



PENINGKATAN KOMPETENSI DIGITAL MARKETING SISWA SMK MELALUI MODEL WORKSHOP BERBASIS PRAKTIK PADA SMKN 1 BARRU

Aris Baharuddin

Universitas Negeri Makassar

Mochtar Luthfi M

Universitas Islam Makassar

Syarifuddin

Universitas Negeri Makassar

Fatimah Akbal

Universitas Negeri Makassar

Andhi Febisatria

Universitas Negeri Makassar

Alamat: JL. A.P Pettarani, Gunung Sari, Kecamatan Rapoccini, Kota Makassar

korespondensi : aris.baharuddin@unm.ac.id

Abstract. The rapid development of digital technology has transformed marketing practices and increased the need for adaptive digital marketing competencies among vocational students. SMKN 1 Barru faces challenges such as low practical digital literacy and limited structured training. The Entrepreneurship and Digital Marketing Training Program was designed to strengthen students' skills in content creation, digital media management, and basic business planning. The results indicate improvements in students' digital promotion abilities, creativity, and job readiness. The program also contributes to enhancing the school's entrepreneurship ecosystem and supporting local economic empowerment through digital-based initiatives.

Keywords: digital marketing, entrepreneurship, vocational training, digital content, vocational students.

Abstrak. Perkembangan teknologi digital mengubah pola pemasaran dan menuntut siswa SMK memiliki kompetensi digital marketing yang lebih adaptif. SMKN 1 Baru menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi digital praktis dan minimnya pelatihan terstruktur. Program Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing dirancang untuk memperkuat kemampuan siswa dalam pembuatan konten, pengelolaan media digital, serta perumusan ide bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan promosi digital, kreativitas, dan kesiapan kerja siswa. Program ini turut berkontribusi pada penguatan ekosistem kewirausahaan sekolah dan potensi pemberdayaan ekonomi lokal.

Kata Kunci: digital marketing, kewirausahaan, pelatihan vokasi, konten digital, SMK

PENDAHULUAN

Perubahan besar pada lanskap pemasaran berlangsung cepat seiring kemajuan teknologi digital dalam lima tahun terakhir. Kemunculan berbagai platform digital menghasilkan pola promosi yang lebih efisien, terukur, dan mampu mencakup wilayah pasar yang lebih luas dibandingkan pendekatan konvensional. Arrezqi (2022) menekankan bahwa digital marketing telah menjadi poros utama strategi pemasaran modern karena perannya yang signifikan dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha pada periode pascapandemi, khususnya bagi sektor usaha kecil dan menengah. Kamil

(2022) juga menegaskan bahwa penerapan teknik pemasaran digital secara bertahap dan terstruktur mampu memperkuat literasi digital sekaligus meningkatkan hasil penjualan.

Kebutuhan akan kompetensi pemasaran digital semakin menonjol pada ranah pendidikan vokasi, terutama di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang bertujuan melahirkan lulusan siap bersaing di era industri 4.0. Arah pengembangan kurikulum SMK saat ini menitikberatkan pada kemampuan berbasis teknologi, termasuk sertifikasi digital marketing dan penguatan aspek kewirausahaan. Digimind (2024) mengungkapkan bahwa penyelarasan kurikulum tersebut difokuskan pada integrasi kompetensi pemasaran digital sebagai bentuk respons terhadap kebutuhan tenaga kerja yang lebih adaptif terhadap perkembangan industri. Pernyataan tersebut memperlihatkan pentingnya kemampuan siswa dalam mengoperasikan berbagai media digital untuk kepentingan promosi secara efektif.

Penguatan jiwa kewirausahaan juga menjadi salah satu komponen utama dalam pendidikan vokasi. Model pembelajaran berbasis praktik mendorong siswa untuk mampu merancang, mengelola, dan mengevaluasi usaha sederhana. Isma et al. (2022) menemukan bahwa pengalaman pelatihan kewirausahaan yang bersifat praktik memberikan dampak nyata terhadap peningkatan karakter dan minat berwirausaha peserta didik. Aryati (2023) menunjukkan hasil serupa dengan menegaskan bahwa metode pelatihan yang aplikatif membantu siswa memperdalam pemahaman mengenai perumusan ide bisnis serta alur manajemen usaha secara menyeluruh.

Keterampilan digital marketing semakin penting bagi siswa seiring meningkatnya kebutuhan pasar terhadap tenaga kerja yang menguasai teknologi promosi. Kegiatan pelatihan yang memanfaatkan praktik langsung seperti pembuatan konten visual, manajemen media sosial, dan pemanfaatan marketplace memberikan kontribusi signifikan terhadap kompetensi siswa di bidang pemasaran digital. Masuk (2024) menyatakan bahwa penggunaan aplikasi desain digital dalam pelatihan konten visual mempermudah peserta dalam memahami teknik promosi secara kreatif. Mendorfa (2025) menambahkan bahwa peningkatan keterampilan digital marketing di SMK berkaitan erat dengan kesiapan kerja siswa di sektor pemasaran.

SMKN 1 Barru di Sulawesi Selatan merupakan salah satu satuan pendidikan yang memiliki kompetensi keahlian yang relevan, antara lain Bisnis Daring dan Pemasaran, Multimedia, serta Teknik Komputer dan Jaringan. Berdasarkan Profil SMKN 1 Barru (2025), sekolah ini telah membangun kolaborasi aktif dengan dunia usaha dan dunia industri serta menerapkan konsep teaching factory dalam kegiatan belajar. Informasi dari Referensi Kemendikdasmen (2025) menunjukkan bahwa sekolah ini memiliki jumlah peserta didik yang cukup besar sekaligus potensi pengembangan kewirausahaan yang kuat.

Berbagai hambatan masih ditemui dalam pelaksanaan kewirausahaan dan digital marketing di lingkungan sekolah. Rahmawati (2025) mengidentifikasi rendahnya literasi digital praktis dan keterbatasan pendampingan langsung dalam pemasaran daring sebagai faktor yang menghambat perkembangan kompetensi siswa. Tanuwijaya (2024) menjelaskan bahwa ketiadaan pelatihan yang terstruktur menyebabkan siswa kesulitan

membangun keterampilan digital marketing secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya intervensi berupa pelatihan intensif yang dirancang untuk memperkuat kemampuan siswa dalam kewirausahaan dan pemasaran digital.

Program Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing di SMKN 1 Barru menjadi upaya yang tepat mengingat kebutuhan sekolah dalam memperluas kompetensi siswa. Program ini berorientasi pada penguasaan konsep dasar bisnis, peningkatan kreativitas dalam pembuatan konten digital, serta penerapan strategi pemasaran melalui berbagai kanal digital. Purnama Sari et al. (2025) menyebutkan bahwa pelatihan yang mengombinasikan kewirausahaan dan pemasaran digital memberikan dampak positif dalam mendukung hilirisasi produk teaching factory serta meningkatkan kemampuan promosi bagi siswa maupun guru.

Kegiatan pengabdian ini memiliki potensi untuk tidak hanya memperkuat kemampuan siswa dalam bidang digital, tetapi juga memberi kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi lokal melalui pemberdayaan siswa dalam menciptakan peluang usaha berbasis teknologi digital.

METODE PELAKSANAAN

Sasaran Kegiatan

Sasaran program pengabdian ini mencakup siswa-siswi serta guru SMKN 1 Barru, Sulawesi Selatan. Siswa diposisikan sebagai kelompok utama karena mereka memerlukan penguatan kompetensi kewirausahaan dan pemasaran digital sebagai bekal menghadapi dinamika dunia kerja maupun peluang usaha mandiri. Guru berperan sebagai sasaran pendamping yang mendukung keberlanjutan program melalui integrasi materi pelatihan ke dalam kegiatan pembelajaran. Keterlibatan kedua kelompok ini memberikan peluang terciptanya penguatan kompetensi vokasi yang lebih merata dan berkelanjutan di lingkungan sekolah.

Desain Kegiatan

Desain kegiatan memadukan pendekatan workshop dan pendampingan terstruktur. Workshop digunakan sebagai strategi untuk menyampaikan materi inti sekaligus memberikan ruang praktik langsung bagi peserta. Setiap sesi diarahkan agar peserta terlibat aktif melalui diskusi, demonstrasi, dan penugasan praktik. Pendampingan dilaksanakan setelah kegiatan inti sebagai upaya memperdalam pemahaman dan memastikan keterampilan yang telah dipelajari dapat diterapkan secara konsisten. Pola pelaksanaan ini memungkinkan peserta memperoleh pengalaman belajar yang komprehensif melalui kombinasi teori dan praktik berkelanjutan.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi bersama pihak sekolah untuk menyelaraskan tujuan, target capaian, dan kebutuhan teknis pelaksanaan. Proses identifikasi kebutuhan peserta dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman

awal terkait kewirausahaan dan digital marketing sebagai dasar penyusunan materi pelatihan. Modul pelatihan dirancang agar sesuai dengan karakteristik peserta, meliputi konsep dasar kewirausahaan, penyusunan ide bisnis sederhana, dasar-dasar pemasaran digital, serta teknik produksi konten promosi. Tahap ini ditutup dengan penyiapan sarana pendukung seperti perangkat komputer, jaringan internet, dan fasilitas ruang workshop.

Tahap Pelaksanaan Workshop

Pelaksanaan workshop berlangsung secara tatap muka dengan pendekatan pembelajaran yang aplikatif dan partisipatif. Materi kewirausahaan disampaikan melalui penjelasan konsep dasar, pengenalan peluang usaha, serta latihan menyusun ide bisnis yang mudah dipahami oleh siswa. Materi digital marketing diarahkan pada pengenalan berbagai platform digital, pemahaman strategi pemasaran, serta latihan pembuatan konten digital menggunakan perangkat yang umum digunakan. Peserta menghasilkan konten promosi dan rancangan bisnis sederhana sebagai bentuk implementasi langsung dari materi pelatihan. Pelaksanaan workshop menggabungkan ceramah interaktif, demonstrasi, diskusi kelompok, dan praktik sehingga peserta mampu menguasai konsep dan teknik secara menyeluruh.

Tahap Pendampingan Pelatihan

Pendampingan diberikan untuk memperkuat keterampilan peserta setelah mengikuti workshop. Fasilitator memberikan bimbingan teknis terkait penyempurnaan ide bisnis, perbaikan konten digital, dan simulasi penggunaan media sosial untuk pemasaran. Peserta diberi kesempatan mengembangkan rencana usaha dan konten secara mandiri, sementara fasilitator memastikan kualitas hasil melalui arahan yang terstruktur. Guru memperoleh pendampingan tambahan untuk mengintegrasikan materi pelatihan ke dalam pembelajaran sehingga program dapat memberikan dampak jangka panjang bagi peningkatan kompetensi digital marketing dan kewirausahaan di sekolah.

Evaluasi dan Indikator Keberhasilan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur capaian kompetensi peserta terhadap materi yang diberikan. Pengukuran dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pemahaman, disertai penilaian terhadap hasil praktik berupa konten digital dan proposal ide bisnis. Tingkat keterlibatan peserta menjadi indikator tambahan untuk menilai efektivitas pelaksanaan workshop dan pendampingan. Pengumpulan umpan balik dilakukan untuk mengetahui relevansi dan kualitas materi yang disampaikan. Indikator keberhasilan kegiatan mencakup peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep kewirausahaan, kemampuan menghasilkan konten digital yang sesuai tujuan promosi, kemampuan menyusun ide bisnis secara mandiri, serta

meningkatnya kesiapan guru dalam menerapkan materi pelatihan ke dalam proses pembelajaran.

HASIL

Penyelenggaraan program memberi dampak langsung pada peningkatan kemampuan peserta dalam memahami fondasi kewirausahaan serta praktik pemasaran digital. Peserta didik menunjukkan kecakapan menghasilkan rancangan ide usaha sederhana yang bersumber dari potensi sekitar mereka. Keterampilan merancang materi promosi digital juga terlihat semakin terstruktur. Tenaga pendidik memperlihatkan kesiapan mengadopsi isi pelatihan sebagai bagian dari kegiatan belajar sehingga kontinuitas program tetap terpelihara.

Rangkaian workshop menghasilkan sejumlah keluaran berupa konsep awal ide usaha, desain konten digital, dan rancangan strategi promosi yang mudah diimplementasikan. Fase pendampingan memperlihatkan peningkatan mutu hasil kerja peserta karena mereka mampu mengaitkan materi teoretis dengan kebutuhan promosi yang sedang berkembang. Keterlibatan siswa dalam proses ini menumbuhkan minat baru untuk mengoptimalkan media digital sebagai saluran kreatif dan peluang usaha. Berikut ini disajikan beberapa dokumentasi kegiatan workshop pelatihan kewirausahaan dan digital marketing



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Hasil evaluasi menunjukkan perkembangan signifikan terhadap pemahaman peserta mengenai prinsip kewirausahaan, tahapan penyusunan ide usaha, serta teknik penyusunan konten pemasaran. Penilaian terhadap produk digital memperlihatkan peningkatan kemampuan peserta dalam mengoperasikan media sosial secara lebih terarah, mulai dari pengaturan format hingga penyusunan pesan promosi yang tepat sasaran. Guru memperoleh pemahaman tambahan terkait strategi pembelajaran kewirausahaan dan digital marketing yang dapat diterapkan secara langsung.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan memperlihatkan bahwa metode workshop berbasis praktik mampu menciptakan keterlibatan peserta pada tingkat yang tinggi, sejalan dengan temuan bahwa pembelajaran berbasis praktik meningkatkan fokus dan responsivitas peserta didik (Suharto, 2021). Model pembelajaran interaktif memperoleh respons positif karena peserta dapat menguji langsung pengetahuan yang mereka terima, suatu karakteristik yang dianggap efektif dalam lingkungan pendidikan vokasi (Handayani, 2023). Pendekatan praktik terbukti memiliki daya efektifitas besar dalam memperkuat literasi digital serta kompetensi kewirausahaan remaja sebagaimana dicatat dalam kajian mengenai pembelajaran vokasional berbasis teknologi (Munir, 2022). Efektivitas tersebut juga didukung oleh penggunaan metode praktik langsung yang terbukti mempercepat retensi pemahaman siswa (Arianto, 2024).

Rancangan pendampingan menjadi faktor penguatan yang memastikan hasil workshop dapat berkembang, konsisten dengan pendapat bahwa bimbingan berkelanjutan berperan besar terhadap kualitas pembelajaran vokasi (Rahmadani, 2022). Peserta menerima umpan balik spesifik terkait karya mereka sehingga pemahaman konsep kewirausahaan tumbuh lebih cepat sebagaimana dijelaskan dalam kajian tentang feedback terstruktur dalam pendidikan kewirausahaan (Lestari, 2023). Proses revisi dan pembimbingan terarah membangun rasa percaya diri sekaligus meningkatkan kemampuan analitis peserta dalam mengevaluasi kualitas konten dan kelayakan ide usaha, sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis evaluasi meningkatkan kemampuan reflektif siswa (Putra, 2024).

Keterlibatan guru dalam kegiatan pendampingan memberikan nilai strategis bagi keberlanjutan program, sesuai temuan mengenai peran guru sebagai fasilitator inovasi pembelajaran vokasional (Wijaya, 2021). Guru menunjukkan kemampuan menyesuaikan materi pelatihan dengan kebutuhan pembelajaran kelas sehingga siswa memperoleh pengalaman belajar yang berkesinambungan, sejalan dengan studi terbaru tentang adaptasi guru terhadap pembelajaran digital (Nurfadilah, 2024). Peran ini mendukung penguatan kompetensi vokasional yang relevan dengan karakter pembelajaran modern, terutama pada ranah pemasaran digital yang terus berkembang (Hakim, 2022).

Kegiatan pelatihan menegaskan pentingnya penguasaan literasi digital bagi siswa SMK dalam menghadapi persaingan dunia kerja yang semakin kompetitif sebagaimana ditunjukkan dalam laporan tren kompetensi industri (Pratama, 2023). Produksi konten promosi menjadi keterampilan dasar yang berkaitan erat dengan penerapan strategi

pemasaran masa kini dan dipandang sebagai salah satu kemampuan wajib dalam dunia pemasaran digital (Sari, 2025). Peserta memperlihatkan peningkatan kemampuan menyusun visual dan pesan promosi secara lebih terarah setelah menjalani praktik intensif yang selaras dengan hasil penelitian terkait efektivitas pelatihan desain konten digital (Ningsih, 2024).

Capaian program secara keseluruhan menegaskan bahwa integrasi teori dan praktik yang dilakukan secara konsisten memberikan hasil signifikan bagi peningkatan kapasitas siswa maupun guru sebagaimana dijelaskan dalam kajian pendidikan vokasi berbasis kompetensi (Hidayat, 2021). Program ini terbukti memperkuat pemahaman materi, kualitas karya, dan kesiapan guru dalam menerapkan pembelajaran berbasis digital marketing dan kewirausahaan pada kegiatan kelas, sebuah temuan yang menguatkan penelitian mengenai efektivitas pelatihan terpadu di lingkungan SMK (Kusuma, 2025).

DAFTAR PUSTAKA

- Arentzi, A. (2022). *Digital marketing sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM pascapandemi*. Jurnal Pemasaran Digital, 4(2), 112–124.
- Arianto, F. (2024). *Efektivitas metode praktik langsung dalam meningkatkan retensi pembelajaran siswa SMK*. Jurnal Pendidikan Terapan, 9(1), 44–57.
- Aryati, N. (2023). *Pelatihan kewirausahaan berbasis praktik dalam meningkatkan kompetensi siswa SMK*. Jurnal Pendidikan Vokasi, 7(1), 55–67.
- Digimind. (2024). *Digital marketing curriculum alignment for vocational education*. Digimind Research Report.
- Handayani, S. (2023). *Model pembelajaran interaktif pada pendidikan vokasional era digital*. Jurnal Inovasi Pembelajaran, 7(2), 120–133.
- Hakim, R. (2022). *Perkembangan kompetensi pemasaran digital dalam pembelajaran vokasi*. Jurnal Pemasaran Modern, 5(3), 87–99.
- Hidayat, A. (2021). *Pendidikan vokasi berbasis kompetensi pada era industri 4.0*. Jurnal Pendidikan dan Teknologi, 6(2), 100–112.
- Isma, R., Putri, N., & Liano, S. (2022). *Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap karakter dan minat berwirausaha siswa*. Jurnal Kewirausahaan Terapan, 5(3), 201–214.
- Kamil, M. (2022). *Penerapan strategi pemasaran digital dalam peningkatan literasi digital dan penjualan UMKM*. Jurnal Teknologi dan Bisnis, 6(1), 33–47.
- Kemendikdasmen. (2025). *Referensi data pendidikan menengah kejuruan tahun 2025*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Kusuma, D. (2025). *Efektivitas pelatihan terpadu dalam peningkatan kompetensi guru SMK*. Jurnal Profesi Pendidik, 10(1), 15–26.
- Lestari, W. (2023). *Peran umpan balik terstruktur dalam pembelajaran kewirausahaan siswa*. Jurnal Kewirausahaan Pendidikan, 8(1), 55–68.
- Masuk, A. (2024). *Penggunaan aplikasi desain digital dalam pelatihan pembuatan konten visual bagi siswa*. Jurnal Media Kreatif, 3(2), 88–97.

- Mendrofa, Y. (2025). *Keterampilan digital marketing dan kesiapan kerja siswa SMK*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 9(1), 45–59.
- Munir, M. (2022). *Pembelajaran vokasional berbasis teknologi dan dampaknya pada literasi digital siswa*. Jurnal Teknologi Pendidikan, 12(3), 233–245.
- Ningsih, T. (2024). *Efektivitas pelatihan desain konten digital dalam meningkatkan keterampilan promosi siswa SMK*. Jurnal Media Kreatif, 8(1), 91–105.
- Nurfadilah, L. (2024). *Adaptasi guru terhadap pembelajaran digital dalam pendidikan menengah kejuruan*. Jurnal Transformasi Pendidikan, 5(1), 44–59.
- Pratama, Y. (2023). *Tren kompetensi industri dan kebutuhan tenaga kerja digital*. Jurnal Ekonomi dan Industri, 11(2), 140–152.
- Profil SMKN 1 Barru. (2025). *Profil sekolah SMKN 1 Barru tahun 2025*. SMKN 1 Barru.
- Purnama Sari, D., Hasan, R., & Wibowo, A. (2025). *Integrasi pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital dalam penguatan teaching factory*. Jurnal Pengabdian Vokasi, 4(1), 15–28.
- Putra, A. (2024). *Pembelajaran berbasis evaluasi sebagai strategi peningkatan kemampuan analitis siswa*. Jurnal Evaluasi Pendidikan, 9(2), 78–92.
- Rahmadani, F. (2022). *Peran pendampingan berkelanjutan dalam pembelajaran vokasi*. Jurnal Pendidikan Kejuruan, 4(3), 110–123.
- Rahmawati, S. (2025). *Tantangan literasi digital praktis di sekolah menengah kejuruan*. Jurnal Pendidikan Digital, 5(1), 72–84.
- Sari, M. (2025). *Keterampilan konten digital sebagai kompetensi wajib dalam pemasaran modern*. Jurnal Digital Business, 6(1), 25–38.
- Suharto, R. (2021). *Keterlibatan peserta dalam metode workshop berbasis praktik*. Jurnal Pelatihan dan Pengembangan, 3(2), 67–79.
- Tanuwijaya, B. (2024). *Kebutuhan pelatihan terstruktur dalam pengembangan kompetensi digital marketing siswa*. Jurnal Inovasi Pendidikan, 8(2), 130–142.
- Wijaya, B. (2021). *Guru sebagai fasilitator inovasi dalam pendidikan vokasional*. Jurnal Kependidikan Vokasi, 5(1), 33–45.