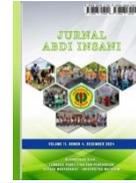




## JURNAL ABDI INSANI

Volume 11, Nomor 4, Desember 2024

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



### STRATEGI PENYULUHAN DAN PELATIHAN BAGI SISWA SMK: "MEMBANGUN JIWA ENTREPRENEUR MELALUI PEMASARAN ONLINE DALAM ERA MAKING INDONESIA 4.0"

*Counseling And Training Strategy For Vocational Students: "Building An Entrepreneurial Soul Through Online Marketing In The Era Of Making Indonesia 4.0"*

Siti Sujatini<sup>1</sup>, Sularso Budilaksono<sup>2</sup>, Euis Puspita Dewi<sup>1</sup>, Essy Malays Sari Sakti<sup>3</sup>, Diah Pramestari<sup>4</sup>, Dwi Dinariana<sup>5</sup>, Fitri Suryani<sup>5</sup>, Henni<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Arsitektur Universitas Persada Indonesia YAI, <sup>2</sup>Sistem Informasi Universitas Persada Indonesia YAI, <sup>3</sup>Teknik Informatika Universitas Persada Indonesia YAI, <sup>4</sup>Teknik Industri Universitas Persada Indonesia YAI, <sup>5</sup>Teknik Sipil Universitas Persada Indonesia YAI

Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat, Indonesia

\*Alamat Korespondensi: [siti.sujatini@upi-yai.ac.id](mailto:siti.sujatini@upi-yai.ac.id)

(Tanggal Submission: 10 Oktober 2024, Tanggal Accepted : 10 Oktober 2024)



#### Kata Kunci :

Pendidikan  
Kejuruan, Siswa  
SMK, Jiwa  
Entrepreneur,  
Pemasaran  
Online, Making  
Indonesia 4.0

#### Abstrak :

Latar belakang: Ratio kewirausahaan menjadi indikator majunya suatu negara, saat ini ratio kewirausahaan Indonesia masih rendah. Pendidikan kejuruan, terutama di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), memiliki peran krusial dalam menyiapkan generasi muda menghadapi dinamika industri 4.0 di Indonesia. Artikel ini bertujuan untuk memaparkan pendekatan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada memperkuat jiwa entrepreneur siswa SMK melalui strategi penyuluhan dan pelatihan, khususnya dalam konteks pemasaran online. Dengan memanfaatkan potensi teknologi digital, kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang esensi kewirausahaan di era digital untuk mengidentifikasi peluang bisnis dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan ekonomi yang cepat. Artikel ini juga mengaitkan inisiatif ini dengan visi Making Indonesia 4.0, yang menyoroti pentingnya penguasaan teknologi dan kreativitas dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Diharapkan bahwa implementasi strategi ini akan memberikan kontribusi signifikan dalam mempersiapkan generasi muda Indonesia menjadi pelaku ekonomi yang tangguh dalam era industri 4.0. Metode kegiatan ini adalah penyuluhan dan pelatihan, diawali dengan penyusunan Materi Penyuluhan, Identifikasi Peserta, Pelaksanaan Penyuluhan, Workshop Pelatihan, Mentoring dan Pendampingan, Evaluasi dan



Umpan Balik. Hasil dari kegiatan ini, menunjukkan bahwa pemahaman dasar tentang website dan google site pada dasarnya siswa sudah mengetahui, namun bagaimana cara mengakses, cara menggunakan website, apa keuntungan dengan menggunakan website dan lain-lain secara lebih detail belum memahami. Setelah adanya pelatihan dan penyuluhan ini siswa (peserta kegiatan) dapat memahami dengan gamblang. Adapun saran dari tim penulis dengan memperhatikan antusias peserta yang cukup besar pada kegiatan ini, maka kegiatan seperti ini perlu dilaksanakan pada SMK dan sejenisnya di wilayah lain lingkup Jabodetabek.

**Key word :**

*Training, guidance, mentoring, business governance.*

**Abstract :**

The entrepreneurship ratio is an indicator of a country's progress, currently Indonesia's entrepreneurship ratio is still low. Vocational education, especially at Vocational High Schools (SMK), has a crucial role in preparing the young generation to face the dynamics of industry 4.0 in Indonesia. This article aims to explain a community service approach that is focused on strengthening the entrepreneurial spirit of vocational school students through socialization and training strategies, especially in the context of online marketing. By utilizing the potential of digital technology, this activity is designed to increase students' understanding of the essence of entrepreneurship in the digital era to identify business opportunities and adapt to a rapidly changing economic environment. This article also links this initiative to the Making Indonesia 4.0 vision, which highlights the importance of mastering technology and creativity in driving sustainable economic growth. The implementation of this strategy is expected to make a significant contribution in preparing Indonesia's young generation to become strong economic actors in the industrial era 4.0. The method of this activity is counseling and training, starting from preparing Extension Materials, Identifying Participants, Implementing Counseling, Training Workshops, Mentoring and Mentoring, Evaluation and Feedback. The results of this activity show that students basically already know the basic meaning of websites and Google sites, but do not yet understand how to access them, how to use websites, what are the advantages of using websites, etc. in more detail. . After this training and counseling, students (activity participants) can understand clearly. As for suggestions from the writing team, considering the large enthusiasm of the participants for this activity, activities like this need to be implemented in vocational schools and similar areas in other areas in Jabodetabek.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7<sup>th</sup> edition) :

Sujatini, S., Budilaksono, S., Dewi, E. P., Sakti, E. M. S., Pramestari, D., Dinariana, D., Suryani, F., & Henni. (2024). Strategi Penyuluhan dan Pelatihan Bagi Siswa SMK: "Membangun Jiwa Entrepreneur Melalui Pemasaran Online Dalam Era Making Indonesia 4.0". *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2446-2457 <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.2101>

## PENDAHULUAN

Peningkatan rasio kewirausahaan di Indonesia adalah salah satu bukti keberhasilan transformasi ekonomi yang diperlukan untuk menjadikan Indonesia negara berpendapatan tinggi. Saat ini, rasio



---

kewirausahaan nasional hanya tercatat sebesar 3,47%, dan diharapkan mencapai setidaknya 12% pada tahun 2045. Persentase kewirausahaan di Indonesia masih rendah, hanya 3,74 persen, yang paling rendah di antara negara ASEAN. Ini jauh lebih rendah daripada negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand, meskipun negara ini memiliki jumlah penduduk yang besar dan banyak potensi untuk mengembangkan usaha. Malaysia, Singapura, dan Thailand memiliki rasio kewirausahaan di atas 4%, sedangkan Indonesia hanya 3,74% (Liputan6.com, Jakarta). Rasio kewirausahaan Indonesia diharapkan sudah melebihi 3,9 persen pada 2024. Pendidikan kejuruan sangat penting untuk mempersiapkan kaum muda Indonesia untuk menghadapi revolusi industri yang terus berkembang di era Making Indonesia 4.0. Ini terutama berlaku untuk pendidikan kejuruan yang diberikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Tidak hanya penting bagi siswa SMK untuk memiliki keterampilan teknis yang kuat, tetapi mereka juga harus memiliki semangat kewirausahaan yang tangguh untuk menghadapi perubahan ekonomi dan teknologi yang cepat. Siswa sekolah menengah kejuruan (SMK) adalah generasi masa depan bangsa yang siap terjun ke lapangan kerja. Mereka memiliki keahlian dan keahlian dalam informasi teknologi (IT), dan pertumbuhan kewirausahaan sangat erat kaitannya dengan kemajuan IT, terutama di masa RI 4.0 dan pandemi. Namun, melihat situasi saat ini, siswa masih belum memiliki banyak pengetahuan dan keterampilan. Universitas Persada Indonesia YAI Fakultas Teknik sangat tertarik untuk menjadi bagian dari upaya pemerintah untuk meningkatkan rasio kewirausahaan, terutama untuk siswa, karena ada dukungan yang diberikan oleh pemerintah untuk hal ini. Dengan mempertimbangkan tantangan dan peluang yang ada, seharusnya kegiatan pengabdian masyarakat terkait kewirausahaan dan TI segera dimulai. Latar belakang ini berasal dari kenyataan bahwa pemasaran online merupakan salah satu faktor penting untuk keberhasilan bisnis di era digital saat ini. Namun, untuk bersaing di pasar yang semakin kompleks, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran online serta kemampuan untuk menemukan peluang bisnis yang muncul dari perubahan ini.

Transformasi digital harus diprioritaskan untuk menyongsong perkembangan teknologi informasi. Dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis milenial, inovasi menjadi penting. Dengan adanya perubahan zaman, kita harus beralih dari bisnis konvensional ke bisnis berbasis digital, termasuk penggunaan e-commerce dan kewirausahaan sebagai inovasi bisnis yang layak di tengah globalisasi. Solusi saat ini adalah organisasi dan lembaga memberikan pelatihan dan pendidikan bisnis digital kepada mereka yang baru mengenal teknologi informasi. Ini akan membuat e-commerce Indonesia semakin kuat di masa depan karena semangat kewirausahaan yang kuat di negara ini. (Marhawati *et al.*, 2023; Wanto *et al.*, 2022).

Strategi konsultasi dan pelatihan yang dikombinasikan dengan teknologi telah berhasil dalam mengembangkan usaha pertanian dan produksi pangan. (Rachmawati, 2021), (Suparyana *et al.*, 2020). Peserta akan cepat memahami dan mendapatkan manfaat dengan memberikan bimbingan, pemahaman, dan penerapan praktik langsung bagi peserta di semua tingkatan, baik anak PAUD, ibu rumah tangga, anak SMK, dan lain-lain, untuk memenuhi kebutuhan mereka dan dunia usaha. (Wardiningsih & Sujatini, 2019; Sujatini *et al.*, 2020; Dewi *et al.*, 2022; Henni *et al.*, 2020; Dewi & Sujatini, 2020; Sovitriana *et al.*, 2024; Budilaksono *et al.*, 2022; Budilaksono *et al.*, 2021; Sujatini *et al.*, 2023). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Sirait & Setyoningrum, 2022; Alfiah *et al.*, 2020), (Adri *et al.*, 2019; Purnomo & Triyono, 2018; Sumarno & Gimin, 2019; Tafonao, 2020), menyatakan bahwa meningkatkan kemampuan kewirausahaan dan memberdayakan masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan masyarakatnya dapat dicapai melalui penyediaan pendidikan kewirausahaan yang terpadu, menyeluruh, dan berkelanjutan dari pendidikan prasekolah hingga perguruan tinggi.

Melihat hal ini, melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi langkah yang strategis untuk mengisi gap antara kurikulum formal dan tuntutan dunia industri yang terus berubah.



---

Tujuan dari artikel ini adalah untuk menunjukkan sebuah inisiatif yang berkontribusi pada masyarakat yang berfokus pada menumbuhkan jiwa entrepreneur di kalangan siswa sekolah menengah kejuruan melalui strategi pelatihan dan penyuluhan, dengan penekanan khusus pada pemasaran online.

Oleh karena itu, tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK tentang pentingnya kewirausahaan, memberikan keterampilan praktis dalam pemasaran online, dan mendorong mereka untuk mengembangkan ide-ide inovatif dan kreatif untuk menciptakan peluang bisnis di era digital. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan siswa SMK dapat menjadi agen perubahan yang aktif dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh era Making Indonesia 4.0.

## METODE KEGIATAN

Metode pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari berbagai langkah yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Misalnya, tujuan tersebut adalah untuk menumbuhkan semangat bisnis di kalangan siswa sekolah menengah kejuruan melalui pelatihan dan strategi pemasaran online. Berikut adalah detail prosedur yang digunakan:

1. Penyusunan Materi Penyuluhan: Tahap pertama melibatkan pembuatan materi penyuluhan. Materi ini harus mencakup konsep kewirausahaan, strategi pemasaran online, dan studi kasus tentang situasi lokal dan industri 4.0.
2. Pilih Peserta: Dalam proses ini, siswa SMK yang memiliki minat dan potensi untuk menjadi wirausahawan dipilih untuk mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan.
3. Pelaksanaan Penyuluhan: Penyuluhan dilakukan dengan menghadirkan pakar kewirausahaan dan pemasaran online dengan cara yang interaktif dan partisipatif. Ini memungkinkan peserta untuk lebih memahami materi dan berinteraksi dengan baik.
4. Workshop Pelatihan: Setelah penyuluhan, siswa mengikuti workshop pelatihan yang memungkinkan mereka menerapkan ide-ide yang mereka pelajari dalam kehidupan nyata. Workshop ini mencakup analisis kasus, simulasi praktik pemasaran online, dan diskusi.
5. Penyuluhan dan Pendampingan: Setelah pelatihan dan penyuluhan, proses pembelajaran terus berlanjut. Sebagai langkah lanjutan, peserta memiliki kesempatan untuk mendapatkan mentoring dan pendampingan secara individu atau kelompok untuk membantu mereka mengembangkan ide-ide bisnis mereka dan memperdalam pemahaman mereka tentang konsep-konsep yang telah mereka pelajari.
6. Evaluasi dan Umpan Balik: Tahap terakhir melibatkan evaluasi kegiatan secara keseluruhan untuk mengetahui seberapa efektif dan seberapa besar dampaknya terhadap pemahaman dan keterampilan siswa dalam membangun jiwa entrepreneur. Komentar dari peserta juga dihargai untuk meningkatkan kualitas kegiatan di masa depan.

Dengan menggunakan metode ini, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat mendukung visi Making Indonesia 4.0 dan membentuk jiwa entrepreneur di kalangan siswa SMK. Salah satu dari tiga pilar Tridarma Perguruan Tinggi (pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat) adalah pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilakukan di luar kampus dan diselenggarakan oleh beberapa disiplin ilmu pada satu atau beberapa kampus.

Berdasarkan temuan yang telah dilakukan, masalah saat ini dapat digambarkan sebagai berikut, Hasilnya menunjukkan bahwa siswa SMK YAPPA Depok masih kekurangan pengetahuan tentang pemasaran online. Mereka juga kurang memahami strategi dan teknik pemasaran online. Mereka juga kurang memahami cara membuat website dengan googlesite sebagai media pemasaran. Mereka juga kurang memahami desain produk yang baik. Oleh karena itu, SMK YAPPA Depok dipilih sebagai lokasi untuk kegiatan penelitiannya.



Pilihan lokasi siswa SMK sebagai subjek kasus dilakukan dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

1. Keputusan untuk memilih siswa SMK didasarkan pada penelitian kami bahwa generasi milenial adalah sumber daya manusia yang paling penting untuk masa depan bangsa.
2. Anak milenial (SMK) sangat akrab dengan pengetahuan teknologi informasi.
3. Visi dan Misi SMK YAPPA DEPOK adalah untuk membentuk siswa yang berakhlak mulia, peduli terhadap sesama, dan berprestasi. Misi lainnya adalah untuk meningkatkan pemahaman agama, menumbuhkan akhlak mulia, menumbuhkan kepedulian sosial, mengatur pembelajaran dengan baik, dan meningkatkan semangat untuk berprestasi.
4. Sesuai dengan program pemerintah yang mendorong pengusaha.
5. Depok adalah area yang sedang berkembang yang menyambung ke Jakarta.



Gambar 1. menunjukkan lokasi dan keadaan gedung SMK Yappa di Depok, Jawa Barat.

SMK Yappa adalah sekolah menengah kejuruan yang berlokasi di Kota Depok, Jawa Barat. Berlokasi di Jalan Majelis No.79, Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat 16417, sekolah tersebut dikenal sebagai Sekolah Menengah Kejuruan Yappa. Yayasan Al-Raudhoh Kota Depok memimpin SMK YAPPA DEPOK. Kursus Administrasi Perkantoran ditawarkan di sekolah ini.

Adapun Visi SMK YAPPA DEPOK adalah mewujudkan Generasi Taqwa, Cerdas Terampil dan Mandiri, sedangkan Misinya adalah membentuk Akhlak Karimah, Sosial Islami, Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, berpotensi tinggi di bidang yang relevan dengan pasar kerja, ulet dan gigih dalam bekerja serta berdaya guna. Depok sebagai Daerah penyangga DKI Jakarta saat ini berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan Indonesia, terutama DKI Jakarta sebagai Ibu Kota Negara.

Visi dan misi SMK Depok sangat mendukung program pemerintah untuk menghadapi Era RI 4.0. Tujuannya adalah untuk menyiapkan anak-anak usia milenial, yang merupakan masa depan bangsa, sebagai penerus yang mandiri, tangguh, dan siap menghadapi perkembangan teknologi dengan takwa dan akhlak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil referensi beberapa kegiatan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat tersebut diatas maka dilaksanakanlah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di SMK Yappa Depok sebagai studi kasus. Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan selama 2 hari (4 sesi) per sesi ada 47 siswa, dan telah dihadiri 95% dari seluruh peserta yang diundang.

---

## Penyusunan Materi Penyuluhan

Penyusunan materi penyuluhan dimulai dengan tahap perencanaan yang melibatkan identifikasi kebutuhan peserta, penentuan topik, dan pengembangan materi yang relevan. Materi yang disusun mencakup konsep dasar pemasaran online, strategi digital marketing, dan teknik pengelolaan e-commerce. Proses ini melibatkan penelitian tentang tren terbaru dalam pemasaran online serta konsultasi dengan para ahli untuk memastikan bahwa materi yang disajikan akurat dan up-to-date. Materi disusun dalam bentuk presentasi, modul yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan peserta dan memfasilitasi proses belajar mereka.

Materi yang disajikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah,

1. Strategi Pemasaran Online (meningkatkan jiwa entrepreneur pada siswa)
  - a. Memberi gambaran tentang lapangan kerja setelah lulus
  - b. Memberi gambaran tentang bisnis dapat dilakukan mulai kapanpun
  - c. Memberi motivasi pada siswa tentang usaha bisnis
2. Desain Produk Kemasan Kekinian dan Ramah Lingkungan
  - a. Memberi gambaran tentang manfaat desain kemasan
  - b. Memberi gambaran tentang adanya bahan-bahan kemasan kekinian dan ramah lingkungan
  - c. Memberi gambaran tentang variasi dari kemasan produk
3. Pembuatan Website dengan google site
  - a. Memberi penyuluhan tentang Website dengan Google site sebagai market place penjualan produk
  - b. Siswa mencoba praktik

## Identifikasi Peserta

Identifikasi peserta dilakukan dengan merancang kriteria seleksi yang mencakup aspek akademik, motivasi, dan minat siswa dalam kewirausahaan dan pemasaran online. Proses identifikasi melibatkan penyebaran formulir pendaftaran, pemilihan peserta berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, serta pemilihan siswa dengan potensi dan komitmen tinggi. Peserta yang terpilih adalah siswa SMK yang menunjukkan minat kuat dalam kewirausahaan serta memiliki motivasi untuk belajar tentang pemasaran online. Proses ini menghasilkan kelompok peserta yang beragam, namun semuanya memiliki potensi untuk mengembangkan jiwa entrepreneur mereka. Identifikasi dan seleksi siswa dengan kriteria yang telah ditentukan diserahkan ke pihak sekolah.

## Pelaksanaan Penyuluhan

Pelaksanaan penyuluhan dimulai dengan pembukaan yang dihadiri oleh pihak sekolah, peserta, dan tim penyuluh dari akademisi dari berbagai disiplin ilmu terkait dengan topik. Pembukaan acara yang diikuti penyerahan plakat dari kampus ke pihak sekolah SMK Yappa Depok, seperti yang terlihat pada Gambar 2. Penyuluhan mencakup penyampaian materi secara interaktif oleh ahli pemasaran online dan kewirausahaan, meliputi dasar-dasar pemasaran online, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan toko online. Setiap sesi dilengkapi dengan tanya jawab dan diskusi kelompok untuk meningkatkan pemahaman peserta. Kegiatan praktik dilakukan untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Evaluasi dilakukan melalui kuis dan lembar evaluasi, dan program ditutup dengan penyerahan sertifikat dan kata penutup dari ketua tim penyuluh.





Gambar 2. Sambutan dan Penyerahan Plakat dari UPI YAI ke SMK Yappa

### **Workshop atau Pelatihan**

Workshop atau pelatihan diselenggarakan dengan persiapan yang matang, mencakup penyusunan jadwal dan materi yang relevan serta mengundang narasumber berpengalaman. Materi disampaikan secara interaktif melalui presentasi, demonstrasi, dan studi kasus, meliputi topik seperti pembuatan konten digital, strategi pemasaran media sosial, dan pengelolaan e-commerce, seperti yang terlihat pada Gambar 3. Peserta terlibat dalam kegiatan praktik dan simulasi untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Evaluasi dilakukan melalui kuis dan penilaian tugas praktik, serta umpan balik dikumpulkan dari peserta untuk mengetahui kepuasan dan manfaat yang diperoleh. Workshop ditutup dengan sesi refleksi dan penyerahan sertifikat kepada peserta.



Gambar 3. Penyuluhan dan Pendampingan Praktek Materi Penyuluhan

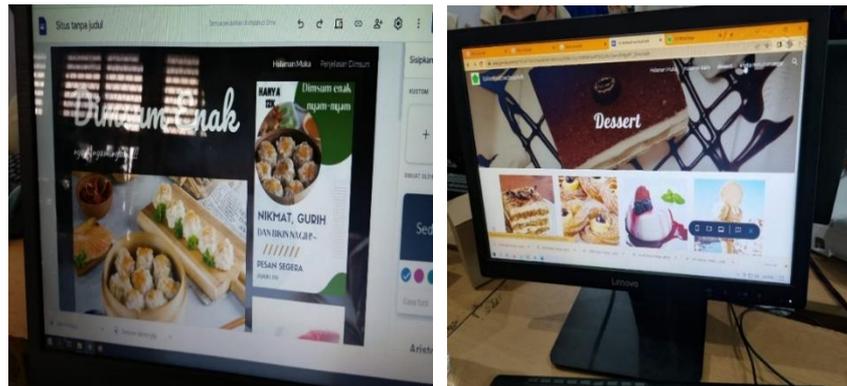
### **Mentoring dan Pendampingan**

Mentoring dan pendampingan dilaksanakan dengan memilih mentor yang berpengalaman dalam pemasaran online dan kewirausahaan. Program mentoring dirancang terstruktur, dengan jadwal pertemuan rutin dan topik yang relevan. Pendampingan dilakukan secara individual dan kelompok, memungkinkan bimbingan personal dan kolaborasi antar peserta. Mentor memberikan tugas praktis, seperti membuat rencana bisnis dan strategi pemasaran, dan melakukan evaluasi berkala untuk memantau kemajuan peserta, seperti yang terlihat pada Gambar 4. Monitoring terus-menerus dan dukungan berkelanjutan diberikan untuk memastikan peserta mencapai tujuan mereka dan mengatasi tantangan yang dihadapi.



Gambar 4. Beberapa Desain Produk Siswa dalam proses pelatihan

Produk karya yang telah dihasilkan oleh siswa kemudian dinilai dengan kriteria penilaian dari aspek pemahaman teori, kreativitas siswa, kecepatan pembuatan, kualitas dari finishingnya, dan antusias siswa. Produk karya siswa yang telah dihasilkan sebanyak 80% selesai, kemudian dipilih 5 terbaik untuk diberi apresiasi/ penghargaan, seperti yang terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Beberapa Desain Produk Siswa yang terbaik dan mendapatkan apresiasi

### Evaluasi dan Umpan Balik

Evaluasi dan umpan balik dalam program pengabdian ini dilaksanakan melalui pengembangan instrumen evaluasi yang komprehensif, termasuk kuis, lembar penilaian, survei, dan wawancara. Evaluasi dilakukan pada beberapa tahap, mulai dari sebelum program, selama pelaksanaan, hingga setelah program selesai, untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan peserta serta efektivitas program. Umpan balik dikumpulkan dari peserta, mentor, narasumber, dan pihak sekolah, memberikan gambaran lengkap tentang kualitas materi, efektivitas penyampaian, dan manfaat praktis dari program. Data yang diperoleh dianalisis untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program, dan hasilnya disusun dalam laporan evaluasi yang mencakup temuan utama, rekomendasi perbaikan, dan rencana tindak lanjut.



Gambar 6. Tim Nara Sumber dan Pihak SMK beserta para Pemenang Desain

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup dampak dan perubahan yang terjadi pada siswa SMK setelah mengikuti strategi penyuluhan dan pelatihan dalam membangun jiwa entrepreneur melalui pemasaran online. Setelah acara selesai ditutup dengan acara foto bersama yaitu Para Nara Sumber, Pihak Sekolah dan para siswa pemenang Loma Desain Grafis, seperti yang terlihat pada Gambar 6.

Berikut adalah uraian dari hasil kegiatan tersebut:

- a. Peningkatan Pemahaman tentang Kewirausahaan: Salah satu hasil yang signifikan dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman siswa SMK tentang konsep dan pentingnya kewirausahaan. Melalui penyuluhan dan diskusi interaktif, siswa diberikan wawasan yang lebih baik tentang karakteristik seorang entrepreneur, pentingnya inovasi, serta strategi untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis.
- b. Penguasaan Strategi Pemasaran Online: Setelah mengikuti pelatihan, siswa SMK menjadi lebih terampil dalam menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk atau jasa. Mereka memahami konsep-konsep dasar pemasaran online seperti branding, media sosial, SEO, dan pengelolaan konten, serta mampu mengaplikasikannya dalam konteks bisnis yang relevan.
- c. Pengembangan Keterampilan Praktis: Workshop pelatihan memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam mengelola bisnis online. Melalui studi kasus dan simulasi, mereka belajar untuk merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran, menganalisis data, dan mengambil keputusan bisnis yang tepat.
- d. Peningkatan Rasa Percaya Diri: Proses pembelajaran yang interaktif dan mendalam membantu meningkatkan rasa percaya diri siswa dalam menghadapi tantangan-tantangan baru dalam dunia bisnis. Mereka menjadi lebih berani untuk bereksperimen, mengambil risiko, dan mengembangkan ide-ide kreatif yang dapat menjadi dasar untuk memulai usaha mereka sendiri.
- e. Motivasi untuk Berwirausaha: Salah satu hasil yang paling berharga dari kegiatan ini adalah peningkatan motivasi siswa untuk mengejar karir sebagai entrepreneur. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang potensi dan peluang dalam bisnis online, banyak siswa menjadi termotivasi untuk menjalankan usaha mereka sendiri atau berkontribusi dalam pengembangan bisnis keluarga.
- f. Pengakuan dari Masyarakat Sekitar: Hasil kegiatan ini juga tercermin dari pengakuan yang diberikan oleh masyarakat sekitar terhadap perubahan positif yang terjadi pada siswa SMK. Masyarakat mengamati peningkatan dalam keterampilan dan sikap siswa, serta kontribusi mereka dalam memajukan ekonomi lokal melalui inisiatif bisnis yang dihasilkan.

Dengan demikian, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa strategi penyuluhan dan pelatihan bagi siswa SMK dalam membangun jiwa entrepreneur melalui pemasaran online memiliki dampak yang

---

positif dan signifikan dalam mempersiapkan generasi muda Indonesia menghadapi era Making Indonesia 4.0.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan topik penyuluhan dan pelatihan yang berisi materi tentang Strategi Pemasaran Online, Disain Produk Kemasan Kekinian dan Ramah Lingkungan, dan Pembuatan Website dengan google site, kemudian dilanjutkan dengan praktek oleh masing-masing siswa untuk menghasilkan produk. Pengamatan Tim penulis dari hasil pelaksanaan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut

1. Siswa sangat tertarik dan ingin selalu mencoba mengembangkan kreativitasnya sesuai dengan kemampuan mereka dalam pengetahuan IT.
2. Siswa tidak puas dengan yang mereka kerjakan sampai dengan tahap kegiatan ini selesai, mereka ingin mencoba lagi di rumah. Hal ini terlihat dari saat acara selesai para siswa masih asyik dengan hasil produknya masing-masing.
3. Untuk pemahaman tentang kewirausahaan yang bagi para siswa masih baru, materi ini sangat bermanfaat dan menjadi bekal mereka nanti saat berwirausaha.
4. Pengalaman dari Tim Penulis, kegiatan yang telah dilaksanakan sebelumnya sangat bermanfaat untuk mengembangkan kegiatan di SMK Depok ini
5. Pada tahap terakhir kami menyebarkan kuesioner yang hasilnya antara lain sebagai berikut, Pemahaman dasar tentang website dan google site pada dasarnya siswa sudah mengetahui, namun bagaimana cara mengakses, cara menggunakan website, apa keuntungan dengan menggunakan website dan lain-lain secara lebih detail belum memahami. Setelah adanya pelatihan dan penyuluhan ini siswa (peserta kegiatan) dapat memahami dengan gamblang.

Saran dari Tim Penulis adalah, dengan memperhatikan antusias peserta yang cukup besar dalam mengikuti kegiatan ini, maka disarankan kegiatan seperti ini perlu dilaksanakan pada SMK dan sejenisnya di wilayah lain lingkup Jabodetabek.

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan judul "Strategi Penyuluhan dan Pelatihan bagi Siswa SMK: Membangun Jiwa Entrepreneur melalui Pemasaran Online dalam Era Making Indonesia 4.0", dapat disimpulkan bahwa tujuan pelaksanaan kegiatan telah tercapai dengan baik. Melalui pendekatan penyuluhan dan pelatihan yang difokuskan pada pengembangan kewirausahaan di kalangan siswa SMK, beberapa hal penting telah terwujud:

1. Terjadi peningkatan pemahaman siswa tentang konsep kewirausahaan dan strategi pemasaran online. Materi penyuluhan dan workshop pelatihan telah memberikan wawasan yang lebih baik tentang karakteristik seorang entrepreneur serta penggunaan teknologi digital dalam memasarkan produk atau jasa.
2. Siswa SMK berhasil menguasai keterampilan praktis dalam mengelola bisnis online. Mereka tidak hanya memahami konsep-konsep pemasaran online, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam konteks bisnis nyata, mulai dari perencanaan strategi hingga analisis data.
3. Kegiatan ini telah membantu meningkatkan rasa percaya diri siswa dalam menghadapi tantangan dalam dunia bisnis. Dengan pemahaman dan keterampilan yang lebih baik, mereka menjadi lebih berani untuk mengambil risiko dan mengembangkan ide-ide kreatif mereka.
4. Terjadi peningkatan motivasi siswa untuk mengejar karir sebagai entrepreneur. Banyak siswa yang termotivasi untuk memulai usaha mereka sendiri atau berkontribusi dalam pengembangan bisnis keluarga setelah mengikuti kegiatan ini.

---

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua yang telah ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Strategi Penyuluhan dan Pelatihan bagi Siswa SMK: "Membangun Jiwa Entrepreneur melalui Pemasaran Online dalam Era Making Indonesia 4.0". Ucapan ini disampaikan kepada:

- a. Pimpinan Sekolah dan Guru-guru yang telah memberikan tempat, waktu dan fasilitas yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan ini
- b. Para Siswa yang telah mengikuti dan merasakan manfaat dari kegiatan ini
- c. Pihak lainnya yang belum disebutkan diatas, yang telah ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini baik secara langsung maupun tidak langsung

## DAFTAR PUSTAKA

- Adri, M., Hanesman, H., Sriwahyuni, T. i., & Almasri, A. (2019). Digital Marketing sebagai Metoda Alternatif Wirausaha Bagi Mahasiswa di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 12(2), 69–77. <https://doi.org/10.24036/tip.v12i2.241>
- Alfiah, L. N., Rokhim, D. A., & Wulandari, I. A. I. (2020). Perbedaan Minat Berwirausaha Berdasarkan Jenis Kelamin Mahasiswa. In *Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan* 3(3), <https://doi.org/10.17977/um027v3i32020p208>
- Budilaksono, S., Oisina, I. V., & Kencana, W. H. (2021). Aplikasi Pengelolaan Tabungan Sampah dan Pemasaran Produk Bank Sampah. *Jurnal Ikraith-Abdimas*, 4(3), 271–276.
- Budilaksono, S., Trisnawati, N., Effendi, M. S., & Komsiah, S. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Ibu-ibu PKK dan Posyandu Darurat Bencana untuk Pengadaan Sanitasi Air Bersih dan Makanan Bergizi untuk Meringankan Penderitaan Korban Bencana Alam di Tempat Pengungsian Pemberian atau Penyediaan Makanan Darurat . Melihat kondisi. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(3), 804–813.
- Dewi, E. P., & Sujatini, S. (2020). Pemilihan dan Penataan Ruang Usaha Mikro dan Kecil ( UMK ) Warung Makan pada Rumah Tinggal di Hunian Padat. *IKRAITH-TEKNOLOGI*, 4(2), 8–19.
- Dewi, E. P., Sujatini, S., & Henni, H. (2022). Pendampingan dalam Penataan Ruang Usaha Kuliner pada Rumah Tinggal di Hunian Padat Kelurahan Paseban, Jakarta Pusat. *Ikra-lth Abdimas*, 5(1), 31–40.
- Euis, P., Siti, S., Henni. (2020). Program Kewirausahaan Terpadu ( Pkt ) dalam Rangka Penumbuhan Industri Baru di Hunian. *Ikraith Abdimas*, 3(1), 107–113.
- Marhawati, A., Azizah., Erwina., & Raflianto. (2023). E-commerce dan Startup: Wujud Inovasi Keberlanjutan Bisnis di Era Industri 4.0. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(1), 34–40. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i1.16>
- Purnomo, S., & Triyono, M. B. (2018). Efektifitas *Technopreneurship* dengan Model Pembelajaran Cooperative Learning by Technopreneur For SMK untuk Siswa di SMK. *Taman Vokasi*, 6(1), 120. <https://doi.org/10.30738/jtvok.v6i1.2972>
- Sirait, E., & Setyoningrum, A. A. D. (2022). Hubungan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Maritim di Masa Pandemi Covid 19. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 3011–3015. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.796>
- Sitti Wardiningsih, Siti Sujatini, E. P. D. (2019). Mewarnai Gambar sebagai Salah Satu Upaya untuk Menanamkan Cinta Alam dan Lingkungan pada Usia Dini. *Jurnal Comunita Servizio*, 1(1), 37–49.
- Sovitriana, R., Budilaksono, S., Trinawati, N., & Maulana, A. (2024). Sosialisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Pada Ibu-ibu UMKM dan PKK di Kelurahan Cisarua Kota Sukabumi. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(1), 219–227. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i1.3953>
- Sujatini, S., Dewi, E. P., & Henni. (2020). Penyuluhan dalam Mewujudkan Rumah dan Lingkungan Tetap



- 
- Sehat dengan Kehadiran Rumah Tinggal Usaha. *Ikraith-Abdimas*, 3(3), 55–65.
- Sujatini, S., Dinariana, D., Dewi, E. P., & Suryani, F. (2023). Pendampingan Penyediaan Mandi Cuci Kakus (MCK) Bagi Masyarakat Korban Gempa di Desa Nagrak Cianjur. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 52–62. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i1.2090>
- Sumarno, S., & Gimin, G. (2019). Analisis Konseptual Teoretik Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Solusi Dampak Era Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 1. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.12557>
- Suparyana, P. K., Sukanteri, N. P., & Septiadi, D. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Produksi Kue pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali. *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), 46. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i1.844>
- Tafonao, T. (2020). Pendidikan Kewirausahaan Bagi Warga Gereja Di Era Digital. *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen*, 2(1), 127–146. <https://doi.org/10.35909/visiodei.v2i1.81>
- Wanto, A., Okprana, H., & Nasution, R. A. (2022). PkM Kelompok SMK dalam Pemanfaatan Digital Art untuk Membentuk Manajemen Kewirausahaan di Simalungun. *Jurnal Tunas*, 4(1), 25–37.

