Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma
ISSN 2716-3512 (Online)
ISSN 2721-0367 (Print)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

Sosialisasi Peningkatan Pemahaman Bisnis Digital Berbasis Media *Online* pada Siswa SMK PGRI 1 Kota Semarang

Muhammad Sipan, Ery Sadewa, Yusuf Nurul Hilal
Universitas Semarang, Jl. Soekarno Hatta Kota Semarang
*Penulis korespondensi: zh1_puan@usm.ac.id

Dikirim : 13 Februari 2025 Direvisi : 29 Agustus 2025 Diterima : 30 Agustus 2025

Abstrak: *Perkembangan pesat teknologi informasi, terutama internet, telah menciptakan berbagai peluang baru di bidang bisnis, salah satunya adalah meningkatnya pertumbuhan bisnis digital. Bisnis digital menjadi salah satu bentuk inovasi teknologi yang berperan penting dalam mendorong kemajuan ekonomi Indonesia. Fenomena ini juga merupakan dampak positif dari pandemi Covid-19 yang terjadi beberapa tahun lalu. Namun, berbeda dengan kemajuan bisnis digital, siswa SMK PGRI 1 mengalami penurunan keaktifan dalam pembelajaran tatap muka akibat pandemi. Kondisi tersebut masih dianggap wajar, tetapi menurunnya kreativitas siswa menjadi permasalahan tersendiri. Untuk mengatasinya, tim pengabdian berupaya menumbuhkan motivasi belajar agar kreativitas siswa dapat berkembang, terutama dalam bidang bisnis online, sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan yang bermanfaat bagi kebutuhan pribadi maupun keluarga tanpa harus bekerja terlalu berat. Di era kompetitif saat ini, siswa dituntut mengenali potensi diri sebagai modal dalam meraih cita-cita. SMK PGRI 1 Semarang sebagai acuan bagi SMK swasta di Jawa Tengah diharapkan mampu membekali siswa dengan ilmu dan keterampilan sesuai minat, baik dari sekolah maupun pelatihan tambahan. Melalui kegiatan pengabdian ini, dihasilkan lapak online dan peningkatan pemahaman siswa terhadap bisnis digital sebesar 19,65%, dari 53,35% menjadi 73%, yang diharapkan dapat mendorong semangat berwirausaha sejak dini.*

Kata kunci: *bisnis digital, online, kreativitas, SMK PGRI, usaha*

Abstract: *The rapid progress of information technology, especially the internet, has created new opportunities for business growth through the rise of digital entrepreneurship. This innovation plays a vital role in driving Indonesia's economic development and reflects positive post-pandemic changes. However, students at SMK PGRI 1 have shown reduced engagement in offline learning as a residual effect of Covid-19, leading to decreased creativity. To address this issue, the community service team implemented activities aimed at enhancing students' motivation and creative potential, particularly in developing online businesses that can generate income for personal and family needs. In today's competitive era, students must identify and strengthen their personal abilities as preparation for future careers. As a reference vocational school in Central Java, SMK PGRI 1 Semarang focuses on improving student competence through education and external training. The program produced an online marketplace and increased digital business understanding by 19.65%, from 53.35% to 73%.*

Keywords: *business, creativity, digital business, online, SMK PGRI*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

1. Pendahuluan

Transformasi digital yang berlangsung pesat telah mengubah secara fundamental pola ekonomi, sistem perdagangan, serta kebutuhan dunia kerja modern (Faisal & Fasa, 2025; Oktareza dkk., 2024; Uli dkk., 2024). Pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis kini menjadi salah satu kompetensi utama yang harus dimiliki generasi muda, termasuk siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), agar mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital (Maryati & Masriani, 2019). SMK memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang siap kerja maupun berwirausaha (Agustian dkk., 2024; Santika dkk., 2023). Namun, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kurikulum kejuruan di Indonesia masih belum sepenuhnya mengakomodasi perkembangan bisnis berbasis digital, terutama dalam aspek pemanfaatan media daring sebagai sarana pemasaran dan transaksi (Yoto dkk., 2024). Kesenjangan antara keterampilan teknis siswa dengan kemampuan kewirausahaan digital menjadi salah satu tantangan utama dalam peningkatan daya saing lulusan SMK. Menurut penelitian Felix dkk. (2025), integrasi literasi digital dan pembelajaran kewirausahaan berbasis proyek dapat meningkatkan minat serta kesiapan siswa untuk memulai usaha *online*. Hal serupa juga diungkapkan oleh Karina dkk. (2025) dan Kristanti dkk. (2025) bahwa pelatihan berbasis praktik langsung dalam penggunaan media sosial dan *marketplace* secara signifikan meningkatkan pemahaman siswa terhadap strategi pemasaran digital. Urgensi kegiatan sosialisasi peningkatan pemahaman bisnis digital berbasis media *online* terletak pada perlunya membekali siswa SMK dengan kemampuan aplikatif untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana wirausaha dan promosi produk. Dengan pelatihan yang kontekstual dan berbasis praktik, siswa tidak hanya memahami konsep bisnis digital, tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi nyata. Hal ini sejalan dengan agenda nasional penguatan ekonomi digital dan program Merdeka Belajar–Kampus Merdeka yang menekankan pada pengembangan kompetensi abad ke-21, termasuk literasi teknologi dan kewirausahaan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjudul "Sosialisasi Peningkatan Pemahaman Bisnis Digital Berbasis Media Online pada Siswa SMK PGRI 1 Kota Semarang" dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi bisnis digital siswa, memperluas wawasan mereka mengenai peluang wirausaha berbasis teknologi, serta memperkuat kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan dunia kerja digital.

Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma
ISSN 2716-3512 (Online)
ISSN 2721-0367 (Print)
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

Posisi SMK PGRI 01 Semarang berada di Jalan Medoho I Raya No. 91 Semarang dibangun dan didirikan hari Jum'at 17 Juli 1987 melalui YPLP PGRI DIKDASMEN. Lokasi sekolah mudah diakses oleh transportasi umum. Gambar 1 menunjukkan gambar gedung SMK PGRI 01 Kota Semarang. Sekolah ini memiliki berbagai fasilitas dan perlengkapan, termasuk ruang kepala sekolah, ruang guru, ruang tenaga pendidikan, ruang musik, perpustakaan, laboratorium komputer, dan WiFi gratis. Sejak 2017, SMK PGRI 01 Semarang sudah menyelenggarakan ujian nasional secara mandiri menggunakan komputer UNBK atau CBT. Salah satu kompetensi yang dimiliki SMK PGRI 01 Semarang adalah otomatisasi tata kelola perkantoran dan akuntansi keuangan lembaga. Prakerin (praktik kerja industri) adalah program yang harus dilaksanakan semua siswa dalam jangka waktu tiga bulan. Prakerin dirancang untuk memenuhi kompetensi siswa. SMK PGRI 01 Semarang mengembangkan minat dan bakat siswa melalui program ekstrakurikuler seperti pramuka, paskibra, klub Inggris, bola volley, memasak, baca tulis Al Qur'an, dan kesenian yang meliputi musik dan tari. Siswa SMK PGRI 01 Semarang telah mencapai banyak prestasi di berbagai bidang, baik akademik maupun nonakademik, dalam berbagai kompetensi dan perlombaan.

Gambar 1. Gedung Sekolah SMK PGRI 1 Kota Semarang

Pengajar SMK PGRI 01 Semarang harus memiliki profesionalisme yang tinggi, mahir di bidangnya, inovasi terhadap segala hal, kreatifitas, dan memiliki ilmu dan pengetahuan yang mumpuni. Mereka juga mengajar dengan kasih sayang, tulus, dan ikhlas. Pengaruh negatif pandemi Covid-19 mengakibatkan siswa pasif dalam mengikuti proses belajar mengajar, karena hampir tiga tahun proses pembelajaran berlangsung secara *online*. Salahsatu dampak yang ditimbulkan adalah menurunnya kreativitas siswa. Siswa tidak

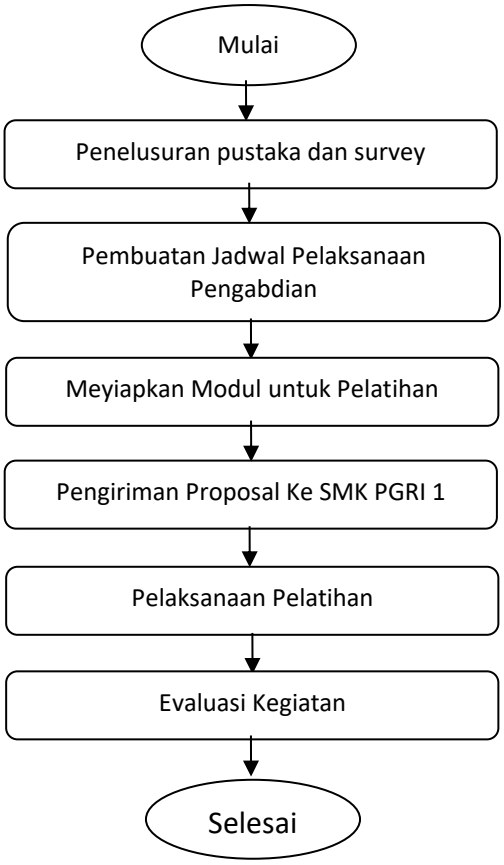
https://doi.org/10.26874/jakw.v6i3.769

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

memiliki banyak kesempatan untuk maju, terutama dalam hal berwirausaha. Dengan melihat kondisi tersebut, tim pengabdi berupaya mendorong siswa agar mampu menunjukkan kreativitas mereka dalam wadah yang tepat. Salahsatu usaha yang dilakukan bagi siswa dengan meningkatkan pemahaman siswa tentang bisnis digital melalui media *online* di sekolah tersebut.

2. Metode

Tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diberikan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Alur Diagram Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan diawali dengan melakukan pencarian pustaka agar materi pengabdian lebih berkualitas sesuai yang dibutuhkan mitra, kemudian tim pengabdi membuat waktu pelaksanaan pengabdian untuk memastikan hari dan tanggal kegiatan dan mitra dapat melaksanakannya. Selanjutnya, pembuatan materi pelatihan sesuai judul PKM sehingga materi pelatihan terarah berdasarkan permasalahan mitra. Langkah berikutnya adalah pelaksanaan pengabdian yaitu

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

pengiriman proposal dan pelaksanaan. Langkah ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

Pelatihan meliputi hal-hal berikut:

1. Sosialisasi gambaran umum kewirausahaan.

   Kegiatan ini berupa pemberian materi tentang apa yang dimaksud tentang kewirausahaan dan bisnis *online*. Tujuannya adalah agar siswa memahami tentang pengetahuan kewirausahaan dan bisnis *online*.
2. Sosialisasi pembuatan *e-mail* untuk registrasi pada pembuatan lapak digital.

   Kegiatan ini berbentuk penjelasan tentang pembuatan *e-mail* dengan domain gmail agar siswa dapat membuat *e-mail* dan memahami cara mengirimkan atau menerima pesan dengan baik.
3. Menjelaskan Produk unggulan untuk Berbisnis.

   Penjelasan yang diberikan tentang produk yang memiliki daya jual tinggi agar siswa mampu mampu memilih produk yang siap jual dan dapat bersaing di pasaran.
4. Pembuatan label produk.

   Materi ini berupa pembuatan label sebuah produk agar konsumen tahu nama, komposisi produk sesuai produk yang akan di jual secara langsung agar mudah dipahami oleh konsumen dan konsumen tertarik untuk membelinya. Tujuan dari kegiatan ini agar siswa mampu membuat label yang memiliki daya komersial yang tinggi pada sebuah produk yang akan dijual.
5. Pembuatan kemasan Produk

   Bagian ini berupa penjelasan bagaimana membuat kemasan yang baik dan menarik untuk memberikan ciri produk sehingga konsumen mudah untuk mengenali produk yang akan dipasarkan.
6. Pembuatan lapak *online*

   Materi ini berupa penjelasan tentang lapak *online* dan memberikan atribut atribut pada lapak *online* yang dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Lapak *online* ini memberikan layanan yang lebih jelas sehingga pembeli dapat dengan mudah bertransaksi dan jangkauan yang lebih luas.

Langkah terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah evaluasi untuk mengetahui sejauh mana penyerapan pelatihan yang dilakukan. Evaluasi ini dilakukan dengan

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

membandingkan hasil *pre-test* dan *pos-test* yang diikuti oleh peserta kegiatan.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Implementasi Kegiatan PKM

Kegiatan pelatihan untuk siswa SMK PGRI 1 diadakan di Lab. Komputer dan diikuti oleh 20 siswa. Pelatihan dilaksanakan mulai jam 9.30 sampai 11.30 WIB dengan fasilitas modul pelatihan, komputer, dan akomodasi selama pelatihan. Kegiatan PKM meliputi:

a. *Pretest* dengan materi tentang pemahaman umum tentang bisnis dan lapak *online*
b. Sosialisasi tentang wirausaha
c. Sosialisasi tentang Pembuatan *e-mail* untuk registrasi digital
d. Penjelasan tentang Branding produk.
e. Penjelasan tentang label produk yang baik
f. Penjelasan perihal kemasan produk yang baik
g. Pembuatan lapak *online* di beberapa media *online* Tokopedia, shopee.
h. Menambah fitur pada lapak
i. Menampilkan hasil lapak yang sudah di buat
j. Tanya Jawab terhadap materi yang diberikan
k. *Post test*

Beberapa dokumentasi kegiatan ditunjukkan melalui Gambar 3 dan 4. Gambar 3 memperlihatkan pengabdi yang sedang memberikan materi pelatihan tentang gambaran umum bisnis *online* yang meliputi seluk beluk dalam membuka lapak *online* berbasis media *online* seperti pemilihan produk, prospek, *branding,* pengiriman dan lain-lain. Gambar 4 menunjukkan proses pembuatan lapak *online* dengan shopee.com diawali dengan registrasi sampai pengecekan atau monitoring produk yang sudah dibeli, penjelasan sistem pembayaran, dan pemberian *discount* pada saat pembelian.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

Gambar 3. Penjelasan tentang gambaran umum tentang bisnis *online*

Gambar 4. Penjelasan tentang pembuatan lapak *online* dengan shopee.com

3.2 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan, yang melibatkan pelaksanaan *pos-test* untuk mengevaluasi seberapa baik peserta memahaminya setelah selesai kegiatan. Perbandingan hasil pengisian kuesioner didapatkan antara *pre-test* dan *pos-test* oleh 20 siswa, dihasilkan 11 orang tidak pernah menggunakan media *online* untuk berbelanja atau berjualan, sedangkan siswa yang pernah sebanyak 3 orang dan kadang kadang menggunakan sebanyak 6 orang siswa. Menurut 11 siswa penting media *online* digunakan untuk berbisnis. Setelah *pos-test* siswa yang menganggap penting media daring untuk berbisnis menjadi 15 siswa. Mereka sangat bersemangat dalam mencoba menerapkan materi yang siswa terima, seperti bagaimana membuat lapak *online* dengan tampilan yang menarik seperti

https://doi.org/10.26874/jakw.v6i3.769

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

menambahkan misalnya gambar produk yang bagus, layout yang sesuai, proses pengiriman, pemilihan biro pengiriman, dan lain-lain. Tabel 1 memperlihatkan hasil *pretest* dan *pos-test* dari pertanyaan pengetahuan tentang bisnis digital. Dari sepuluh soal yang diberikan siswa cenderung banyak yang belum tahu tentang bisnis digital terlihat pada nilai *pre-test* dan *pos-test* yang ditampilkan pada setiap kolomnya dimana nilai kolom *pre-test* lebih tinggi dibandingkan *pos-test.* Sementara itu, Tabel 2 memperlihatkan distribusi hasil *pre-test* dan *post-test* peserta yang menjawab kadang-kadang atau tidak selalu melakukan transaksi digital. Dari data diperoleh nilai yang cukup seimbang menjawab kadang kadang atau pernah tahu tentang bisnis digital. Selanjutnya, Tabel 3 menggambarkan hasil *post-test* lebih tinggi daripada nilai *pre-test* yang berarti pemahaman siswa terhadap bisnis digital meningkat setelah dilaksanakan pelatihan sosialisasi bisnis berbasis media *online*.

Tabel 1. Hasil *pre-test* dan *pos-test* tentang pengetahuan mengenai bisnis digital

	Tidak Tahu									
Pre-test	4	11	1	18	3	3	5	1	1	3
Post-test	0	10	0	18	1	1	13	1	1	0

Tabel 2. Hasil *pre-test* dan *pos-test* untuk pertanyaan tentang transaksi bisnis digital

	Kadang-kadang									
Pre-test	0	6	0	2	6	5	9	4	6	5
Post-test	0	7	0	1	4	3	5	1	2	4

Tabel 3. Hasil *pre-test* dan *pos-test* untuk pemahaman tentang bisnis digital

	Selalu / Tahu									
Pre-test	16	3	19	0	11	12	6	15	13	12
Post-test	20	3	20	1	15	16	2	18	17	16

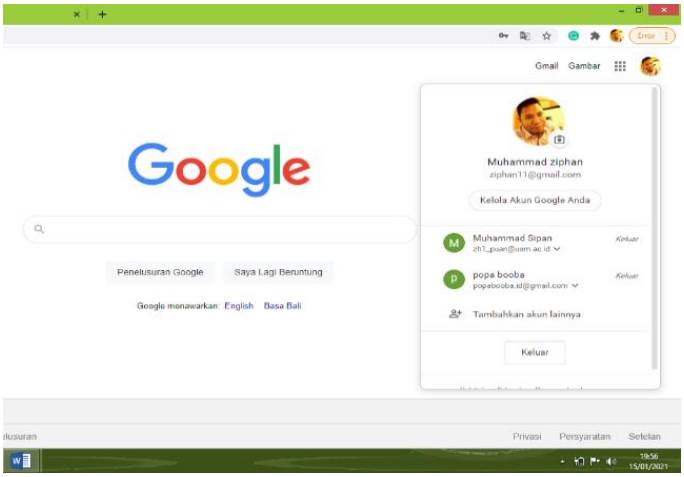
3.3 Luaran Kegiatan

Luaran dari kegiatan pengabdian ini berupa pembuatan lapak *online* berbasis media digital berupa *e-mail* dengan domain gmail. Gambar 5 menunjukkan proses membuat *e-mail* dengan domain gmail.com yang akan digunakan untuk registrasi di lapak yang dipilih. Sementara itu, Gambar 6 menjelaskan output kegiatan berupa lapak *online* dengan produk penjualan ayam aduan. Produk ditunjukkan dengan foto ayam jantan aduan yang memiliki tampilan yang menarik. Lapak lainnya diperlihatkan dalam Gambar 7 dan 8. Gambar 7 menunjukan lapak *online* yang menjual peralatan kecantikan berupa cermin muka dengan bentuk yang sederhana tetapi sangat fungsional dan Gambar 8 menjelaskan lapak *online* yang menjual produk berupa

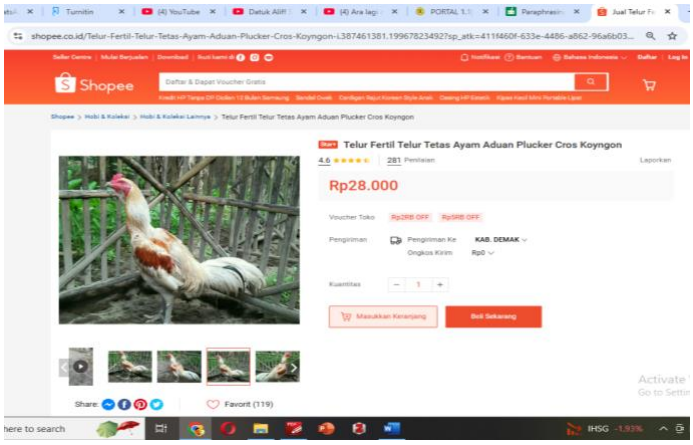
https://doi.org/10.26874/jakw.v6i3.769

Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma
ISSN 2716-3512 (Online)
ISSN 2721-0367 (Print)
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

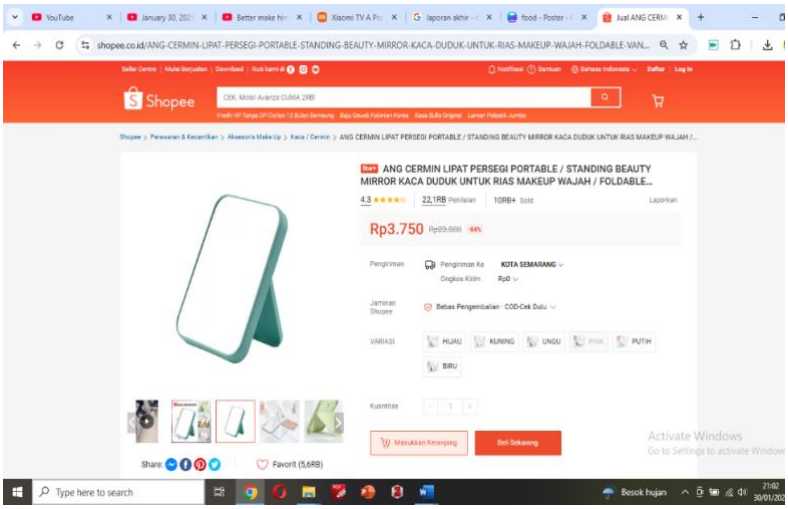
cireng balado dengan rasa enak dan nikmat.



Gambar 5. *E-mail* dengan Domain @gmail.com

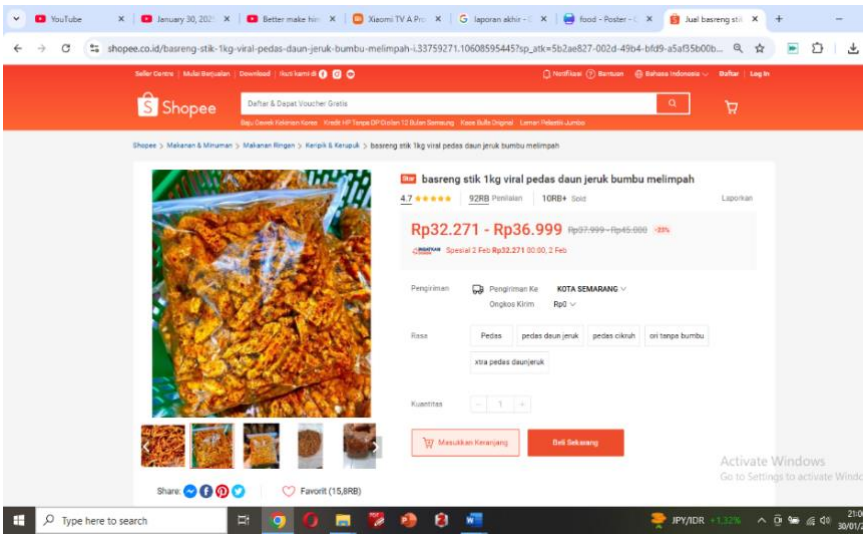


Gambar 6. Lapak *online* dengan produk telur ayam aduan



Gambar 7. Lapak *online* dengan produk Cermin

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA



Gambar 8. Lapak *online* dengan produk cireng balado

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan sosialisasi peningkatan pemahaman bisnis digital berbasis media *online* siswa SMK PGRI 1 Kota Semarang, siswa membutuhkan tempat atau ruang untuk belajar berbisnis sehingga mampu berkontribusi di lingkungan sekolah maupun di masyarakat. Pemahaman siswa tentang lapak *online* berbasis media digital meningkat sebesar 17,8 %. Lapak *online* dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media dalam meningkatkan kemampuan literasi siswa siswa dalam menyongsong masa depan. Kegiatan pelatihan yang berhubungan dengan peningkatan wawasan keilmuan dan keterampilan dapat dilaksanakan bertahap, terus menerus, dan berkelanjutan yang pada akhirnya tetap terjalin kerja sama antara Universitas Semarang dan pihak sekolah.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM USM yang telah mendukung secara langsung dan SMK PGRI 1 Kota Semarang yang bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Referensi

Agustian, D., Amartha. A. & Wardoyo, S. 2024. Tantangan Pendidikan Vokasional dalam Meningkatkan Penyerapan Lulusan SMK di Dunia Industri, *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran*, 7(3), 1373-1382.

Faisal, M.T. & Fasa, M.I. 2025. Transformasi Digital: Peran E-Commerce Dalam Pertumbuhan

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
CC BY SA

Ekonomi Digital Di Indonesia, *Jurnal Media Akademik* (*JMA*), 3(4), 1-12.

Felix, A., Sutrisno, J., Bernanda, D.Y., Makarawung, R.J.N., Kembau, A.S., & Hong, K. 2025. Literasi Digital Dan Kewirausahaan: Mempersiapkan Generasi Muda Menghadapi Tantangan Bisnis Digital, *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 9(1), 65-74.

Karina, M., Irawan, I.N., Yusnaeni, Ramayanti, T.P., Balqis, R., Lubis, F.P., & Zidansyah, A. 2025. Program Pelatihan Optimalisasi Manajemen Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital di SMK Tunas Bangsa Depok, *Journal of Human and Education*, 5(1), 691-698.

Kristanti, K., Ramadhani, N.L., & Budiyanto, A.E. 2025. Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Pada Remaja di SMK Widya Wisata Sragen, *Jurnal Abdimas Indonesia*, 5(2), 1139-1144.

Maryati, W. & Masriani, I. 2019. Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Menguatkan Perekonomian, *Jurnal MEBIS: Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 125-130.

Oktareza, D., Noor, A., Saputra, E. & Yulianingrum, A.V. 2024. Transformasi Digital 4.0: Inovasi yang Menggerakkan Perubahan Global. *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 2(3), 661-672.

Santika, A., Simanjuntak, E.R., Amalia, R. & Kurniasari, S.R. 2023. Peran Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Memposisikan Lulusan Siswanya Mencari Pekerjaan, *Paedagoria : Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Kependidikan*, 14,(1)84-94.

Uli, A.S., Irmayani, R., Hadis, R., & Gibran, F. (2024). Transformasi Ekonomi Digital di Indonesia: Tantangan, Peluang, dan Dampaknya pada Perekonomian Nasional. *Prosiding Seminar Nasional Literasi Digital Ekonomi Modern* (*LPP Mandala*), 3(1), 22-27.

Yoto, Widiyanti & Murhadi, D. 2024. Tantangan Dan Inovasi Dalam Pendidikan Kejuruan Menuju Masa Depan Yang Berkelanjutan, *PT Media Penerbit Indonesia*, Medan.