



Journal of Human And Education

Volume 5, No. 1, Tahun 2025, pp 230-235

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pelatihan Digital Marketing Dalam Rangka Mendukung Hilirasi Produk Teaching Factory Bagi Guru SMK Negeri 1 Padang Cermin

Syara Purnama Sari^{1*}, Ria Octavia², Rahmawati Azizah³, Asri Winanti Madyoningrum⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Madani

Email: syara.purnama@almadani.ac.id^{1*}, ria.octavia@almadani.ac.id²,

rahma.azizah@almadani.ac.id³, asri.winanti@almadani.ac.id⁴

Abstrak

Pelatihan Digital Marketing dalam rangka mendukung hilirasi produk teaching factory bagi guru SMK Negeri 1 Padang Cermin yang diselenggarakan oleh tim dosen STIE Al Madani berjalan dengan baik, lancar, dan interaktif. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 19 orang peserta dari para guru SMK Negeri 1 Padang Cermin. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan guru dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk teaching factory. Materi yang disampaikan meliputi strategi pemasaran melalui media sosial serta penggunaan market place. Peserta sangat antusias mengikuti pelatihan ini, terlihat dari partisipasi aktif mereka dalam sesi diskusi dan latihan praktek. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta terkait digital marketing. Pelatihan ini menjadi langkah penting dalam mendukung pendidikan vokasi yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Teaching Factory, Hilirisasi Produk, SMK*

Abstract

Digital Marketing Training in order to support the downstreaming of teaching factory products for teachers of SMK Negeri 1 Padang Cermin organized by the STIE Al Madani lecturer team went well, smoothly, and interactively. This training activity was attended by 19 participants from teachers of SMK Negeri 1 Padang Cermin. This training aims to improve teachers' understanding and skills in utilizing digital platforms for marketing teaching factory products. The materials presented include marketing strategies through social media and the use of market places. Participants were very enthusiastic about participating in this training, as seen from their active participation in discussion sessions and practical exercises. The results of this training showed a significant increase in participants' understanding and skills related to digital marketing. This training is an important step in supporting vocational education that is relevant to current industry needs.

Keywords: *Digital Marketing, Teaching Factory, Product Downstreaming, Vocational School*

PENDAHULUAN

Pelatihan digital marketing memiliki peran penting dalam mendukung hilirisasi produk *teaching factory* bagi seorang guru SMK. Saat ini, perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat, sehingga kemampuan dalam memanfaatkan *platform digital* untuk pemasaran produk menjadi keahlian yang sangat diperlukan. Guru SMK yang dibekali dengan pelatihan *digital marketing* dapat menjadi agen perubahan yang mendorong siswa untuk terlibat aktif dalam kegiatan hilirisasi produk *teaching factory*. Dengan adanya pelatihan digital marketing, guru dapat mengajarkan teknik-teknik pemasaran *online* kepada siswa, sehingga mereka dapat mempromosikan produk-produk mereka dengan lebih efektif dan efisien. Dalam konteks ini, pelatihan digital marketing tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan teknologi baru, tetapi juga untuk membekali guru dengan keterampilan yang relevan untuk menghadapi tantangan industri dan pasar yang terus berkembang. Hal ini sejalan dengan konsep *teaching factory* yang mengintegrasikan pendidikan dengan praktik industri, sehingga siswa dapat belajar dalam lingkungan yang lebih realistis dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja (Wahjusaputri et al., 2021).

Salah satu aspek penting dari pelatihan *digital marketing* adalah pengembangan konten yang menarik dan efektif. Pelatihan di SMK Muhammadiyah Bligo, dalam pembuatan konten *digital marketing* menggunakan aplikasi seperti Microsoft PowerPoint dan Canva telah dilakukan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa (Kurniawan, 2023). Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis siswa, tetapi juga membangun pemahaman mereka tentang pentingnya pemasaran dalam keberhasilan produk yang dihasilkan di *teaching factory*. Dengan demikian, guru yang terlibat dalam pelatihan ini diharapkan dapat mengajarkan siswa tentang strategi pemasaran yang efektif dan relevan dengan produk yang mereka buat (Muhardono, 2023).

Selain itu, kolaborasi antara lembaga pendidikan dan industri juga menjadi faktor kunci dalam keberhasilan implementasi *teaching factory*. Temuan yang menunjukkan bahwa keterlibatan industri dalam proses pembelajaran dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan relevansi kurikulum dengan kebutuhan pasar (Puspitasari, 2024). Dalam konteks ini, pelatihan *digital marketing* bagi guru SMK harus mencakup pemahaman tentang bagaimana membangun kemitraan yang efektif dengan industri, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar akademik tetapi juga memiliki nilai jual di pasar (Supriyantoko et al., 2020).

Pelatihan *digital marketing* juga berfungsi untuk meningkatkan kesadaran guru tentang pentingnya *branding* dan pemasaran produk. Dalam era digital saat ini, kemampuan untuk memasarkan produk secara *online* menjadi sangat penting. Oleh karena itu, pelatihan ini harus mencakup strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas produk di pasar (Puspita, 2023). Dengan demikian, guru tidak hanya akan mampu mengajarkan keterampilan teknis kepada siswa, tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana produk mereka dapat dipasarkan secara efektif di dunia digital.

Implementasi pelatihan *digital marketing* juga harus mempertimbangkan tantangan yang dihadapi oleh sekolah dalam menerapkan model *teaching factory*. Beberapa riset menunjukkan bahwa salah satu tantangan utama adalah kurangnya sumber daya dan fasilitas yang memadai untuk mendukung kegiatan pembelajaran berbasis industri (Perwiranegara, 2022). Oleh karena itu, pelatihan bagi guru harus mencakup strategi untuk mengatasi tantangan ini, seperti pengembangan kurikulum yang fleksibel dan adaptif, serta penggunaan teknologi yang dapat membantu dalam proses pembelajaran dan pemasaran produk (Purnami et al., 2021).

Dalam rangka mendukung hilirisasi produk *teaching factory*, penting bagi guru untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang proses produksi dan bagaimana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pasar. Pelatihan *digital marketing* harus mencakup aspek-aspek seperti analisis pasar, pengembangan

produk, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk yang dihasilkan oleh siswa (Suryati et al., 2023). Dengan demikian, guru dapat memberikan bimbingan yang lebih baik kepada siswa dalam mengembangkan produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga memiliki daya saing di pasar.

Selanjutnya, pelatihan *digital marketing* juga harus memperhatikan perkembangan teknologi dan tren terbaru dalam pemasaran. Dalam konteks ini, penggunaan platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi pemasaran lainnya harus menjadi fokus utama dalam pelatihan (Vachruddin et al., 2022). Guru yang terlatih dalam pemasaran digital akan lebih mampu membantu siswa dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka secara efektif, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan produk di pasar (Puspita, 2023). Pentingnya pelatihan *digital marketing* bagi guru SMK juga terlihat dari dampaknya terhadap pengembangan kewirausahaan siswa. Dengan memahami konsep *marketing* dan *branding*, siswa akan lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka dan mengembangkan usaha mereka sendiri (Antony, 2023). Pelatihan ini diharapkan dapat menciptakan generasi muda yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat, sehingga mereka siap menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin kompetitif (Kuat & Purnawan, 2022).

Dalam kesimpulannya, pelatihan digital marketing bagi guru SMK dalam rangka mendukung hilirisasi produk *teaching factory* sangat penting untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan guru dalam mengelola dan memasarkan produk. Dengan pendekatan yang tepat, pelatihan ini dapat membantu menciptakan lingkungan belajar yang lebih relevan dan efektif, serta mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan di dunia industri. Oleh karena itu, kolaborasi antara lembaga pendidikan dan industri, serta penggunaan teknologi yang tepat, harus menjadi bagian integral dari pelatihan ini untuk mencapai hasil yang optimal (Amiruddin, 2023).

Pengamatan awal dari tim PkM yang dilakukan di SMK Negeri 1 Padang terkait tingginya tingkat pengangguran di Indonesia dengan mayoritas lulusan SMK dan SMA. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan ini memberikan sebuah kesadaran bagi Guru SMK sebagai peserta pelatihan agar bisa memberikan pengetahuan kepada para siswa untuk bisa berwirausaha. Hasil observasi oleh tim pengabdian kepada masyarakat dari beberapa dosen STIE Al-Madani menemukan solusi dalam menyelesaikan problem tentang hilirisasi produk *teaching factory* melalui pelatihan digital marketing. Hal ini menunjukkan pentingnya pelaksanaan kegiatan pelatihan dengan topik "Pelatihan Digital Marketing Dalam Rangka Mendukung Hilirisasi Produk Teaching Factory Bagi Guru SMK Negeri 1 Padang Cermin".

METODE

Kegiatan pelatihan dilakukan secara *offline* di SMK Negeri 1 Padang Cermin di Kabupaten Pesawaran, Lampung pada hari Kamis 15 September 2022. Peserta pelatihan ini merupakan para guru SMK berjumlah 19 peserta. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan :

1. Ceramah

Tim pengabdian masyarakat dari dosen STIE Al-Madani mencoba menjelaskan materi pemanfaatan *digital marketing* untuk para guru SMK untuk meningkatkan kompetensi pengajar.

2. Praktek

Para peserta mendapatkan materi praktek pemanfaatan media sosial serta *market place* bagi guru SMK Negeri 1 Padang Cermin, provinsi Lampung untuk menciptakan peluang bisnis baru bagi pengembangan jiwa wirausaha.

3. Diskusi

Dalam tahapan pelatihan digital marketing bagi para guru SMK Negeri 1 Cermin Padang diberikan kesempatan untuk bertanya, memberikan tanggapan serta diskusi dengan tim pemateri dari dosen dari STIE Al-Madani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilakukan dari bulan September tahun 2022 dengan dengan beberapa tahapan dalam pelaksanaannya, yaitu:

1. Memberikan informasi terkait pelaksanaan pengabdian yang dilakukan secara langsung di lingkungan sekolah SMK Negeri 1 Padang Cermin.
2. Mempersiapkan bahan atau materi yang diperlukan pada pelatihan kewirausahaan.
3. Mengadakan pertemuan sesama tim untuk mendiskusikan materi kegiatan yang akan dilaksanakan dan pembagian tugas antar tim pelaksana.
4. Melakukan persiapan
5. Mengadakan pelatihan kewirausahaan secara offline
6. Monitoring dan evaluasi kegiatan dan menyusun laporan pengabdian.

Berikut Bukti dokumentasi pelatihan *digital marketing* di SMK Negeri 1 Padang:



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan *Digital Marketing* di SMK Negeri 1 Padang Cermin



Gambar 2. Penyampaian Materi *Digital Marketing* Pelatihan di SMK Negeri 1 Padang Cermin



Gambar 3. Dokumentasi Praktek *Digital Marketing*

Kegiatan pelatihan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) diawali pembukaan kata sambutan oleh ketua tim dari dosen STIE Al-Madani, dilanjutkan sambutan dari kepala Sekolah SMK Negeri 1 Padang Cermin, diteruskan materi dari setiap pemateri, kemudian masuk pada sesi praktek dan tanya jawab, serta sesi terakhir penutupan dan foto bersama-sama antara tim pemateri dan peserta.



Gambar 4. Dokumentasi Pemateri dan Peserta Pelatihan *Digital Marketing*



Gambar 5. Materi Dalam Pelatihan *Digital Marketing*

SIMPULAN

Hasil pelatihan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan guru SMK Negeri 1 Padang Cermin dalam bidang *digital marketing*, yang diharapkan dapat ditransfer kepada siswa mereka. Para guru merasa lebih percaya diri dan siap untuk menerapkan berbagai metode pemasaran *online* yang telah dipelajari. Pelatihan yang interaktif dan mendalam ini diharapkan mampu mendorong hilirasi produk *teaching factory* lebih efektif dan efisien, sehingga produk-produk yang dihasilkan oleh siswa SMK Negeri 1 Padang Cermin dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Pelatihan ini menjadi langkah penting dalam mendukung program pendidikan vokasi yang relevan dan berorientasi pada industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin. (2023). PKM Pelatihan Implementasi Kurikulum Merdeka Pada SMK. *J. Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 310–315. <https://doi.org/10.61255/vokatekjpgm.v1i3.261>
- Antony, R. (2023). Teaching Factory Learning Management in Developing Entrepreneurial Spirit in Students: The Study of SMK Muhammadiyah Gamping Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Teknologi Informasi (Jipti)*, 4(2), 163–174. <https://doi.org/10.52060/pti.v4i2.1409>
- Kuat, T., & Purnawan, P. (2022). Edupreneurship Implementation Through Teaching Factory on Mechanical Engineering Competence. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(3). <https://doi.org/10.21831/jpv.v12i3.51536>
- Kurniawan, I. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship Di SMK Muhammadiyah Bligo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(4), 1179–1188. <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i4.5841>
- Muhardono, A. (2023). Pengembangan Teaching Factory “Busana Butik” SMK Syafii Akrom Melalui Pelatihan Literasi Digital Marketing Dan Pengelolaan Keuangan. *Buletin Abdi Masyarakat*, 3(2), 68. <https://doi.org/10.47686/bam.v3i2.552>
- Perwiranegara, A. A. (2022). Teaching Factory Management in the Industrial Era 4.0 in Indonesia. *International Journal of Science and Society*, 4(3), 151–162. <https://doi.org/10.54783/ij soc.v4i3.508>
- Purnami, A. S., Mulyanto, M., & Utomo, S. (2021). Teaching Factory, Internal Quality Assurance System, and Vocational Teacher Quality Culture. *Journal of Education and Learning (Edulearn)*, 15(3), 406–413. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v15i3.18947>
- Puspita, W. N. (2023). Action in the Business Realm: Increasing Students' Entrepreneurial Spirit Through Production Unit-Based Teaching Factory Learning. *Journal of Social Knowledge Education (Jske)*, 4(4), 172–178. <https://doi.org/10.37251/jske.v4i4.937>
- Puspitasari, F. F. (2024). Collaboration of Educational Institutions and Industry: Realizing Teaching Factory for Dedicated and Integrity-Driven Human

- Resources. *Al-Tanzim Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(2), 477–491.
<https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v8i2.7409>
- Supriyantoko, I., Jaya, A., Kurnia, V., & Habiba, P. G. S. (2020). Evaluasi Implementasi Kebijakan Teaching Factory Dengan Model Evaluasi Cipp Di SMK Negeri Dki Jakarta. *Journal of Vocational and Technical Education (Jvte)*, 2(2), 1–10.
<https://doi.org/10.26740/jvte.v2n2.p1-10>
- Suryati, L., Rahmadhani, S., Ganefri, -, & Yulastri, A. (2023). *Potencial Application of Teaching Factory Based on Technopreneur Strengthening Model for Increasing Entrepreneurial Productivity in Vocational Education*. 122–130.
https://doi.org/10.2991/978-2-38476-050-3_14
- Vachruddin, V. P., Hamid, A., & Nasril, N. (2022). Development of E-Wallet Application “DASIGU” - Based Teaching Factory. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(3). <https://doi.org/10.21831/jpv.v12i3.47417>
- Wahjusaputri, S., Bunyamin, B., & Nastiti, T. I. (2021). Critical Success Factors in Implementing Teaching Factory-Based Competency for Vocational High School Students. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 40(3), 584–592.
<https://doi.org/10.21831/cp.v40i3.28877>