

Pelatihan Usaha Online Untuk Siswa SMK Di Era Digital

**Balyan Dimas Permana¹, Fachri Nur Ilyas², Muhammad Daffa Abrar³, Syahrul
Ramadhan⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Fachri Nur Ilyas

E-mail: fachrinurilyas19@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan dalam pola usaha masyarakat, termasuk peluang bagi siswa SMK untuk memulai bisnis secara online. Namun, rendahnya pemahaman siswa terhadap digital marketing, branding, dan pemanfaatan platform e-commerce menjadi hambatan utama dalam membangun usaha berbasis digital. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa SMK dalam memulai dan mengelola usaha online melalui pelatihan intensif yang meliputi pembuatan identitas brand, pembuatan konten digital, strategi pemasaran media sosial, serta praktik langsung pembuatan toko online. Kegiatan dilaksanakan dengan metode penyuluhan, praktik interaktif, dan studi kasus. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu meningkatkan kompetensi siswa dalam memanfaatkan berbagai tools digital, dengan 85% peserta mampu membuat konten promosi dan 90% peserta berhasil membuat toko online secara mandiri. Dengan demikian, pelatihan ini berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi tantangan dan peluang usaha di era digital.

Kata kunci - usaha online, digital marketing, siswa SMK, branding digital, pelatihan

Abstract

The rapid development of digital technology has created new opportunities for young people, including vocational high school students, to start online businesses. However, many students still lack sufficient understanding of digital marketing, branding, and the use of e-commerce platforms, which limits their ability to build competitive online enterprises. This Community Service Program aims to enhance students' skills in developing online businesses through comprehensive training that includes brand identity creation, digital content development, social media marketing strategies, and hands-on practice in setting up online shops. The training was conducted using lectures, interactive practice sessions, and case study analysis. The results indicate a significant improvement in students' competencies, with 85% of participants successfully creating promotional content and 90% managing to build online stores independently. This program demonstrates that structured and practical training can effectively prepare vocational students to seize digital business opportunities and face entrepreneurial challenges in the modern era.

Keywords - online business, digital marketing, vocational students, digital branding, training

PENDAHULUAN

Transformasi digital yang terjadi secara global telah membawa perubahan signifikan terhadap pola aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk dalam bidang perdagangan, pemasaran, serta pengembangan usaha. Pemanfaatan teknologi informasi menjadi aspek fundamental dalam menciptakan efisiensi dan efektivitas kegiatan bisnis. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), tingkat penetrasi internet nasional mencapai 79,5%, dan sebanyak 65% pengguna internet terlibat dalam aktivitas belanja online. Data tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat dan membuka peluang luas bagi pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi.

Dalam konteks pendidikan kejuruan, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), kemampuan memanfaatkan teknologi digital menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki siswa. Namun demikian, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar siswa masih memiliki keterbatasan dalam memahami strategi branding digital, teknik pemasaran berbasis media sosial, pembuatan konten digital, serta pengelolaan toko online pada platform e-commerce. Minimnya pelatihan praktis dan kurangnya pemahaman terhadap konsep digital marketing menyebabkan peluang usaha online yang tersedia belum dapat dimanfaatkan secara optimal oleh siswa.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya program pengembangan kompetensi yang terstruktur untuk membekali siswa dengan keterampilan kewirausahaan digital yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Pelatihan yang terarah tidak hanya memberikan pengetahuan konseptual, tetapi juga menekankan kemampuan teknis melalui praktik langsung (*experiential learning*), sehingga siswa mampu menerapkan strategi pemasaran digital dalam konteks nyata. Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas siswa dalam merancang identitas merek, memproduksi konten kreatif, mengelola media sosial secara profesional, serta membangun dan mengoperasikan toko online.

Berdasarkan urgensi tersebut, tim pengabdian masyarakat Universitas Pamulang melaksanakan kegiatan “Pelatihan Usaha Online untuk Siswa SMK di Era Digital” sebagai upaya mendukung penguatan kompetensi kewirausahaan digital bagi siswa SMK. Program ini dirancang untuk memberikan pembekalan komprehensif mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan bisnis, sehingga siswa memiliki kesiapan yang lebih baik dalam menghadapi persaingan dunia kerja maupun merintis usaha mandiri di era digitalisasi yang semakin kompetitif.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 20 November 2025 di SMK Sasmita Jaya 2, dengan jumlah peserta sebanyak 20 siswa dari jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP). Kegiatan ini menggunakan metode edukasi partisipatif yang menggabungkan pendekatan *learning by doing* (belajar melalui praktik langsung) untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep kewirausahaan digital secara aplikatif dan menyeluruh. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui tiga tahapan kegiatan, yaitu pemaparan materi, praktik interaktif, dan kegiatan reflektif.

a. Tahap Pemaparan Materi

Pada tahap ini, tim pemateri memberikan edukasi dasar kepada siswa mengenai konsep usaha online, digital branding, strategi pemasaran digital, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace. Penyampaian materi dilakukan melalui presentasi interaktif dengan menggunakan bahasa yang sederhana, contoh-contoh visual, pemutaran video singkat, serta sesi tanya jawab untuk memastikan siswa memahami alur bisnis digital secara runtut. Tahap ini bertujuan memberikan fondasi pengetahuan awal sebelum siswa melakukan praktik langsung.

b. Tahap Praktik Interaktif

Setelah sesi pemaparan, peserta diajak untuk melakukan serangkaian praktik langsung terkait pembuatan dan pengembangan usaha online. Kegiatan ini meliputi pembuatan identitas brand (logo, nama usaha, dan tagline), pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi desain digital, pengambilan foto produk, serta simulasi pembuatan toko online pada platform e-

commerce. Selain itu, siswa juga mempraktikkan penyusunan deskripsi produk, penentuan harga, serta pembuatan caption pemasaran. Kegiatan ini dirancang dalam bentuk permainan edukatif dan tugas praktik agar siswa dapat memahami alur bisnis digital dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

c. Tahap Kegiatan Reflektif

Pada tahap akhir, peserta mengikuti kegiatan reflektif berupa diskusi dan presentasi singkat mengenai hasil karya yang telah mereka buat, seperti logo usaha, konten digital, maupun toko online yang telah berhasil dibuat. Siswa diminta menjelaskan alasan pemilihan konsep brand, strategi pemasaran yang digunakan, serta tantangan yang mereka temui selama proses praktik. Tahap ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan analisis, meningkatkan kepercayaan diri, serta menumbuhkan wawasan kewirausahaan digital. Selain itu, kegiatan reflektif membantu siswa menyadari potensi yang mereka miliki dan pentingnya mempersiapkan diri sejak dini untuk menghadapi persaingan bisnis di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat pada:

Hari/Tanggal	: Kamis, 20 November 2025
Waktu	: Pukul 09.00 – 12.00
Tempat	: SMK Sasmita Jaya 2
Agenda	: Pelatihan Usaha Online Untuk Siswa Smk Di Era Digital



Gambar 1.

Pelaksanaan Kegiatan PKM (Sumber : Dokumentasi Kegiatan PKM)

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar dan mendapatkan antusiasme tinggi dari 20 siswa SMK Sasmita Jaya 2 dengan rentang usia 15–18 tahun. Selama kegiatan berlangsung, para peserta tampak aktif dan bersemangat mengikuti setiap sesi pelatihan yang disampaikan secara aplikatif dan interaktif. Berdasarkan hasil observasi dan refleksi akhir kegiatan, sekitar 85% peserta mampu menjelaskan kembali konsep dasar usaha online seperti digital branding dan strategi pemasaran. Sebanyak 90% siswa berhasil membuat identitas brand berupa logo dan nama usaha, sementara 80% peserta mampu menghasilkan konten promosi menggunakan aplikasi desain digital. Selain itu, lebih dari 85% siswa dapat membuat toko online secara mandiri, mengunggah foto produk, serta mengatur harga dan deskripsi barang. Pada sesi refleksi, mayoritas peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam mempresentasikan hasil kerja dan strategi pemasaran mereka. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta terkait kewirausahaan digital serta menumbuhkan motivasi untuk memulai usaha secara mandiri.

Tabel 1.

Susunan Acara PMKM pada Kamis, 20 November 2025

Susunan Acara Kegiatan PMKM		
Waktu	Nama Kegiatan	Penanggung Jawab
09.00-09.15	Briefing	Mahasiswa
09.15-09.30	Persiapan Siswa	Mahasiswa
09.30-09.35	Sambutan Ketua Pelaksana	Mahasiswa
09.35-09.45	Perkenalan Anggota PMKM	Mahasiswa
09.45-10.30	Penyuluhan Materi: PELATIHAN USAHA ONLINE UNTUK SISWA SMK DI ERA DIGITAL	Mahasiswa
10.30-10.40	Sesi Refleksi	Mahasiswa
10.40-11.05	Sesi Tanya Jawab & Interaktif	Siswa
11.05-11.30	Ice Breaking & Games	Mahasiswa & Siswa
11.30-11.45	Pemberian Hadiah & Gift	Mahasiswa
11.45-12.00	Foto Bersama & Penutup	Mahasiswa & Pihak Sekolah

Pembahasan

1. Pemaparan Materi: Pengenalan Usaha Online dan Dasar-Dasar Digital Marketing

Pengetahuan mengenai literasi digital dan kemampuan berwirausaha secara online masih belum merata di kalangan pelajar Indonesia, khususnya siswa SMK (Asnawi et al., 2021). Banyak siswa yang belum memahami potensi internet sebagai sarana pengembangan usaha, karena materi kewirausahaan digital belum sepenuhnya diterapkan secara optimal di lingkungan sekolah (Sumiyati, 2020). Kondisi ini menyebabkan masih rendahnya kesiapan siswa dalam memulai usaha berbasis teknologi, meskipun peluang industri digital semakin berkembang pesat. Oleh sebab itu, pelatihan ini dirancang untuk memberikan edukasi mengenai konsep dasar usaha online, pemanfaatan media sosial, marketplace, serta strategi pemasaran digital dengan penyampaian yang interaktif dan mudah dipahami.

Pada tahap awal, peserta diperkenalkan dengan pengertian usaha online, jenis platform yang dapat digunakan untuk berjualan, serta langkah-langkah dasar membangun toko digital. Siswa juga diberikan contoh akun bisnis dan praktik langsung mengenai cara membuat konten produk yang menarik. Kegiatan berlangsung interaktif melalui diskusi dan tanya jawab, sehingga peserta mampu memahami konsep dasar digital marketing dan potensi bisnis online di era modern.



Gambar 2 .

Penyampaian Materi Tentang Membuat Akun Bisnis Online(Sumber : Dokumentasi Kegiatan PKM)

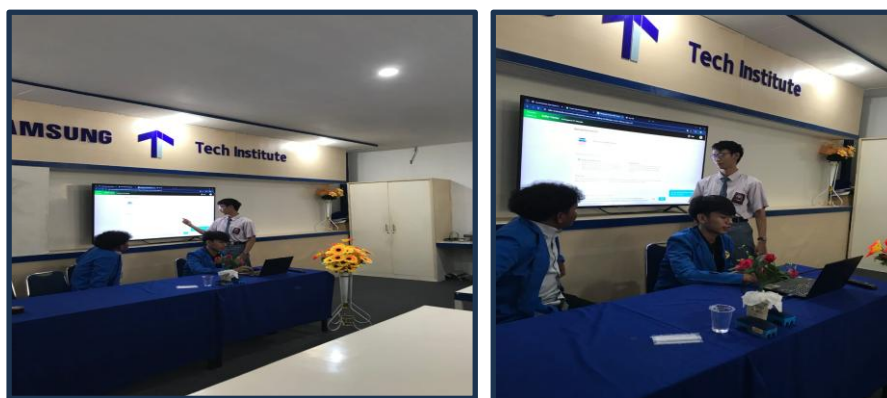
2. Praktik Interaktif: Simulasi Pembuatan Konten dan Pemasaran Digital

Interaksi antara pemateri dan peserta memiliki pengaruh besar terhadap proses transfer

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

pengetahuan, keterampilan, dan motivasi dalam bidang pendidikan kewirausahaan. Menurut Harmer (2020), keaktifan siswa dalam pembelajaran merupakan salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan suatu proses belajar. Keaktifan yang tinggi mendorong siswa lebih fokus, antusias, dan termotivasi dalam mengikuti kegiatan. Oleh karena itu, penerapan strategi pembelajaran partisipatif dalam pelatihan ini menjadi sangat penting, salah satunya melalui praktik interaktif.

Pada sesi praktik, peserta melakukan simulasi pembuatan konten produk menggunakan smartphone mereka masing-masing. Mereka belajar teknik dasar fotografi sederhana, penulisan caption yang menarik, dan penggunaan hashtag yang relevan. Peserta juga berlatih membuat akun bisnis pada platform pilihan mereka, seperti Instagram atau marketplace. Kegiatan ini membantu siswa memahami cara mempromosikan produk secara efektif serta mengukur respons audiens melalui fitur insight atau analytics. Praktik ini menjadi sarana untuk memperkuat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan sebelumnya.



Gambar 3.

Sesi Tanya Jawab (Sumber : Dokumentasi Kegiatan PKM)

3. Kegiatan Reflektif: Penyusunan Strategi Usaha Online

Tahap akhir kegiatan bertujuan untuk memberikan ruang refleksi bagi peserta agar mereka mampu menyimpulkan poin penting dari pelatihan. Pada sesi “Penyusunan Strategi Usaha Online”, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk merancang ide bisnis sederhana yang dapat dijalankan secara digital. Setiap kelompok bertanggung jawab membuat konsep produk, target pasar, strategi promosi, serta estimasi modal awal.

Menurut Moh. Fikri dkk. (2025), kegiatan reflektif merupakan pendekatan pembelajaran yang membantu peserta memahami dan merespons kebutuhan emosional, mental, maupun keterampilan mereka secara sadar melalui proses evaluasi diri. Dengan adanya refleksi terarah, peserta dapat mengembangkan motivasi intrinsik serta kemampuan berpikir kritis dalam merencanakan bisnis.

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menyusun strategi usaha yang lahir dari ide dan kreativitas mereka. Hal ini menjadi indikator keberhasilan kegiatan dalam menumbuhkan keterampilan kewirausahaan digital serta meningkatkan kesiapan siswa menghadapi tantangan ekonomi kreatif di era modern. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat pengetahuan mereka mengenai pemasaran digital, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan kesadaran bahwa peluang usaha dapat mereka ciptakan sejak dini melalui platform online.



Gambar 4.

Pemenang Game Berhadiah (Sumber : Dokumentasi Kegiatan PKM)

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (PMKM) dengan tema “Pelatihan Usaha Online untuk Siswa di Era Digital” secara keseluruhan memberikan dampak positif bagi siswa dalam meningkatkan Pengetahuan, Ketrampilan, dan Kesiapan untuk memasuki dunia usaha secara digital. Melalui beberapa materi yang disampaikan mulai dari Pengenalan, Pemahaman platform e-commerce dan sosial media, dan Teknik memasarkan produk secara digital. Pelatihan ini menunjukkan bahwa dengan penyampaian yang tepat, fasilitas yang memadai, dan kolaborasi antara pihak sekolah dan mahasiswa, siswa SMK mampu menguasai ketrampilan usaha secara efektif. Hal ini juga menunjukkan pendidikan harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat agar dapat menghasilkan generasi muda yang tidak hanya tahu digital, tetapi juga mampu untuk memanfaatkannya sebagai peluang untuk berkarya dan membangun masa depan yang lebih mandiri dan produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Prasetyo, A. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 55–64.
- Alfiani, R., & Putra, Y. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital pada pelajar. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 22–34.
- APJII. (2024). *Laporan Survei Internet Indonesia 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ardiansyah, H. (2021). Pembelajaran berbasis praktik (*learning by doing*) untuk meningkatkan keterampilan vokasi. *Jurnal Pendidikan Teknologi*, 9(3), 144–153.
- Fitriani, S. (2022). Strategi branding digital bagi pemula di era ekonomi kreatif. *Jurnal Manajemen Kontemporer*, 7(1), 11–20.
- Heryanto, D., & Salsabila, R. (2023). Kompetensi digital generasi Z dalam menghadapi perkembangan teknologi. *Jurnal Teknologi Informasi Pendidikan*, 12(2), 73–85.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Lestari, D., & Wulandari, S. (2023). Pelatihan pembuatan konten digital bagi siswa SMK untuk meningkatkan keterampilan pemasaran online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 88–96.
- Nabila, R., & Supriyadi, A. (2022). E-commerce sebagai peluang bisnis generasi muda di era digital. *Jurnal Bisnis dan Inovasi*, 14(2), 45–57.
- Nugraheni, P., & Arifin, Z. (2021). Pengaruh media digital terhadap minat wirausaha pelajar sekolah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 11(1), 25–37.
- Pradana, A. (2022). Pemasaran digital sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(3), 233–242.
- Samosir, J., & Widodo, R. (2020). Pengembangan keterampilan digital siswa melalui pelatihan konten kreatif. *Jurnal Pendidikan Multimedia*, 3(2), 71–80.

- Sari, L. & Putri, N. F. (2023). Peran literasi digital dalam meningkatkan kreativitas pelajar pada era teknologi. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Digitalisasi*, 4(1), 12–21.
- Suryadi, R., & Nursalim, M. (2022). Efektivitas pembelajaran berbasis proyek pada siswa SMK bidang bisnis digital. *Jurnal Pendidikan Kejuruan*, 11(1), 55–63.
- Sutanto, Y. & Hakim, M. (2021). Pengaruh penggunaan marketplace terhadap minat berwirausaha generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(2), 90–102.
- Yuniar, A., & Setiono, B. (2023). Strategi penyusunan konten promosi digital bagi pemula. *Jurnal Kreativitas Digital*, 2(3), 101–112.