

---

## PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN DIGITAL MARKETING BAGI SISWA SMK YPE KROYA

Fajar Nur Wibowo<sup>1</sup>

Laeli Farkhah<sup>2</sup>

Anggita Raudhatul Janah<sup>3</sup>

Dayna Rizkya<sup>4</sup>

Universitas Al-Irsyad Cilacap<sup>1,2,3,4</sup>

fajarnurwibowo@universitalirsyad.ac.id<sup>1</sup>

laeli@universitalirsyad.ac.id<sup>2</sup>

janah@outlook.com<sup>3</sup>

rizkya@outlook.com<sup>4</sup>

### ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital marketing bagi siswa SMK YPE Kroya di Kabupaten Cilacap. Pelatihan dan pendampingan dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai pemasaran digital serta strategi penerapannya dalam bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan wawasan mengenai manfaat digital marketing, baik dalam aspek lingkungan maupun daya saing usaha. Pendampingan yang berkelanjutan serta dukungan dari pemerintah dan akademisi diperlukan agar peningkatan keterampilan bagi siswa SMK dapat lebih efektif. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang diusulkan untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Program ini memberikan dampak positif dalam menyiapkan generasi muda yang siap menjadi wirausaha milenial yang mampu membangun ekosistem bisnis berkelanjutan bagi UMKM di Kabupaten Cilacap. Evaluasi lebih lanjut masih diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang dari kegiatan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital ini.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Kompetensi, UMKM

### ABSTRACT

*This community service program aims to improve vocational school students' digital marketing knowledge and skills at SMK YPE Kroya in Cilacap Regency. Training and mentoring were conducted to provide an understanding of digital marketing and its application strategies in business. The activity results showed that participants gained a better understanding of the benefits of digital marketing, both in terms of the environment and business competitiveness. Continuous mentoring and support from the government and academia are necessary to make skill development for vocational high school students more effective. Digital marketing is one of the strategies proposed to improve the performance of SMEs. This program positively prepares the younger generation to become millennial entrepreneurs capable of building a sustainable business ecosystem for SMEs in Cilacap Regency. Further evaluation is still needed to measure the long-term impact of this knowledge and digital marketing skills enhancement activity.*

*Keywords: Digital Marketing, Competence, SMEs*

### PENDAHULUAN

Pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital terdiri dari kemampuan untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kampanye promosi di berbagai media online seperti media sosial, mesin

pencari, webiste, dan alat analitik untuk menjangkau dan melibatkan target audien secara efektif (T. Yuwono, Novandari, et al., 2024). Bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), kompetensi ini menjadi keunggulan bisnis praktis, yang secara langsung bermanfaat untuk meningkatkan kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan memperluas jangkauan pasar dan memperdalam interaksi pelanggan (Rachmawati, Yogawati, et al., 2022); mendukung keputusan investasi yang lebih strategis dan berbasis data di dalam UMKM (Rachmawati, Yuwono, et al., 2022); meningkatkan kepercayaan diri untuk mengalokasikan sumber daya dalam keputusan bisnis (T. Yuwono, Rachmawati, et al., 2023); dan berperan sebagai pendorong niat berwirausaha dengan menanamkan mindset inovatif dan berorientasi pasar (T. Yuwono, Wulansari, et al., 2023).

Kurikulum SMK mengembangkan keterampilan berpikir desain inovatif siswa, yang mendukung kemampuan mereka untuk menciptakan pemasaran digital yang menarik, dan menumbuhkan kreativitas wirausaha (T. Yuwono et al., 2022). Ketidakhadiran pelatihan yang terintegrasi mengurangi minat mereka untuk bereksperimen dengan pemasaran digital (T. Yuwono, Tajudin, et al., 2024). Kebutuhan kritis akan modul pemasaran digital yang tidak hanya mengajarkan alat-alat teknis tetapi juga meningkatkan motivasi kewirausahaan dibutuhkan sebagai bekal siswa yang kedepannya akan terjun sebagai pengusaha muda (T. Yuwono, Triwibowo, et al., 2023). Kekurangan pelatihann digital marketing bagi siswa dengan konteks UMKM dapat menghambat dalam menerapkan teori pemasaran ke kampanye dunia nyata, dalam membekali siswa sebagai penguaha muda di masa depan dengan keterampilan pemasaran digital yang mudah diterapkan (T. Yuwono, Triwibowo, et al., 2024).

UMKM seringkali menghadapi berbagai kendala dalam hal kompetensi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang diantaranya disebabkan oleh keterbatasan pelatihan dan literasi digital UMKM. Hal ini menghambat kemampuan UMKM untuk memanfaatkan TIK dalam pertumbuhan pemasaran, sehingga pengembangan keterampilan UMKM yang terarah menjadi hal yang penting untuk meningkatkan kinerja bisnis (T. Yuwono et al., 2025). Biaya infrastruktur yang tinggi dan rendahnya kesadaran UMKM akan manfaat TIK menjadi hambatan besar dalam adopsi pemasaran digital di kalangan UMKM (T. Yuwono, Novandari, et al., 2024). Strategi digital yang kurang efektif dan kurangnya dukungan manajemen juga menghambat integrasi TIK dalam operasi pemasaran UMKM (T. Yuwono, Suroso, et al., 2024). Membekali siswa sejak dini sebelum terjun sebagai pengusaha muda akan kompetensi digital marketing, menjadi salah satu solusi untuk mengatasi hambatan adopsi TIK tersebut.

Pelatihan pemasaran digital untuk siswa dapat meningkatkan minat wirausaha dan juga membekali peserta dengan pengetahuan dasar tentang e-bisnis, branding media sosial, dan simulasi kampanye praktis, sehingga meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk meluncurkan usaha mikro (Ramayani et al., 2025). Siswa SMK secara signifikan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam merancang, merencanakan, dan melaksanakan konten promosi yang berkualitas tinggi beserta laporan model bisnis yang detail setelah mendapatkan pelatihann pemasaran digital (Dwiputranti et al., 2025). Penyesuaian modul kompetensi pemasaran digital dengan konteks bisnis lokal bagi siswa SMK juga bermanfaat untuk memperkuat kesiapan merek untuk berwirausaha di era digital (Sari & Yanto, 2025). Melalui pelatihan interaktif, bimbingan, dan evaluasi berulang, siswa dan guru dapat memperoleh otonomi yang signifikan dalam mengelola promosi online, menciptakan ekosistem pendidikan yang adaptif, dan mendorong kemandirian ekonomi melalui kewirausahaan digital (Solihin et al., 2025).

Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa SMK YPE Kroya mengenai digital marketing. Penyuluhan dan pelatihan diberikan sebagai langkah awal dalam mengenalkan pentingnya pemasaran digital sebagai bekal terjun dalam dunia bisnis (Triwibowo et al., 2024). Metode yang digunakan yakni seminar dan pendampingan langsung kepada siswa. Materi yang

disampaikan mencakup prinsip dasar digital marketing, manfaatnya, serta strategi implementasi yang sesuai dengan karakteristik UMKM (W. Yuwono & Putra, 2025) Studi kasus dan praktik langsung diterapkan agar peserta dapat memahami penerapan digital marketing secara lebih konkret. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam pemasaran digital.

## **METODE**

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui empat tahapan utama. Metode ini dirancang untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan yang efektif kepada para siswa. Pada tahap persiapan, tim dosen Universitas Al-Irsyad Cilacap melakukan analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi kompetensi siswa yang perlu ditingkatkan. Analisis awal terhadap kebutuhan peserta sangat penting untuk menyesuaikan materi yang akan disampaikan. Kegiatan ini melibatkan survei dan diskusi dengan pihak SMK YPE Kroya untuk memahami tingkat pengetahuan dan minat siswa terhadap kewirausahaan. Tahap kedua, melibatkan penyuluhan dan edukasi mengenai konsep dasar pemasaran digital kepada para siswa. Yuwono et al. (2022) dalam buku "Berpikir Desain Inovatif" menyatakan bahwa penyuluhan yang interaktif dapat meningkatkan pemahaman dan kreativitas peserta.

Tahap ketiga, pelaksanaan program dilakukan pada Senin, 28 April 2025 di SMK YPE Kroya melalui penyuluhan dan edukasi langsung. Siswa dilibatkan dalam diskusi dan simulasi bisnis untuk mengembangkan keterampilan praktis. Adopsi TIK memiliki peran signifikan dalam kinerja bisnis UMKM, sehingga penggunaan TIK diperkenalkan dalam edukasi. Selain itu, pendampingan intensif diberikan agar siswa dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh secara efektif.

Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi untuk menilai keberhasilan program dan dampaknya terhadap peningkatan kompetensi siswa. Monitoring yang berkelanjutan membantu dalam mengidentifikasi kendala dan peluang perbaikan. Evaluasi dilakukan melalui pengukuran kinerja siswa sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian, serta melalui umpan balik dari peserta selama kegiatan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk penyempurnaan program di masa mendatang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di SMK YPE Kroya telah menghasilkan berbagai luaran yang signifikan dalam upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan di pemasaran digital kalangan siswa. Luaran yang dicapai meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan santri terkait pengenalan teknologi digital dalam kewirausahaan, dan penguatan kesadaran tentang keberkahannya menjadi wirausaha milenial dibandingkan menjadi seorang pekerja.

Program pengabdian yang dilaksanakan berhasil meningkatkan pengetahuan siswa dalam pemasaran digital secara signifikan. Siswa kini memahami konsep dasar pemasaran, dan pentingnya digitalisasi dalam bisnis. Pengetahuan ini menjadi fondasi kuat bagi siswa untuk mempersiapkan diri memasuki dunia bisnis dengan pemahaman pemasaran yang matang. Keterampilan santri dalam manajemen bisnis juga mengalami peningkatan yang mencolok. Mereka memahami dengan baik tentang perencanaan usaha. Santri mampu menyusun rencana bisnis yang komprehensif dan memahami dinamika pasar. Pemahaman ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi peluang bisnis, membuat keputusan strategis, dan mengelola usaha secara efektif dan efisien.

Pengenalan teknologi digital dalam kewirausahaan membuka wawasan baru bagi siswa. Mereka terampil menggunakan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi bisnis lainnya untuk

mendukung kegiatan usaha. Pemahaman tentang digital marketing, dan inovasi teknologi memposisikan siswa sebagai wirausahawan milenial yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Teknologi bukan lagi hambatan, melainkan alat strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis wirausahawan milenial.

Selain peningkatan pengetahuan, program ini juga berhasil memperkuat kesadaran siswa tentang keberkahan menjadi wirausaha milenial dibandingkan menjadi seorang pekerja. Mereka menyadari bahwa berwirausaha memberikan kesempatan untuk menciptakan lapangan kerja, berkontribusi positif bagi masyarakat, dan mencapai kemandirian finansial. Semangat kewirausahaan yang ditanamkan tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada nilai-nilai sosial dan spiritual. Kesadaran ini mendorong siswa untuk mengambil peran aktif sebagai agen perubahan, memanfaatkan potensi diri untuk kemaslahatan umat, dan membawa keberkahan dalam setiap usaha yang dijalankan.

### **Dokumentasi Kegiatan**

Program ini didokumentasikan dengan baik untuk menunjukkan proses dan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Gambar 1 dan Gambar 2 merupakan dokumentasi foto kegiatan Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital Marketing Siswa SMK YPE Kroya.



**Gambar 1.** Persiapan Pembukaan Acara

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian di SMK YPE Kroya telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital para siswa. Melalui program ini, siswa tidak hanya memahami pemasaran tradisional saja, tetapi juga mampu memahami pemasaran digital dan menerapkannya dalam praktik nyata. Hal ini memberikan bekal penting bagi mereka untuk menjadi individu yang mandiri dan berdaya saing dalam menghadapi tantangan ekonomi. Selain itu, program ini telah membentuk karakter siswa yang lebih kreatif, inovatif, dan proaktif. Mereka dituntut untuk berpikir kritis dan mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi selama proses pembelajaran pemasaran. Kegiatan ini sejalan dengan upaya peningkatan

kualitas sumber daya manusia yang diwujudkan melalui pendidikan berbasis kompetensi.

Saran sebaiknya tersedia juga modul praktis tentang pemasaran digital yang dapat membekali siswa untuk merancang dan melaksanakan kampanye yang efektif (Irwanda et al., 2024). Praktik pelatihan analitik menggunakan alat seperti Google Analytics dan Facebook Insights juga bisa dilakukan untuk mendorong pengambilan keputusan berbasis data dan memungkinkan siswa untuk mengukur dan menyempurnakan kinerja kampanye (Irawan et al., 2024). Merujuk pada berbagai penelitian tersebut, diharapkan program penguatan kompetensi siswa dapat terus berkembang dan menghasilkan dampak yang lebih signifikan. Penerapan saran-saran ini akan membantu meningkatkan kualitas program dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi siswa dan masyarakat sekitar.



**Gambar 2.** Pelaksanaan Kegiatan

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan program ini, terutama kepada SMK YPE Kroya yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada tim pengabdian yang telah bekerja keras untuk mewujudkan kegiatan ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyediaan sumber daya dan fasilitas untuk keberhasilan program ini. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan di Kabupaten Cilacap.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Dwiputranti, M. I., Putri, I. G. A. P. T., Putra, I. G. J. E., & Putra, I. G. I. K. (2025). Pelatihan kewirausahaan berbasis digital marketing bagi siswa SMKN 1 Tabanan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(3), 1730–1739.

- Irawan, I. N., Lestari, T. P., Lubis, R. B. F. F., & Rahimullah, M. F. (2024). Pelatihan Peningkatan Kesadaran Brand Awareness Digital Marketing bagi Siswa Pemasaran SMK Budi Warman II Jakarta. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 492–498. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i4.1288>
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Wiza, F., Joko Suprianto, & Wilbert Sianturi. (2024). PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA SISWA SMKS MULTI MEKANIK MASMUR PEKANBARU. *J-COSCIS : Journal of Computer Science Community Service*, 4(1), 34–40. <https://doi.org/10.31849/jcscis.v4i1.15472>
- Rachmawati, I., Yogawati, N. D., Yuwono, T., Wibowo, F. N., & Nugroho, R. (2022). THE EFFECT OF FINANCE AND DIGITAL LITERATURES AND FINANCIAL MANAGEMENT ON UMKM PERFORMANCE IN THE CILACAP DISTRICT. *Proceeding of The International Conference on Business and Economics*, 175–187.
- Rachmawati, I., Yuwono, T., & Raihan, M. (2022). DECISION ANALYSIS OF MSMEs INVESTMENT IN CILACAP REGENCY. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1218–1221. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/858/712>
- Ramayani, R. F., Hesinto, S., & Harahap, Z. (2025). Pelatihan Startup Digital dan Digital Marketing bagi Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 6(1), 7–12.
- Sari, P. I., & Yanto, S. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Bagi Siswa SMK Negeri 9 Sebagai Bekal Kewirausahaan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(1), 78–87.
- Solihin, D., Jaswita, D. I., & Ahyani, A. (2025). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital Untuk Siswa dan Guru di Yayasan Pendidikan Terpadu Tajaul Karomatu. *AMANA MENGABDI*, 2(1), 1–6.
- Triwibowo, R. N., Noegroho, A., Rachmawati, I., & Ernawati, L. (2024). KULIAH DI JURUSAN ENTREPRENEURSHIP: LANGKAH STRATEGIS BAGI CALON PENGUSAHA MUDA. *Aspirasi Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- Yuwono, T., Novandari, W., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2025). The importance of ICT adoption on MSMEs performance: the mediating role of distinctive competencies. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2024-0113>
- Yuwono, T., Novandari, W., Suroso, A., & Sudarto. (2024). Information and communication technology among MSMEs: Drivers and Barriers. *The Eastasouth Management and Business*, 3(1), 101–109.
- Yuwono, T., Rachmawati, I., & Ernawati, L. (2022). *Berpikir Desain Inovatif*. Penerbit Lakeisha.
- Yuwono, T., Rachmawati, I., & Raihan, M. (2023). Pelatihan Literasi Keuangan Syariah Dalam Meningkatkan Minat Berinvestasi Bagi UMKM di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 48–51.
- Yuwono, T., Suroso, A., & Novandari, W. (2024). Information and communication technology in SMEs : a systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(31). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00392-6>
- Yuwono, T., Tajudin, T., Triwibowo, R. N., Sefiani, H. N., & Anggaraksa, W. (2024). Pelatihan Digital Marketing dan Pendampingan Legalitas Untuk Mengembangkan Usaha UMKM Entrepreneur Expo UNAIC. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 6(1), 36–42.
- Yuwono, T., Triwibowo, R. N., Noegroho, A., Ernawati, L., Sefiani, H. N., & Nugroho, R. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Untuk Menumbuhkan Minat Berwirausaha Siswa SMKN 2 Cilacap. *JEPemas: Jurnal Pengabdian Masyarakat (Bidang Ekonomi)*, 2(1), 1–4.
- Yuwono, T., Triwibowo, R. N., Tajudin, T., & Sefiani, H. N. (2024). *Digital Marketing UMKM*. UNAIC Press Cilacap.
- Yuwono, T., Wulansari, N., Wibowo, F. N., Anggaraksa, W., & Chermansyah, T. Y. (2023). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Al-Irsyad Cilacap. *Postgraduate Management Journal*, 2(2), 66–72.
- Yuwono, W., & Putra, S. (2025). STRATEGI DIGITAL UMKM UTAMA VEGETARIAN: PENGEMBANGAN SITUS WEB UNTUK PEMASARAN GLOBAL. *ASMARA: Jurnal Aspirasi Masyarakat*, 2(1), 1–9.