

# Analisis Tingkat Kemampuan Literasi Digital Pemasaran (Digital Marketing) Menggunakan Metode *Experiential Learning* pada Mahasiswa Perhotelan Politeknik Harapan Bersama

Wiyanti<sup>1\*</sup>, Ratri Wikaningtyas<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Perhotelan, Politeknik Harapan Bersama, Indonesia

<sup>2</sup>Elektronika, Ratri Wikaningtyas, Politeknik Harapan Bersama, Indonesia

\*[wiyanti@poltektegal.ac.id](mailto:wiyanti@poltektegal.ac.id)<sup>1</sup>, [ratriwikaningtyas@poltektegal.ac.id](mailto:ratriwikaningtyas@poltektegal.ac.id)<sup>2</sup>

Alamat Kampus: Jl Mataram no 09. Kota Tegal

Korespondensi penulis: [wiyanti@poltektegal.ac.id](mailto:wiyanti@poltektegal.ac.id)\*

**Abstract.** *This study is titled "Analysis of the Level of Digital Marketing Literacy Using the Experiential Learning Method Among Hospitality Students at Politeknik Harapan Bersama." The objective of this research is to evaluate and understand the level of digital marketing literacy possessed by hospitality students at Politeknik Harapan Bersama across various aspects, including the use of information technology, digital communication, online collaboration, and data security. This study employs a quantitative approach using a survey method, with questionnaires distributed to 26 students. The findings indicate that most students have an excellent level of digital marketing literacy, with an average percentage of 84.78%. However, there are still areas that need improvement, such as understanding digital ethics and selecting valid information. These findings provide valuable insights for developing more effective training programs to enhance digital skills in Hospitality Study Program.*

**Keywords:** *digital literacy marketing, information technology, digital communications*

**Abstrak.** Penelitian ini berjudul "Analisis Tingkat Kemampuan Literasi Digital Pemasaran (Digital Marketing) menggunakan metode Experiential Learning pada Mahasiswa Perhotelan Politeknik Harapan Bersama" Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan memahami tingkat kemampuan literasi digital pemasaran yang dimiliki oleh mahasiswa perhotelan politeknik harapan bersama dalam berbagai aspek, seperti penggunaan teknologi informasi, komunikasi digital, kolaborasi online, serta keamanan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 26 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki tingkat literasi digital pemasaran yang Sangat baik dengan rata-rata presentase 84,78%. Masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti pemahaman etika digital dan seleksi informasi yang valid. Temuan ini memberikan wawasan yang berguna untuk pengembangan program pelatihan yang lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan digital di prodi perhotelan.

**Kata kunci:** literasi digital pemasaran, teknologi informasi, komunikasi digital

## 1. LATAR BELAKANG

Industri perhotelan terus mengalami perkembangan pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital. Di era digital yang terus berkembang, industri perhotelan serta layanan makanan dan minuman (F&B) semakin memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman tamu dan efisiensi operasional. Salah satu bidang yang mengalami perubahan signifikan berkat inovasi digital adalah departemen F&B di hotel, restoran, dan berbagai tempat yang menyediakan layanan kuliner. Kepuasan tamu menjadi faktor utama yang diperhatikan dalam industri ini. Dengan memahami kebutuhan serta harapan pelanggan, perusahaan dapat merancang solusi yang lebih tepat guna demi memberikan pengalaman yang lebih optimal. Dalam hal ini, sistem digital berperan penting dalam meningkatkan kepuasan tamu. (Suharto,

Medina, & Ardianto, 2024) Pemasaran berbasis digital telah menjadi strategi utama dalam menarik pelanggan, membangun citra merek, dan meningkatkan daya saing bisnis perhotelan. Daya saing merupakan elemen krusial dalam dinamika perekonomian, terutama dalam proses produksi barang dan jasa untuk memenuhi permintaan pasar. Tingkat daya saing suatu perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya tujuh aspek utama, yaitu keterampilan tenaga kerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang efektif, akses terhadap teknologi, ketersediaan informasi, serta tersedianya berbagai input penting seperti energi dan bahan baku. (Daud, Saputri, & Sari, 2025) Oleh karena itu, kemampuan literasi digital dalam pemasaran menjadi keterampilan esensial yang harus dimiliki oleh lulusan program studi perhotelan.

Berdasarkan observasi awal, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan penerapan konsep pemasaran digital di kalangan mahasiswa Program Studi D3 Perhotelan Politeknik Harapan Bersama. Beberapa mahasiswa mengalami kesulitan dalam menggunakan berbagai platform digital, seperti media sosial, website, dan sistem manajemen pelanggan, untuk keperluan pemasaran. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran yang efektif, seperti digital branding, analisis pasar berbasis data, dan pemanfaatan algoritma pencarian (SEO), masih belum maksimal dalam pembelajaran.

Faktor lain yang berkontribusi terhadap rendahnya literasi digital pemasaran di kalangan mahasiswa adalah keterbatasan kurikulum yang secara khusus membahas pemasaran digital di industri perhotelan, serta kurangnya pengalaman langsung dalam mengaplikasikan strategi pemasaran digital di dunia industri. Beberapa tantangan dalam pengembangan usaha di era digital antara lain masih kuatnya ketergantungan pada metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung melalui toko fisik dan interaksi tatap muka dengan pelanggan, yang membatasi perluasan pasar. Meskipun sebagian besar mahasiswa telah memiliki akses ke platform digital melalui akun media sosial pribadi, pemanfaatannya untuk kepentingan bisnis masih belum optimal. Hal ini terlihat dari kualitas materi promosi digital yang belum sesuai dengan standar pemasaran modern, seperti hasil foto produk yang kurang profesional serta deskripsi produk yang tidak cukup informatif atau menarik bagi calon pelanggan. Selain itu, keterbatasan pemahaman mengenai strategi branding digital yang efektif semakin menghambat upaya untuk menjangkau pasar yang lebih luas. (Alfian1, 2024) Di era digitalisasi ini, lulusan yang memiliki keterampilan pemasaran digital akan lebih siap bersaing dalam dunia kerja dan berkontribusi pada perkembangan industri perhotelan yang semakin mengandalkan teknologi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi peningkatan literasi digital pemasaran bagi mahasiswa perhotelan, serta merancang metode

pembelajaran yang lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan industri. Dengan adanya peningkatan literasi digital pemasaran, diharapkan mahasiswa dapat lebih kompeten dalam mengelola strategi pemasaran yang berbasis teknologi digital, sehingga mampu beradaptasi dengan perkembangan industri perhotelan modern.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Berikut penelitian terkait dengan judul analisis peningkatan kemampuan literasi digital pemasaran menggunakan metode experiential learning pada mahasiswa perhotelan. Penelitian pertama dilakukan oleh Abdul Syaban dengan judul penelitian analisis peningkatan literasi digital dan kewirausahaan pelaku UMKM Provinsi Sulawesi Tenggara Melalui Optimalisasi Platform UMKM.academi. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan meningkatkan literasi digital serta jiwa kewirausahaan pelaku UMKM di Provinsi Sulawesi Tenggara melalui optimalisasi platform UMKM.academy Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam mengelola usaha mereka. Selain itu, pelaku UMKM juga mengalami perkembangan signifikan dalam hal pola pikir kewirausahaan yang lebih proaktif dan inovatif. Kesimpulannya, optimalisasi platform UMKM.academy berkontribusi secara nyata terhadap pemberdayaan pelaku UMKM di Sulawesi Tenggara, menjadikannya solusi efektif untuk mengatasi tantangan literasi digital dan pengembangan kewirausahaan di era transformasi digital. Platform ini diharapkan dapat terus dikembangkan untuk mendukung keberlanjutan pemberdayaan UMKM di masa depan (Abdul Syaban, 2024).

Penelitian kedua dilakukan oleh Ananda Meylani Putri dengan judul penelitian pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank-bank digital dikalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan bank digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan mahasiswa dari beberapa universitas di Indonesia. Data dianalisis menggunakan analisis regresi untuk melihat pengaruh variabel literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik literasi keuangan maupun literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih bank digital, dengan literasi digital memiliki pengaruh yang lebih besar. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi lembaga keuangan dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk segmen mahasiswa.

Di era digital, individu yang memiliki keterampilan literasi digital dapat memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk mencari dan membagikan informasi. Mereka juga lebih mudah

dalam mengakses, mengelola, menganalisis, mengintegrasikan, serta menciptakan informasi yang dapat digunakan dalam diskusi sosial, dengan tetap memperhatikan aspek etika dan hukum dalam penggunaannya. Literasi digital menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat, karena tidak hanya mempermudah komunikasi sosial, tetapi juga memperkaya wawasan dari berbagai sumber, memungkinkan pemanfaatan informasi secara cepat, serta mendorong lahirnya inovasi baru (Yahya, 2019). Literasi digital merupakan keterampilan yang semakin relevan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, terutama selama masa pandemi Covid-19. Perubahan yang terjadi akibat pandemi memaksa masyarakat untuk beradaptasi dengan berbagai teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam dunia pendidikan, pekerjaan, maupun komunikasi sehari-hari. Dalam situasi ini, literasi digital menjadi kebutuhan mendesak yang memungkinkan individu untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi secara efektif di ruang digital. Selain sebagai kemampuan yang mendukung transformasi teknologi, literasi digital juga berperan sebagai jembatan dalam memperoleh informasi dari berbagai sumber tanpa keterbatasan jarak dan waktu. Dengan adanya literasi digital, masyarakat dapat tetap produktif, terhubung, dan mendapatkan informasi yang akurat meskipun berada di lokasi yang berbeda (Irhandayaningsih, 2020). Literasi digital merujuk pada keterampilan individu dalam mengakses, memahami, dan mengolah informasi yang tersedia dalam berbagai bentuk serta berasal dari berbagai sumber yang dapat dijangkau melalui perangkat teknologi, seperti komputer, ponsel, dan tablet. Kemampuan ini tidak hanya mencakup keterampilan dasar dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga melibatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait cara mencari, mengevaluasi, serta mengelola informasi secara efektif. Dengan literasi digital, seseorang dapat memilah sumber informasi yang kredibel, mengintegrasikan berbagai data yang diperoleh, serta memanfaatkannya untuk berbagai keperluan, baik dalam bidang akademik, profesional, maupun kehidupan sehari-hari. Selain itu, keterampilan ini juga mencakup pemahaman akan etika dalam berinteraksi di dunia digital, termasuk perlindungan data pribadi dan penggunaan informasi secara bertanggung jawab. Dengan demikian, literasi digital menjadi elemen penting dalam era teknologi saat ini, memungkinkan individu untuk beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan kemajuan digital secara optimal (Nasrullah et al., n.d.). Literasi digital mencakup tiga aspek utama yang menjadi dasar bagi individu dalam memanfaatkan teknologi secara efektif. Pertama, literasi digital melibatkan kemampuan dalam menggunakan perangkat teknologi, baik perangkat keras seperti komputer dan ponsel pintar maupun perangkat lunak seperti aplikasi dan platform digital, untuk mendukung berbagai aktivitas, mulai dari pekerjaan hingga pembelajaran. Kedua, keterampilan ini juga mencakup

kemampuan dalam memahami, menafsirkan, serta menganalisis konten digital dengan cermat, termasuk dalam menilai kredibilitas informasi yang ditemukan di dunia maya. Dengan semakin banyaknya informasi yang beredar, individu perlu memiliki kemampuan kritis untuk membedakan sumber yang valid dari yang tidak akurat atau menyesatkan. Ketiga, literasi digital mencakup kemampuan melakukan riset secara efektif dengan memanfaatkan alat digital yang tersedia, serta menggunakan teknologi untuk berkomunikasi secara efisien. Hal ini mencakup pemanfaatan berbagai platform komunikasi digital, seperti email, media sosial, atau forum diskusi, guna menyampaikan ide, bertukar informasi, serta berkolaborasi dalam berbagai bidang. Dengan menguasai ketiga aspek ini, seseorang dapat berpartisipasi secara aktif dan produktif dalam ekosistem digital yang semakin berkembang (Fitriani, Pakpahan, Junadi, & Widyastuti, 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi, konsep literasi digital terus mengalami perubahan yang dipengaruhi oleh dua aspek utama. Aspek pertama adalah literasi komputer, yang berkembang pesat pada era 1980-an sejalan dengan meningkatnya penggunaan mikrokomputer dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan ini mendorong masyarakat untuk mulai memahami cara kerja komputer dan menggunakannya dalam berbagai aktivitas. Aspek kedua adalah literasi informasi, yang mulai berkembang pada tahun 1990-an ketika kemajuan teknologi memungkinkan distribusi informasi menjadi lebih mudah dan cepat. Seiring dengan perkembangan tersebut, literasi digital kini terbagi ke dalam tiga tingkatan utama. Tingkatan pertama adalah kompetensi digital, yang mencakup keterampilan teknis, pemahaman konsep dasar, pendekatan yang tepat, serta perilaku yang sesuai dalam ekosistem digital. Tingkatan kedua adalah penggunaan digital, yang menekankan aspek profesionalisme, kedisiplinan, serta penerapan teknologi dalam berbagai bidang pekerjaan dan kehidupan. Sementara itu, tingkatan ketiga adalah transformasi digital, yang berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk mendorong inovasi, kreativitas, dan perubahan dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan memahami dan menguasai ketiga tingkatan ini, individu dapat lebih siap menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh dunia digital.

Dengan meningkatkan literasi digital yang baik, setiap anggota keluarga diharapkan mampu memanfaatkan teknologi secara bijak serta memilah informasi yang diterima dengan cermat. Salah satu tujuan utama dari literasi digital adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai penggunaan teknologi komunikasi secara tepat dan bertanggung jawab. Dalam hal ini, masyarakat perlu memiliki keterampilan dalam mengakses, menciptakan, mengelola, serta memverifikasi informasi agar tidak mudah terpengaruh oleh berita yang tidak valid. Selain itu, pemahaman mengenai dasar-dasar komputer, internet, keamanan siber,

perlindungan privasi, gaya hidup digital, dan aspek kewirausahaan juga menjadi bagian penting dalam membangun literasi digital yang komprehensif. Mengacu pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), masyarakat Indonesia diharapkan semakin sadar akan tanggung jawab dalam menggunakan media digital, khususnya media sosial. Sikap kehati-hatian dalam berinteraksi di dunia maya sangat diperlukan, mengingat penggunaan yang tidak bijak dapat menimbulkan berbagai risiko, termasuk penyebaran informasi yang keliru serta pelanggaran etika dan hukum (Deffita Indah Permata Sari, Harun Joko Prayitno, Laili Etika Rahmawati, & Yeni Prastiwi, 2022).

Pentingnya pemahaman dan pemanfaatan digital marketing semakin jelas terlihat seiring dengan meningkatnya ketergantungan terhadap teknologi di era digital saat ini. Berdasarkan data pretes yang melibatkan 20 pelaku UMKM, meskipun mayoritas atau sekitar 75% peserta memiliki pengetahuan dasar mengenai digital marketing, kenyataannya hanya 10% yang sudah memanfaatkan berbagai alat bantu digital marketing secara efektif. Bahkan, hanya 15% dari mereka yang memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran. Situasi ini menunjukkan adanya hambatan signifikan dalam memanfaatkan potensi pemasaran secara maksimal, yang seharusnya dapat diperluas dengan menggunakan konsep digital marketing seperti konten produk, e-katalog, media sosial, dan kompilasi tautan untuk memperkenalkan produk lebih luas (Anantanyu, Permatasari, Winarno, Suwanto, & Wibowo, 2022).

Salah satu model pembelajaran yang dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa secara aktif adalah model pembelajaran yang berfokus pada mahasiswa sebagai pusat pembelajaran, atau dikenal dengan pendekatan *student-centered*. Model ini menekankan pada pengembangan kemampuan penalaran mahasiswa dan memberikan mereka pengalaman langsung melalui pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Konsep ini, menggunakan pengalaman sebagai inti dari proses pembelajaran yang mencakup empat tahap, yaitu merasakan, merefleksikan, memikirkan, dan melakukan. Pembelajaran berbasis pengalaman ini memiliki peran penting dalam membantu mahasiswa untuk tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga melalui pengalaman langsung yang membentuk fondasi pemahaman mereka. Dalam praktiknya, metode ini terdiri dari empat tahapan pembelajaran yang melibatkan siswa secara aktif. Tahap pertama adalah *concrete experience*, di mana mahasiswa terlibat sepenuhnya dalam pengalaman baru yang memberikan mereka kesempatan untuk merasakannya. Tahap kedua adalah *reflection observation*, mahasiswa mengamati dan merefleksikan apa yang telah mereka alami. Selanjutnya, tahap ketiga adalah *abstract conceptualization*, mahasiswa menganalisis pengalaman mereka dan menghubungkannya dengan teori yang ada. Tahap terakhir adalah *active experimentation*, di mana mahasiswa

menggunakan pemahaman teori untuk bereksperimen dan melakukan tindakan berdasarkan hasil refleksi mereka. Dengan demikian, pendekatan *experiential learning* ini sangat efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan pemahaman mahasiswa secara mendalam (Dhana, 2024).

Implementasi *Experiential Learning* dalam literasi digital pemasaran di sektor perhotelan dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan yang memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh pemahaman dan keterampilan yang lebih mendalam. Salah satu metode yang digunakan adalah studi kasus, di mana mahasiswa menganalisis strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh hotel-hotel terkemuka, memberikan mereka wawasan tentang praktik terbaik di industri tersebut. Selain itu, simulasi digital juga menjadi metode yang efektif, di mana mahasiswa dapat menggunakan perangkat lunak pemasaran digital untuk merancang dan menjalankan kampanye pemasaran, memberikan mereka pengalaman langsung dalam pengelolaan pemasaran berbasis teknologi. Metode lainnya adalah proyek berbasis industri, yang memungkinkan mahasiswa bekerja sama dengan perusahaan perhotelan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang konkret dan relevan dengan kebutuhan industri. Magang atau praktik kerja juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terjun langsung ke dalam dunia kerja dan memperoleh pengalaman nyata dalam bidang pemasaran digital di industri perhotelan. Dengan mengintegrasikan berbagai metode tersebut dalam proses pembelajaran, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan literasi digital pemasaran yang tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga praktis, yang akan mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan di industri perhotelan yang terus berkembang. (Suleman, 2024)

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Objek penelitian yang diangkat dalam judul "Analisis Tingkat Kemampuan Literasi Digital Pemasaran (Digital Marketing) dengan metode *Experiential Learning* pada mahasiswa perhotelan " adalah mahasiswa di perhotelan politeknik harapan bersama. Dengan fokus utama pada tingkat kemampuan literasi digital pemasaran (*Digital Marketing*). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi digital, serta kemampuan mereka dalam mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi digital yang relevan untuk menunjang mata kuliah management pemasaran. Dengan kata lain, penelitian ini akan mengkaji sejauh mana mahasiswa dapat beradaptasi dan memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk pemasaran dengan menggunakan metode *Experiential Learning*.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan terdiri dari dua kategori utama, yaitu data kuantitatif dan data deskriptif. Data kuantitatif merujuk pada data berbentuk angka yang diperoleh melalui berbagai metode pengukuran atau survei yang bertujuan untuk menilai tingkat literasi digital marketing pada mahasiswa perhotelan. Data ini dikumpulkan melalui kuesioner atau tes yang dirancang untuk mengukur berbagai aspek literasi digital, seperti kemampuan staf dalam mengoperasikan perangkat teknologi, tingkat kemahiran dalam mengakses serta menafsirkan informasi digital, kemampuan dalam mengevaluasi kredibilitas informasi yang ditemukan di dunia digital, serta keterampilan dalam memanfaatkan teknologi guna mendukung tugas-tugas operasional mereka di lingkungan kerja. Sementara itu, data deskriptif merupakan data yang berfungsi untuk memberikan gambaran lebih rinci mengenai pemahaman mahasiswa yang berkaitan dengan literasi digital marketing pada matakuliah manajemen pemasaran. Data ini mencakup informasi demografis dan profesional, seperti usia, pengalaman organisasi yang mereka miliki, tingkat pendidikan yang telah ditempuh, serta seberapa sering mereka menggunakan teknologi dalam aktivitas pekerjaan sehari-hari. Dengan adanya kombinasi kedua jenis data ini, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai tingkat literasi digital pemasaran mahasiswa perhotelan serta faktor-faktor yang memengaruhi kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi secara efektif.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data. Data primer diperoleh secara langsung dari mahasiswa perhotelan melalui survei, kuesioner, atau wawancara. Mahasiswa perhotelan berperan sebagai responden utama yang memberikan informasi mengenai tingkat literasi digital mereka. Data Sekunder mencakup data tambahan yang mendukung analisis, seperti laporan program studi, rekam jejak pelatihan internal terkait teknologi digital, literatur mengenai literasi digital di mata kuliah manajemen pemasaran, serta referensi dari penelitian sebelumnya yang relevan. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup 40 mahasiswa perhotelan, dengan sampel sebanyak 24 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara daring menggunakan google form. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang dirancang untuk mengukur tingkat literasi digital, dengan pernyataan yang didasarkan pada delapan komponen literasi digital. Kuesioner ini menggunakan skala likert dengan rentang nilai 1–5, 5=sangat setuju, 4=setuju, 3= ragu-ragu, 2=tidak setuju, dan 1= sangat tidak setuju.

Penelitian ini menerapkan teknik analisis statistik deskriptif dengan dukungan Microsoft Excel. Perhitungan persentase dilakukan menggunakan rumus tertentu, dan setelah diperoleh nilai persentasenya, data diklasifikasikan sesuai dengan interval persentase yang telah

ditetapkan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung persentase dalam penelitian ini:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{total skor}}{\text{skor max}} \times 100 \%$$

Apabila nilai persentase telah diperoleh kemudian dikategorikan menurut interval dengan menyesuaikan persentasenya. Berikut ini interval persentase yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 1.** Interval Presentase

Kategori	Interval Presentase
Sangat Baik	84%-100%
Baik	68%-83%
Cukup Baik	51%-67%
Kurang Baik	37%-51%
Sangat Kurang	<36%

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rata-rata persentase hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa perhotelan memiliki tingkat literasi digital yang sangat baik, dengan nilai sebesar 84,87%. Pada masing-masing komponen, diperoleh hasil sebagai berikut: Keterampilan Fungsional mencapai 88,07% (kategori sangat baik), Kreativitas sebesar 80,38% (kategori baik), Kolaborasi mencapai 85,15% (kategori sangat baik), Kolaborasi memperoleh 90,38% (kategori sangat baik), Selektif dalam Menerima Informasi sebesar 78,46% (kategori baik), Berfikir kritis mencapai 78,84% (kategori baik), Pemahaman Budaya dan Sosial memperoleh 90,00% (kategori sangat baik), serta Kerahasiaan Digital mencatat nilai 92,31% (kategori sangat baik).

Analisis data dari kuesioner yang diberikan kepada responden disajikan dalam bentuk tabel. Kuesioner ini dirancang untuk menilai tingkat kemampuan, pemahaman, dan keterampilan responden dalam berbagai aspek operasional perhotelan. Aspek yang diukur mencakup keterampilan fungsional, kreativitas, kolaborasi, komunikasi, pemikiran kritis, ketepatan dalam menyaring informasi, pemahaman budaya dan sosial, serta menjaga kerahasiaan digital.

Tabel berikut menyajikan hasil lengkap dari kuesioner, menampilkan distribusi persentase untuk setiap komponen beserta kategorinya. Tabel ini berfungsi sebagai dasar dalam pembahasan dan analisis mendalam terhadap hasil penelitian.

**Tabel 2.** Hasil kuesioner lengkap

No	Komponen	Pernyataan Kuesioner	Presentase	Kategori
----	----------	----------------------	------------	----------

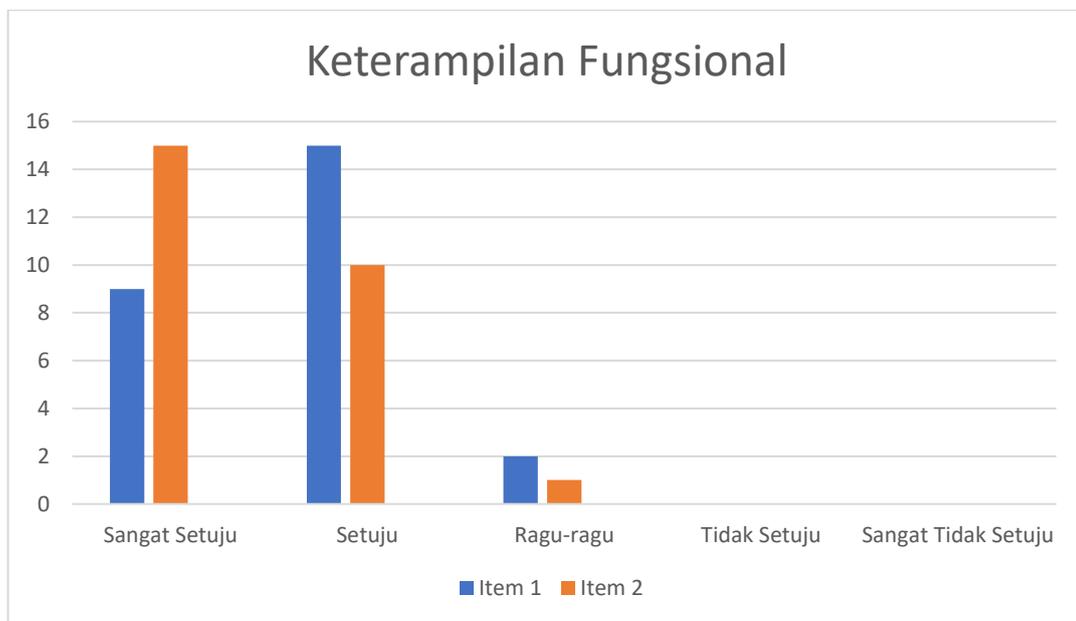
**ANALISIS TINGKAT KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL PEMASARAN (DIGITAL MARKETING)  
MENGUNAKAN METODE EXPERIENTIAL LEARNING PADA MAHASISWA PERHOTELAN  
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

1	Keterampilan Fungsional	Saya mampu menggunakan komputer atau laptop untuk menyelesaikan tugas pekerjaan di hotel.	85.38%	Sangat Baik
		Saya dapat mengoperasikan smartphone untuk mendukung tugas-tugas operasional hotel, seperti komunikasi atau pencarian informasi.	90.77%	Sangat Baik
2	Kreativitas	Saya mampu membuat konten digital yang menarik untuk mendukung promosi hotel.	81.54%	Baik
		Saya sering menggunakan aplikasi digital untuk membuat materi promosi, seperti brosur atau iklan online.	79.23%	Baik
3	Kolaborasi	Saya sering bekerja sama dengan rekan kerja menggunakan alat kolaborasi digital, seperti Google Drive atau aplikasi manajemen tugas.	81.54%	Baik
		Saya merasa nyaman bekerja dalam tim menggunakan platform digital.	90.77%	Sangat Baik
4	Komunikasi	Saya dapat menyampaikan informasi kepada tamu atau rekan kerja dengan jelas melalui email atau aplikasi pesan singkat.	96.15%	Sangat Baik
		Saya memahami etika komunikasi saat menggunakan media digital, baik untuk keperluan internal maupun eksternal.	84.62%	Sangat Baik
5	Selektif dalam Menerima Informasi	Saya dapat mencari informasi yang relevan dan akurat untuk keperluan pekerjaan di hotel.	79.23%	Baik
		Saya mampu memilih sumber informasi yang valid dan terpercaya untuk menunjang pengambilan keputusan.	77.69%	Baik
6	Berpikir Kritis	Saya selalu mengevaluasi keakuratan informasi yang saya temukan sebelum menggunakannya dalam pekerjaan.	78.46%	Baik
		Saya dapat membedakan antara fakta dan opini dalam informasi yang saya terima.	79.23%	Baik
7	Pemahaman Budaya dan Sosial	Saya memahami pentingnya menghormati budaya dan nilai sosial saat berinteraksi dengan tamu melalui media digital.	90.00%	Sangat Baik
8	Kerahasiaan Digital	Saya menjaga keamanan privasi data tamu dan informasi hotel saat menggunakan perangkat digital.	92.31%	Sangat Baik
		<b>Rata-rata</b>	<b>84,78%</b>	<b>Sangat Baik</b>

Hasil evaluasi terhadap berbagai komponen literasi digital yang mendukung mata kuliah manajemen perhotelan di program studi perhotelan. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah

dianalisis, keterampilan digital mencakup aspek keterampilan fungsional, kreativitas, kolaborasi, komunikasi, kemampuan berpikir kritis, selektivitas dalam menerima informasi, pemahaman budaya dan sosial, serta kerahasiaan digital.

Setiap komponen dinilai melalui pernyataan kuesioner yang mengukur tingkat pemahaman responden terhadap literasi digital. Presentase yang diperoleh dari setiap pernyataan menunjukkan tingkat kemampuan responden.

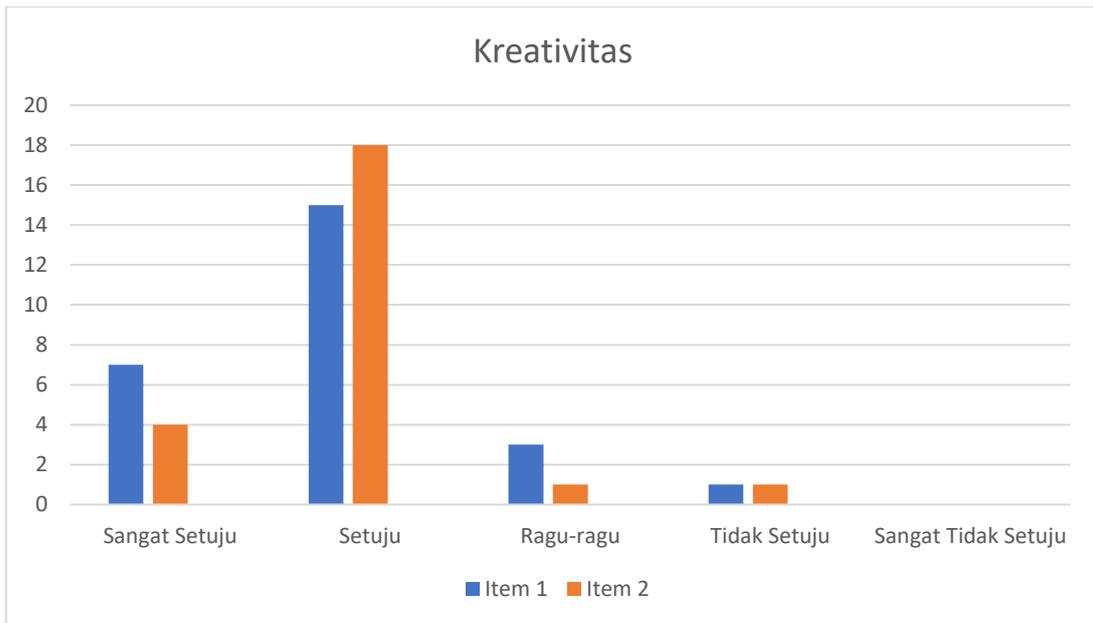


**Gambar 1.** Grafik Keterampilan Fungsional

Diagram di atas menggambarkan tingkat keterampilan fungsional berdasarkan dua indikator, yaitu kemampuan menggunakan komputer atau laptop serta kemampuan mengoperasikan *smartphone*.

Pada indikator kemampuan menggunakan komputer atau laptop, responden memperoleh persentase 85,38%, yang masuk dalam kategori Sangat Baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki keterampilan yang memadai dalam menggunakan perangkat tersebut untuk menyelesaikan tugas-tugas mata kuliah manajemen pemasaran.

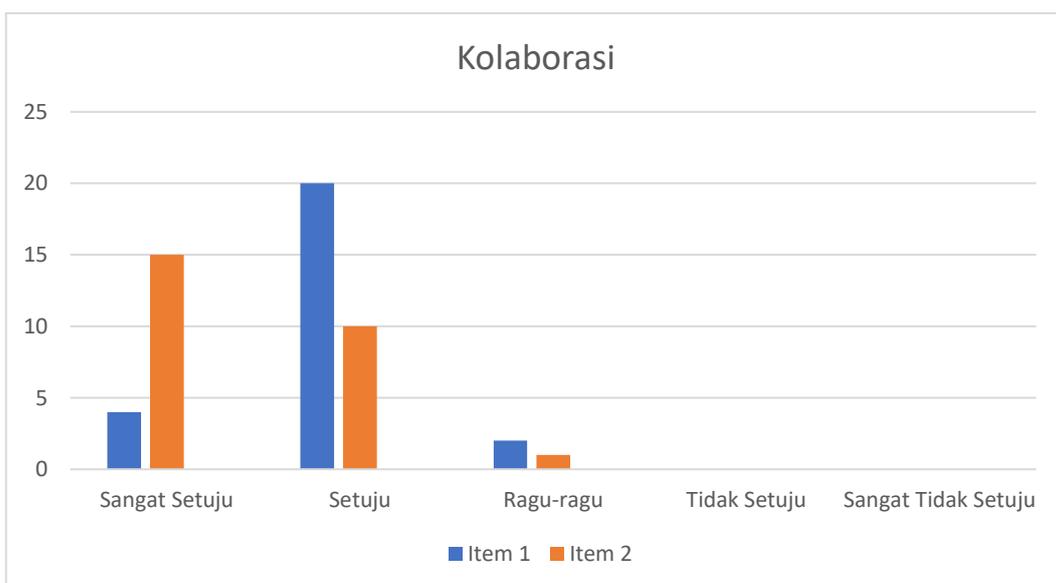
Sementara itu, pada indikator kemampuan mengoperasikan *smartphone*, persentase yang dicapai adalah 90,77%, juga dalam kategori Sangat Baik. Persentase yang lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan komputer atau laptop ini mengindikasikan bahwa *smartphone* lebih sering dimanfaatkan dalam operasional hotel, terutama untuk komunikasi dan pencarian informasi.



**Gambar 2.** Grafik Kreativitas

Diagram di atas menampilkan dua aspek utama dalam kreativitas promosi digital. Kemampuan membuat konten digital mencapai persentase 81,54%, yang masuk dalam kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki keterampilan yang cukup kuat dalam menghasilkan konten digital menarik untuk mendukung materi literasi digital pemasaran pada mata kuliah manajemen pemasaran.

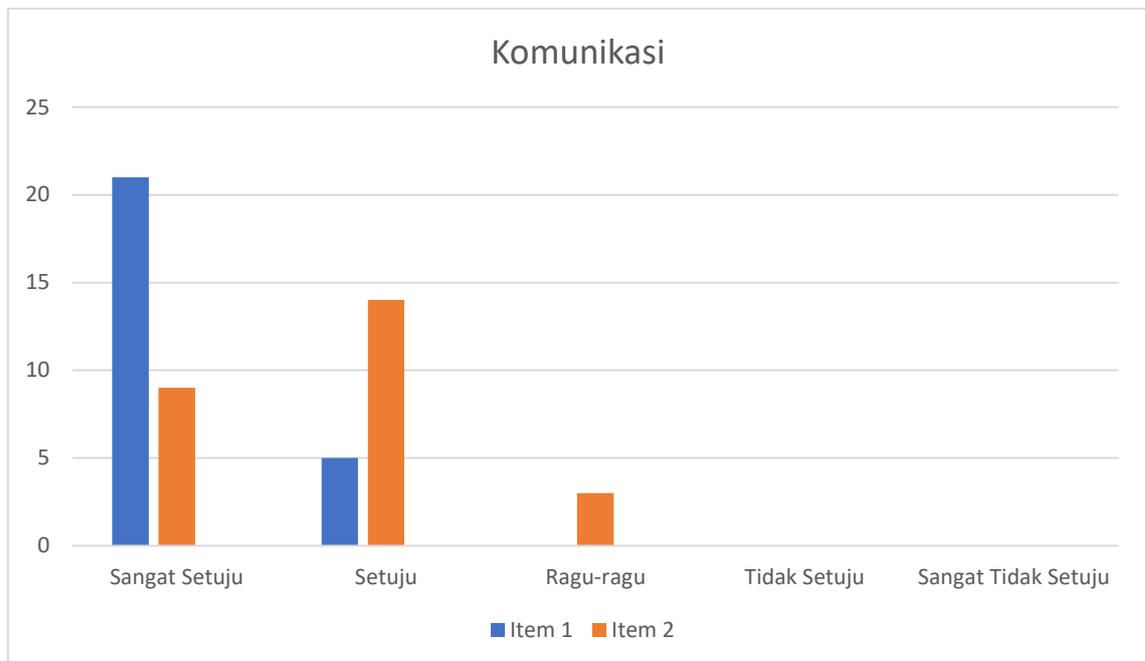
Sementara itu, kemampuan menggunakan aplikasi digital memperoleh persentase 79,23%, juga dalam kategori Baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden sering memanfaatkan berbagai aplikasi untuk membuat materi promosi, seperti brosur dan iklan online untuk memenuhi tugas mata kuliah manajemen perhotelan.



**Gambar 3.** Grafik Kolaborasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari survei, kolaborasi digital melalui penggunaan alat seperti Google Drive atau aplikasi manajemen tugas menunjukkan hasil yang cukup memuaskan dengan tingkat keberhasilan sebesar 81.54%. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden merasakan bahwa alat-alat kolaborasi tersebut memfasilitasi dengan baik. Google Drive, sebagai salah satu alat yang sering digunakan, memungkinkan berbagi dokumen dan akses yang mudah, sehingga mempermudah koordinasi antar mahasiswa meskipun secara umum masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam hal efisiensi.

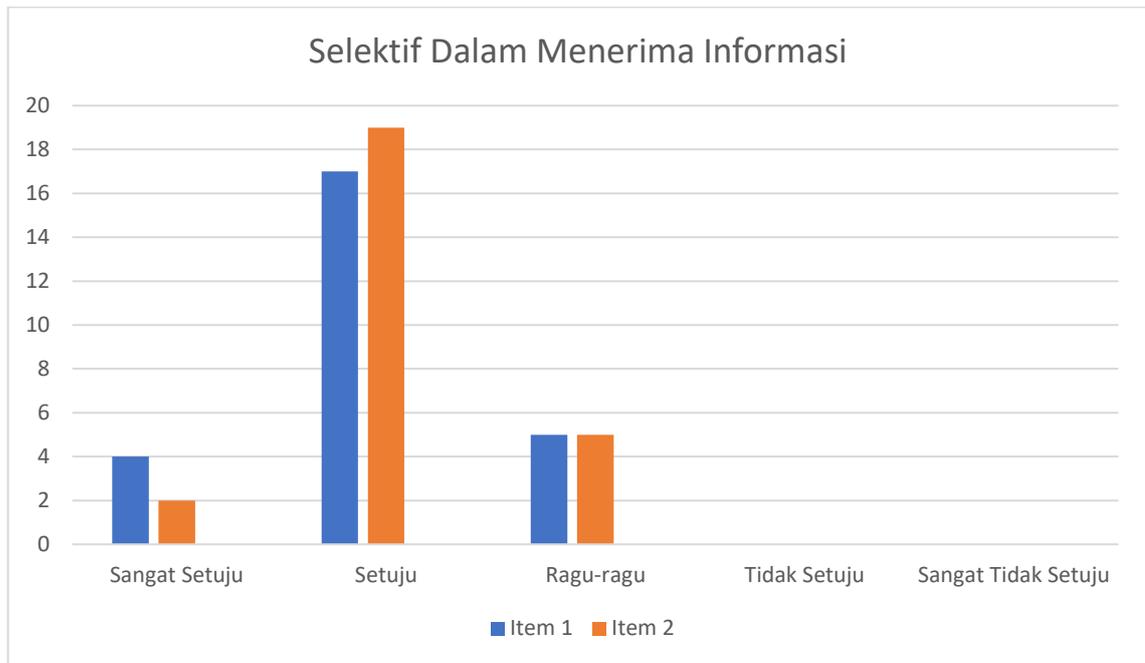
Selain itu, tingkat kenyamanan dalam berkuliah menggunakan platform digital mencapai angka yang sangat tinggi yaitu 90.77%. Ini menunjukkan bahwa hampir semua responden merasa nyaman dan percaya diri untuk berkolaborasi dalam tim secara digital. Kemudahan komunikasi, fleksibilitas dalam mengatur tugas, dan keterlibatan yang tinggi dalam proyek-proyek kelompok menjadi faktor utama yang mendukung hasil ini.



**Gambar 4.** Grafik Komunikasi

Diagram di atas menunjukkan bahwa kemampuan dalam menyampaikan informasi kepada tamu atau rekan kerja melalui email atau aplikasi pesan singkat mencapai 96,15%, yang merupakan angka sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden dapat berkomunikasi dengan jelas dan efektif menggunakan media digital. Keunggulan dalam komunikasi digital ini didorong oleh kemudahan akses, efisiensi waktu, serta kemampuan untuk menyampaikan informasi dalam format yang terstruktur. Penggunaan email atau pesan singkat juga memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk tetap terhubung meskipun berada di lokasi yang berbeda.

Selain itu, pemahaman mengenai etika komunikasi dalam penggunaan media digital juga tergolong sangat baik, dengan persentase 84,62%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memahami cara berkomunikasi dengan sopan dan profesional, baik dalam lingkungan internal tim maupun dengan pihak eksternal. Kesadaran terhadap etika komunikasi digital ini berperan penting dalam menjaga kredibilitas serta membangun hubungan yang positif dengan berbagai pihak.

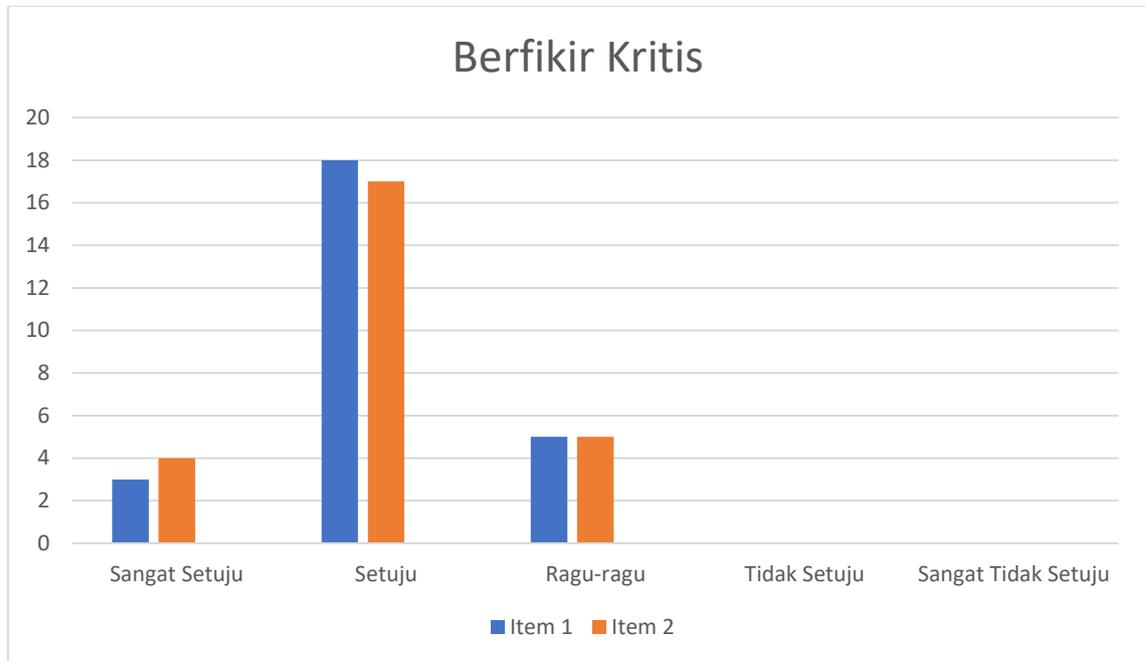


**Gambar 5.** Grafik Slektif Dalam Menerima Informasi

Berdasarkan data yang diperoleh, kemampuan dalam mencari informasi yang relevan dan akurat untuk keperluan tugas literasi dgital pemasaran pada mata kuliah menegemen pemasaran menunjukkan hasil yang cukup baik, dengan tingkat keberhasilan 79,23%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mampu mengakses informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam materi pemasaran, keputusan sering kali bergantung pada data yang terkini dan akurat, keterampilan ini menjadi krusial untuk memastikan kualitas layanan yang optimal.

Selain itu, kemampuan dalam memilih sumber informasi yang valid dan terpercaya juga tergolong baik, dengan persentase 77,69%. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki kesadaran yang cukup tinggi dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan sumber informasi yang dapat diandalkan guna mendukung pengambilan keputusan. Menggunakan sumber yang kredibel dapat membantu meminimalkan risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan, yang sangat penting dalam dunia perhotelan yang dinamis dan kompleks.

Meskipun tingkat selektivitas informasi sudah cukup baik, masih terdapat ruang untuk peningkatan, terutama dalam memperluas wawasan terhadap sumber informasi yang lebih beragam dan terkini. Pengembangan keterampilan ini secara berkelanjutan akan berkontribusi pada pengambilan keputusan yang lebih baik serta meningkatkan efisiensi tugas literasi pemasaran di prodi perhotelan.



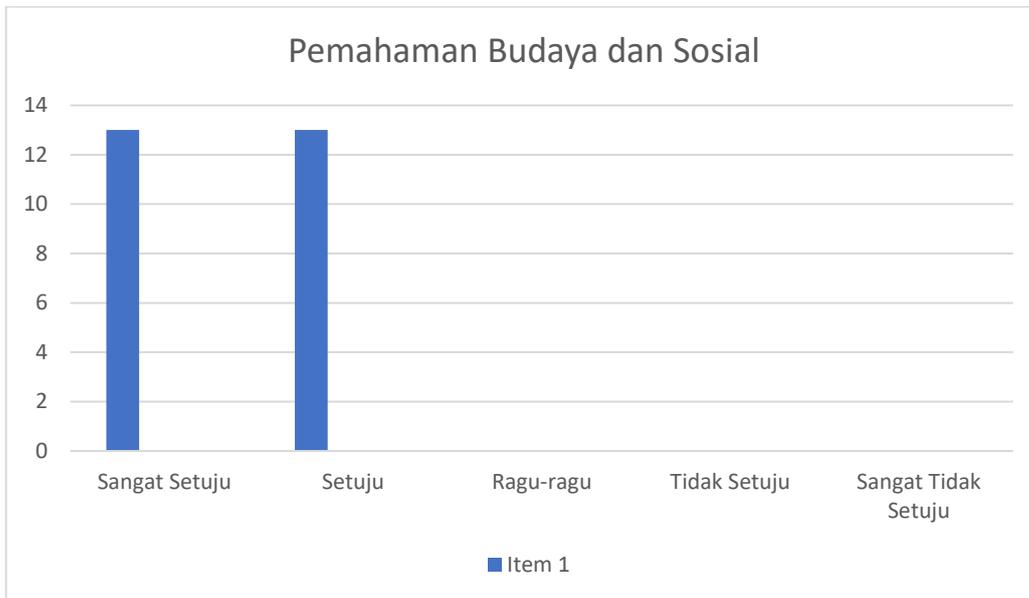
**Gambar 6.** Grafik Berfikir Kritis

Berdasarkan hasil survei, kemampuan dalam mengevaluasi keakuratan informasi yang diperoleh mencapai 78,46%, menunjukkan bahwa sebagian besar responden mampu menilai informasi sebelum menggunakannya dalam pekerjaan. Dalam lingkungan profesional, terutama di industri perhotelan, keakuratan informasi menjadi faktor krusial dalam menjaga kualitas layanan dan mendukung pengambilan keputusan yang tepat.

Selain itu, kemampuan untuk membedakan antara fakta dan opini dalam informasi yang diterima menunjukkan hasil yang cukup baik, dengan tingkat keberhasilan 79,23%. Kemampuan ini memungkinkan responden untuk menyaring informasi dengan lebih cermat, memastikan bahwa hanya data yang kredibel dan terverifikasi yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks yang lebih luas, pemahaman yang jelas mengenai perbedaan antara fakta dan opini sangat penting untuk menghindari bias serta kesimpulan yang kurang akurat.

Meskipun hasilnya sudah cukup baik, masih terdapat peluang untuk meningkatkan keterampilan berpikir kritis. Pengembangan lebih lanjut dalam mengevaluasi informasi dan membedakan sumber yang valid akan membantu responden menjadi lebih efektif dalam

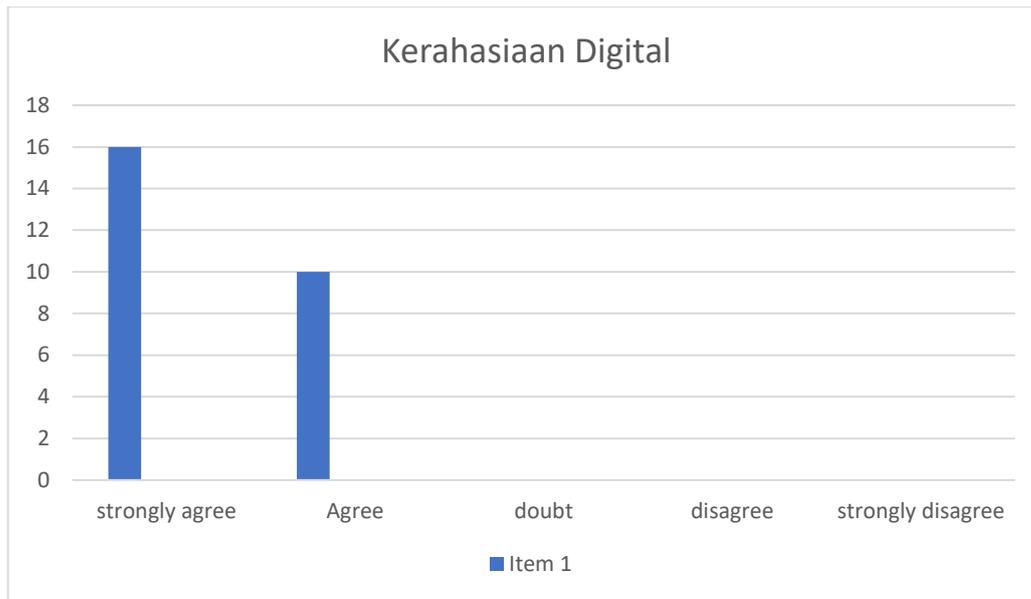
menganalisis data serta membuat keputusan yang didasarkan pada pemahaman yang lebih mendalam.



**Gambar 7.** Garfik Pemahaman Budaya dan Sosial

Hasil survei menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mengenai pentingnya menghormati budaya dan nilai sosial saat berinteraksi dengan tamu melalui media digital mencapai 90,00%, yang merupakan angka sangat tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden memiliki kesadaran yang baik terhadap keragaman budaya serta pentingnya beradaptasi dengan nilai-nilai sosial dalam komunikasi digital, terutama dalam situasi yang melibatkan interaksi lintas budaya.

Dalam literasi digital pemasaran, pemahaman ini sangat penting karena interaksi dengan tamu sering kali melibatkan berbagai latar belakang budaya. Responden yang menyadari pentingnya menghormati budaya dan nilai sosial dapat menciptakan pengalaman yang lebih inklusif, nyaman, serta mampu menyesuaikan komunikasi dengan kebutuhan dan kepercayaan tamu.



**Gambar 8.** Grafik kerahasiaan Digital

Hasil survei menunjukkan bahwa tingkat kesadaran akan kerahasiaan digital, terutama dalam menjaga privasi penjualan, mencapai 92,31%, yang tergolong sangat baik. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden memiliki komitmen tinggi terhadap keamanan digital, yang merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan tamu serta mencegah pelanggaran privasi.

Dalam pemasaran, perlindungan data merupakan aspek yang sangat sensitif dan memiliki peran krusial. Responden yang secara efektif menjaga privasi serta keamanan data berkontribusi dalam melindungi informasi pribadi pelanggan dari berbagai ancaman digital, seperti peretasan atau kebocoran data.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dipaparkan, keterampilan digital serta keterlibatan responden dalam berbagai aspek teknologi di lingkungan kerja secara keseluruhan menunjukkan hasil yang sangat baik. Berbagai komponen, seperti keterampilan fungsional, kreativitas, kolaborasi, komunikasi, selektivitas dalam menerima informasi, berpikir kritis, pemahaman budaya dan sosial, serta keamanan digital, telah mencapai atau melampaui kategori baik. Setiap aspek ini mencerminkan kemampuan yang kuat dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung operasional, meningkatkan komunikasi, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif.

Hasil ini menegaskan kesiapan responden dalam menghadapi tantangan digitalisasi yang semakin berkembang. Namun, masih terdapat peluang untuk terus meningkatkan kompetensi

di beberapa area guna memastikan kemampuan mereka tetap selaras dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Jurnal berjudul Analisis Tingkat Kemampuan Literasi Digital Pemasaran (Digital Marketing) Menggunakan Metode Experiential Learning pada Mahasiswa Perhotelan Politeknik Harapan Bersama ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak. Kami mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Harapan Bersama, khususnya Program Studi D3 Perhotelan, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan, serta kepada rekan-rekan dosen dan staf akademik yang telah memberikan masukan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada mahasiswa Perhotelan yang berpartisipasi sebagai responden, rekan peneliti dan tim akademik yang memberikan wawasan berharga, serta keluarga dan sahabat yang selalu memberikan dukungan. Kami menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga terbuka terhadap kritik dan saran untuk pengembangan lebih lanjut. Semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi dunia akademik dan industri perhotelan dalam meningkatkan literasi digital pemasaran di era digital.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Abdul Syaban. (2024). *ANALISIS PENINGKATAN LITERASI DIGITAL DAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PELAKU UMKM PROVINSI SULAWESI TENGGARA MELALUI OPTIMALISASI PLATFORM*. (6), 12366–12375.
- Ahmad Suryana. (2017). *Metode Penelitian Metode Penelitian*. In *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung. Retrieved from [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Alfian1, A. C. (2024). *PENYULUHAN LITERASI DIGITAL BAGI UMKM LOKAL BERBASIS MEDIA SOSIAL DI VILLA GADING HARAPAN RW 021, KELURAHAN KEBALEN*. *Society*, 2(1), 4–6.
- Anantanyu, S., Permatasari, P., Winarno, J., Suwanto, S., & Wibowo, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Digital Marketing Minyak Kayu Putih pada Kelompok Tani Hutan (KTH) Wonolestari, Desa Wonoharjo Boyolali. *Jurnal Surya Masyarakat*, 5(1), 60. <https://doi.org/10.26714/jsm.5.1.2022.60-67>
- Daud, S., Saputri, A. N., & Sari, D. P. (2025). *YUME : Journal of Management Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM ( Studi Kasus pada Usaha Sewa Papan Bunga “ Kombet Florist ” di Bandar Lampung )*. 8(1), 104–114.

- Deffita Indah Permata Sari, Harun Joko Prayitno, Laili Etika Rahmawati, & Yeni Prastiwi. (2022). Culture of Digital Literacy in Thematic Learning at the Basic Education Level. *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 6(3), 467–475. <https://doi.org/10.23887/jisd.v6i3.46334>
- Dhana, P. W. (2024). Metode Experiential Learning dalam Meningkatkan Keaktifan Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Menengah (Dikdasmen)*, 4(1), 67–71. <https://doi.org/10.31960/dikdasmen-v4i1-2388>
- Fitriani, Y., Pakpahan, R., Junadi, B., & Widyastuti, H. (2022). Analisis Penerapan Literasi Digital Dalam Aktivitas Pembelajaran Daring Mahasiswa. *JILSAMAR: Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 6(2), 439–448. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i2.784>
- Irhandayaningsih, A. (2020). Pengukuran Literasi Digital Pada Peserta Pembelajaran Daring di Masa Pandemi COVID-19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.231-240>
- Nasrullah, R., Aditya, W., P, T. A. S., Nento, M. N., Hanifah, N., & Qori Syahriana Akbari, M. (n.d.). Materi Pendukung Literasi Digital”. *Gerakan Literasi Nasional. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan*. Retrieved from <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-digital/>
- Suharto, B., Medina, F. D., & Ardianto, K. D. (2024). Implementasi Sistem Digital di Departemen F&B: Meningkatkan Kepuasan Tamu dan Efisiensi Layanan. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 14(2), 259–272. <https://doi.org/10.22334/jihm.v14i2.279>
- Suleman, M. A. (2024). Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Siswa melalui Penerapan Experiential Learning. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 9(3), 1530–1538. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v9i3.1101>
- Yahya, I. M. (2019). Skripsi:“Literasi Media Digital Sebagai Strategi Peningkatan Kompetensi Digital Pada Siswa SMA Negeri 1 Mayong.” *Semarang: UNNES*. Retrieved from [https://scholar.google.com/scholar?q=Yahya%2C+Irsyad+Maulana.%282019%29.+Literasi+Digital+sebagai+Strategi+Peningkatan+Kompetensi+Digital+pada+Siswa+SMA+Negeri+1+Mayong&hl=id&as\\_sdt=0%2C5&as\\_ylo=2019&as\\_yhi=2024](https://scholar.google.com/scholar?q=Yahya%2C+Irsyad+Maulana.%282019%29.+Literasi+Digital+sebagai+Strategi+Peningkatan+Kompetensi+Digital+pada+Siswa+SMA+Negeri+1+Mayong&hl=id&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2019&as_yhi=2024)