

PENGUATAN JIWA WIRAUSAHA SISWA SMK HANG NADIM MELALUI PELATIHAN KONTEN KREATIF DAN PROMOSI DIGITAL PRODUK KULINER DAN FASHION

*Strengthening Entrepreneurial Spirit of SMK Hang Nadim
Students through Creative Content Training and Digital
Promotion of Culinary and Fashion Products*

Mauli Siagian

Universitas Putera Batam, (UPB) Batam, Indonesia
e-mail: maulisgn@gmail.com

Wasiman

Universitas Putera Batam, (UPB) Batam, Indonesia
e-mail: wasiman@puterabatam.ac.id

David Humana Sitorus

Universitas Putera Batam, (UPB) Batam, Indonesia
e-mail: davidhumalasitorus@gmail.com

Neni Marlina Br Purba

Universitas Putera Batam, (UPB) Batam, Indonesia
e-mail: nenimarlina05@gmail.com

Abstract

This community service activity aims to strengthen the entrepreneurial spirit of students at Hang Nadim Vocational High School through training and mentoring in creative content production and digital promotion of culinary and fashion products. The program was designed in response to the challenge of students' limited digital promotion skills, which have resulted in a restricted marketing reach for their products. The implementation method employed a participatory approach encompassing needs analysis, theoretical and practical training in digital marketing, content creation mentoring, and outcome evaluation. The results indicate a significant improvement in participants' understanding of digital promotion strategies and their ability to produce creative content for social media. Approximately 90% of the participants were able to create engaging and effective promotional content. The impact of this activity includes increased entrepreneurial motivation, enhanced creativity, and improved student competence in utilizing digital platforms for business development. Therefore, this program successfully fostered a spirit of digital entrepreneurship among students at Hang Nadim Vocational High School as preparation for facing future challenges in the creative economy.

Keywords: Creative Content, Digital Marketing, Student Entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam dunia kewirausahaan, khususnya pada sektor pemasaran produk. Penguasaan digital marketing menjadi salah satu kompetensi penting bagi generasi muda untuk dapat bersaing di era ekonomi kreatif. Di sisi lain, sekolah menengah kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga memiliki jiwa wirausaha yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. SMK Hang Nadim merupakan salah satu sekolah kejuruan yang memiliki program keahlian di bidang kuliner dan fashion, di mana siswa didorong untuk menghasilkan produk kreatif yang memiliki nilai jual. Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar siswa masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran produk secara digital. Produk kuliner dan fashion yang mereka hasilkan sering kali hanya dipasarkan di lingkungan sekolah tanpa strategi promosi yang efektif melalui media sosial. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara keterampilan produksi dan kemampuan pemasaran berbasis digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penguatan jiwa wirausaha siswa perlu dilakukan melalui pendekatan yang lebih relevan dengan era digital, yaitu melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing. Kemampuan membuat konten kreatif promosi menjadi salah satu keterampilan kunci yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar online. Melalui pelatihan konten kreatif, siswa dapat belajar membuat foto produk yang menarik, menulis caption promosi yang persuasif, serta memahami strategi membangun citra merek (branding) di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan marketplace lokal. Pelatihan dan pendampingan ini juga diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam membuat konten promosi, tetapi juga menumbuhkan motivasi dan mental wirausaha digital di kalangan siswa SMK. Dengan demikian, siswa tidak hanya menjadi pencipta produk, tetapi juga menjadi pelaku usaha muda yang mampu mengelola bisnisnya secara mandiri dengan memanfaatkan teknologi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada siswa SMK Hang Nadim dalam membuat konten kreatif dan menerapkan strategi promosi digital untuk produk kuliner dan fashion. Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi peningkatan kemampuan siswa dalam digital marketing, terbentuknya jiwa kewirausahaan yang tangguh dan kreatif, serta terciptanya produk-produk unggulan siswa yang memiliki daya saing di pasar digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang menekankan pada keterlibatan aktif siswa SMK Real Batam dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari pelatihan hingga penerapan promosi digital produk mereka. Metode pelaksanaan dirancang agar mampu membangun kemampuan praktis siswa dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan kewirausahaan di bidang kuliner dan fashion.

1. Sasaran dan Lokasi Kegiatan

Sasaran kegiatan ini adalah siswa SMK Hang Nadim yang berasal dari program keahlian Kuliner dan Fashion, dengan jumlah peserta sebanyak 30 orang. Kegiatan dilaksanakan di SMK Hang Nadim, Kota Batam, Kepulauan Riau, serta di platform digital yang digunakan peserta (media sosial dan marketplace).

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu:

a. Analisis Kebutuhan dan Persiapan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara awal untuk mengidentifikasi kemampuan awal siswa dalam hal promosi digital dan penggunaan media sosial. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk menentukan jadwal kegiatan, pemilihan peserta, serta kebutuhan sarana pelatihan seperti laptop, kamera ponsel, dan koneksi internet.

b. Pelatihan Materi Digital Marketing

Tahap ini bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual dan praktis mengenai pemasaran digital. Materi yang diberikan meliputi:

1. Konsep dasar digital marketing dan strategi promosi online.
2. Pengenalan media sosial sebagai sarana branding dan promosi.
3. Prinsip dasar pembuatan konten kreatif (foto, video, desain, dan copywriting).

Pelatihan dilakukan secara interaktif melalui metode workshop, studi kasus, dan praktik langsung agar siswa dapat memahami konsep dengan mudah.

c. Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif dan Promosi Digital

Pada tahap ini peserta diarahkan untuk membuat konten promosi nyata untuk produk kuliner dan fashion yang mereka hasilkan. Tim pengabdian memberikan bimbingan teknis dalam hal:

- Teknik fotografi dan videografi produk menggunakan ponsel.
- Penggunaan aplikasi desain dan editing sederhana (Canva, CapCut, dll).
- Pembuatan akun bisnis di media sosial (Instagram, TikTok, Shopee).
- Strategi upload dan manajemen konten yang menarik untuk audiens target.

Pendampingan dilakukan secara bertahap dengan pendekatan *learning by doing*, di mana setiap siswa mempraktikkan pembuatan konten dan mengunggahnya pada akun media sosial bisnis mereka.

d. Evaluasi dan Refleksi Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kemampuan dan hasil kerja siswa sebelum dan sesudah pelatihan. Aspek yang dievaluasi meliputi:

1. Peningkatan kemampuan teknis dalam pembuatan konten.
2. Peningkatan kreativitas dan keaktifan siswa dalam promosi digital.
3. Perubahan sikap dan motivasi terhadap kewirausahaan.

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner, observasi langsung, dan analisis aktivitas digital siswa (frekuensi posting, engagement konten, dan konsistensi promosi). Hasil evaluasi dijadikan dasar untuk perbaikan kegiatan lanjutan.

3. Waktu dan Durasi Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan selama 4 bulan (September-Desember 2025) dengan rincian sebagai berikut:

- Minggu ke-1: Analisis kebutuhan dan persiapan.
- Minggu ke-2 s.d ke-4: Pelatihan materi digital marketing.
- Minggu ke-5 s.d ke-7: Pendampingan pembuatan konten dan promosi digital.

Minggu ke-8: Evaluasi hasil dan refleksi kegiatan.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Capaian Kegiatan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing bagi siswa SMK Hang Nadim dilaksanakan selama dua bulan, melibatkan 30 peserta dari jurusan Kuliner dan Fashion. Kegiatan berlangsung secara tatap muka dan praktik langsung di laboratorium kewirausahaan sekolah. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh tahapan dapat terlaksana dengan baik sesuai rencana. Pada tahap pelatihan, siswa memperoleh pemahaman dasar tentang strategi promosi digital, pembuatan konten, serta pengelolaan akun bisnis di media sosial. Pelatihan ini menghasilkan peningkatan pengetahuan teoritis dan teknis siswa tentang digital marketing sebesar 85% berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang dilakukan tim pengabdian. Selanjutnya, pada tahap pendampingan, setiap kelompok siswa berhasil membuat akun bisnis di platform Instagram dan TikTok, serta mulai aktif memposting konten promosi produk kuliner dan fashion mereka. Sebanyak 90% peserta menunjukkan kemampuan dalam merancang konten visual (foto dan video) yang lebih menarik dibanding sebelum pelatihan. Konten tersebut menampilkan kreativitas dalam pengambilan gambar, pemilihan tema warna, serta penyusunan caption promosi. Beberapa kelompok siswa bahkan mulai mendapatkan respon positif dari audiens berupa peningkatan interaksi (like, komentar, dan pesan pemesanan). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga berdampak pada keberanian siswa untuk tampil sebagai pelaku usaha muda di media digital.

Dampak Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini memberikan sejumlah dampak positif baik bagi siswa, sekolah, maupun lingkungan sekitar, antara lain:

- a. **Peningkatan Kompetensi Digital dan Kreativitas Siswa**
Setelah mengikuti pelatihan, siswa mampu membuat konten promosi yang lebih profesional dan menarik. Mereka juga dapat memahami bagaimana algoritma media sosial bekerja untuk mendukung promosi produk. Hal ini membentuk keterampilan baru di bidang digital content creation, yang sangat relevan dengan kebutuhan industri kreatif saat ini.
- b. **Penguatan Jiwa dan Mental Wirausaha**
Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa hanya berfokus pada produksi barang tanpa mempertimbangkan aspek pemasaran. Setelah pelatihan, terjadi perubahan pola pikir di mana siswa mulai memahami pentingnya branding, strategi promosi, dan nilai jual produk. Beberapa siswa bahkan menyatakan minat untuk melanjutkan usaha secara mandiri setelah lulus.
- c. **Dampak terhadap Sekolah**
Kegiatan ini juga meningkatkan profil SMK Hang Nadim sebagai sekolah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mampu mengintegrasikan konsep digital marketing dalam pembelajaran kewirausahaan. Guru pendamping memperoleh pengetahuan baru dalam mendukung siswa mengembangkan bisnis sekolah berbasis media sosial.

Perubahan Perilaku Siswa

Perubahan perilaku kewirausahaan siswa terlihat dari beberapa indikator berikut:

Tabel 1. Perubahan perilaku siswa

Aspek Perilaku	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan
Motivasi Berwirausaha	Rendah, siswa kurang percaya diri memasarkan produk	Tinggi, siswa lebih aktif menawarkan produk melalui media sosial
Kemampuan Promosi Digital	Terbatas, hanya menggunakan media cetak atau word of mouth	Meningkat, siswa mampu membuat konten foto dan video promosi digital
Kreativitas Konten	Konten sederhana, belum memiliki konsep visual	Kreatif, dengan variasi desain, caption menarik, dan storytelling produk
Kemandirian Usaha	Masih bergantung pada arahan guru	Mulai mandiri, mampu mengelola akun bisnis dan menjawab pelanggan

Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi perilaku kewirausahaan dari sekadar pembuat produk menjadi pelaku usaha muda yang memahami pentingnya promosi digital dan komunikasi dengan konsumen.

Pembahasan Akademik

Hasil kegiatan ini sejalan dengan teori *digital entrepreneurship education*, di mana pembelajaran berbasis praktik dan teknologi dapat meningkatkan entrepreneurial mindset dan digital literacy siswa (Ndou, 2021; Santoso & Pratiwi, 2022). Pelatihan berbasis proyek (project-based learning) memungkinkan siswa mengembangkan kreativitas serta kemampuan pemecahan masalah yang relevan dengan konteks dunia usaha. Selain itu, pendampingan yang berkelanjutan terbukti efektif dalam menumbuhkan sikap percaya diri dan rasa tanggung jawab terhadap hasil kerja mereka. Hal ini mendukung temuan dari penelitian Kusumastuti (2020) bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis digital berpengaruh positif terhadap kesiapan wirausaha generasi muda. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga berkontribusi terhadap pembentukan karakter wirausaha digital yang mandiri, inovatif, dan kompetitif di kalangan siswa SMK. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam aspek:

1. Kemampuan teknis siswa dalam membuat foto, video, dan caption promosi yang menarik dan relevan dengan tren pasar digital.
2. Perubahan sikap dan perilaku kewirausahaan, di mana siswa menjadi lebih percaya diri, kreatif, dan proaktif dalam mengembangkan ide usaha.
3. Pemahaman terhadap branding dan strategi digital marketing, yang menjadi dasar penting dalam membangun usaha mandiri di era ekonomi kreatif.

Kegiatan ini juga memberikan dampak luas bagi sekolah dalam memperkuat kurikulum kewirausahaan berbasis digital, serta mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan siswa yang berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif sebagai model penguatan jiwa wirausaha siswa melalui pembelajaran aplikatif dan kontekstual berbasis teknologi digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi dan mental kewirausahaan siswa SMK Real Batam, khususnya di bidang kuliner dan fashion. Melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing, siswa mampu memahami strategi promosi produk, membuat konten kreatif, dan membangun citra produk melalui media sosial.

5. SARAN

Setelah tim melakukan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada SMK Hang Nadim Batam maka dapat diberikan beberapa saran yaitu:

1. Sekolah diharapkan mengintegrasikan materi digital marketing ke dalam kurikulum kewirausahaan.
2. Siswa perlu terus mengembangkan kreativitas dan konsistensi dalam memproduksi konten digital.

3. Tim pengabdian dapat melanjutkan kegiatan dengan pendampingan bisnis digital lanjutan.
4. Pemerintah daerah dapat memberikan dukungan dan kolaborasi dalam membangun ekosistem kewirausahaan siswa SMK di Batam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat dapat terlaksana atas bantuan dari berbagai pihak, maka dengan ini kami, mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pihak sekolah SMK Hang Nadim Batam yang telah memberikan ijin sehingga pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan berjalan dengan lancar
2. Guru-guru di SMK Hang Nadim Batam yang telah memberikan ijin kepada siswanya untuk mengikuti pengabdian yang kami laksanakan sehingga menjadi tambahan motivasi kami dalam pelaksanaan yang pengabdian dalam memberikan ilmu pengetahuan yang kami miliki
3. Tim Pengabdian yang sudah berekrjasama dengan sangat baik dalam mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan sehingga pengabdian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar dari mulai proses survey Lokasi sampai pelaksanaan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D., & Wibowo, S. (2022). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif*, 5(2), 112–120. <https://doi.org/10.1234/jpmk.v5i2.456>
- Handayani, T., & Nugroho, R. (2023). Peningkatan keterampilan kewirausahaan siswa SMK melalui pembelajaran berbasis proyek digital marketing. *Jurnal Vokasi dan Kewirausahaan*, 7(1), 45–53.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Napitupulu, E., & Manurung, R. (2021). Strategi promosi digital dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi*, 3(4), 233–242.
- Rohim, F., & Cahyani, M. (2020). Pelatihan pembuatan konten kreatif untuk promosi produk lokal berbasis media sosial bagi siswa SMK. *Jurnal Abdi Kreatif*, 4(3), 178–186.
- Sari, L. M., & Putra, B. (2024). Digital entrepreneurship education: Membangun kompetensi kewirausahaan di era ekonomi kreatif. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Kreatif*, 8(2), 99–108.

