

Entrepreneurship Dan Social Media Promotion Dalam Transformasi Digital 4.0 Di SMK Bina Rahayu

Revita Desi Hertin, Hadi Wijaya, Alfi Maghfuriyah, Febria Anjara, Nora Listiana, Feri Nugroho, Nurul Aslamiah Istiqomah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta

INFO ARTIKEL

Corresponding author email:
revita@jgu.ac.id

Tersedia online:
22/08/2024

Keywords:

Entrepreneurship,
Social Media,
Digital Marketing,
Sekolah Wirausaha.

ABSTRAK

Kemampuan berwirausaha dan pemasaran dengan media sosial sangat penting bagi generasi muda untuk berkembang di tempat kerja dan menjalankan bisnis dalam ekonomi digital yang berkembang saat ini. Sebagai sekolah yang menekankan pengembangan keterampilan praktis, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Bina Rahayu memahami pentingnya membekali siswa dengan kemampuan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dunia kontemporer. Salah satu program yang dikembangkan sekolah yakni kewirausahaan. Tujuan dari program kewirausahaan di SMK Bina Rahayu adalah untuk memberikan siswa pemahaman menyeluruh tentang dasar-dasar kewirausahaan, termasuk cara mengembangkan konsep perusahaan, merumuskan rencana tindakan dan menjalankan perusahaan serta memberikan pelatihan mengenai cara promosi di sosial media. Pelatihan ini dilakukan dalam 2 fase yaitu pemberian materi langsung dan pelatihan pembuatan dan penggunaan sosial media untuk menunjang kegiatan pemasaran usaha. Kegiatan ini berlangsung dengan sukses dan mendapatkan timbal balik yang baik dari siswa maupun guru. Pelatihan ini diharapkan menjadi awal untuk kegiatan lebih dalam mengenai pemahaman penggunaan sosial media dalam program kewirausahaan terutama di kalangan siswa.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
Copyright@ Author (2024).

1 PENDAHULUAN

Kemampuan berwirausaha dan pemasaran produk di media sosial sangat penting bagi generasi muda untuk berkembang di tempat kerja dan menjalankan bisnis dalam ekonomi digital yang berkembang pesat saat ini. Sebagai sekolah yang menekankan pengembangan keterampilan praktis, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Bina Rahayu memahami pentingnya membekali siswa dengan kemampuan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dunia kontemporer, salah satunya dengan ditambahkan mata pelajaran kewirausahaan (*entrepreneurship*) dalam proses belajar mengajar. Dengan demikian, pengajaran dalam pemasaran media sosial dan kewirausahaan merupakan komponen penting dari kurikulum, yang mencoba memberikan siswa pengetahuan dan kemampuan yang mereka butuhkan untuk bersaing di pasar global [1].

Tujuan dari program kewirausahaan di SMK Bina Rahayu adalah untuk memberikan siswa

pemahaman menyeluruh tentang dasar-dasar kewirausahaan, termasuk cara mengembangkan konsep perusahaan, merumuskan rencana tindakan, dan menjalankan perusahaan. Siswa diharapkan akan memperoleh kemampuan kreatif, inventif dan kepemimpinan yang penting dalam sektor bisnis melalui pendekatan langsung dan studi kasus yang autentik [2][3]. Tujuan dari pelajaran kewirausahaan umumnya adalah untuk menginspirasi siswa memulai usaha/bisnis mereka sendiri dengan menggabungkan teori dan pengalaman langsung.

Lebih jauh lagi, promosi media sosial merupakan komponen penting dan sama pentingnya dalam ranah kewirausahaan kontemporer. Situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok telah mengambil alih sebagai sarana utama untuk meluncurkan barang dan jasa kepada masyarakat umum [4]. Kursus ini mencakup strategi promosi yang efektif, taktik pemasaran digital dan pemanfaatan analitik media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar [5]. Siswa yang memiliki kemampuan ini dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk membantu bisnis mereka berkembang.

Untuk membantu siswa menerapkan teori ke skenario dunia nyata, kursus ini menggunakan simulasi bisnis interaktif, seminar, dan ceramah. Penilaian proyek dan presentasi bisnis digunakan dalam evaluasi untuk mengukur pemahaman siswa dan kemampuan untuk menerapkan prinsip-prinsip yang telah mereka pelajari [2]. Diharapkan bahwa hasil dari pelatihan ini akan berdampak positif pada kesiapan siswa untuk memasuki dunia kerja dan meluncurkan perusahaan mereka sendiri.

Jurnal ini akan menyiarkan pelaksanaan pelatihan kewirausahaan dan promosi media sosial di SMK Bina Rahayu, menganalisis metode yang digunakan, dan menilai hasil dan dampak yang dicapai. Jurnal ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas program pelatihan dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan program serupa di masa mendatang, dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan dan kesiapan siswa dalam menghadapi tantangan dunia bisnis dan pemasaran digital.

2 METODE PELAKSANAAN

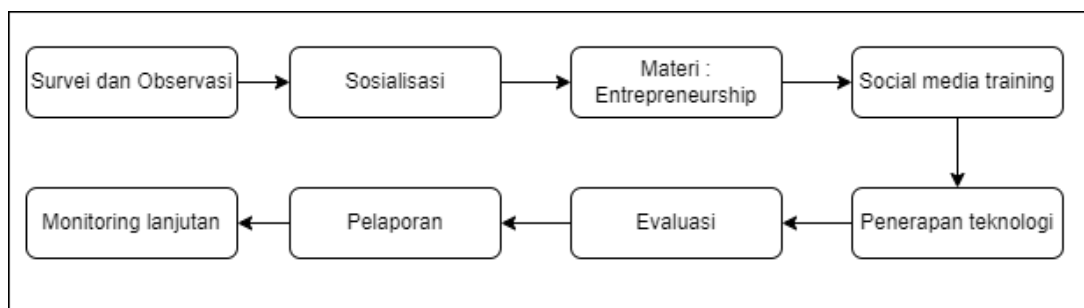


Diagram metode pelaksanaan pelatihan content marketing dan digital marketing

Deskripsi dari diagram diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Survey dan Observasi, pada fase ini dilakukan penetapan target pengabdian, penetapan daerah sasaran sesuai dengan data dari hasil mediasi dengan pihak Bina Rahayu. Fase ini bertujuan untuk mempelajari situasi dan mengetahui kebutuhan yang diperlukan, tim meninjau lokasi untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas terkait sasaran dan implementasi yang direncanakan.

Observasi yang dilakukan pada target sekolah dilakukan untuk melakukan riset terhadap materi yang akan disampaikan kepada siswa sebagai target sasaran [6].

- 2) Sosialisasi program. Sosialisasi program kegiatan kepada kepala sekolah dan guru di SMK Bina Rahayu untuk menentukan jadwal dan timeline pengerjaan dokumen modul sebagai bahan ajar yang akan dijadikan materi pengabdian. Pada waktu sosialisai ini akan diberikan pre-test pengetahuan kepada Guru dan siswa/i untuk mengetahui tingkat pengetahuan terhadap kewirausahaan dan sosial media promosi.
- 3) Kegiatan I. Pada waktu sosialisai ini akan diberikan materi mengenai entrepreneurship dan sosial media berdasarkan modul yang telah disiapkan oleh tim dosen dan mahasiswa yang terlibat.
- 4) Kegiatan Pelatihan II. Memberikan pelatihan langkah langkah dalam proses penyusunan dan publikasi iklan pada sosial media. Pelatihan ini meliputi pembuatan *caption* dan *copywriting* untuk memaksimalkan kinerja iklan pada sosial media. Pada kegiatan ini siswa diharuskan membuat akun sosial media masing masing dan menyusun konten iklan berdasarkan materi yg telah dibuat di pelatihan 1 pada hari sebelumnya.
- 5) Penerapan Teknologi. tim dosen memberikan pembelajaran mengenai *entrepreneurship* dan *social media promotion*.
- 6) Pendampingan dan Evaluasi: Setelah teknologi diterapkan, tim PkM dan guru akan melakukan evaluasi bersama untuk melihat kembali peningkatan *skill* yang dimiliki oleh Guru dan Siswa/I di SMK Bina Rahayu.
- 7) Penyusunan Luaran dan Publikasi. Pada tahap ini dilakukan pembuatan luaran oleh tim Pkm
- 8) Monitoring. Dilakukan untuk melihat keberlanjutan program pada kelas kewirausahaan SMK Bina Rahayu

3 HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan alur kegiatan yang dilaksanakan, pada tanggal 27 April 2024 dilakukan survei kepada sekolah secara langsung untuk mendapatkan jadwal pelatihan. Sosialisasi dilakukan kepada guru demi mendapatkan pemahaman yang sama untuk tujuan dari pelatihan ini, setelah dilakukan sosialisasi di dapatkan tanggal untuk melakukan kegiatan yaitu di tanggal 03 Mei 2024.

Kegiatan pelatihan kewirausahaan dan promosi media sosial di SMK Bina Rahayu telah terlaksana dengan sukses pada 03 Mei 2024, dengan peserta yang terdiri dari siswa kelas XI dan XII. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis dan pengetahuan mendalam tentang kewirausahaan dan strategi promosi melalui media sosial. Berdasarkan hasil evaluasi, pelatihan ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa di kedua bidang tersebut.

Selama pelatihan kewirausahaan berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi dan partisipasi aktif dalam setiap sesi. Materi yang mencakup dasar-dasar perencanaan bisnis, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan diterima dengan baik oleh para peserta. Evaluasi hasil kerja kelompok dan presentasi ide bisnis menunjukkan bahwa siswa mampu merancang rencana bisnis yang realistis dan terstruktur dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini efektif dalam membekali siswa dengan kemampuan untuk merencanakan dan mengelola bisnis mereka sendiri.



Pemberian materi mengenai entrepreneurship



Kesepakatan kerjasama

Pada Gambar 1 materi dengan tema *entrepreneurship* dan *social media promotion* disampaikan. Pemaparan berdurasi kurang lebih 90 menit disampaikan kepada siswa/i SMK Bina Rahayu. Pada pemaparan materi, siswa/i terlibat secara aktif dalam penjelasan yang diberikan. Pada Gambar 2, Pemateri bersama kepala sekolah dan wakil kepala sekolah mendokumentasikan setelah adanya diskusi mengenai kolaborasi antara pihak kampus dan pihak sekolah. Pihak sekolah mendukung penuh atas kegiatan ini dan sangat terbuka untuk kegiatan di kemudian hari.



Pelaksanaan demo dan pelatihan social media

Pada Gambar 3, pemateri memberikan pelatihan langsung kepada siswa/i SMK Bina Rahayu. Pelatihan dilakukan selama 2 jam melakukan proses promosi dari produk *entrepreneurship* siswa/i ke dalam bentuk postingan sosial media. Siswa/i menunjukkan semangat yang aktif dan terlibat dalam pembuatan postingan ini. Luaran dari kegiatan ini terdapat beberapa postingan dan iklan yang dibuat menggunakan sosial media Instagram dan Facebook.

Dalam hal promosi media sosial, pelatihan ini telah berhasil meningkatkan keterampilan siswa dalam menggunakan berbagai platform digital untuk pemasaran. Siswa telah belajar tentang membuat konten yang menarik, mengelola kampanye iklan, dan menganalisis hasil promosi melalui metrik media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa siswa mampu menerapkan teknik-teknik tersebut dalam proyek akhir mereka, dengan beberapa kelompok berhasil membuat kampanye media sosial yang menunjukkan hasil positif dalam hal jangkauan dan keterlibatan.



Hasil iklan social media

Pada Gambar 4, terdapat hasil iklan yang telah dipublikasikan oleh siswa SMK Bina Rahayu. Dilakukan juga analisis berdasarkan data yang didapat berdasarkan iklan yang dibuat. Meskipun pelatihan berjalan dengan baik, beberapa tantangan juga ditemui, seperti keterbatasan waktu yang mengakibatkan kurangnya cakupan mendalam dari beberapa topik penting dan perlunya alat teknologi yang lebih canggih untuk praktik yang lebih efektif. Umpan balik dari peserta menyarankan bahwa pelatihan di masa mendatang harus mempertimbangkan untuk menambahkan sesi yang lebih maju dan menyediakan fasilitas yang lebih lengkap untuk mendukung kegiatan praktik.

Secara keseluruhan, pelatihan kewirausahaan dan promosi media sosial di SMK Bina Rahayu telah memberikan manfaat yang signifikan bagi siswa. Mereka tidak hanya memperoleh keterampilan praktis yang berguna untuk masa depan, tetapi juga merasa lebih percaya diri dalam mengelola dan mempromosikan ide-ide bisnis mereka. Untuk meningkatkan efektivitas pelatihan di masa mendatang, disarankan untuk memperluas materi yang diajarkan, menyediakan lebih banyak waktu untuk praktik, dan memperbarui alat yang digunakan untuk mendukung pembelajaran.

Monitoring tetap dilakukan dengan komunikasi antara pihak kampus dan guru pengampu mata pelajaran kewirausahaan di SMK Bina Rahayu. Kegiatan selanjutnya pihak kampus akan mengundang pihak sekolah untuk melakukan kegiatan di kampus Universitas Global Jakarta untuk bisa melakukan praktik langsung di Lab Multimedia Universitas.

4 KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan kewirausahaan dan promosi media sosial yang dilaksanakan di Sekolah SMK Bina Rahayu telah mencapai hasil yang positif dan signifikan. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan siswa pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengelola bisnis serta memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Melalui pendekatan praktis dan interaktif, siswa dapat memahami konsep dasar kewirausahaan dan strategi promosi digital dengan baik, serta menerapkannya dalam proyek nyata.

Manfaat utama dari pelatihan ini adalah peningkatan keterampilan praktis siswa dalam merancang rencana bisnis dan strategi promosi media sosial. Dengan mempelajari cara mengidentifikasi peluang bisnis, merencanakan bisnis, dan menggunakan platform media sosial secara efektif, siswa dapat mengembangkan ide bisnis mereka sendiri dengan lebih percaya diri. Keterampilan ini memberi mereka keunggulan kompetitif yang penting dalam memasuki dunia kerja dan bisnis yang semakin digital dan dinamis.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini tidak hanya memenuhi tujuan pembelajaran yang ditetapkan, tetapi juga memberikan manfaat yang luas bagi siswa, sekolah, dan masyarakat secara

keseluruhan. Rekomendasi untuk kegiatan mendatang meliputi penambahan materi tingkat lanjut dan dukungan teknologi yang lebih canggih untuk meningkatkan pengalaman belajar dan efektivitas pelatihan. Dengan terus mengembangkan program seperti ini, SMK Bina Rahayu dapat terus mempersiapkan siswanya untuk sukses di era digital dan dunia kewirausahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Global Jakarta yang telah mendukung acara ini sehingga bisa terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada pihak Sekolah SMK Bina Rahayu yang telah memberikan kesempatan dan waktu serta dukungan yang kuat sehingga acara ini bisa dilaksanakan dengan sukses. Kepada tim Pengabdian kepada masyarakat Jurusan Bisnis Digital, Universitas Global Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. E. Al-Shaikh and J. R. Hanaysha, "A conceptual review on entrepreneurial marketing and business sustainability in small and medium enterprises," *World Development Sustainability*, vol. 2, p. 100039, Jun. 2023, doi: 10.1016/j.wds.2022.100039.
- [2] D. Supriyanto, "Peningkatan Jiwa Entrepreneurship Bagi Siswa Smk Mambaul Ulum Sukodadi Paiton Kabupaten Probolinggo," *Communnity Development Journal*, vol. 4, no. 2, pp. 953–959, 2023.
- [3] S. Trivedi and R. Malik, "Social media marketing as new marketing tool," in *Big Data Analytics for Improved Accuracy, Efficiency, and Decision Making in Digital Marketing*, IGI Global, 2021, pp. 207–226. doi: 10.4018/978-1-7998-7231-3.ch015.
- [4] E. Suwarni, M. Astuti, Y. Fernando, and M. Enjelya, "Membangun Karakter Entrepreneur Bagi Siswa SMK Al-Hikmah, Kalirejo, Lampung Tengah," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 2, no. 5, pp. 517–522, Oct. 2022, doi: 10.52436/1.jpmi.703.
- [5] D. Supriyanto, "Peningkatan Jiwa Entrepreneurship Bagi Siswa SMK Mambaul Ulum Sukodadi Paiton Kab. Probolinggo," *Communnity Development Journal*, vol. 4, no. 2, pp. 953–959, 2023.
- [6] R. Desi Hertin and A. Pitra, "Pengaruh Digital Marketing: Social Media Campaign Terhadap Minat Mendaftar Di Perguruan Tinggi," *Jusphen*, vol. 3, no. 1, 2024, doi: 10.56127/j.