

PERAN BISNIS DIGITAL, DESAIN, DAN TEKNOLOGI DI SMK BBC MEDAN

Widi Sriwahyuni Pasaribu^{1*}, Charini Aisyah², Taufik Yuandika¹, Denny Hartanto²

¹Fakultas Arsitektur, Perencanaan dan Teknologi, Program Studi Bisnis Digital, Institut Modern Arsitektur dan Teknologi, Medan, Indonesia

²Fakultas Arsitektur, Perencanaan dan Teknologi, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Modern Arsitektur dan Teknologi, Medan, Indonesia

widisriwahyunipasaribu01@gmail.com¹

ABSTRAK

Salah satu tingkat Pendidikan di Indonesia adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yang lulusannya diharapkan mampu siap bekerja terlebih untuk menciptakan peluang kerjanya sesuai dengan kejuruan yang dimiliki. Saat ini hal realistis yang dapat dilakukan oleh para lulusan adalah dengan memulai bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital. Bisnis digital merupakan transformasi bisnis kearah yang lebih efisien. Kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi siswa-siswi mengenai peran bisnis digital, desain, dan teknologi dalam berwirausaha. Mitra pada kegiatan ini adalah siswa-siswi SMK BBC Medan. Metode yang digunakan adalah Pendidikan Masyarakat substitusi ipteks. Pemaparan materi diberikan dengan ceramah dengan bantuan *powerpoint*. Kegiatan PKM meliputi observasi, pelaksanaan, dokumentasi dan evaluasi. Hasil pengamatan kegiatan PKM ini melihat bahwa siswa-siswi memiliki minat untuk memulai bisnis digital. Hal ini terlihat dari antusias dan keingintahuan para siswa-siswi di sana.

Kata Kunci : Bisnis digital; content creator; desain; sekolah menengah kejuruan; dan teknologi.

ABSTRACT

One of the levels of education in Indonesia is Vocational High School (SMK), whose graduates are expected to be ready to work, especially to create job opportunities according to their vocational skills. Currently, a realistic step that graduates can take is to start a business by leveraging digital technology. Digital business is a transformation toward more efficient business practices. This activity aims to educate students about the role of digital business, design, and technology in entrepreneurship. The partners in this activity are students of SMK BBC Medan. The method used is Community Education as a substitution for science and technology. The material is delivered through lectures with the assistance of PowerPoint. The Community Service Program (PKM) activities include observation, implementation, documentation, and evaluation. The results of the PKM activity observation show that the students have an interest in starting a digital business. This is evident from the enthusiasm and curiosity of the students there.

Keywords: Digital business, content creator, design, vocational high school, technology.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran yang utama bagi pembangunan bangsa dalam meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa. Pendidikan adalah sebuah lembaga yang memiliki tugas untuk membina, mendidik, dan menciptakan manusia berilmu. Indonesia melalui program SDGs menjamin kualitas pendidikan yang inklusif dan merata serta meningkatkan kesempatan belajar sepanjang hayat untuk semua lini, tanpa terkecuali. Selaras dengan poin 4.3 SDGs terkait seluruh lini memiliki akses yang sama ke pendidikan termasuk, teknis, kejuruan, dan pendidikan tinggi. Salah satu tingkat dalam dunia pendidikan yaitu sekolah menengah, yang terbagi menjadi tiga, yaitu Sekolah Menengah Atas, Madrasah Aliyah, dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan diharapkan mampu menghasilkan generasi penerus yang siap bekerja

sebagai seorang wirausaha (Asriati et al. 2023). Hal realistis yang dapat dilakukan saat ini oleh para lulusan tingkat sekolah menengah adalah dengan memulai berbisnis dengan memanfaatkan teknologi digital. Salah satu usaha yang saat ini sedang bertumbuh adalah bisnis digital (Satriyono et al. 2024). Salah satu alasan peralihan bisnis konvensional menjadi digital menurut Nida et al. (2023) karena pesatnya perkembangan teknologi seperti jaringan, protokol, *software*, dan spesifikasi. Selain itu, dengan adanya peningkatan persaingan dan berbagai tekanan bisnis lainnya.

Bisnis digital merupakan jenis bisnis yang memanfaatkan infrastruktur teknologi ketika merencanakan, memproduksi, dan memasarkan sebuah produk ataupun layanan (Fauziah et al. 2021). Transformasi ini juga akan berpengaruh dengan perubahan perilaku konsumen. Perubahan yang ditawarkan yang paling nyata adalah fleksibilitas waktu kepada pelanggan. Selain itu, tanpa menghilangkan aspek kenyamanan, tanpa harus pergi ke toko fisik untuk membeli sesuatu yang kemungkinan tidak terjamin ketersediaannya (Priatmoko 2023). Pada bisnis digital, pemasaran digital dan pengemasan produk berfungsi sebagai komponen penting dari strategi pemasaran yang komprehensif untuk kesuksesan bisnis. Pemasaran digital dan pengemasan produk berfokus pada menjangkau konsumen secara *online*, hal ini dapat sangat mempengaruhi keputusan pengemasan produk. Kemasan produk berfokus pada mempromosikan produk dan layanan secara *online*, kemasan produk memainkan peran penting dalam bidang fisik. Pengemasan produk meliputi desain, pembuatan, dan presentasi bahan kemasan suatu produk (Supardin and Sukiyanto 2024). Hal ini bertujuan untuk melindungi produk, memberikan informasi tentang produk dan merek, serta menarik secara visual kepada konsumen. Kemasan produk mempunyai beberapa fungsi penting. Iklan digital memiliki peran penting dalam membentuk preferensi dan harapan konsumen terkait desain kemasan. Bisnis digital telah membuka kesempatan terutama lulusan SMK untuk dapat berwirausaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang berdampak dengan penurunan pengangguran (Asriati et al. 2023). Menurut Munarsih et al. (2020) usia sekolah menengah merupakan saat yang tepat untuk seorang memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha.

Dosen sebagai *agent of change*, memiliki tugas untuk membantu dan meningkatkan pengetahuan masyarakat (Asriati et al. 2023). Sosialisasi dengan memberikan edukasi merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh, Kegiatan ini dapat diwujudkan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Menurut Fauziah et al. (2021) tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat: (1) menciptakan inovasi teknologi untuk mendorong pembangunan ekonomi Indonesia dengan melakukan komersialisasi hasil penelitian; (2) memberikan solusi berdasarkan kajian akademik atas kebutuhan, tantangan, atau persoalan yang dihadapi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung; (3) melakukan kegiatan yang mampu mengentaskan masyarakat tersisih (*preferential option for the poor*) pada semua strata, yaitu masyarakat yang tersisih secara ekonomi, politik, sosial, dan budaya; (4) melakukan alih teknologi, ilmu, dan seni kepada masyarakat untuk pengembangan martabat manusia dan kelestarian sumber daya alam. PKM dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas dan pengetahuan masyarakat sehingga permasalahan seperti minimnya pengetahuan dan sempitnya lapangan pekerjaan dapat teratasi.

Beberapa hasil pengabdian seperti yang dilakukan oleh Fauziah et al. (2021); Mashud et al. (2022); Neno and Einstein (2023) menyebutkan bahwa edukasi mengenai bisnis digital telah terbukti dapat meningkatkan pengetahuan dan motivasi berwirausaha bagi warga desa dan pelaku UKM terkhusus siswa-siswi SMK. Namun, edukasi seperti ini belum pernah dilakukan pada siswa SMK Broadcasting Bina Creative (BBC) Medan. Alasan menggunakan siswa/i SMK Broadcasting Bina Creative (BBC) Medan sebagai mitra, juga karena pertimbangan bahwa khalayak tersebut membutuhkan ilmu baru yang sangat relevan dengan bidang mereka guna meningkatkan pemahaman, pengetahuan dan keterampilan siswa terkait bisnis digital dan desain produk.

2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode sosialisasi dan metode *forum group discussion* (FGD) dengan materi “Peran Bisnis Digital, Desain, dan Teknologi di Sekolah Menengah Kejuruan”. Khalayak yang menjadi sasaran kegiatan ini adalah mahasiswa kelas XII dan kelas XI, hal ini

dikarenakan mereka sudah masuk ketahapan akhir pada tingkat pendidikan formal yang akan memasuki dunia pekerjaan. Adapun langkah-langkah tahapan pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Tahapan observasi dan perencanaan

Tim pengabdian kepada masyarakat yang terdiri dari dosen melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra. Kemudian, pada tahapan ini juga tim merancang perencanaan mulai dari tanggal pelaksanaan, tempat, menyiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan saat kegiatan, administrasi atau surat menyurat, materi, serta pemateri. Pada tahapan ini juga, tim melakukan koordinasi dan negoisasi dengan pihak SMK BBC Medan untuk melakukan sosialisasi peran bisnis digital kepada siswa-siswi yang merupakan targetan kegiatan ini.

2. Tahapan pelaksanaan kegiatan PKM

Kegiatan ini menggunakan metode pendidikan masyarakat (PeMas) dengan menggunakan substitusi ipteks, yaitu dengan menggunakan digitalisasi. Praktiknya pendidikan masyarakat ini dilakukan melalui pemaparan materi secara ceramah dan *forum group discussion* (FGD). Prosesnya terdiri tahapan berikut ini. (1) Pembukaan dan pengenalan institusi oleh moderator; (2) Kata sambutan yang mewakili pihak kampus dan SMK BBC; (3) Pemaparan materi oleh narasumber; (4) *Forum Group Discussion* (FGD); (5) Penutupan oleh moderator dan photo bersama sebagai bentuk dokumentasi kegiatan.

3. Tahap Evaluasi

Tim melakukan evaluasi kegiatan yang telah terlaksana. Hal ini dilakukan untuk melihat dan mengukur keberhasilan penyampaian materi atau sosialisasi. Melalui FGD yang dilakukan terlihat keberhasilan kegiatan PKM ini. Tim juga melakukan perbaikan kegiatan selanjutnya dengan berkaca pada kegiatan ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang telah disepakati antara tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat yaitu para dosen IMAT dengan mitra yaitu SMK BBC Medan, kegiatan sosialisasi ini terealisasi pada:

Hari/Tanggal : Sabtu, 18 Januari 2025

Pukul : 10.30 – Selesai

Tempat : SMK Broadcasting Bina Creative yang beralamat di Jl. Bhayangkara No.368, Indra Kasih, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara.

Dalam hal ini sasaran kegiatan pengabdian tercapai untuk siswa-siswi kelas XI dan XII untuk dikenalkan peran bisnis digital. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dalam beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah pembukaan oleh moderator dan pengenalan singkat instansi dan tujuan acara yang dilakukan oleh Widi Sriwahyuni Pasaribu, S.M., M.M. selaku dosen bisnis digital IMAT.



Gambar 1. Pembukaan oleh Moderator
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Setelah perkenalan, maka dilanjutkan dengan edukasi yaitu penyampaian materi yang dilakukan oleh narasumber yaitu Bapak Taufik Yuandika Bahri, S.Sos., M.M. selaku dosen bisnis digital IMAT. Pemaparan materi menggunakan media *power point*. Pemilihan penggunaan media ini dipilih karena untuk memudahkan para peserta untuk memahami materi. Hal ini selaras dengan pendapat Dewi, Meisyaroh, and Kassaming (2021) yang menyatakan bahwa *power point* adalah media yang efektif untuk visualisasi pada saat pemberian edukasi kepada orang banyak. Materi yang disampaikan mulai dari transformasi bisnis konvensional menjadi bisnis digital, pengertian bisnis digital, perbedaan bisnis digital dan konvensional, bagaimana peran desain untuk bisnis digital, serta tahapan untuk memulai sebuah bisnis digital. Dokumentasi pemaparan materi dapat dilihat dari Gambar 2. Setiap selesai diberikan satu topik materi, siswa diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi terkait materi yang sudah diberikan. Partisipasi peserta dalam pelaksanaan kegiatan ini cukup tinggi, terlihat dari antusiasme peserta menyimak setiap materi yang dibagikan. partisipasi peserta juga terlihat melalui keaktifan peserta mengajukan pertanyaan dan memberikan tanggapan dan jawaban atas pertanyaan dari pemateri terkait topik yang sedang dibahas.



Gambar 2. Penyampaian Materi dan Antusias Siswa-Siswi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Manfaat kegiatan ini bagi siswa-siswi SMK BBC adalah mampu memahami konsep, fokus dan ruang lingkup bisnis digital sebagai bekal siswa-siswi untuk memulai bisnis digital. Berdasarkan hasil observasi para

dosen saat *focus group discussion* siswa-siswi mampu menjawab dan berdiskusi secara aktif dan bergantian memberikan opininya. Indikator keberhasilan yang dibuat, maka dapat dievaluasi bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dapat berjalan dengan baik dan 60 orang siswa secara garis besar mampu memahami konsep pembelajaran pada konsentrasi bisnis digital. Bahkan, beberapa dari siswa-siswi SMK BBC Medan sudah memulai menjadi *content creator* dan memulai *business affiliate* yang merupakan bagian dari bisnis digital. Hasil pengabdian ini menyatakan bahwa edukasi seperti ini, dapat mendorong semangat dan memotivasi para peserta untuk belajar menyenangkan kegiatan wirausaha serta dapat memanfaatkan teknologi untuk membantu kegiatan wirausaha yang dilakukan. Selanjutnya, di akhir acara kami selaku tim pengabdian masyarakat memberikan souvenir sebagai tanda terima kasih kepada pihak SMK BBC yang sudah menerima dan memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan ini.

4. KESIMPULAN DAN UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan sesuai dengan rencananya tanpa hambatan yang mempengaruhi kegiatan. Hasil dari kegiatan ini, siswa-siswi SMK BBC Medan diberikan tambahan wawasan terkait bisnis digital. Dari kegiatan pengabdian ini, siswa-siswi diharap dapat bersaing pada era revolusi industri 4.0 dengan kecanggihan teknologi, serta pemahaman tentang bisnis digital yang cukup kuat untuk menghadapi persaingan kerja yang ketat. Era transformasi digital memberikan peluang besar untuk meningkatkan produktivitas ekonomi di segala sektor dengan partisipasi populasi yang lebih luas. Semoga kedepannya para siswa dan siswi dapat memanfaatkan dan mengembangkan ilmu tentang bisnis digital. Karenanya, perlu adanya bekal kompetensi yang mumpuni untuk dapat memenuhi permintaan yang canggi kedepannya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis dan tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah SMK BBC Medan atas dukungan penuh yang telah diberikan dan bersedia memfasilitasi serta menjadi mitra. Sehingga, kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih juga kami ucapkan kepada siswa-siswi SMK BBC Medan yang telah antusias atas kegiatan ini dan penerimaan materi yang diberikan. Terakhir ucapan terima kasih kepada rekan-rekan dosen yang terlibat dalam mensukseskan kegiatan ini sehingga semuanya berjalan dengan lancar.

Daftara Pustaka

- Asriati, Nuraini et al. 2023. "Edukasi Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Di SMK Negeri 3 Pontianak." *Jurnal Anugerah* 5(1): 41–48.
- Dewi, Rosmala, Meriem Meisyaroh, and Kassaming. 2021. "Penyuluhan Kesehatan Terhadap Pengetahuan Lanjut Usia Tentang Penyakit Degeneratif Di Wilayah Kerja Puskesmas Baranti." *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat* 1(1): 8–13. <https://stikesmu-sidrap.e-journal.id/JIPengMas/article/view/234>.
- Fauziah, Syifa Ayu et al. 2021. "Sosialisasi Bisnis Digital Pada Siswa-Siswi SMK Techno Media." *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat* 1(2).
- Mashud et al. 2022. "Jurnal Mitra Prima (JMP) ISSN (Online) 2722-1083, VOL 6 NO 1 APRIL 2024 Jurnal Pengabdian Universitas Prima Indonesia Medan SOSIALISASI BISNIS DIGITAL UNTUK SISWA-SISWI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMKS PRIMA TIARA MAKASSAR)." *Jurnal Mitra Prima (JMP)* 3(April): 3–5. http://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/mitra_prima/article/view/2531.
- Munarsih, Munarsih et al. 2020. "Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung - Bogor." *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana* 3(1): 22.
- Neno, Khatri Juliani Taku, and Jhon Enstein. 2023. "Sosialisasi Penguatan Materi Kejuruan Bisnis Digital." *Jurnal Pemimpin - Pengabdian Masyarakat Ilmu* 3(1): 51–53.
- Nida, Syaima, Nurhakim Alfi, Istiqamah Jelita Miranda Noor, and Nurarini. 2023. "ANALISIS PERKEMBANGAN TOKO ONLINE (E-COMMERCE) DI INDONESIA." *Jurnal Bisnis Digital* 1(1):

44–54.

- Priatmoko, Iqbal. 2023. “Perilaku Konsumen Terhadap Bisnis Digital.” *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/search> (January 23, 2025).
- Satriyono, Gandung, Meme Rukmini, Oktaviana Wahyu Prihardini, and Mayciella So. 2024. “Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Mitra SMK Tunas Bangsa.” *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI* 8(1): 155–59.
- Supardin, Lalu, and Sukiyanto Sukiyanto. 2024. “Sosialisasi Digital Marketing Dan Packaging Produk.” *Indonesian Journal of Community Dedication* 2(2): 226–30. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD/article/view/402>.
- Yaqin, Ainul et al. 2024. *Inovasi Perguruan Tinggi Dalam Membangun Desa*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Yohamintin. 2023. *Model Manajemen Strategis Pengembangan Kompetensi Profesional Dosen Berkelanjutan*. Bandung: Indonesia Emas Group.
- Zebua, Rony Sandra Yofa, Chandra Hendriyani, Rani Sukmadewi, and Abdurrahman Rahim Thaha. 2023. *Bisnis Digital*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.