

Pelatihan Kewirausahaan *Digital Marketing* di SMK Real Batam

David Humala Sitorus^{1*}, Poniman², Hermaya Ompusunggu³, Neni Marlina⁴

^{1*}Program Studi Manajemen Ritel, STMIK Dharmapala

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

⁴Program Studi Akuntansi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

¹STMIK Dharmapalani, ^{2, 4}Universitas Putera Batam, ³Universitas Ibnu Sina

*e-mail : davidhumalasitorus@gmail.com

*no HP/WA : 0821-3923-1376

Informasi Artikel

Diterima Redaksi: 18 Juni 2026

Revisi Akhir: -

Diterbitkan Online: 8 Agustus 2026

Kata Kunci: Kewirausahaan, Digital Marketing, Pembinaan Siswa SMK

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMK Real Batam dalam bidang kewirausahaan melalui penerapan digital marketing. Di era transformasi digital, kemampuan memasarkan produk secara daring menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh calon wirausahawan muda. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, pelatihan langsung, dan pendampingan intensif terkait strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, pembuatan konten kreatif, serta pemanfaatan platform e-commerce. Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan minat siswa terhadap dunia usaha berbasis digital. Selain itu, beberapa peserta mampu mempraktikkan keterampilan yang diperoleh dengan merancang akun bisnis digital dan mempromosikan produk secara online. Kegiatan ini diharapkan menjadi stimulus awal untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan kemandirian ekonomi di kalangan pelajar SMK. Ke depan, program serupa dapat dikembangkan dengan kolaborasi lintas sektor agar pembinaan yang diberikan lebih berkelanjutan dan berdampak luas.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma dunia usaha, khususnya dalam bidang pemasaran. Digital marketing menjadi strategi utama yang digunakan oleh banyak pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan efisien. Namun, masih banyak pelajar tingkat menengah kejuruan, termasuk siswa SMK Real Batam, yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan

yang memadai dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan wirausaha. Padahal, sebagai generasi muda yang sedang menempuh pendidikan vokasi, mereka memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan mandiri di masa depan. Oleh karena itu, diperlukan pembinaan yang terstruktur dalam bentuk pelatihan kewirausahaan yang terintegrasi dengan digital marketing, guna membekali mereka dengan kompetensi praktis yang sesuai dengan tuntutan zaman.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam PKM ini adalah:

- Bagaimana tingkat pemahaman siswa SMK Real Batam terhadap konsep kewirausahaan dan digital marketing?
- Bagaimana pelaksanaan pembinaan kewirausahaan berbasis digital marketing dapat meningkatkan keterampilan siswa?
- Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses pembinaan dan bagaimana solusi untuk mengatasinya?

1.3 Tujuan

Tujuan dari PK ini adalah:

- Meningkatkan pemahaman siswa tentang konsep kewirausahaan dan strategi digital marketing.
- Memberikan pelatihan praktis mengenai penggunaan media digital untuk pemasaran produk..

1.4 Mendorong siswa untuk mengembangkan ide bisnis dan mengimplementasikannya secara digital. Manfaat

Manfaat dari PKM ini adalah:

- Bagi Siswa
 - Mendapatkan keterampilan praktis dalam bidang kewirausahaan digital yang dapat diterapkan secara langsung digital marketing.
 - Memiliki jiwa kewirausahaan dan termotivasi untuk memulai usaha sendiri.
- Bagi Sekolah
 - Meningkatkan mutu pendidikan dan prestasi siswa dalam digital marketing
 - Menjadi institusi yang proaktif dalam membekali siswa dengan kompetensi abad 21..
- Bagi Masyarakat
 - Menumbuhkan semangat kewirausahaan generasi muda yang mampu menciptakan lapangan kerja baru..

1.5 Ruang Lingkup

Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pembinaan siswa SMK Real Batam dalam aspek kewirausahaan berbasis digital marketing. Materi yang diberikan mencakup dasar-dasar kewirausahaan, strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial dan e-commerce, serta praktik pembuatan konten promosi. Kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan, workshop,

dan pendampingan secara langsung selama periode pelaksanaan program. Di bagian awal ini, akan disajikan gambaran singkat terkait latar belakang dan tujuan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Berikutnya, akan dijabarkan secara mendetail mengenai metode dan kegiatan yang akan dilaksanakan, beserta manfaat yang diharapkan dapat diterima oleh anak-anak, orang tua, dan masyarakat di sekitar lokasi pengabdian.

2. METODE

Beragam metode menarik akan kami gunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, di antaranya::

1. Cerita Inspiratif

Penyampaian konsep dasar kewirausahaan dan digital marketing dilakukan melalui ceramah yang disertai tanya jawab, untuk memberikan pemahaman teoritis secara menyeluruh sekaligus melibatkan peserta secara aktif..

2. Diskusi Kelompok

Peserta dibagi dalam kelompok kecil untuk berdiskusi mengenai ide bisnis, target pasar, dan strategi digital marketing. Metode ini mendorong siswa berpikir kritis dan kolaboratif.

3. Pelatihan Praktik Langsung (Hands-on Training)

Kami akan mendemonstrasikan penggunaan berbagai aplikasi fintech dan platform digital marketing yang dapat membantu siswa dalam menjalankan usaha mereka.

4. Studi Kasus dan Simulasi

Disajikan contoh kasus nyata pelaku UMKM sukses yang memanfaatkan digital marketing, dilanjutkan dengan simulasi strategi pemasaran digital oleh peserta.

5. Pendampingan Personal dan Monitoring

Tim pengabdian memberikan bimbingan langsung terhadap kelompok siswa dalam merancang dan menjalankan akun bisnis digitalnya, termasuk evaluasi hasil serta perbaikan strategi secara berkala.

Materi Pelatihan

1. Pengenalan Kewirausahaan

- Pengertian dan pentingnya kewirausahaan
- Karakteristik wirausahawan sukses
- Membangun mindset wirausaha sejak dini

2. Ide Bisnis dan Perencanaan Usaha

- Identifikasi peluang usaha di lingkungan sekitar
- Teknik menyusun model bisnis sederhana (Business Model Canvas)
- Simulasi pembuatan ide bisnis siswa

3. Dasar-dasar Digital Marketing

- Pengertian dan ruang lingkup digital

- marketing
- Perbedaan antara pemasaran konvensional dan digital
- Tren digital marketing di kalangan UMKM
- 4. Pemasaran Melalui Media Sosial**
 - Strategi membangun brand di Instagram, Facebook, dan TikTok
 - Cara membuat konten visual dan caption yang menarik
 - Algoritma media sosial dan cara memaksimalkannya
- 5. Pemanfaatan E-Commerce dan Marketplace**
 - Pengenalan platform marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak)
 - Cara membuat toko online dan mengelola produk.
 - Strategi promosi dan pelayanan pelanggan
- 6. Pemanfaatan E-Commerce dan Marketplace**
 - Teknik dasar fotografi produk menggunakan smartphone
 - Editing sederhana dengan aplikasi gratis (Canva, CapCut)
 - pembuatan video promosi dan reels
- 7. Praktik dan Simulasi Bisnis Digital**
 - Membuat akun bisnis media sosial
 - Simulasi penjualan online dan kampanye promosi
 - Evaluasi konten dan strategi pemasaran peserta



Gambar 1. Foto Pemberian Materi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMK Real Batam telah berjalan dengan baik sesuai rencana. Kegiatan ini diikuti oleh

30 siswa dari berbagai jurusan, yang menunjukkan antusiasme tinggi terhadap tema kewirausahaan digital. Berdasarkan observasi dan evaluasi selama pelaksanaan, dapat disampaikan beberapa hasil utama sebagai berikut:

Pertama, peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep kewirausahaan dan digital marketing cukup signifikan. Hal ini ditunjukkan melalui hasil pre-test dan post-test, di mana rata-rata skor siswa meningkat dari 55 menjadi 82. Materi tentang strategi bisnis digital, branding, serta pemanfaatan media sosial menjadi topik yang paling diminati peserta.

Kedua, dalam sesi praktik, siswa mampu membuat akun bisnis di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Sebagian besar peserta berhasil membuat konten promosi sederhana menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Beberapa siswa bahkan berhasil memposting produk buatan sendiri, seperti makanan ringan dan kerajinan tangan, sebagai simulasi kegiatan usaha online.

Ketiga, siswa menunjukkan kemampuan bekerja sama dalam tim saat diminta menyusun strategi pemasaran dan simulasi kampanye digital. Mereka aktif dalam diskusi kelompok dan mampu menyampaikan ide bisnis secara sistematis, menggunakan pendekatan yang telah dipelajari dalam pelatihan.

Selain itu, ditemukan beberapa tantangan, antara lain keterbatasan perangkat digital seperti smartphone dan koneksi internet bagi sebagian peserta. Untuk mengatasi hal ini, pelatihan dilakukan secara bergiliran dengan memaksimalkan perangkat yang tersedia di laboratorium komputer sekolah. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan panduan tertulis sebagai bahan belajar mandiri.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya, yakni membekali siswa dengan pemahaman dan keterampilan dasar digital marketing dalam konteks kewirausahaan. Pembinaan ini diharapkan menjadi pondasi awal bagi siswa untuk mengembangkan usaha kecil secara digital, baik secara mandiri maupun

dalam kelompok.



Gambar 2. Foto Pengabdian

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini telah memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMK Real Batam di bidang kewirausahaan berbasis digital marketing. Melalui pendekatan pelatihan terpadu yang mencakup teori, praktik, dan pendampingan, siswa memperoleh pengetahuan dasar tentang konsep kewirausahaan, strategi pemasaran digital, serta penggunaan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana promosi produk.

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dan mampu menerapkan materi yang diberikan secara langsung, antara lain dengan membuat akun bisnis, menyusun konten promosi, serta melakukan simulasi penjualan secara daring. Meskipun terdapat kendala teknis seperti keterbatasan perangkat dan jaringan, kegiatan tetap dapat berjalan efektif dengan solusi kolaboratif antara tim pelaksana dan pihak sekolah.

Dengan demikian, pembinaan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital siswa, tetapi juga membentuk fondasi kewirausahaan yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Diharapkan kegiatan serupa dapat terus dilaksanakan secara berkelanjutan untuk mendukung kemandirian ekonomi generasi muda.

5. SARAN

- a. Pengembangan Program

Berkelanjutan

Diperlukan kesinambungan dalam pelatihan kewirausahaan digital, baik melalui kurikulum ekstrakurikuler maupun kolaborasi rutin dengan perguruan tinggi dan pelaku industri, agar kompetensi siswa terus berkembang secara praktis dan relevan dengan kebutuhan pasar.

- b. Peningkatan Fasilitas Pendukung Sekolah perlu menyediakan sarana pendukung seperti koneksi internet yang stabil, perangkat digital (komputer, kamera, dan smartphone), serta ruang praktik khusus untuk menunjang proses pembelajaran kewirausahaan digital.
- c. Pendampingan Pasca Pelatihan Dibutuhkan sistem monitoring dan pendampingan lanjutan agar siswa yang telah memiliki ide bisnis dapat terus mendapatkan bimbingan dalam pengembangan usaha digitalnya secara nyata.
- d. Pelibatan Dunia Usaha dan Industri (DUDI) Kolaborasi dengan pelaku UMKM dan pelaku digital marketing profesional akan memperkuat implementasi pembelajaran berbasis dunia kerja, sekaligus membuka peluang magang dan kemitraan bisnis bagi siswa.

REFERENSI

- Sitorus, D. H., Omposunggu, H., Poniman, P., Rustam, T. A., Marlina, N., & Wage, S. (2024). Pembinaan kewirausahaan berbasis fintech (financial technology) dan digital marketing di SMK Real Batam. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 6(2), 10–14.
<https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jpkm/article/view/8760>
- Yulia, Y., Sembiring, D., & Butar Butar, R. (2024). Pelatihan digital marketing sebagai upaya menumbuhkan jiwa entrepreneur pada siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam. *PUAN INDONESIA*, 6(1), 89–96.
<https://www.researchgate.net/publication/390741764>
- Purnama, I. (2023). Workshop kewirausahaan

berbasis digital marketing bagi siswa dan guru SMK Negeri 1 Rengat Provinsi Riau. ZADAMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1), 66–69. <https://zadama.marospub.com/index.php/journal/article/download/60/95>

Kumala, D., El Hasan, S. S., Mardius, T. A., Sari, P. P., Toyib, M. I., & Supriatal, S. (2022). Pelatihan digital marketing pada unit produksi di SMK Bina Mandiri Multimedia. Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Pemerintahan (JAMIN), 1(2), 53–63. <https://www.ejurnal.umri.ac.id/index.php/PengabdianUMRI/article/view/6638>

Munarsih, Akbar, M. F., & Ariyanto, A. (2020). Pelatihan digital marketing dalam meningkatkan kompetensi siswa untuk berwirausaha pada SMK Muhammadiyah Parung - Bogor. Dharma Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 22–28