

Peningkatan Pengetahuan Digital Marketing Melalui Penyusunan Proposal Business Plan Bagi Siswa Smk Negeri 2 Kota Tegal

M.Teguh Prihandoyo¹, Yerry Febrian S^{*2}, Wildani Eko N³, Muhammad Bakhar⁴, David Bani Adam⁵

^{1,2,3}Prodi Teknik Komputer, Universitas Harkat Negeri, Indonesia

⁴Prodi Sains Data, Universitas Harkat Negeri, Indonesia

⁵Prodi Hukum, Universitas Harkat Negeri, Indonesia

e-mail: 1mprihandoyoteguh@gmail.com, 2yerryfebrian@gmail.com, 3wild4n1@gmail.com, 4muhammadbakhar@gmail.com, 5davidbaniadam@harkatnegeri.ac.id

Abstrak

Teknologi yang semakin berkembang dengan pesat menyebabkan perubahan di segala bidang kehidupan dan menuntut masyarakat untuk melakukan penyesuaian dan perubahan di segala bidang kehidupan. Penyesuaian maupun perubahan ini akan berdampak kepada banyak sektor terutama dalam hal pertumbuhan ekonomi. Untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik faktor yang menentukan keberhasilan ekonomi adalah dengan meningkatkan minat berwirausaha. Kegiatan berwirausaha harus didorong dengan keberanian dan tekad yang bulat. Kegiatan PKM ini dilaksanakan di SMK Negeri 2 Kota Tegal dan diikuti oleh 35 siswa, di mana terdiri dari kelas Pemasaran pada jurusan Pemasaran.. Sedangkan dari tim pelaksana kegiatan PKM dari Poltek Harber terdiri dari 3 dosen dan 2 mahasiswa dari prodi D-III Teknik Komputer. Pada kegiatan PKM ini diawali presentasi materi terkait Digital Marketing, pelatihan dan praktik membuat proposal Business Plan, serta pretest dan posttest. Setelah kegiatan PKM terlaksana dan dilakukan evaluasi, terjadi peningkatan dalam hal pemahaman siswa dalam penggunaan dan pembuatan proposal Business Plan, hal ini dilihat dari hasil penilaian pre-test dan post-test, dengan nilai pre-test untuk kategori tinggi yang awalnya 50% menjadi 80%, terjadi peningkatan sebanyak 30%. Dari kegiatan PKM yang telah dilakukan di SMK Negeri 2 Kota Tegal, dapat disimpulkan bahwa upaya meningkatkan hardskill siswa dalam memahami dan mempraktikkan Digital Marketing sudah optimal, hal tersebut akan dilanjutkan pada Pengabdian Selanjutnya

Kata kunci: *Hardskill, Digital Marketing, PKM, Business Plan*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang berlangsung sangat cepat telah membawa perubahan di berbagai aspek kehidupan serta menuntut masyarakat untuk mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut. Proses penyesuaian ini memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, khususnya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu faktor penting dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan adalah meningkatnya minat dan semangat berwirausaha. Aktivitas kewirausahaan perlu didukung oleh keberanian serta tekad yang kuat, karena dengan sikap tersebut berbagai tantangan yang muncul dapat dihadapi secara optimal. Seiring dengan kemajuan teknologi, Digital Marketing hadir sebagai bagian dari pengembangan kewirausahaan

yang memanfaatkan teknologi modern sebagai sarana utama dalam menjalankan usaha [1]. Konsep Digital Marketing bertumpu pada pemanfaatan teknologi sebagai alat dalam berwirausaha, seperti bisnis berbasis aplikasi daring, sistem keamanan, dan berbagai usaha berbasis teknologi lainnya.

Technopreneurship merupakan perpaduan antara teknologi dan kewirausahaan yang lahir dari sinergi antara kemampuan penguasaan teknologi serta pemahaman yang komprehensif mengenai konsep kewirausahaan [2]. Menurut Sudarsih [3], Digital Marketing merupakan proses pembentukan dan pengembangan usaha baru yang menjadikan teknologi sebagai fondasi utama melalui penerapan strategi dan inovasi yang tepat, sehingga teknologi dapat berperan sebagai salah satu faktor pendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Bentuk nyata dari penerapan Digital Marketing dapat dilihat pada berbagai startup atau usaha rintisan, seperti Gojek, Grab, Bukalapak, Tokopedia, Ruangguru, Traveloka, Shopee, dan sejenisnya. Selain pemanfaatan teknologi, seorang wirausaha juga dituntut memiliki kemampuan dalam menyusun perencanaan bisnis yang matang. Perencanaan ini dituangkan dalam bentuk peta jalan usaha yang jelas melalui penyusunan proposal business plan. Perencanaan usaha menjadi hal yang penting karena berfungsi sebagai dasar legitimasi suatu usaha, sekaligus memberikan gambaran menyeluruh kepada berbagai pihak mengenai usaha yang akan dibangun, sehingga dapat menarik minat mitra untuk menjalin kerja sama.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan jenjang pendidikan yang strategis dalam mempersiapkan peserta didik agar memiliki pengetahuan dan keterampilan teknologi sejak dini [4]. SMK dirancang untuk menghasilkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja, melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, maupun berwirausaha. SMK Negeri 2 Tegal sebagai salah satu sekolah kejuruan negeri di Kota Tegal memiliki empat program studi, yaitu Pemasaran, Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis, Akuntansi dan Keuangan Lembaga, serta Teknik Jaringan Komputer dan Telekomunikasi. Sekolah ini berperan sebagai pusat penyiapan lulusan yang memiliki kesiapan kerja serta keterampilan teknis di bidang teknologi dan pemasaran. Dengan mempertimbangkan pesatnya perkembangan teknologi dan model pembelajaran yang semakin aplikatif, diperlukan upaya peningkatan kemampuan hardskill siswa guna mendukung program penyiapan lulusan, khususnya dalam penguasaan pemasaran berbasis teknologi dan penerapan konsep technopreneurship.

Berdasarkan hasil analisis situasi yang telah dilakukan, permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah masih terbatasnya pemahaman siswa SMK Negeri 2 Tegal mengenai Digital Marketing serta kemampuan dalam menyusun proposal business plan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan hardskill siswa melalui pelaksanaan seminar dan pelatihan Digital Marketing yang difokuskan pada praktik penyusunan proposal business plan. Dengan demikian, siswa diharapkan mampu menerapkan konsep pemasaran digital secara tepat, sistematis, dan terstruktur.

Berdasarkan latar belakang dan kondisi tersebut, maka diperlukan pemberian pengetahuan yang mencakup aspek teoritis dan teknis terkait penyusunan proposal business plan sebagai bagian penting dalam perencanaan usaha.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan melalui dua metode utama, yaitu presentasi dan pelatihan, yang dirancang untuk saling melengkapi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta terkait Digital Marketing.

1. Metode Presentasi

Metode presentasi digunakan untuk menyampaikan materi dasar terkait Digital Marketing dan penyusunan business plan. Materi yang disampaikan meliputi pengertian dan tujuan Digital Marketing, jenis-jenis usaha berbasis Digital Marketing, serta pengenalan komponen proposal business plan. Penyampaian materi dilakukan secara langsung melalui presentasi menggunakan media slide PowerPoint yang dirancang secara sistematis dan komunikatif. Metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual sebagai bekal awal sebelum peserta mengikuti kegiatan pelatihan.

2. Metode Pelatihan (Praktik)

Metode pelatihan dilaksanakan dalam bentuk praktik langsung penyusunan proposal business plan. Kegiatan diawali dengan pembuatan ide usaha, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan proposal yang meliputi penentuan target pasar, analisis SWOT, dan perencanaan keuangan. Selama pelatihan, peserta didampingi oleh tim pengabdian untuk memastikan setiap tahapan dapat dipahami dan diterapkan dengan baik. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam mengaplikasikan konsep yang telah diperoleh pada sesi presentasi.

Selama kegiatan berlangsung, penyampaian materi dan pelaksanaan praktikum dibantu oleh mahasiswa Program Studi DIII Teknik Komputer dan beberapa dosen yang terlibat dalam tim PKM. Mahasiswa berperan aktif dalam membantu penyampaian materi dan mendampingi peserta selama praktikum. Pendekatan ini diambil guna menciptakan suasana belajar yang interaktif, efektif, dan mendukung pemahaman peserta secara menyeluruh.



Gambar 1 Proses Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara tatap muka, di mana seluruh peserta dan tim pengabdian hadir langsung di lokasi. Acara berlangsung di Laboratorium Komputer SMK Negeri 2 Tegal. Rangkaian kegiatan diawali dengan pembukaan, diikuti dengan sesi perkenalan tim pengabdian dan penyampaian tujuan dari pelaksanaan kegiatan tersebut, selanjutnya memberikan materi terkait Digital Marketing, manfaat dan keuntungan dalam menerapkan Digital Marketing. Setelah pemberian materi selesai, selanjutnya seluruh peserta diarahkan untuk membuat ide peluang usaha dengan dipandu oleh seluruh anggota pengabdian, setelah mendapatkan ide, maka dilanjutkan dengan membuat proposal business plan sesuai dengan ide masing-masing, di mana kegiatan ini dilakukan secara langsung oleh seluruh peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, dan telah dilakukan wawancara dan post-test kepada peserta pengabdian serta dengan pengelola SMK Negeri 2 Tegal.

Hasil pemahaman peserta mengenai skill yang perlu dibangun oleh seorang technopreneurship dan pemahaman mengenai pentingnya penyusunan proposal business plan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Tingkat Pemahaman Peserta Setelah Mengikuti Kegiatan PKM

No	Pertanyaan	Persentase Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah peserta memperoleh pengetahuan baru setelah mengikuti kegiatan pelatihan?	80%	20%
2	Apakah materi yang disampaikan telah sesuai dan memenuhi harapan peserta?	90%	10%
3	Apakah pelaksanaan kegiatan pelatihan memberikan manfaat bagi peserta?	90%	10%
4	Apakah peserta memiliki minat untuk menerapkan konsep technopreneurship dalam kegiatan praktik kewirausahaan?	80%	20%
5	Apakah peserta telah memahami konsep penyusunan proposal business plan dan berencana mengimplementasikannya dalam praktik kewirausahaan?	90%	10%

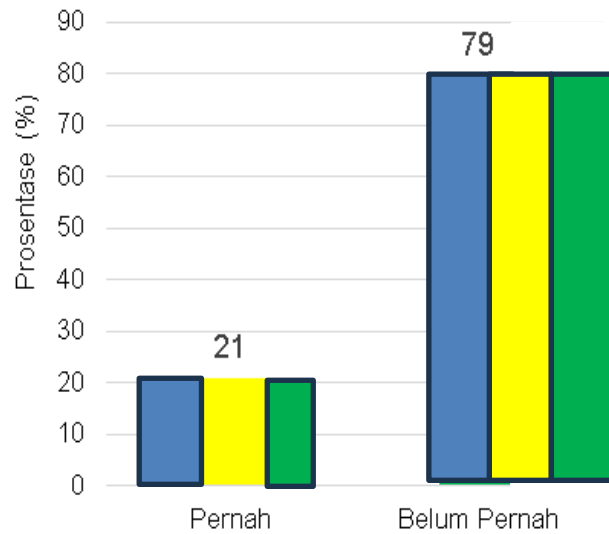
Dapat kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sudah baik, dan berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan. Hal tersebut diawali proses komunikasi dengan Ka.Jur Pemasaran, di mana komunikasi untuk merencanakan kegiatan tersebut dilakukan pada bulan Mei 2025, komunikasi tersebut dilakukan setelah selesai kegiatan PKM pada semester genap 2024/2025 yang mana dilaksanakan dengan metode praktikum, selanjutnya kegiatan lanjutan dilakukan pada semester ganjil 2025/2026 pada bulan oktober yang mana metode yang digunakan yaitu praktikum secara langsung membuat proposal dengan ide yang sudah disiapkan oleh masing-masing siswa. Dalam kegiatan PKM lanjutan tersebut akan diikuti oleh peserta sebanyak 60 siswa, Dimana akan diambil dari kelas Pemasaran 1 dan 2.



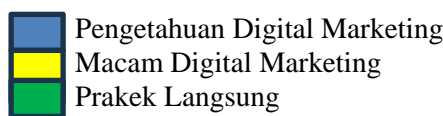
Gambar 2 Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada 22 Mei 2025 di mana kegiatan tersebut dimulai pukul 09.00 wib sampai dengan 11.00 wib. Kegiatan tersebut diikuti oleh siswa-siswi SMK Negeri 2 Tegal, dengan jumlah peserta 35 siswa. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan diawali dengan beberapa pertanyaan (*pre-test*) terkait pengalaman peserta dalam menerapkan Digital Marketing. Didalam *Pre Test* juga menanyakan apa saja yang termasuk Digital Marketing. Apa saja yang sudah dilakukan dalam melakukan praktikum penjualan, di mana dari hasil *pre-test* menunjukkan dari 35 siswa, sebanyak 20%

belum pernah menerapkan Digital Marketing dan belum memahami apa saja yang termasuk dalam Digital Marketing dan sisanya sebanyak pernah 80% pernah menerapkan Digital marketing, di mana sebarannya dapat ditunjukkan pada Gambar 4.1..



Gambar 3 Prosentase Pengalaman Menerapkan Digital Marketing



Setelah kegiatan pengabdian tersebut dilakukan, dan telah dilakukan *post-test* guna mendapatkan *feedback* dari hasil pengabdian tersebut, dengan memberikan kuisioner kepada peserta pengabdian terkait kesulitan-kesulitan yang dialami peserta dalam mengikuti pelatihan peningkatan Digital Marketing , di mana dari hasil kuisioner didapatkan 80% menyatakan bahwa pelatihan ini sangat mudah dipahami dan dipraktikkan, kemudian 20% menyatakan sulit dipahami dan dipraktikkan, hal ini penyebabnya antara lain sarana para siswa masih bingung atau belum menemukan ide usaha.

Dari hasil tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan, bahwa kegiatan peningkatan *pengetahuan Digital Marketing* yang telah dilakukan di SMK Negeri 2 Tegal, telah selesai dilakukan, dengan hasil dari kegiatan tersebut adalah meningkatnya pengetahuan Digital Marketing peserta dalam penerapan usaha untuk membuat proposal business Plan, hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya pengetahuan peserta dalam membuat proposal (contoh ada di lampiran)

4. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di SMK Negeri 2 Tegal, dapat disimpulkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Kegiatan ini diikuti oleh 35 peserta, di mana berdasarkan hasil pre-test diketahui bahwa sebanyak 50% peserta belum pernah menerapkan Digital Marketing, sedangkan 50% lainnya telah memiliki pengalaman dalam penerapan Digital Marketing. Selain itu, hasil evaluasi melalui post-test dan angket menunjukkan bahwa sebanyak 80% peserta menyatakan kegiatan pelatihan mudah dipahami dan dapat diikuti dengan baik, sementara 20% peserta menyatakan masih mengalami kesulitan dalam mengikuti pelatihan, yang disebabkan oleh belum ditemukannya ide peluang usaha yang sesuai untuk dikembangkan dalam penyusunan proposal Business Plan

5. SARAN

Terkait hal-hal yang dibutuhkan dalam meningkatkan kegiatan pengabdian ini, maka ada beberapa yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, diantaranya adalah:

Kegiatan pelatihan dan pendampingan perlu dilakukan secara terus-menerus dan perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak sehingga praktek kewirausahaan yang berbasis online dapat berlanjut sehingga dapat menciptakan generasi muda yang tidak hanya mampu mengenai kewirausahaan saja tetapi juga mampu menguasai teknologi agar bertumbuh.pesatnya UMKM di Tegal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Harapan Bersama melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Universitas Harkat Negeri atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak SMK Negeri 2 Tegal yang telah memberikan izin, dukungan, serta kerja sama sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis mengapresiasi partisipasi seluruh siswa dan pihak terkait yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Afriliana, L. Khakim, W. E. Nugroho, and M. T. Prihandoyo, "Peningkatan Hard Skill Siswa Melalui Pengenalan Internet of Things dan Computer Vision," *JMM(Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 6, no. 2, pp. 1540–1548, 2022.
- [2] Mintardjo, C. 2008. Teknopreneur sebagai Entrepreneur Abad 21; Suatu Pengantar.Jurnal FORMAS, Malang. Vol. 1 No. 4. Juni 2008. ISSN. 1978-8452 hal. 228 – 237
- [3] Pebisnis Ulung. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta Sudarsih, E. 2013. Pendidikan Technopreneurship: Meningkatkan Daya Inovasi Mahasiswa Teknik dalam Berbisnis Prosiding KNIT RAMP-IPB Bogor hal. 56 – 63
- [4] Sosrowinarsidiono. 2010. Membangun Sinergi Teknologi Dengan Kemampuan Kewirausahaan Guna Menunjang Kemandirian Bangsa. Munas Asosiasi Perguruan Tinggi Ilmu Informatika. Politelkom.
- [5] M. Teguh Prihandoyo, dkk (2024)"Peningkatan Kemampuan Siswa Dalam Penguasaan Aplikasi Perkantoran Sma Muhammadiyah 1 Kota Tegal". Politeknik Harapan Bersama
- [6] M. Bakhar, et al., "Peningkatan kompetensi penggunaan Microsoft Word dan Excel bagi siswa SMAN 2 Slawi Tegal," Politeknik Harapan Bersama, Tegal, Indonesia, 2023.
- [7] A. P. Sari, "Keterampilan digital pada siswa SMK melalui pelatihan Microsoft Office," *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, vol. 12, no. 4, pp. 200–210, 2020.
- [8] R. Anggraini and D. Pratama, "Efektivitas pelatihan aplikasi perkantoran pada siswa SMK," *Jurnal Teknologi Pendidikan*, vol. 10, no. 2, pp. 45–56, 2021.
- [9] R. Hasanah and S. Dewi, "Peningkatan soft skills melalui pelatihan aplikasi perkantoran," *Jurnal Pengembangan Pendidikan*, vol. 8, no. 3, pp. 122–130, 2020.
- [10] I. Wulandari, "Peran guru dalam pelatihan aplikasi perkantoran untuk siswa SMK," *Jurnal Pendidikan Vokasi*, vol. 11, no. 1, pp. 58–68, 2019.