

Pelatihan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Jiwa *Entrepreneurship* di SMK Muhammadiyah Bligo

Ichwan Kurniawan*¹, Much. Rifqi Maulana ², Karyoto Karyoto³, Rizky Wijonarko⁴

¹Program Studi Komputerisasi Akuntansi, STMIK Widya Pratama

²Program Studi Teknik Informatika, STMIK Widya Pratama

^{3,4}Program Studi Manajemen Informatika, STMIK Widya Pratama

e-mail: *¹ichwan.ana10@gmail.com, ²rifqi@stmik-wp.ac.id, ³karuyotostmik@gmail.com,
⁴wijanarkorizqi@gmail.com

Abstrak

Salah satu usaha Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam menumbuhkan jiwa *Entrepreneurship* siswa adalah dengan membentuk *Teaching Factory* (TEFA) Penerapan TEFA terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi intrinsik siswa dalam belajar *Entrepreneurship*. Namun muncul beberapa Permasalahan, diantaranya pemasaran produk dan jasa, media pemasaran membutuhkan peningkatan sehingga konsumen mengetahui dan meminati produk dan jasa siswa. Seperti di SMK Muhammadiyah Bligo, TEFA menghasilkan produk dan jasa sesuai standar industri, namun terdapat kendala produk dan jasa hanya dinikmati oleh warga sekolah saja, belum ke masyarakat luas. Oleh karena itu di SMK Muhammadiyah Bligo membutuhkan Pelatihan pembuatan konten digital marketing untuk menumbuhkan jiwa *Entrepreneurship* Siswa Kejuruan dengan memanfaatkan Aplikasi Microsoft (MS) PowerPoint dan Canva sebagai aplikasi pembuatan konten digital marketing. Pelatihan dilakukan pada tanggal 1 sampai 4 September 2023. Hasil dari kegiatan ini adalah dengan Digital Marketing dapat menjadi Alternatif Pemasaran Produk dan jasa TEFA, melalui penyebaran angkat kepada 14 responden. Bahwa 100% responden setuju, setelah mengikuti kegiatan siswa mempunyai kemampuan menciptakan content edvertising. Kemudian, 83% responden setuju, TEFA dapat menjadi pendamping siswa dalam pengembangan bisnis di luar sekolah. Namun, yang perlu diperhatikan adalah perencanaan matang, analisis tepat serta SDM (Sumber Daya Manusia) yang kompeten sesuai bidang jurusan.

Kata kunci: *Digital Marketing, Entrepreneurship, Sekolah Kejuruan, Teaching Factory*

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan Standar Nasional Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan, Tujuan Pendidikan Kejuruan yaitu menghasilkan tenaga kerja terampil yang memiliki kemampuan sesuai dengan tuntutan kebutuhan dunia usaha atau industri, serta mampu mengembangkan potensi dirinya dalam mengadopsi dan beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni [1]. Namun kenyataannya pada tanggal 1 Desember 2021 Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data statistik tentang Keadaan Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan menyatakan bahwa lulusan SMK mendominasi jumlah pengangguran di Indonesia. Dimana terdapat 11,13% pengangguran paling banyak dari lulusan SMK, sedangkan pengangguran paling rendah adalah lulusan Sekolah Dasar (SD) dengan jumlah 4,07%, sisanya lulusan Sekolah Menengah Pertama sebanyak 6,45%, Lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 9,09%, lulusan Diplomas sebanyak 5,87% dan Universitas 5,98%.

Seharusnya lulusan SMK lebih mudah dalam mendapat pekerjaan, karena lulusan SMK mendapat keterampilan dan pengetahuan yang lebih dibanding lulusan sekolah menengah yang lain [2]. Usaha Pemerintah dalam menangani permasalahan tersebut tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 [3], Pendidikan dan Pelatihan Vokasi termasuk dalam strategi Produktifitas dalam pengembangan SDM, hal ini selaras dengan Visi dan Misi Presiden 2020-2024. Pendidikan kejuruan menjadi bagian yang penting dalam mempersiapkan lulusannya agar memiliki keterampilan yang dibutuhkan dunia industri. Model pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan industri, merupakan model yang memadukan antara aspek soft skill, hard skill dan *Entrepreneurship* [4]. Artinya melalui pendidikan *Entrepreneurship* lulusan sekolah kejuruan memiliki bekal tambahan sebagai technopreneurship sesuai bidang keilmuan mereka. Pendidikan *Entrepreneurship* dapat lebih bersifat praktik terjun secara langsung dalam menciptakan, menjalankan dan mengembangkan usaha secara mandiri. Hal ini bertujuan agar lulusan sekolah kejuruan mempunyai semangat untuk berwirausaha yang tekun, ulet, disiplin dan dapat menjadi pionir dalam membuka lapangan kerja baru.

Salah satu usaha Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam menumbuhkan jiwa *Entrepreneurship* siswa adalah dengan membentuk Unit Produksi [5]. Perkembangan SMK berbasis industri dalam bentuk Unit Produksi sebagai tempat belajar, selanjutnya dikenal dengan *Teaching Factory (TEFA)* [6]. *TEFA* adalah konsep pembelajaran berbasis industri (produk dan jasa) melalui sinergi sekolah dengan industri untuk menghasilkan lulusan yang kompeten sesuai dengan kebutuhan pasar [7]. Penerapan *TEFA* terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi intrinsik siswa dalam belajar *Entrepreneurship* [8]. Penerapan pembelajaran berbasis industri memungkinkan siswa mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri dan masyarakat, selain itu siswa mempunyai gambaran bagaimana situasi dan kondisi di dunia kerja nantinya. Namun muncul beberapa Permasalahan, diantaranya dalam pemasaran produk dan jasa, baik menggunakan media komunikasi dan penggunaan media pemasaran membutuhkan peningkatan sehingga nantinya konsumen dan masyarakat mengetahui dan meminati produk dan jasa siswa [9]. Seperti halnya di SMK Muhammadiyah Bligo, memiliki *TEFA* yang menghasilkan produk dan jasa sesuai standar industri, namun terdapat kendala cara pemasaran produk dan jasa yang dihasilkan oleh siswa. Selama ini, produk dan jasa hanya dinikmati oleh warga sekolah saja, belum ke masyarakat luas. Seharusnya, hasil produk dan jasa yang mempunyai standar dari industri layak untuk dinikmati oleh masyarakat luas.

Berdasarkan data penelitian awal yang diperoleh di SMK Muhammadiyah Bligo melalui wawancara terhadap Wakil Kepala Sekolah bidang HUMAS SMK Muhammadiyah Bligo sebagai mitra Kerjasama Penerapan Iptek Masyarakat diperoleh informasi mengenai Pengelolaan *TEFA* di SMK Muhammadiyah Bligo. Bahwa di SMK Muhammadiyah Bligo terdapat 4 Progam Keahlian, dalam hal ini tiap Program Keahlian telah memiliki *TEFA* masing-masing sesuai bidang keahlian.

Pengelolaan *TEFA* di SMK Muhammadiyah Bligo dikelola oleh tiap Program Keahlian, baik Kepala Program Keahlian, Guru Produktif dan Siswa yang ikut terlibat di dalamnya, dengan pemantauan langsung oleh Wakil Kepala Sekolah dan Kepala Sekolah. Menurut Wakil Kepala Sekolah bidang HUMAS bahwa keberadaan *TEFA* di SMK Muhammadiyah Bligo tidak hanya sebagai sarana Praktikum mata pelajaran Produktif saja. Namun siswa dilibatkan dalam pengelolaan *TEFA*, selain itu keberadaan *TEFA* dapat dijadikan sarana praktikum Pendidikan *Entrepreneurship* siswa.

Namun pengelolaan *TEFA* di SMK Muhammadiyah Bligo masih mengalami beberapa kendala diantaranya, 1) Pengelolaan yang kurang optimal dari beberapa Guru Pendamping hal ini dikarenakan kegiatan Guru Pendamping yang terlalu padat dalam mengajar dan kegiatan sekolah yang lain. 2) Kurangnya pemahaman pengelola *TEFA* mengenai digital marketing sebagai pemasaran produk dan jasa. 3) Pemasaran Produk dan Jasa yang kurang maksimal, hanya di pasarkan dalam lingkungan sekolah melalui platform *whatsapp*.

Oleh karena itu dianggap penting untuk melakukan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) dengan Ruang Lingkup Skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP). Berupa Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan

TEFA serta Pemasaran Produk dan Jasa dengan memanfaatkan *Digital Marketing* sebagai Sarana Praktek *Entrepreneurship* Siswa Kejuruan di SMK Muhammadiyah Bligo dalam upaya mengoptimalkan pemasaran produk dan jasa agar dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Selain itu diharapkan dengan memaksimalkan pengelolaan *TEFA* dapat menumbuhkan jiwa *Entrepreneurship* Siswa Kejuruan di SMK Muhammadiyah Bligo. Sesuai pedoman pengelolaan *TEFA* yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah tentang *Grand Design* Pengembangan *Teaching Factory* dan *Technopark* di SMK tahun 2016 [6] sebagai sarana praktik kewirausahaan. Pengelolaan *TEFA* seharusnya sejalan dengan kebutuhan industri, melalui sinkronisasi kurikulum dengan standar industri sangat dimungkinkan produk dan jasa dapat dipasarkan kepada masyarakat luas.

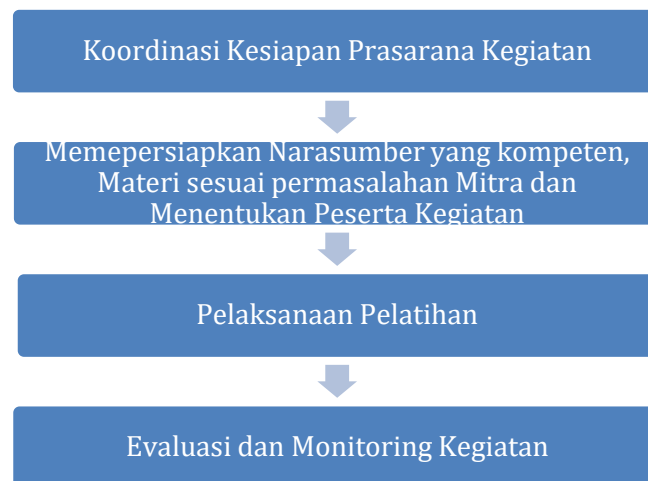
Solusi yang tepat dalam menangani masalah-masalah yang dihadapi oleh mitra adalah dengan penerapan Iptek kepada mitra berhubungan dengan Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan *TEFA* serta Pemasaran Produk dan Jasa dengan memanfaatkan *Digital Marketing* sebagai Sarana Praktek *Entrepreneurship* Siswa Kejuruan di SMK Muhammadiyah Bligo dalam upaya mengoptimalkan pemasaran produk dan jasa agar dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan ini, P3M-STMIK Widya Pratama kerkerjasama dengan mitra dalam hal SMK Muhammadiyah Bligo. Mitra memiliki produk atau jasa *TEFA* disetiap jurusan. Tabel 1 *TEFA* berdasarkan Program Keahlian di SMK Muhammadiyah Bligo

No.	Program Keahlian	Teaching Factory	Diskripsi
1.	Teknik Kendaraan Ringan Otomotif	Bengkel mobil	<i>TEFA</i> jasa pelayanan perbaikan dan perawatan mobil
		Bengkel Las	<i>TEFA</i> dalam bentuk Produksi dan Jasa Pengelasan
2.	Teknik Dan Bisnis Sepeda Motor	Go! Motor	<i>TEFA</i> jasa service, pengadaan spare part dan cuci motor.
3.	Akuntansi Keuangan Dan Lembaga	“Smart Bank” SMK Muhammadiyah Bligo	<i>TEFA</i> jasa mengelola keuangan dan manajemen keuangan mikro. Smartbank mempunyai program diantaranya tabungan siswa, tabungan idul fitri, dan tabungan guru serta melayani untuk umum
4.	Farmasi Klinis Dan Komunitas	Go! Far	<i>TEFA</i> produk farmasi, Produk yang dihasilkan berupa minuman kesehatan yang <i>fresh and healthy</i>
5.	Teknik Komputer Dan Jaringan	Kedai digital	<i>TEFA</i> jasa dalam bidang Teknologi Informasi dan Jaringan

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan mengacu pada alur sebagai berikut:



Gambar 1 Diagram Alur Kegiatan PBM

Adapun penjelasan alur kegiatan PBM kepada mitra sebagai berikut:

1. Koordinasi kesiapan sarana dan prasarana kegiatan PBM untuk pelaksanaan pelatihan baik teori maupun praktik.
2. Melibatkan Dosen yang profesional dan berpengalaman sesuai bidang yang dibutuhkan dalam Kewirausahaan serta *digital marketing*, pelatihan *designt graphic advertising* dan *motion graphic adevvertising* sebagai konten pemasaran TEFA.
3. Melibatkan semua Pengelola TEFA baik Guru dan Siswa di tiap Program Keahlian di SMK Muhammadiyah Bligo, hal ini peserta akan mendapatkan pengetahuan mengenai pendampingan pengelolaan TEFA sesuai pedoman pengelolaan TEFA yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah tentang *Grand Design Pengembangan Teaching Factori* dan *Technopark* di SMK tahun 2016 [6] sebagai sarana praktik kewirausahaan.
4. Selain itu, dalam pelaksanaan kegiatan, peserta mendapatkan pelatihan bagaimana menentukan strategi pemasaran melalui pemanfaatan *digital marketing*. Baik, melalui *platform* media sosial, email maupun website, yaitu praktik pembuatan konten *digital marketing* dengan menggunakan aplikasi *canva*, sebagai *software design graphic advertising* dalam membuat konten *digital marketing*, dan *ms. Powerpoint* digunakan untuk membuat *motion graphic advertising*. Kegiatan di SMK Muhammadiyah Bligo berjalan selama 4 hari, mulai tanggal 1 s/d 4 September 2023, dengan mekanisme pelaksanaan 1 hari tatap muka di laboratorium komputer dan 3 hari penugasan, diskusi dan monitoring kegiatan melalui grup *whatsapp*.

Tabel 2 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan PkM di SMK Muhammadiyah Bligo

No	Waktu	Kegiatan
1	08.30 - 09.00	Sesi ke- 1
		Pengelolaan <i>Teaching Factory</i>
2	09.00 - 09.30	Sesi Ke - 2
		Konsep Digital Marketing
3	10.00 - 11.00	Sesi Ke - 3
		Pemanfaatan Social Media Marketing Dan Email Marketing :
		1. Pembuatan Poster Pemasaran dengan Canva
		2. Pembuatan Motion Graphic Pemasaran dengan Canva
4	11.00 - 12.00	Sesi Ke - 4
		Pemanfaatan Online Advertising Dan Video Marketing
		1. Pengenalan Animasi dengan Microsoft Power Point

No	Waktu	Kegiatan
		2. Pembuatan Ilustrator Pemasaran dengan Microsoft Power Point
5	14.00 - 15.00	Evaluasi
		Monitoring dan Tindak Lanjut

Selanjutnya evaluasi kegiatan dilakukan selama proses dan akhir kegiatan, dalam hal ini evaluasi pada aspek pencapaian tujuan kegiatan dan penyelenggaraan kegiatan, baik evaluasi proses maupun hasil kegiatan. Evaluasi ini dilakukan dengan wawancara kepada guru pendamping *TEFA*. Adapun metode evaluasi yang dilakukan meliputi:

1. Evaluasi pada Proses Kegiatan

Evaluasi selama proses kegiatan meliputi peranserta dan kemampuan peserta kegiatan pada setiap tahap kegiatan, pada tahap akhir peserta diharapkan dapat memiliki kemampuan dalam pengelolaan dan pemasaran produk dan jasa dari *TEFA*, dalam hal ini kemampuan dalam:

- TEFA* di tiap Program Keahlian siap untuk dijadikan sebagai sarana praktik kewirausahaan siswa, dengan menerapkan konsep-konsep kewirausahaan dalam pengelolaan *TEFA*.
- TEFA* sebagai wadah pengembangan potensi siswa dalam bidang keilmuan dan kewirausahaan harus mampu menjawab permasalahan siswa dalam pengembangan bisnis siswa di luar sekolah.
- TEFA* harus dapat menjadi inkubator bisnis bagi siswa dan mampu menciptakan entrepreneur muda yang siap bersaing dalam dunia usaha.
- Pengelola *TEFA* di tiap Program Keahlian mampu dalam mengelola *TEFA* dengan disinergikan pada pengetahuan kewirausahaan siswa.
- Pengelola *TEFA* sebagai Guru pengampu mata pelajaran produktif dan pendamping siswa tidak hanya memberikan pengajaran produksi maupun pelayanan, namun dapat memberikan gagasan-gagasan dalam strategi pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing sebagai alternatif pemasaran produk dan jasa agar lebih dikenal oleh masyarakat umum.
- Mempraktikkan strategi digital marketing dari berbagai jenis pemasaran digital sebagai sarana pemasaran produk dan jasa agar lebih dikenal masyarakat umum.
- Menguasai pengelolaan berbagai platform pemasaran dengan menciptakan content advertising melalui pemanfaatan software design graphic advertising dan motion graphic advertising.

2. Evaluasi setelah Proses Kegiatan.

Keberhasilan dari kegiatan PBM ini akan dievaluasi berdasarkan pemahaman pengelola *TEFA* dan pemanfaatan *digital marketing* sebagai alternatif pemasaran dilakukan melalui wawancara, hal ini bertujuan untuk mengetahui ketercapaian solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan yang muncul dalam pengelolaan *TEFA* dan pemasaran produk jasa hasil *TEFA* di setiap program keahlian..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Kegiatan ini diikuti oleh kurang lebih 25 peserta dari 5 jurusan yang terdapat di SMK Muhammadiyah Bligo, yaitu Teknik Dan Bisnis Sepeda Motor (TBSM), Akuntansi Keuangan dan Lembaga (AKL), Farmasi Klinis Dan Komunitas (FKK) dan Teknik Komputer Dan Jaringan (TKJ). Setiap jurusan terdiri dari 4 peserta dari siswa dan 1 peserta dari pengelola *TEFA* dalam hal ini guru produktif tiap jurusan.

Sebelum acara inti, peserta mengisi pre test berhubungan materi kegiatan, baik materi tentang *TEFA*, Digital Marketing, *Canva* maupun *Ms PowerPoint*. Pembahasan materi mengenai *TEFA*, berhubungan dengan pengelolaan *TEFA* sesuai pedoman pengelolaan *TEFA* yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah tentang *Grand Design Pengembangan Teaching Factori dan Technopark* di SMK tahun 2016 [6]. Sedangkan pembahasan mengenai *Digital Marketing* membahas tentang bagaimana teknik-teknik

pemasaran melalui media digital, baik melalui *platform* media sosial, email maupun website. Materi berikutnya adalah praktik pembuatan konten *digital marketing* dengan menggunakan aplikasi *canva*, peserta diberikan pengalaman langsung dalam pemanfaatan *software design graphic advertising* dalam membuat konten *digital marketing*, sedangkan *ms. Powerpoint* digunakan untuk membuat *motion graphic advertising*.

Selanjutnya acara inti diisi dengan materi tentang TEFA dengan durasi kurang lebih 30 menit oleh Pemateri 1, kemudian dilanjutkan dengan materi tentang digital marketing dan pembuatan konten digital marketing dengan menggunakan Canva, dengan durasi 90 menit oleh Pemateri 2. Selanjutnya materi terakhir adalah materi dengan tema pembuatan konten digital marketing dengan menggunakan Ms. PowerPoint oleh Pemateri 1. Setiap pembahasan disertai dengan diskusi dan latihan, semua peserta sangat responsif pada setiap sesi materi baik siswa maupun peserta dari bapak/ibu guru.



Gambar 2 Kegiatan Pelatihan Tentang Pembuatan Konten Digital Marketing



Gambar 3 Kegiatan Penjelasan Tentang Digital Marketing

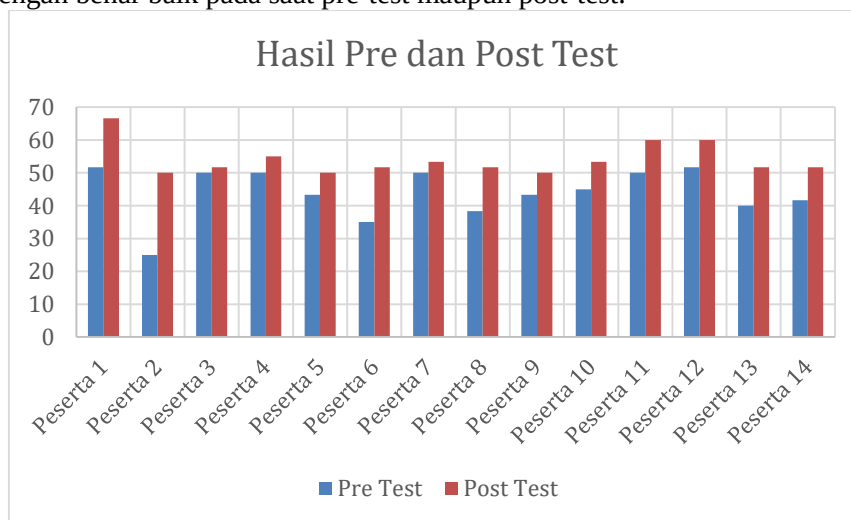
Sesi terakhir sebelum penutupan peserta melakukan post test, pemilihan hasil konten digital yang terbaik dari peserta, serta penugasan bagi pengelola TEFA untuk melakukan

analisis berhubungan dengan perencanaan penentuan produk atau jasa TEFA yang akan dilakukan.

3.2. Pembahasan

Selama kegiatan, peserta dari siswa sangat antusias dalam mengikuti materi kegiatan, rata-rata peserta dari siswa belum mengetahui apa itu TEFA, hal ini dikarenakan siswa yang mengikuti kegiatan ini rata-rata duduk di kelas XI. Sedangkan pemahaman tentang digital marketing peserta dari siswa belum banyak mengetahui, baik secara konsep, perencanaan dan implementasi digital marketing dalam pemasaran produk maupun jasa. Namun, jika dilihat dari pemahaman penggunaan aplikasi desain grafis peserta dari siswa banyak yang telah mengetahui. Jika dilihat pemahaman *entrepreneurship* peserta dari siswa cenderung pasif, belum mengetahui bagaimana manfaat menumbuhkan jiwa *entrepreneurship*. Hal ini dimungkinkan karena siswa belum memperoleh mata pelajaran yang berhubungan dengan kewirausahaan.

Sebagai pengukuran tingkat pengetahuan peserta dalam kegiatan pengabdian, peserta diberikan angket sebelum (pre-test) dan sesudah (post-test) pelaksanaan kegiatan pengabdian. Pengisian angket melalui goole form secara online, dari 27 peserta yang mengikuti kegiatan, angket yang terkumpul dengan isian sesuai hanya 14 peserta. Hal ini dimungkinkan peserta tidak mengisi dengan benar baik pada saat pre-test maupun post-test.



Gambar 4 Diagram Hasil Pre dan Post Test

Tabel 3 Tabel Hasil Pre dan Post Test

Responden	Pre Test	Post Test	Selisih
Peserta 1	52	67	15
Peserta 2	25	50	25
Peserta 3	50	52	2
Peserta 4	50	55	5
Peserta 5	43	50	7
Peserta 6	35	52	17
Peserta 7	50	53	3
Peserta 8	38	52	13
Peserta 9	43	50	7
Peserta 10	45	53	8
Peserta 11	50	60	10

Responden	Pre Test	Post Test	Selisih
Peserta 12	52	60	8
Peserta 13	40	52	12
Peserta 14	42	52	10
Total	615	757	142
Rata-rata	44	54	10

Hasil dari pengukuran pre dan post test kegiatan pengabdian, terjadi peningkatan nilai setelah peserta mengikuti kegiatan, rata peningkatan setelah kegiatan adalah meningkat 10 poin. Jika dilihat, peningkatan perolehan poin peserta tidak signifikan, hal ini karena beberapa peserta telah mengetahui materi yang akan diberikan, baik dari siswa maupun guru. Hasil pengukuran ini membuktikan bahwa pemahaman peserta terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) dengan Ruang Lingkup Skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) di SMK Muhammadiyah Bligo adalah menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* siswa melalui pemberdayaan TEFA di SMK Muhammadiyah Bligo meningkat. Dari kegiatan ini dimungkinkan jika pengelolaan TEFA dilakukan dengan benar dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneurship*.

Selanjutnya tahap evaluasi terhadap pengelola TEFA, dilakukan dengan penyebaran angket melalui *google form* kepada guru pengelola. Dari 7 peserta dari guru, angket yang terkumpul hanya 7 responden, terdapat 1 guru yang belum mengirimkan angket sampai waktu yang telah ditentukan. Pernyataan yang berhubungan dengan TEFA dapat menjadi pendamping siswa dalam pengembangan bisnis di luar sekolah, 17% responden ragu dengan pernyataan tersebut dan 83% setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dimungkinkan karena pemanfaatan TEFA yang kurang maksimal dan keterbatasan sumber daya manusia untuk memantau bisnis siswa di luar sekolah, namun jika pengelolaan TEFA dapat dilakukan secara maksimal dan sumber daya manusia tercukupi hal seperti ini mudah untuk dilakukan. Sedangkan, pernyataan yang berhubungan dengan pemanfaatan *digital marketing* sebagai alternatif pemasaran produk dan jasa TEFA. 100% responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa dengan kegiatan PBM, pengelola TEFA mengetahui jenis-jenis pemasaran digital yang dapat diimplementasikan dalam pemasaran produk dan jasa dan dengan kegiatan PBM, siswa mempunyai kemampuan dalam menciptakan content edvertising melalui pemanfaatan *software design graphic advertising* dalam hal ini aplikasi *canva* dan *motion graphic advertising* dalam hal ini aplikasi *microsost powerpoint*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil kegiatan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di SMK Muhammadiyah Bligo Kabupaten Pekalongan yang telah dilakukan, baik melalui penyebaran angket maupun diskusi selama kegiatan dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Pemanfaatan Digital Marketing dapat digunakan sebagai media Alternatif Pemasaran Produk dan jasa TEFA, namun yang perlu diperhatikan dalam menggunakan digital marketing, harus direncanakan dengan matang baik strategi dan implementasi di lapangan melalui analisis yang tepat.
2. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang telah dilakukan, terjadi peningkatan nilai setelah peserta mengikuti kegiatan, rata peningkatan setelah kegiatan adalah meningkat 10 poin. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan pengabdian dapat memberikan pengetahuan kepada peserta mengenai pembuatan konten digital marketing.
3. Berdasarkan angket yang disebarkan kepada pengelola TEFA, 83% responden menyatakan bahwa TEFA dapat menjadi pendamping siswa dalam pengembangan bisnis di luar sekolah.
4. Selain itu, 100% responden menyatakan bahwa, melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) pengelola TEFA mengetahui jenis-jenis pemasaran digital yang dapat diimplementasikan dalam

pemasaran produk dan jasa dan dengan kegiatan PBM, siswa mempunyai kemampuan dalam menciptakan *content edvertising* melalui pemanfaatan *software design graphic advertising* dalam hal ini aplikasi *canva* dan *motion graphic advertising* dalam hal ini aplikasi *microsost powerpoint*

5. SARAN

Diharapkan penggunaan konten digital marketing sebagai media pemasaran produk TEFA, harus diimbangi dengan peningkatan SDM (Sumber Daya Manusia) yang memadai dan kompeten. SDM ini digunakan sebagai motor penggerak dalam memasarkan produk dan jasa yang dihasilkan. Pengelola TEFA tidak hanya fokus dapat menghasilkan produk dan jasa, namun pengelola TEFA dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi produk, jasa dan pengembangan SDM melalui pelatihan dan monitoring pengelolaan TEFA. Selain itu, kegiatan semacam ini harusnya dipantau secara langsung oleh *top manajemen* untuk pengembangan kurikulum berbasis TEFA dan Kewirausahaan. Hal ini bertujuan agar produk atau jasa yang dihasilkan oleh siswa dapat lebih bermanfaat dan layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemdikbudristek Dijen Vokasi yang telah memberi dukungan financial terhadap kegiatan PkM ini dan Manajemen SMK Muhammadiyah Bligo yang telah membantu pelaksanaan kegiatan. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. T. Wardani, "PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI UNIT PRODUKSI DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN," *Jurnal Media Elektrik*, vol. 18, pp. 19-25, April 2021.
- [2] Kemendikbud, PERATURAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 34 TAHUN 2018 TENTANG STANDAR NASIONAL PENDIDIKAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN/MADRASAH ALIYAH KEJURUAN, Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018.
- [3] N. N. Safitri and J. Nugraha, "MENGEKSPLORASI VARIABEL PEMEDIASI HUBUNGAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN NIAT BERWIRAUSAHA SELAMA PANDEMI COVID-19," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, vol. 10, pp. 23-37, 2021.
- [4] PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA, "PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 18 TAHUN 2020 TENTANG RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH NASIONAL TAHUN 2020-2024," Republik Indonesia, Jakarta, 2020.
- [5] M. H. Syarbini, B. Santosa and M. Sayuti, "Industrial Need Analysis in Bakery to Develop Bakepreneurship Learning Model," *Journal of Vocation Education Studies*, vol. 3, pp. 71-82, 1 November 2020.
- [6] A. Riski, I. Irsyad, S. Syahril and E. Ermita, "Pengelolaan Program Unit Produksi pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 5 Kota Padang," *JOURNAL OF EDUCATIONAL ADMINISTRATION AND LEADERSHIP*, vol. 2, pp. 15-22, 27 Juli 2021.

- [7] D. P. S. Subdit Kurikulum, "Repositori Institusi Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Tenologi," 16 May 2020. [Online]. Available: <https://repositori.kemdikbud.go.id/18290/>.
- [8] Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah, GRAND DESIGN PENGEMBANGAN TEACHING FACTORY DAN TECHNOPARK DI SMK, Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016.
- [9] Y. Yuliansah and A. R. Aliyah , "Efektivitas Unit Produksi sebagai Sumber Belajar Kewirausahaan di SMK Kota Yogyakarta," *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, vol. 22, pp. 443-453, 2015.
- [10] Z. P. Prasloranti, M. Bukit and S. Maharani, "EVALUASI PELAKSANAAN MODEL PEMBELAJARAN TEACHING FACTORY DI SMKN 1 CIBADAK," *EDUFORTECH*, pp. 120-133, 2021.