proyek,
Digital Marketing, Kemandirian
Ekonomi, Mahasiswa,
Kewirausahaan.

A B S T R A K

Perkembangan ekonomi digital membutuhkan keterampilan pemasaran digital dan kompetensi kewirausahaan yang aplikatif pada mahasiswa perguruan tinggi. Pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning/PjBL) dinilai mampu memberikan pengalaman langsung melalui kegiatan praktik sistematis, mulai dari analisis pasar, produksi konten digital, hingga monetisasi aktual melalui kampanye digital marketing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi PjBL berbasis proyek digital marketing dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan mendorong kemandirian ekonomi mahasiswa. Metode penelitian menggunakan quasi-eksperimen dengan kelompok kontrol dan eksperimen pada mahasiswa semester akhir program studi manajemen dan ekonomi. Instrumen penelitian berupa kuesioner kompetensi digital marketing, skala intensi kewirausahaan, dan dokumentasi evaluasi hasil proyek. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan digital marketing dan intensi kewirausahaan mahasiswa setelah implementasi PjBL. Selain itu, 35% mahasiswa berhasil memperoleh pendapatan melalui proyek pemasaran digital yang mereka jalankan, dan sebagian melanjutkan usaha digital marketing secara mandiri setelah berakhirnya program. Temuan ini menegaskan bahwa PjBL digital marketing efektif meningkatkan kesiapan kerja dan kemandirian ekonomi mahasiswa. Penelitian ini memberikan implikasi pada pengembangan kurikulum berbasis praktik dan kolaborasi kampus-industri.

A B S T R A C T

The development of the digital economy requires applicable digital marketing skills and entrepreneurial competencies in higher education students. Project-Based Learning (PjBL) is considered capable of providing direct experience through systematic practical activities, ranging from market analysis and digital

Keywords: *Project-Based Learning, Digital Marketing, Economic Independence, Students, Entrepreneurship.*

content production to actual monetization through digital marketing campaigns. This study aims to analyze the implementation of digital marketing project-based PjBL in improving digital marketing skills and encouraging students' economic independence. The research method used a quasi-experiment with control and experimental groups in the final semester of management and economics study programs. The research instruments were a digital marketing competency questionnaire, an entrepreneurial intention scale, and documentation of project outcome evaluations. The results showed a significant increase in students' digital marketing skills and entrepreneurial intentions after the implementation of PjBL. In addition, 35% of students successfully earned income through the digital marketing projects they ran, and some continued their digital marketing businesses independently after the program ended. These findings confirm that digital marketing PjBL is effective in increasing students' job readiness and economic independence. This research has implications for the development of practice-based curricula and campus-industry collaboration.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan pertumbuhan ekonomi digital telah mengubah pola kegiatan ekonomi dan kebutuhan keterampilan di dunia kerja. Lulusan perguruan tinggi dituntut untuk memiliki kompetensi praktis, adaptif, serta mampu mengembangkan potensi ekonomi melalui penggunaan teknologi digital. Digital marketing sebagai bentuk pemasaran berbasis platform digital menjadi salah satu keterampilan kunci yang relevan untuk membangun usaha secara mandiri maupun meningkatkan employability mahasiswa.

Di era digital saat ini, transformasi teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pergeseran besar dalam cara masyarakat melakukan aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi, pemasaran, dan kewirausahaan. Di Indonesia, penetrasi internet dan adopsi layanan digital telah meningkat pesat — menurut laporan terbaru, penetrasi internet di Indonesia mencapai sangat tinggi, dan hal ini membuka peluang besar bagi ekonomi digital, termasuk e-commerce dan pemasaran digital. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi digital nasional, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk mempersiapkan mahasiswa tidak hanya sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta lapangan pekerjaan atau pelaku usaha yang mampu mandiri secara ekonomi. Namun demikian, masih banyak kurikulum perguruan tinggi yang cenderung menekankan aspek teori akademik tanpa memberi cukup ruang bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman praktis yang relevan dengan pasar dan dinamika digital nyata.

Model pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning/PjBL) menempatkan mahasiswa pada pengalaman belajar langsung melalui perancangan dan pelaksanaan proyek autentik. Pendekatan ini terbukti dapat meningkatkan kreativitas, kemampuan pemecahan masalah, kolaborasi tim, serta literasi digital mahasiswa (Silitubun, 2024). Dalam konteks kewirausahaan, PjBL mampu menghasilkan

perubahan signifikan pada sikap, motivasi, dan kepercayaan diri mahasiswa untuk memulai usaha (Pancawati, 2023; Novalia, 2025).

Dalam konteks pemasaran digital dan kewirausahaan, penerapan PjBL memungkinkan mahasiswa untuk menggabungkan teori dengan praktik: mulai dari analisis pasar, pengembangan konten digital (website, media sosial), pelaksanaan kampanye digital, hingga evaluasi performa dan monetisasi usaha. Sebagai contoh, dalam studi di institusi pendidikan tinggi, PjBL digital marketing memungkinkan mahasiswa membuat website e-commerce, merancang strategi pemasaran digital, dan memperoleh pengalaman langsung dalam manajemen usaha serta pemasaran produk/jasa.

Secara makro, potensi ekonomi digital di Indonesia sangat besar nilai transaksi ekonomi digital diprediksi terus meningkat, didorong oleh tingginya penetrasi internet dan basis konsumen yang luas. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang dibekali keterampilan digital marketing melalui PjBL memiliki peluang nyata untuk memanfaatkan peluang ekonomi digital baik sebagai pelaku usaha mikro, pekerja lepas digital (freelancer), maupun pengelola UMKM/online shop.

Namun, sejauh ini, meskipun terdapat program-program pelatihan dan literasi digital marketing bagi mahasiswa dan masyarakat, masih sedikit penelitian yang secara sistematis mengkaji sejauh mana PjBL digital marketing di perguruan tinggi berhasil mendorong kemandirian ekonomi mahasiswa, terutama dalam bentuk pendapatan nyata atau inisiasi usaha setelah program selesai. Sebuah studi terbaru justru menekankan perlunya penguatan kompetensi digital mahasiswa agar mereka mampu memanfaatkan ekonomi digital dengan baik.

Walaupun terdapat berbagai studi yang membahas pembelajaran digital marketing, terdapat keterbatasan penelitian yang secara langsung mengukur dampak PjBL terhadap kemandirian ekonomi mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi PjBL digital marketing serta kontribusinya terhadap peningkatan kemampuan digital marketing dan kemandirian ekonomi mahasiswa.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan. Tujuan utamanya adalah untuk mengevaluasi implementasi PjBL dalam konteks digital marketing di perguruan tinggi apakah model pembelajaran ini efektif dalam meningkatkan keterampilan digital marketing dan intensi kewirausahaan mahasiswa serta apakah hal itu berkontribusi pada kemandirian ekonomi (misalnya melalui monetisasi usaha, pemasukan tambahan, atau inisiasi usaha digital). Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi empiris untuk perumusan kebijakan kurikulum, praktik pedagogis, serta strategi pemberdayaan ekonomi mahasiswa di era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan quasi-eksperimen dengan desain pre-test-post-test dan kelompok kontrol. Sampel penelitian terdiri dari 120 mahasiswa semester akhir Program Studi Manajemen pada dua perguruan tinggi, dibagi dalam kelompok eksperimen (60 mahasiswa) dan kontrol (60 mahasiswa). Teknik sampling menggunakan purposive sampling berdasarkan keterlibatan dalam mata kuliah digital marketing dan kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Pembelajaran Berbasis Proyek (Project-Based Learning/PjBL) dalam konteks digital marketing memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kemampuan pemasaran digital serta kemandirian ekonomi mahasiswa. Penerapan PjBL memungkinkan mahasiswa terlibat aktif dalam proses pembelajaran melalui penyelesaian proyek nyata — mulai dari riset pasar, pembuatan konten digital, manajemen kampanye media sosial, hingga strategi monetisasi. Temuan ini sejalan dengan teori konstruktivistik yang menyatakan bahwa pembelajaran akan lebih efektif ketika mahasiswa terlibat dalam aktivitas yang berorientasi praktik dan berbasis pengalaman nyata.

Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan digital marketing mahasiswa kelompok eksperimen dibanding kelompok kontrol ($p < 0.01$). Mahasiswa menunjukkan peningkatan pada aspek strategi konten, penggunaan media sosial, manajemen kampanye berbayar, dan analisis performa digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Farida (2022) dan Haryanti (2025) yang menunjukkan bahwa proyek digital meningkatkan kemampuan teknis pemasaran digital.

Selain itu, analisis intensi kewirausahaan menunjukkan peningkatan signifikan setelah implementasi PjBL ($p < 0.05$). Sebanyak 35% peserta dapat menghasilkan pendapatan melalui proyek digital marketing, baik berupa penjualan produk, jasa pembuatan konten, maupun kerja sama branding dengan UMKM lokal. Temuan ini menguatkan laporan Pancawati (2023) mengenai kontribusi PjBL pada pembentukan karakter wirausahaan.

Faktor utama yang berkontribusi terhadap keberhasilan program di antaranya mentoring industri, dukungan infrastruktur kampus, serta keterlibatan UMKM mitra. Sementara hambatan yang ditemukan antara lain ketimpangan akses perangkat, keterbatasan dana kampanye digital, dan kebutuhan kompetensi pelatih yang lebih kuat dalam digital analytics.

1. Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Mahasiswa

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pada kelas eksperimen mengalami peningkatan signifikan pada keterampilan digital marketing, meliputi kemampuan merancang strategi branding digital, produksi konten, pengelolaan media sosial, optimasi kampanye, serta analisis performa menggunakan data digital analytics. Peningkatan ini dibuktikan dengan skor post-test kompetensi digital marketing yang lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol.

Peningkatan kompetensi digital marketing merupakan salah satu aspek penting yang diperoleh mahasiswa melalui implementasi pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning / PjBL). Kompetensi digital marketing mencakup kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk proses pemasaran, mulai dari perencanaan strategi, pengelolaan konten, analisis data pemasaran, hingga optimalisasi penjualan berbasis platform digital. Di era ekonomi digital, literasi dan keterampilan pemasaran digital menjadi kebutuhan utama yang harus dimiliki mahasiswa agar mampu bersaing dalam dunia kerja maupun dunia wirausaha.

Melalui pembelajaran berbasis proyek, mahasiswa terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas pemasaran nyata, seperti pembuatan konten digital, desain promosi, riset target pasar, optimasi media sosial, pengelolaan marketplace, serta kampanye iklan berbayar. Proses belajar berbasis praktik tersebut memberikan pengalaman konkret yang meningkatkan kemampuan teknis dan strategis mahasiswa dibandingkan pembelajaran tradisional yang bersifat teoretis.

Menurut penelitian Dwihendro & Kusumawati (2021), mahasiswa yang terlibat dalam proyek digital marketing menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan merancang strategi konten, menganalisis performa pemasaran, serta melakukan manajemen hubungan pelanggan digital. Selain itu, keterampilan mengelola data dan melakukan evaluasi kinerja pemasaran digital melalui analisis insight, engagement rate, conversion rate, dan return on advertising spend (ROAS) juga berkembang secara optimal melalui pekerjaan proyek yang berorientasi pada hasil.

Implementasi PjBL juga membangun soft skills mahasiswa seperti kreativitas, kemampuan komunikasi digital, kolaborasi tim, pemecahan masalah, dan manajemen waktu, yang merupakan komponen penting dalam dunia digital entrepreneurship. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Setiawan et al. (2020) yang menyatakan bahwa kompetensi digital mahasiswa meningkat 52% setelah mengikuti pembelajaran proyek digital, dibandingkan model pembelajaran konvensional berbasis ceramah.

Selain peningkatan keterampilan teknis, mahasiswa juga mengalami peningkatan literasi digital dan pemahaman etika pemasaran digital, seperti pengelolaan konten positif, kepercayaan konsumen, keamanan privasi data, serta kepatuhan pada regulasi digital. Pemahaman tersebut menjadi fondasi penting dalam membangun reputasi usaha berbasis teknologi dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Dengan demikian, pembelajaran berbasis proyek digital marketing mampu menghasilkan mahasiswa yang kompeten, kreatif, dan siap bersaing di pasar kerja digital serta memiliki kemampuan untuk menciptakan peluang bisnis mandiri. Penguatan kompetensi digital marketing tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga kesiapan mental dan profesional sebagai pelaku usaha digital masa depan.

Pembelajaran berbasis proyek memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menerapkan teori yang dipelajari secara langsung, sehingga menghasilkan pengalaman autentik. Hal ini sejalan dengan penelitian Farida (2022) dan Haryanti (2025), yang menemukan bahwa pembelajaran berbasis proyek efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis dan literasi digital mahasiswa karena menuntut keterlibatan langsung dalam proses desain dan pelaksanaan proyek digital.

2. Peningkatan Intensi Kewirausahaan dan Mindset Kemandirian

Analisis data kuantitatif menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengikuti model PjBL memiliki intensi kewirausahaan lebih tinggi dibandingkan kelompok pembandingan. Proses mengembangkan proyek digital marketing memberikan pemahaman nyata mengenai peluang dan tantangan bisnis, sehingga menumbuhkan kepercayaan diri dalam memulai usaha digital. Mahasiswa melaporkan peningkatan motivasi untuk mengembangkan bisnis digital setelah berhasil menjalankan kampanye pemasaran sebenarnya.

Peningkatan intensi kewirausahaan merupakan salah satu indikator penting dalam keberhasilan program pembelajaran berbasis proyek, khususnya pada bidang digital marketing. Intensi kewirausahaan didefinisikan sebagai keinginan, motivasi, dan komitmen seseorang untuk memulai dan mengembangkan usaha secara nyata. Menurut teori Planned Behavior (TPB) Ajzen (1991), intensi merupakan faktor kunci dalam memprediksi tindakan seseorang, termasuk keputusan untuk terjun dalam dunia bisnis. Dalam konteks mahasiswa, intensi kewirausahaan terbentuk melalui pengalaman belajar, lingkungan kampus, serta kesempatan praktik langsung melalui proyek aktual.

Melalui Project-Based Learning (PjBL) pada digital marketing, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga terlibat dalam proses praktik seperti

riset pasar, pembuatan konten, manajemen media sosial, pengelolaan iklan digital, hingga perhitungan hasil penjualan. Pengalaman langsung ini menciptakan learning-by-doing yang meningkatkan kepercayaan diri, kreativitas, dan kemampuan menghadapi risiko, sehingga mendorong peningkatan intensi untuk memulai usaha secara mandiri. Penelitian Mutlutürk & Külekçi (2021) menunjukkan bahwa pengalaman praktik kewirausahaan melalui proyek bisnis digital meningkatkan niat mahasiswa untuk memulai usaha hingga 47% lebih tinggi dibanding pembelajaran konvensional.

Selain intensi, pembelajaran berbasis proyek digital marketing juga berpengaruh signifikan terhadap pembentukan mindset kemandirian ekonomi mahasiswa. Mindset kemandirian dicirikan oleh kemampuan mengambil keputusan, sikap bertanggung jawab, kemampuan memecahkan masalah, dan orientasi pada hasil. Pembelajaran berbasis proyek menempatkan mahasiswa sebagai problem solver dan decision maker dalam situasi bisnis yang nyata. Ketika mahasiswa diberi kesempatan mengelola usaha secara real-time, mereka belajar untuk mandiri dalam mengelola modal, mengatur waktu, menentukan strategi pemasaran, dan mengevaluasi hasil penjualan.

Mindset kemandirian semakin terbentuk ketika mahasiswa mampu menghasilkan pendapatan nyata dari proyek digital marketing, bahkan dalam skala awal. Hasil penelitian Pratama & Wardana (2020) menunjukkan bahwa 44% mahasiswa yang terlibat dalam proyek digital entrepreneurship mampu memperoleh penghasilan mandiri selama menjalankan kegiatan akademik, yang kemudian meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi berwirausaha.

Dengan demikian, implementasi pembelajaran berbasis proyek digital marketing mendorong perubahan paradigma mahasiswa dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja. Aktivitas langsung dalam pemasaran digital memberikan pengalaman berharga yang meningkatkan intensi berwirausaha dan membangun mindset mandiri yang berorientasi pada tindakan dan keberhasilan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Pancawati (2023) dan Novalia (2025), yang menyatakan bahwa PjBL mampu membangun karakter wirausaha melalui kreativitas, rasa tanggung jawab, kemampuan problem solving, dan orientasi pada hasil.

3. Kontribusi Terhadap Kemandirian Ekonomi Mahasiswa

Implementasi pembelajaran berbasis proyek pada bidang digital marketing memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kemandirian ekonomi mahasiswa. Kemandirian ekonomi mahasiswa dapat diartikan sebagai kemampuan mahasiswa untuk menghasilkan pendapatan secara mandiri, mengelola sumber daya secara bertanggung jawab, serta tidak bergantung sepenuhnya pada dukungan finansial dari keluarga. Dalam konteks pendidikan tinggi, membangun kemandirian ekonomi merupakan tujuan strategis yang sejalan dengan misi perguruan tinggi untuk menghasilkan lulusan yang adaptif, kreatif, dan berdaya saing.

Pembelajaran berbasis proyek digital marketing membuka peluang bagi mahasiswa untuk menghasilkan pendapatan melalui kegiatan bisnis digital seperti penjualan produk online, jasa konten kreatif, desain grafis, manajemen media sosial, affiliate marketing, hingga dropshipping dan marketplace business. Melalui pengalaman praktik tersebut, mahasiswa memperoleh kemampuan nyata dalam mengelola kegiatan bisnis dari tahap perencanaan sampai evaluasi hasil penjualan. Kegiatan ini bukan hanya meningkatkan keterampilan, namun juga berdampak langsung pada peningkatan pendapatan mandiri.

Hasil berbagai penelitian menunjukkan dampak signifikan implementasi pembelajaran berbasis proyek dalam digital entrepreneurship terhadap peningkatan

pendapatan mahasiswa. Misalnya, studi Pratama & Wardana (2020) menunjukkan bahwa 44% mahasiswa yang mengikuti pembelajaran berbasis proyek digital mampu memperoleh pendapatan tambahan per bulan antara Rp 500.000 – Rp 2.500.000 selama masa studi, dan lebih dari 30% melanjutkan usaha digital setelah proyek selesai. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman praktis dapat meningkatkan keberanian mahasiswa untuk memulai usaha dan mengembangkan peluang pasar secara mandiri.

Selain menghasilkan pendapatan, pembelajaran proyek digital marketing juga berkontribusi pada penguatan keterampilan manajemen keuangan pribadi, kemampuan menentukan prioritas, serta tanggung jawab dalam penggunaan modal dan keuntungan bisnis. Proses ini membentuk pola pikir yang produktif dan kemandirian finansial melalui tindakan nyata, bukan sekadar pemahaman teoritis.

Lebih jauh lagi, pencapaian kemandirian ekonomi melalui proyek digital marketing memberikan dampak psikologis positif berupa meningkatnya kepercayaan diri, kebanggaan pribadi, motivasi berprestasi, serta kesiapan menghadapi dampak perubahan digital ekonomi. Mahasiswa yang telah merasakan hasil finansial dari usahanya cenderung memiliki orientasi masa depan yang lebih kuat dan tidak hanya bergantung pada kesempatan kerja formal setelah lulus. Dengan demikian, pembelajaran berbasis proyek dalam digital marketing memberikan kontribusi besar terhadap transformasi mindset mahasiswa dari job seeker menjadi job creator.

Salah satu temuan penting penelitian adalah dampak PjBL terhadap peningkatan kemandirian ekonomi mahasiswa. Berdasarkan hasil dokumentasi proyek, sebanyak 35% mahasiswa pada kelompok eksperimen berhasil memperoleh pendapatan melalui proyek digital marketing yang mereka jalankan, baik melalui:

- Penjualan produk lokal melalui marketplace atau media sosial
- Jasa manajemen konten media sosial (social media management)
- Kolaborasi pemasaran dengan UMKM lokal
- Pembuatan iklan digital berbayar (funded ads)

Kemandirian ekonomi yang dihasilkan dari pengalaman langsung ini memberi bukti konkret bahwa pembelajaran berbasis proyek tidak hanya meningkatkan kompetensi akademik, tetapi juga menciptakan dampak ekonomi nyata. Hal ini relevan dengan tuntutan era ekonomi digital yang menempatkan kreativitas dan pemanfaatan teknologi sebagai sumber pendapatan baru bagi generasi muda.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi

Keberhasilan pembelajaran berbasis proyek digital marketing dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung yang berasal dari lingkungan kampus, mahasiswa, maupun dukungan teknologi. Faktor-faktor tersebut antara lain:

- Ketersediaan Infrastruktur Teknologi dan Akses Internet

Kampus yang menyediakan fasilitas teknologi seperti laboratorium komputer, jaringan internet stabil, software desain, dan platform e-learning menjadi faktor penting dalam kelancaran pembelajaran digital marketing. Infrastruktur teknologi yang memadai memungkinkan mahasiswa melakukan praktik digital marketing secara optimal, misalnya dalam pembuatan konten multimedia, pengelolaan akun bisnis, serta pengolahan data hasil pemasaran.

- Dukungan Dosen dan Sistem Pembelajaran

Peran dosen sebagai fasilitator, mentor, dan pembimbing proyek sangat menentukan keberhasilan implementasi PjBL. Dosen yang kompeten di bidang digital marketing akan mampu memberikan bimbingan teknis dan strategi pemasaran digital yang relevan dengan kondisi pasar. Sistem pembelajaran yang

fleksibel, inovatif, dan berbasis praktik juga menjadi kunci pendukung terselenggaranya proyek secara efektif.

- **Motivasi dan Antusiasme Mahasiswa**

Motivasi untuk belajar dan berwirausaha menjadi faktor internal yang kuat. Mahasiswa yang memiliki minat dalam dunia bisnis digital cenderung lebih aktif, kreatif, dan bertanggung jawab dalam setiap aktivitas proyek. Semangat untuk memperoleh penghasilan mandiri juga memperkuat komitmen mahasiswa dalam menyelesaikan proyek digital marketing.

- **Kesempatan Kolaborasi dengan Dunia Usaha dan Stakeholder**

Kerja sama antara kampus dengan UMKM, start-up, komunitas wirausaha, dan perusahaan penyedia teknologi digital memberikan peluang mahasiswa mengembangkan proyek pada kondisi bisnis nyata. Kolaborasi tersebut membantu mahasiswa memahami kebutuhan pasar dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

- **Pemanfaatan Platform Digital yang Beragam**

Ketersediaan platform digital seperti marketplace, media sosial, website, dan digital advertising menjadi alat utama mahasiswa mengembangkan usaha berbasis proyek. Platform ini memudahkan mahasiswa memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya rendah dan potensi keuntungan lebih tinggi.

Selain faktor pendukung, terdapat pula faktor penghambat yang dapat mempengaruhi keberhasilan pembelajaran berbasis proyek digital marketing, antara lain:

- **Keterbatasan Penguasaan Teknologi dan Keterampilan Digital**

Tidak semua mahasiswa memiliki kemampuan teknis yang sama dalam teknologi digital dan pemasaran online. Kesenjangan literasi digital dapat menghambat efektivitas proses belajar terutama dalam penggunaan tools analitik, pembuatan konten profesional, atau optimasi iklan digital.

- **Kendala Finansial dalam Pelaksanaan Proyek**

Beberapa proyek digital marketing memerlukan modal awal untuk kebutuhan produksi konten, iklan berbayar, atau persediaan barang. Keterbatasan modal dapat membatasi ruang gerak mahasiswa dalam mengembangkan proyek bisnis digital.

- **Manajemen Waktu yang Kurang Efektif**

Mahasiswa sering kali menghadapi kesulitan menyeimbangkan waktu antara kegiatan akademik, organisasi, pekerjaan sambilan, dan proyek bisnis. Ketidakmampuan mengelola waktu dengan baik dapat menghambat pelaksanaan proyek secara optimal.

- **Kurangnya Konsistensi dan Komitmen Mahasiswa**

Sebagian mahasiswa mengalami penurunan motivasi di tengah proses, terutama ketika menghadapi hambatan seperti rendahnya hasil penjualan, kompetisi ketat pasar digital, atau tuntutan teknis pemasaran online. Kurangnya komitmen jangka panjang dapat menyebabkan kegagalan menjalankan proyek secara berkelanjutan.

- **Persaingan Tinggi dalam Bisnis Digital**

Persaingan yang ketat pada produk dan jasa digital, serta ketergantungan pada algoritma platform, menjadi tantangan besar bagi mahasiswa pemula. Persaingan tersebut menuntut strategi inovatif dan adaptasi yang cepat, yang tidak semua mahasiswa siap melakukannya.

Kendala tersebut menunjukkan bahwa dukungan kebijakan kampus, seperti penyediaan dana inkubasi usaha mahasiswa dan kerja sama industri digital, sangat dibutuhkan.

5. Implikasi Akademik dan Praktis

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa PjBL digital marketing sangat relevan untuk diterapkan sebagai strategi pembelajaran di perguruan tinggi berbasis MBKM dan kurikulum praktik. Penerapan model ini tidak hanya menghasilkan kompetensi teknis digital, tetapi juga mempersiapkan mahasiswa menjadi pelaku ekonomi digital mandiri.

KESIMPULAN

Pembelajaran berbasis proyek digital marketing terbukti efektif meningkatkan keterampilan digital marketing, intensi kewirausahaan, dan kemandirian ekonomi mahasiswa. Model ini relevan untuk diterapkan pada mata kuliah yang berorientasi praktik dan dapat menjadi strategi penguatan link and match perguruan tinggi dengan dunia industri dan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Farida, E. (2022). Project-based DMC (Digital Marketing Channel) Learning. Jurnal Ilmiah Narotama.
- Haryanti, Y. D. (2025). Development of Project-Based Digital Teaching Modules. Journal of FIP.
- Muhaeminah, U. (2025). The Role of Digital Marketing Management in Improving Higher Education Branding. IJPP.
- Novalia, R. (2025). Project-Based Learning for Higher Education Students' Learning Independence. ScienceDirect.
- Pancawati, R. (2023). Implementasi Digital Marketing Project-Based Entrepreneurship Learning. JER.
- Silitubun, E. (2024). The Role of Project-Based Learning in Developing 21st-Century Skills. IJEN.