

MEMBENTUK ENTREPRENEUR MUDA DIGITAL: PROGRAM PELATIHAN MANAJEMEN BISNIS DAN DIGITAL MARKETING UNTUK SISWA SMK CINERE

Timothy Henokh Parasian^{1*}, Fabiola Raeng², Liyani³, Fahmi Susanti⁴

¹²³⁴Universitas Pamulang, Indonesia

Email: timothyhenokhparasian@gmail.com, raengfebi@gmail.com, liyani2727@gmail.com, dosen02024@unpam.ac.id

Abstract

The rapid development of digital technology has significantly transformed economic activities, especially in entrepreneurship and business management. The younger generation, particularly vocational high school students, needs to be equipped with entrepreneurial competence, business management skills, and digital marketing abilities to face increasingly competitive challenges. However, many students still have limited understanding of how to start a business, manage finances, and utilize digital media for marketing purposes. Therefore, this community service activity aimed to develop young digital entrepreneurs through training in business management and digital marketing for students of SMK Cinere. The activity was carried out at SMK Darur Roja involving 66 students. The methods used included seminars, interactive training, business simulations, group discussions, question and answer sessions, and evaluation through pre-test and post-test. The training materials covered entrepreneurial mindset, business opportunity analysis, basic financial management, branding strategies, social media marketing, marketplace utilization, and customer service management. The results showed a significant increase in students' understanding of entrepreneurship by 34%, business management by 31%, and digital marketing skills by 37%. Students also became more confident in creating business ideas and utilizing technology as a source of income. In conclusion, this program successfully improved students' entrepreneurial readiness and encouraged them to become adaptive, innovative, and competitive young entrepreneurs in the digital era. Continuous collaboration between schools and universities is needed to sustain similar programs in the future.

Keywords: digital entrepreneur, business management, digital marketing, vocational students, entrepreneurship

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam aktivitas ekonomi, khususnya di bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis. Generasi muda, terutama siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), perlu dibekali kompetensi kewirausahaan, kemampuan manajemen bisnis, serta keterampilan digital marketing agar mampu menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat. Namun demikian, masih banyak siswa yang memiliki keterbatasan pemahaman mengenai cara memulai usaha, mengelola keuangan, dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membentuk entrepreneur muda digital melalui program pelatihan manajemen bisnis dan digital marketing bagi siswa SMK Cinere. Kegiatan dilaksanakan di SMK Darur Roja dengan peserta sebanyak 66 siswa. Metode pelaksanaan dilakukan melalui seminar, pelatihan interaktif, simulasi bisnis, diskusi kelompok, sesi tanya jawab, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Materi yang diberikan meliputi pola pikir kewirausahaan, analisis peluang usaha, manajemen keuangan sederhana, strategi branding, pemasaran melalui media sosial, pemanfaatan marketplace, dan pengelolaan pelayanan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa mengenai kewirausahaan sebesar 34%, manajemen bisnis sebesar 31%, dan keterampilan digital marketing sebesar 37%. Siswa juga menjadi lebih percaya diri dalam menciptakan ide usaha dan memanfaatkan teknologi sebagai sumber penghasilan. Simpulan kegiatan ini menunjukkan bahwa program pelatihan berhasil

meningkatkan kesiapan siswa menjadi wirausaha muda yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era digital. Kerja sama berkelanjutan antara sekolah dan perguruan tinggi diperlukan untuk melanjutkan program serupa di masa mendatang.

Kata Kunci: entrepreneur digital, manajemen bisnis, digital marketing, siswa SMK, kewirausahaan

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Perkembangan revolusi industri 4.0 dan era society 5.0 telah menciptakan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi informasi, internet, kecerdasan buatan, serta media digital telah memengaruhi cara masyarakat bekerja, berkomunikasi, belajar, dan berbisnis. Dunia usaha saat ini tidak lagi terbatas pada toko fisik, melainkan berkembang ke arah digital melalui marketplace, media sosial, website, dan berbagai platform online lainnya. Kondisi ini membuka peluang besar bagi generasi muda untuk memulai usaha sejak dini.

Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan kelompok generasi muda yang dipersiapkan untuk siap kerja dan memiliki kompetensi vokasional sesuai kebutuhan industri. Namun dalam menghadapi persaingan global saat ini, lulusan SMK tidak cukup hanya dipersiapkan menjadi pencari kerja, tetapi juga perlu diarahkan menjadi pencipta lapangan kerja. Salah satu caranya adalah melalui penguatan pendidikan kewirausahaan berbasis digital.

Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan nilai tambah melalui kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan membaca peluang usaha. Dalam era digital, kewirausahaan berkembang menjadi digital entrepreneurship, yaitu usaha yang memanfaatkan teknologi digital sebagai alat utama operasional dan pemasaran bisnis. Model bisnis ini sangat relevan diperkenalkan kepada siswa SMK karena dapat dimulai dengan modal kecil namun memiliki jangkauan pasar luas.

Selain kewirausahaan, siswa juga perlu memahami manajemen bisnis dasar agar usaha yang dibangun dapat berjalan secara berkelanjutan. Manajemen bisnis mencakup perencanaan usaha, pengelolaan modal, strategi pemasaran, pelayanan pelanggan, dan evaluasi usaha. Banyak usaha kecil gagal berkembang bukan karena kurangnya ide, tetapi lemahnya pengelolaan bisnis.

Di sisi lain, digital marketing menjadi keterampilan penting pada era modern. Pemasaran digital memungkinkan promosi dilakukan dengan biaya rendah namun menjangkau pasar yang lebih luas melalui Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp Business, dan marketplace. Oleh karena itu, siswa perlu dibekali keterampilan digital marketing agar mampu memasarkan produk secara efektif.

Berdasarkan observasi awal di SMK Darur Roja, masih banyak siswa yang belum memahami cara memulai usaha digital, strategi pemasaran online, serta manajemen bisnis sederhana. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk membentuk entrepreneur muda digital melalui pelatihan manajemen bisnis dan digital marketing bagi siswa SMK Cinere.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMK Darur Roja dengan jumlah peserta sebanyak 66 siswa. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif melalui program pelatihan satu hari penuh. Pendekatan tersebut dipilih agar peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman praktik secara langsung serta mampu berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

Tahapan kegiatan diawali dengan observasi awal dan identifikasi kebutuhan peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa terkait kewirausahaan, manajemen bisnis, dan pemasaran digital. Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan pihak sekolah mengenai teknis pelaksanaan kegiatan, jadwal, fasilitas, serta kesiapan peserta. Setelah itu, tim pelaksana menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa serta perkembangan dunia usaha digital saat ini.

Pelaksanaan kegiatan inti dilakukan melalui seminar edukatif, workshop interaktif, diskusi kelompok, simulasi bisnis digital, dan sesi tanya jawab. Seminar digunakan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai kewirausahaan dan peluang usaha digital. Workshop dilakukan untuk melatih keterampilan siswa dalam membuat ide usaha, strategi pemasaran, serta branding produk. Simulasi bisnis bertujuan memberikan gambaran nyata mengenai proses menjalankan usaha sederhana berbasis digital.

Materi yang diberikan kepada peserta meliputi pembentukan mindset entrepreneur muda, cara menentukan ide bisnis sederhana, dasar manajemen usaha, pengelolaan modal dan keuangan, strategi branding produk, digital marketing melalui media sosial, pemanfaatan marketplace, pelayanan pelanggan, serta motivasi sukses pada usia muda.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi partisipasi peserta, antusiasme selama kegiatan, kemampuan menyampaikan ide usaha, dan respons siswa terhadap materi yang diberikan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Metode	Hasil
1	Observasi kebutuhan peserta	Wawancara	Pemahaman dasar
2	Pengenalan entrepreneur digital	Ceramah	Pemahaman dasar
3	Pelatihan manajemen bisnis	Diskusi	Wawasan usaha
4	Strategi digital marketing	Simulasi	Keterampilan promosi
5	Pembuatan ide usaha	Kelompok	Rencana bisnis
6	Tanya jawab	Interaktif	Pemecahan masalah
7	Evaluasi akhir	Tes	Data peningkatan



Gambar 1: foto kegiatan bersama
Sumber : Dokumentasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung dengan lancar sesuai rencana yang telah disusun dan diikuti secara aktif oleh seluruh peserta sebanyak 66 siswa SMK Darur Roja. Sejak awal hingga akhir kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme tinggi terhadap seluruh rangkaian acara. Hal ini terlihat dari tingkat kehadiran yang penuh, keterlibatan aktif dalam diskusi, serta banyaknya pertanyaan yang diajukan siswa selama sesi penyampaian materi.

Pada sesi pelatihan, siswa menunjukkan minat besar terhadap topik usaha digital yang dekat dengan kehidupan mereka, seperti bisnis online shop, reseller produk, jasa desain grafis, content creator, kuliner online, serta penjualan melalui marketplace. Hal tersebut menunjukkan bahwa generasi muda memiliki ketertarikan tinggi terhadap dunia usaha apabila diberikan pemahaman dan motivasi yang tepat.

Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pemahaman siswa pada seluruh indikator yang diukur.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Peserta

Indikator	Sebelum	Sesudah
Pemahaman kewirausahaan	52%	86%
Manajemen bisnis	49%	80%
Digital marketing	45%	82%
Kepercayaan diri usaha	51%	84%
Motivasi masa depan	57%	90%



Sumber : Foto pemberian Hadia sesi tanya jawab
Sumber : Dokumentasi

Data tersebut menunjukkan bahwa peningkatan tertinggi terjadi pada aspek motivasi masa depan dan pemahaman kewirausahaan digital. Siswa mulai

memahami bahwa teknologi digital bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai peluang usaha dan sumber pendapatan. Selain peningkatan secara kuantitatif, kegiatan ini juga menghasilkan perubahan perilaku positif pada peserta. Banyak siswa terlihat lebih percaya diri dalam menyampaikan ide usaha, aktif berdiskusi, serta memiliki keberanian untuk mencoba memulai usaha sederhana sejak usia sekolah.

PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan perlu diberikan sejak dini kepada siswa SMK sebagai bagian dari upaya membentuk lulusan yang siap menghadapi persaingan global serta perubahan dunia kerja yang semakin dinamis. Di era modern saat ini, lulusan SMK tidak hanya dituntut memiliki keterampilan teknis sesuai bidang keahlian, tetapi juga harus memiliki kemampuan beradaptasi, berpikir kreatif, dan mampu menciptakan peluang kerja secara mandiri. Oleh karena itu, penanaman jiwa kewirausahaan menjadi sangat penting sebagai bekal masa depan siswa.

Jiwa kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membuka usaha semata, tetapi juga mencakup berbagai karakter positif seperti kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, kemampuan memecahkan masalah, komunikasi yang baik, kerja sama tim, serta kepemimpinan. Karakter-karakter tersebut sangat dibutuhkan baik dalam dunia usaha maupun dunia kerja profesional. Melalui kegiatan ini, siswa mulai memahami bahwa menjadi wirausahawan bukan hanya soal berdagang, melainkan bagaimana seseorang mampu melihat peluang, mengelola sumber daya, dan menghasilkan nilai tambah.

Peningkatan pemahaman siswa mengenai manajemen bisnis menunjukkan bahwa peserta mulai menyadari pentingnya pengelolaan usaha secara profesional dan terencana. Banyak usaha kecil mengalami kegagalan bukan karena kurangnya ide atau produk yang kurang baik, tetapi karena lemahnya pengelolaan administrasi, pencatatan keuangan, pengelolaan stok barang, pelayanan pelanggan, serta strategi pemasaran. Oleh sebab itu, materi mengenai manajemen usaha menjadi salah satu bekal penting bagi siswa agar mampu menjalankan bisnis secara berkelanjutan dan berkembang.

Dalam kegiatan ini, siswa juga diperkenalkan pada pentingnya perencanaan usaha sederhana, seperti menentukan target pasar, menghitung modal awal, menetapkan harga jual, dan memperkirakan keuntungan. Pemahaman tersebut sangat bermanfaat karena dapat melatih pola pikir bisnis sejak dini. Dengan memahami konsep dasar manajemen, siswa diharapkan mampu menghindari kesalahan umum yang sering dilakukan pelaku usaha pemula.

Pada aspek digital marketing, siswa mulai memahami bahwa perkembangan teknologi telah membuka peluang promosi yang lebih luas, cepat, dan hemat biaya. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, serta WhatsApp Business dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen secara langsung. Siswa juga memahami bahwa keberhasilan promosi digital tidak hanya bergantung pada jumlah unggahan, tetapi juga kualitas konten yang menarik, konsisten, dan sesuai kebutuhan pasar.

Selain itu, peserta memperoleh wawasan mengenai pentingnya foto produk yang berkualitas, penggunaan desain visual yang menarik, penulisan caption persuasif, pelayanan responsif kepada pelanggan, serta membangun kepercayaan konsumen melalui testimoni pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa digital

marketing merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki generasi muda di era ekonomi digital.

Selain aspek teknis, kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap pembentukan mental dan kepercayaan diri siswa. Banyak peserta yang sebelumnya merasa ragu atau takut memulai usaha menjadi lebih termotivasi setelah mengetahui bahwa bisnis dapat dimulai dari modal kecil, keterampilan sederhana, bahkan dari hobi yang dimiliki. Perubahan pola pikir ini menjadi salah satu hasil penting karena mental wirausaha merupakan fondasi utama dalam memulai dan mempertahankan usaha.

Antusiasme peserta selama kegiatan menunjukkan bahwa siswa memiliki minat besar terhadap dunia usaha apabila diberikan arahan, motivasi, dan contoh nyata yang relevan dengan kehidupan mereka. Dengan pendekatan yang komunikatif dan praktis, materi kewirausahaan menjadi lebih mudah dipahami dan mampu membangkitkan semangat siswa untuk mencoba berwirausaha.

Secara umum, kegiatan ini membuktikan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia muda. Perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi melalui transfer ilmu pengetahuan, pengalaman praktis, serta motivasi kepada siswa sekolah menengah. Sementara itu, sekolah menjadi mitra penting dalam menyiapkan generasi muda yang produktif, mandiri, dan siap bersaing.

Ke depan, program serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan materi yang lebih luas, seperti literasi keuangan digital, personal branding, pengembangan UMKM siswa, pembuatan proposal bisnis, strategi penjualan online, serta praktik bisnis langsung melalui bazar atau proyek usaha siswa. Dengan kesinambungan program tersebut, diharapkan akan lahir generasi muda yang tidak hanya siap bekerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Darur Roja berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai kewirausahaan digital, manajemen bisnis, dan digital marketing. Program ini mampu membentuk mindset entrepreneur muda yang kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pemahaman kewirausahaan, keterampilan pemasaran digital, kepercayaan diri, dan motivasi masa depan siswa. Selain itu, peserta mulai memahami bahwa peluang usaha dapat dimulai sejak usia sekolah melalui pemanfaatan media digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan pentingnya sinergi antara sekolah dan perguruan tinggi dalam membentuk generasi muda yang mandiri, produktif, dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital. Program serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan agar semakin banyak siswa siap menjadi entrepreneur muda masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Y., Rahayu, S., & Rumangkit, S. (2021). Pelatihan startup digital dan digital marketing bagi siswa-siswi SMA Negeri 1 Metro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 97–103. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.17>
- Pasaribu, L. N., Doloksaribu, W. S. A., Batubara, M., dkk. (2026). Peningkatan literasi digital siswa SMKS Antasari melalui pelatihan content marketing dan



- social media marketing. *Wahana Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 103–108. <https://doi.org/10.56211/wahana.v4i2.1526>
- Nugrahaningsih, P., dkk. (2023). Pendampingan kewirausahaan dan digital marketing pada siswa SMK Panca Bhakti Sungai Raya. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i5.19623>
- Rahmi, E., Cerya, E., & Friyatmi, F. (2020). Peningkatan kompetensi kewirausahaan siswa SMK melalui pelatihan penyusunan Business Model Canvas berbasis digital. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 615–621. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10477>
- Irma Dwiputranti, M., Prabandari Tri Putri, I. G. A., & Surya Nugroho, M. (2024). Pelatihan penyusunan Business Model Canvas bagi siswa SMKN 1 Mas Ubud untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2793–2800. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3372>
- Nuratriningrum, A., & Parameswari, R. (2026). Pelatihan kewirausahaan tentang Business Model Canvas bagi siswa sekolah menengah kejuruan. *Abdi Dharma*, 6(1), 89–102. <https://doi.org/10.31253/ad.v6i1.4313>
- Amelia, D., dkk. (2024). Pelatihan model Business Canvas dan pembuatan konten kreatif untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa SMK PGRI 3 Kediri. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4). <https://doi.org/10.55784/jompaabdi.v3i4.1271>
- Peningkatan literasi digital untuk kesiapan technopreneurship siswa SMKN 2 Tabanan. (2025). *Jurnal SOLMA*, 15(1), 2417–2425. <https://doi.org/10.22236/solma.v15i1.22650>
- Penguatan jiwa wirausaha digital siswa SMK NU 01 Kendal melalui edukasi startup dan model bisnis digital. (2026). *Jurnal AbdiMas Ekonomi Terapan*, 4(1). <https://doi.org/10.31942/jamet.v4i1.79>
- Penerapan Lean Canvas untuk meningkatkan kreativitas ide bisnis siswa SMK Nurul Amaliyah. (2025). *Karya Unggul: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.61998/karyaunggul.v1i2.79>
- Manalu, C. L. N., dkk. (2024). Pengembangan keterampilan kewirausahaan di sekolah menengah. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(4), 585–600. <https://doi.org/10.61579/future.v2i4.265>
- Cahayaningrum, A. F., & Susanti, S. (2021). Pengaruh penggunaan sosial media, pendidikan kewirausahaan, dan literasi keuangan terhadap perilaku berwirausaha online pada siswa SMK. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(1), 104–118. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3348>
- Wu, X., & Tian, Y. (2022). Predictors of entrepreneurship intention among students in vocational colleges: A structural equation modeling approach. *Frontiers in Psychology*, 12, 797790. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.797790>
- Chen, L., Ifenthaler, D., & Yau, J. Y.-K. (2021). Online and blended entrepreneurship education: A systematic review of applied educational technologies. *Entrepreneurship Education*, 4(2). <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00047-7>
- Kussujaniatun, S., Sujatmika, S., & Hartati, A. S. (2022). Digital marketing to competitive advantages of MSMEs in Kasongan, Bantul, Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.31002/rn.v5i2.5522>
- Triana Putri, E., dkk. (2024). Pelatihan strategi pemasaran secara digital dan peningkatan penjualan. *Community Services Journal (CSJ)*, 6(2), 76–81. <https://doi.org/10.22225/csj.6.2.2024.76-81>



- Yin, J. (2023). The impact of digital marketing and social media on small and medium sized business. *Highlights in Business Economics and Management*, 23, 451–459. <https://doi.org/10.54097/d5rjmc02>
- Zaitun, Z., & Juliyanto, F. (2022). Covid 19 pandemic: The inspiration to start online business. *Baskara Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(2), 18–27. <https://doi.org/10.54268/baskara.4.2.18-27>
- Saharani, D., Astuty, K., Hanila, S., & Sudarsono, A. (2024). Pelatihan kewirausahaan digital platform TikTok untuk menumbuhkan jiwa minat berwirausaha siswa SMAN 9 Kota Bengkulu. *Jurnal Gotong Royong*, 1(2), 97–100. <https://doi.org/10.37676/gotongroyong.v1i2.6675>
- Pengaruh efikasi diri, sikap, dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta. (2025). *JAE (Jurnal Akuntansi dan Ekonomi)*, 10(1), 124–143. <https://doi.org/10.29407/jae.v10i1.25746>