

## **PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA KEMANDIRIAN EKONOMI SISWA SMK MUHAMMADIYAH 06 JAKARTA**

**Ratih Ayu Sekarini<sup>1</sup>, Nino Agung Perdana<sup>2</sup>, Intan Puspita Rini<sup>3</sup>, Ahmad Munawir Siregar<sup>4</sup>**

**Muhammad Arya Dirgantara<sup>5</sup>, Hilma Farhani<sup>6</sup>, Muhammad Faisal Yunas<sup>7</sup>**

<sup>1,3,5,6,7)</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Islam Jakarta

<sup>2,4)</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Islam Jakarta

e-mail: sister.ratih13@gmail.com

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan mengenalkan digital marketing kepada siswa dan siswi guna meningkatkan kompetensi mereka di bidang berwirausaha. Kegiatan ini menghasilkan empat kompetensi yaitu keterampilan berpikir kritis, berkolaborasi. Kegiatan ini dilaksanakan di SMK Muhammadiyah 6 Jakarta dengan sasaran 68 siswa dan siswi kelas XI berjalan dengan lancar, bahkan siswa dan siswi sangat antusias mengikutinya dalam sesi tanya jawab dan membuat mendesain promosi produk melalui platform canva. Metode pelaksanaan kegiatan ini dengan metode ceramah yang memberikan penjelasan mengenai teori dan pengalaman di bidang digital marketing, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan langsung membuat bentuk promosi, harga dan tampilan produk. Pada sesi terakhir siswa diharuskan menjelaskan hasil dari tampilan digital marketing mereka secara berkelompok. Kegiatan yang menghabiskan waktu kurang lebih 3 jam ini menghasilkan pemahaman kepada siswa dibidang digital marketing dengan harapan kelak akan menjadi ilmu mereka jika ingin berwirausaha nantinya

**Kata Kunci:** Pelatihan, Digital Marketing, Kompetensi, Entrepreneurship.

### **Abstract**

This community service activity aims to introduce digital marketing to students to improve their competence in entrepreneurship. This activity produces four competencies, namely critical thinking skills, collaboration. This activity was carried out at SMK Muhammadiyah 6 Jakarta with the target of 68 students and students of class XI running smoothly, even students and students were very enthusiastic about following it in the question and answer session and designing product promotions through the Canva platform. The method of implementing this activity is with a lecture method that provides an explanation of the theory and experience in the field of digital marketing, then continued with direct training in making promotional forms, prices and product displays. In the last session, students were required to explain the results of their digital marketing display in groups. This activity, which took approximately 3 hours, resulted in an understanding of students in the field of digital marketing with the hope that later they will become their knowledge if they want to be entrepreneurs later.

**Keywords:** Training, Digital Marketing, Competence, Entrepreneurship.

### **PENDAHULUAN**

Semakin berkembangnya teknologi saat ini memaksa setiap orang untuk mampu dengan cepat beradaptasi pada Internet. Penggunaan Internet hampir menyeluruh di segala bidang, mulai dari dunia permainan anak, Pendidikan, hiburan hingga yang paling menonjol adalah dalam dunia bisnis. Dampak yang ditimbulkan internet bagi anak dan remaja meliputi dampak positif dan negatif. Dampak positif adalah memudahkan dalam mendapatkan Informasi yang bermanfaat bagi siswa dan siswi, mendapatkan sarana hiburan, memudahkan dalam berbisnis, mempermudah komunikasi, Mempermudah sarana kreatif dan menggunakan internet untuk lebih produktif (Wulandari, 2022). Dampak negatif adalah kemunduran disposisi sosial remaja. Hal ini dikarenakan remaja cenderung menjalin komunikasi melalui jejaring sosial daripada tatap muka. Perubahan watak sosial dapat menyebabkan perubahan pola interaksi masyarakat.

Internet memiliki dampak positif yang signifikan, seperti memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi, mendukung aktivitas bisnis, dan meningkatkan produktivitas. Hal ini menjadi bagian penting dari pengembangan jiwa kewirausahaan. Pemerintah mulai mengubah pola pikir generasi muda dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja melalui penguatan semangat entrepreneurship. Anak muda, dengan kreativitas tinggi yang dimiliki, sangat potensial untuk

berinovasi dalam dunia wirausaha. Saat ini, dunia membutuhkan wirausahawan muda yang cerdas dan berbakat. Generasi pelajar SMA diharapkan dapat menjadi entrepreneur masa depan yang memanfaatkan teknologi sebagai alat pendukung. Pemerintah juga mendukung perkembangan e-commerce secara berkelanjutan di Indonesia dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019, yang mengatur sistem pengiriman, pembayaran, iklan elektronik, kontrak elektronik, perdagangan berbasis elektronik, perlindungan data pribadi, penyelesaian sengketa, serta pembinaan dan pengawasan (Rohmat, 2022). Para siswa SMK Muhammadiyah 6 Jakarta yang kreatif dan cerdas dapat memanfaatkan fasilitas seperti laboratorium komputer untuk mengembangkan minat berwirausaha. Minat ini mencerminkan kecenderungan seseorang untuk mendirikan usaha, mengelola sumber daya yang ada, mengembangkan bisnisnya, dan berani mengambil risiko dalam pengambilan keputusan (Yanny, 2023). Kompetensi sumber daya manusia sendiri mencakup pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan karakteristik pribadi yang memengaruhi kinerja secara langsung (Fakhri & Rahman, 2023). Kompetensi dapat diartikan sebagai kemampuan atau kecakapan yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan (Ridwan, 2022). Permasalahan yang dihadapi oleh siswa pemasaran adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam mengembangkan strategi membangun kemitraan bisnis lokal melalui digital marketing (Suranto & Dkk, 2022). Meskipun mereka mungkin memiliki pengetahuan teoritis tentang konsep-konsep dasar pemasaran, namun terdapat kesenjangan dalam penerapan strategi ini dalam konteks digital. Dalam era di mana komunikasi dan interaksi bisnis semakin beralih ke platform digital, siswa sering kali kurang memahami bagaimana memanfaatkan media sosial, situs web, dan alat digital lainnya untuk memperkuat hubungan dengan pelaku bisnis lokal (Fohadu & Irawan, 2024).

Digital marketing memberikan peluang bagi siswa untuk menyalurkan kreativitas mereka melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, pembuatan konten, dan desain grafis. Program pelatihan digital marketing yang dilaksanakan sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang aplikasi dan konsep digital marketing. Dengan pengetahuan tersebut, siswa diharapkan mampu bersaing lebih baik di bidang pemasaran, bisnis, dan dunia kerja. Kegiatan pelatihan ini menghasilkan empat kompetensi utama, yaitu kemampuan berpikir kritis, kreativitas, komunikasi, dan kolaborasi. Platform yang digunakan dalam pelatihan adalah Canva, yang membantu siswa memahami materi digital marketing secara menarik dan interaktif sehingga tidak membosankan. Canva juga mempermudah penyampaian materi dan memberikan latihan yang menyenangkan (Putra & Dkk, 2023). Selain meningkatkan kemampuan siswa, pelatihan ini juga berperan secara tidak langsung dalam memperkenalkan Universitas Islam Jakarta dan SMK Muhammadiyah sebagai institusi pendidikan Islam Tri Bhakti di Jakarta yang peduli terhadap pengembangan intelektual generasi muda di kota ini.

## METODE

Untuk mencapai tujuan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan. Dengan metode ini kegiatan dilakukan dalam bentuk penyampaian materi dan diskusi. Rancangan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:



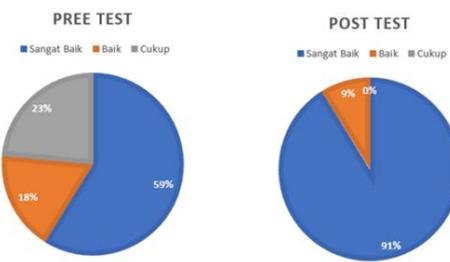
1. Tahapan Perencanaan, Pada tahapan ini dilakukan perencanaan pelaksanaan kegiatan. Penulis dan rekan mahasiswa beserta siswa/i SMK Muhammadiyah 6 Jakarta bertatap muka untuk merumuskan masalah, mencari solusi, merumuskan materi, dan menentukan model pelatihan seperti apa yang akan diberikan
2. Tahapan Persiapan, Pada tahapan ini dilakukan persiapan pelaksanaan kegiatan. Persiapan

- dilaksanakan sesuai apa yang sudah disepakati pada tahapan perencanaan. Internet, sound system, dan perangkat presentasi menjadi fokus persiapan kegiatan.
3. Tahapan Pelaksanaan, Tahapan ini merupakan pelaksanaan kegiatan yang diadakan pada tanggal Kamis 25 Juli 2024. Panitia beserta pemateri berperan aktif pada tahapan ini.
  - a. Pemberian materi digital marketing
  - b. Pelatihan pembuatan merek produk dan desain produk menggunakan aplikasi canva
  - c. Pelatihan menggunakan aplikasi sosial media sebagai sarana digital marketing.
  4. Tahapan Evaluasi Setelah pelaksanaan, tahapan selanjutnya adalah evaluasi.
  5. Evaluasi yang diberikan berupa survei kepada peserta pelatihan. Dengan adanya post test ini diharapkan dapat menjadi feedback bagi penulis untuk pelaksanaan kegiatan kegiatan berikutnya.
  6. Tahapan Pendampingan Untuk menjamin kebermanfaatan kegiatan, tahapan pendampingan juga dilakukan. Peserta tetap mendapatkan pendampingan melalui grup Whatsapp. Sharing pengalaman, tips, dan trik praktik digital marketing tetap dibahas pada tahapan ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengetahuan**

Pelatihan dilaksanakan SMK Muhammadiyah 6 Jakarta dengan pelatihan digital marketing sebagai upaya kemandirian ekonomi siswa yang diikuti oleh 68 orang siswa dan siswi kelas XI. Dalam memberikan penjabaran materi, tim pelaksana menggunakan bantuan media presentasi berupa ppt untuk menampilkan materi. Pelatihan juga memberikan kesempatan bagi peserta dalam memberikan pertanyaan terkait permasalahan yang dialami serta beberapa hal yang berkaitan dengan materi yang disampaikan selama pelatihan berlangsung. Setiap peserta yang berhasil menjawab pertanyaan dari pemateri mendapatkan gift, tujuannya agar peserta menjadi semakin semangat dalam memaparkan ide-ide atau jawabannya. Materi yang diberikan berupa dasar pengantar Digital Marketing dan Strategi Entrepreneur di Era Digital, pentingnya Digital Marketing, keuntungan Digital Marketing, dan tantangan penggunaan Digital Marketing. Baru setelahnya diberikan kesempatan untuk praktik pembuatan konten produk pada social media Instagram, Whatsapp, dan TikTok. Ketiga media ini dipilih karena mewakili apa yang masih hangat pada masyarakat umumnya. Pada materi pengajaran Instagram turut pula diajarkan cara membuat merek dagang dan membuat layout produk agar terlihat menarik dengan aplikasi canva. Fitur ini berfungsi sebagai analisa yang menyediakan sejumlah data yang berkaitan dengan demografi audiens, interaksi followers, hingga metrikmetrik yang bermanfaat untuk memahami target audiens. Pada pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana menemukan hal yang menjadi kendala yakni belum adanya akun pada social media dan aplikasi canva. Untuk itu peserta diminta terlebih dahulu untuk menginstal aplikasi pada smartphone masing-masing, dan selanjutnya login dan mendownload aplikasi canva. Baru setelah itu materi dapat diberikan dengan lancar. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, tim pelaksana membagikan kuesioner kepada peserta. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dampak dan manfaat bagi peserta dalam mengikuti pelatihan. Kuesioner dilakukan dengan memberikan pernyataan mengenai kompetensi peserta sebelum dan setelah kegiatan. Nilai posttest meningkat seiring dengan peningkatan pemahaman para peserta terkait materi yang diberikan. Hal ini sesuai dengan pengabdian yang menggunakan metode pendidikan masyarakat dan dilakukan oleh (Hamdani & Dkk, 2023) dan (Asriati & Dkk, 2023) yang menyatakan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan kepada para peserta setelah pemberian materi atau diberi edukasi merupakan bukti dari keberhasilan suatu kegiatan. Keberhasilan adalah tercapainya suatu keinginan yang telah diniatkan atau ditargetkan. Selain itu, PKM menggunakan metode pendidikan masyarakat berupa edukasi atau ceramah juga terbukti dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat seperti yang dilaporkan oleh Hafsa (Hafsa & Dkk, 2022)



Gambar 1

Berdasarkan gambar di atas hasil pree test menunjukkan bahwa 59% peserta (40 dari 68 orang) sudah mengenal digital marketing dengan "Sangat Baik," sementara 23% (16 orang) berada dalam kategori "Baik," dan 18% (12 orang) berada dalam kategori "Cukup." dengan digram ini di ketehui bahwa siswa dan siswi ada yang masih belum mengenal dan mengetahui mengaplikasin digital marketing dalam kehidupan sehari.dan setelah di laksanakannya pelatihan ini hasil post test menunjukkan hasil yang signifikan terkait pemahaman dan kritisikl siswa dan sisiwi dalam menanggap materi terkait digital marketing yaitu dengan nilai 91 % yaitu 62 siswa dalam kategori "Sangat Baik" sudah paham sedangkan 6 siswa pada pengertian"Baik" untuk dapat memahami digital marketing Untuk itu di laksanakan pelatihan digital marketing dengan harapan Mendorong siswa untuk berpikir kreatif dalam merancang komponen visual dan menyajikan informasi dengan cara yang menarik dan inovatif sangat penting. Pemahaman tentang teknologi, seperti penggunaan Canva dan Artificial Intelligence (AI), dapat mendukung peningkatan keterampilan teknologi siswa. Canva terbukti memiliki dampak signifikan sebagai media pembelajaran yang mampu mendorong kreativitas di kalangan siswa Madrasah. Penggunaan Canva oleh guru dalam proses pembelajaran di kelas menjadi langkah awal yang strategis untuk membekali siswa dengan keterampilan teknologi yang relevan di era digital (Siska & Dkk, 2023). Selain itu, pelatihan ini terbukti efektif dan memberikan hasil yang signifikan ketika diterapkan di SMK Muhammadiyah 06 Jakarta. Kesadaran siswa dalam memanfaatkan media digital meningkat, memudahkan mereka memahami materi pembelajaran yang sesuai dengan tuntutan era digital saat ini (Fibriana & Dkk, 2024).



Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 4 Dokumentasi Kegiatan

Penelitian oleh (Novianti & Dkk, 2020) menunjukkan bahwa penggunaan simulasi dalam pelatihan keterampilan medis, seperti teknik sirkumsisi, meningkatkan kepercayaan diri peserta dan memungkinkan mereka untuk melakukan prosedur tersebut dengan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi. Dalam studi ini, mereka mengungkapkan bahwa pelatihan simulasi dapat mempercepat proses belajar dan memperbaiki kualitas keterampilan praktis peserta (Novianti & Dkk, 2020). Sebuah studi oleh (Budianto & Salim, 2021) membahas pengaruh latihan mandiri dalam keterampilan medis, di mana mereka menyimpulkan bahwa latihan mandiri dapat meningkatkan keterampilan praktis peserta jika diikuti dengan umpan balik langsung dari instruktur. Hal ini sesuai dengan temuan dalam pengabdian masyarakat ini, di mana pengamatan langsung oleh pengabdi pasca praktik mandiri memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan peserta dalam menguasai teknik yang diajarkan (Budianto & Salim, 2021).

Penelitian oleh (Fadilah & Dkk, 2023) menemukan bahwa latar belakang peserta, baik dalam hal pendidikan maupun pengalaman praktis sebelumnya, mempengaruhi tingkat penguasaan keterampilan medis. Peserta yang memiliki latar belakang medis atau pengalaman lebih banyak dalam praktik medis umumnya memiliki keterampilan yang lebih baik setelah pelatihan dibandingkan mereka yang baru pertama kali terlibat dalam prosedur medis. Hal ini bisa menjelaskan mengapa satu peserta dalam pelatihan ini berada pada kategori "Cukup" (Fadilah & Dkk, 2023).

Berdasarkan hasil evaluasi keterampilan peserta pelatihan ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar peserta berhasil menguasai keterampilan dengan baik, dengan 60% berada pada kategori "Sangat Baik." Penggunaan simulasi dan praktik mandiri yang diikuti dengan pengamatan langsung oleh pengabdi terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta. Namun, perbedaan keterampilan antar peserta juga menunjukkan pentingnya faktor pengalaman, pengulangan latihan, dan evaluasi langsung dalam memastikan keterampilan peserta terasah dengan baik.

## SIMPULAN

Pelatihan Digital Marketing dilaksanakan di SMK Muhammadiyah 06 Jakarta berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, terutama siswa dan siswi kelas XI. Berdasarkan evaluasi, dari 62 % meningkat menjadi 92% yang masuk dalam kategori "Sangat baik" dalam memahami konteks digital marketing peserta menunjukkan pengetahuan yang sangat baik, sedangkan 23% meningkat menjadi % "Baik" peserta memiliki pemahaman sangat baik dalam digital marketing. Pelatihan ini berkontribusi signifikan dalam membekali peserta dengan kompetensi yang diperlukan untuk meningkatkan sebagai upaya kemandirian ekonomi siswa smk muhammadiyah 06 jakarta

## SARAN

Berdasarkan hasil pengamatan, maka diharapkan kegiatan seperti ini dapat berlanjut hingga mitra dapat mulai membuat akun dan belajar memasarkan produk mereka menggunakan digitalisasi. Diharapkan pula agar kegiatan ini dapat dilakukan secara berkala agar lulusan SMK dapat terus meningkatkan semangatnya guna menekuni dunia wirausaha sebagai pendongkrak perekonomian di Indonesia.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa mengucapkan terima kasih kepada

Kepala Sekolah SMK Muhammadiyah 6 Jakarta yang atas dukungan penuh yang telah diberikan dan telah bersedia memfasilitasi serta menjadi mitra, sehingga kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan lancar

## DAFTAR PUSTAKA

- Asriati, N., & Dkk. (2023). Edukasi Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing di SMK Negeri 3 Pontianak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 5(1), 41–48. <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/anugerah/article/view/5568/2137>
- Budianto, A., & Salim, M. (2021). Pengaruh latihan mandiri terhadap keterampilan praktis dalam pelatihan medis. *Jurnal Pelatihan Kesehatan*, 8(2), 45–56.
- Fadilah, F., & Dkk. (2023). Pengaruh pengalaman dan latar belakang terhadap keterampilan medis. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 15(4), 220–230.
- Fakhri, & Rahman, Y. (2023). ANALISIS TINGKAT KOMPETENSI SISWA PADA SMK ISLAMI AL-FATTAH ASTAMBUL KABUPATEN BANJAR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis (JIEB)*, 9(1), 061–074. <https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jieb/article/view/1001/548>
- Fibriana, A. H., & Dkk. (2024). Pelatihan Membuat Konten Instagram pada Karang Taruna Sedatigede. *Jurnal Pengabdian Nusantara (Abdinus)*, 8(1), 34–41. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/20862>
- Fohadu, A. E., & Irawan, I. N. (2024). PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL DESAIN MEMBATIK BAGI PELAKU UMKM LOKAL BATIK SANTOSO BERSAMA GERAKAN ASPIRASI ANAK BANGSA TINGKAT INTERNASIONAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Musyawarah)*, 2(1), 115–124. <https://www.jurnal.anfa.co.id/index.php/musyawarah/article/view/1565/1580>
- Hafsa, & Dkk. (2022). Peningkatan Pengetahuan Tentang Penyakit Degeneratif Pada Masyarakat Petani di Desa Laliko Sulawesi. *JOURNAL OF COMMUNITY EMPOWERMENT (KREATIVASI)*, 1(2), 63–71. [https://doi.org/https://doi.org/10.33369/kreativasi.v1i2.23735](https://doi.org/10.33369/kreativasi.v1i2.23735)
- Hamdani, I. M., & Dkk. (2023). EDUKASI MENGENAI PENTINGNYA DATA SCIENCE UNTUK MASA DEPAN. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 34–40. <https://doi.org/0.46306/jabb.v4i1.313>
- Novianti, P., & Dkk. (2020). Efektivitas simulasi dalam pelatihan keterampilan medis. *Jurnal Pelatihan Medis*, 14(1), 32–40.
- Putra, L. D., & Dkk. (2023). Pemanfaatan Canva Untuk Pembelajaran Inovatif dan Kreatif di Sekolah Dasar. *JURNAL BASICEDU*, 7(4), 2530–2535. <https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/5957/pdf>
- Ridwan, M. H. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Inovatif Untuk Meningkatkan Kompetensi Siswa. *Jurnal Tarbiyatuna*, 2(2), 149–163. <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/Tarbiyatuna/article/view/1363/857>
- Rohmat. (2022). Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha di Era Digital. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(2), 118–126. <https://jurnal.kppu.go.id/index.php/official/article/view/76/36>
- Siska, A. I., & Dkk. (2023). Pembuatan Buku Pelajaran Digital Berbasis Canva sebagai Penunjang Pembelajaran Jarak Jauh pada SMP Kosgoro, Sragi. *Jurnal Pengabdian Nusantara (ABDINUS)*, 7(2), 359–365. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/18679/3219>
- Suranto, & Dkk. (2022). Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media dan E-Commerce pada Industri Kecil Menengah di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (J-Abdipamas)*, 6(1), 123–136. file:///C:/Users/ACER/Downloads/2473-5901-1-PB.pdf
- Wulandari, D. (2022). Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Internet Bagi Peserta Didik. *Aksioma Ad-Dinayah*, 10(2), 149–156. <https://ejurnal.latansamashiro.ac.id/index.php/JAD/article/view/747/681>
- Yanny, A. (2023). Pengaruh Bazar dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Budi Darma. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 3(3), 212–220. <https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/article/view/384/295>