

Penguatan Kompetensi Siswa SMK dalam Bidang Pemasaran, Investasi, dan Kesiapan Kerja di Era Digital

Syah Abadi Mendrofa¹, Ernina Telaumbanua², Laurensia Mei Selvin Ndraha³, Elisman Hura⁴, Rosmanida Lase⁵, Yudin Erlin Hulu⁶, Anjes Tatema Zefanya Ndraha⁷, Berlian Juwitasari Telaumbanua⁸, Novalex Lase⁹, Robertus Riski Roy Halawa¹⁰, Toberman Halawa¹¹, Sozanolo Halawa¹²
1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12 Universitas Nias, Indonesia

Received : 15 Juli 2025, Revised : 20 Juli 2025, Published : 30 Juli 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Syah Abadi Mendrofa

E-mail: syahabadi.mendrofa@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa SMK dalam bidang pemasaran berkelanjutan, literasi investasi, dan kesiapan kerja di era digital. Program ini dilaksanakan di SMK Negeri Dharma Caraka Gunungsitoli melalui kolaborasi dengan UMKM lokal, Wery Bakery, yang telah menerapkan prinsip bisnis berkelanjutan dan pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi pelatihan interaktif, observasi, wawancara, dan studi kasus nyata. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman siswa: pemasaran berkelanjutan (dari 36% menjadi 87%), literasi keuangan dan investasi (22% menjadi 70%), kesiapan kerja (41% menjadi 65%), serta kemampuan penggunaan teknologi digital (43% menjadi 78%). Siswa juga dibekali dengan keterampilan pembuatan konten digital, strategi promosi, simulasi investasi, serta pengembangan diri berbasis metode SWOT dan SMART. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pembelajaran kontekstual melalui praktik langsung di dunia usaha lokal mampu membentuk karakter, meningkatkan keterampilan, dan menumbuhkan semangat wirausaha siswa SMK secara menyeluruh. Kolaborasi antara sekolah, UMKM, dan akademisi terbukti efektif dalam memperkuat kesiapan generasi muda menghadapi tantangan dunia kerja modern.

Kata Kunci - kompetensi siswa, pemasaran berkelanjutan, investasi, kesiapan kerja, era digital

Abstract

This Community Service Program (PKM) aims to enhance vocational high school (SMK) students' competencies in sustainable marketing, financial literacy, investment, and work readiness in the digital era. The program was conducted at SMK Negeri Dharma Caraka Gunungsitoli in collaboration with a local MSME, Wery Bakery, which implements sustainable business practices and digital marketing strategies. The methods used included interactive training, observation, interviews, and real-world case studies. The results indicated a significant improvement in student competencies: understanding of sustainable marketing increased from 36% to 87%, financial literacy and investment awareness rose from 22% to 70%, work readiness improved from 41% to 65%, and digital skills from 43% to 78%. Students were trained in creating digital content, developing promotional strategies, simulating basic investment planning, and self-development using SWOT and SMART methods. This program demonstrated that contextual learning through direct engagement with local businesses can effectively build character, improve practical skills, and cultivate entrepreneurial spirit among vocational students. Collaboration between schools, MSMEs, and academic mentors proves to be a powerful model for strengthening students' readiness to face the challenges of the modern workforce.

Keywords - student competence, sustainable marketing, investment, work readiness, digital era

How To Cite : Mendrofa, S. A., Telaumbanua, E., Ndraha, L. M. S., Hura, E., Lase, R., Hulu, Y. E., Ndraha, A. T. Z., Telaumbanua, B. J., Lase, N., Halawa, R. R., Halawa, T., & Halawa, S. (2025). Penguatan Kompetensi Siswa SMK dalam Bidang Pemasaran, Investasi, dan Kesiapan Kerja di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 1107–1115. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.328>

Copyright ©2025 Syah Abadi Mendrofa, Ernina Telaumbanua, Laurensia Mei Selvin Ndraha, Elisman Hura, Rosmanida Lase, Yudin Erlin Hulu, Anjes Tatema Zefanya Ndraha, Berlian Juwitasari Telaumbanua, Novalex Lase, Robertus Riski Roy Halawa, Toberman Halawa, Sozanolo Halawa

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, dunia kerja mengalami perubahan yang sangat signifikan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, transformasi digital, serta sistem pemasaran modern yang semakin maju. Perubahan ini membawa tantangan tersendiri bagi peserta didik di tingkat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yang dituntut untuk tidak hanya memiliki keterampilan teknis sesuai jurusan mereka, tetapi juga kompetensi tambahan di bidang pemasaran, kesiapan kerja, serta pemahaman mendalam tentang investasi. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan erat dan menjadi fondasi penting dalam membentuk individu yang adaptif, inovatif, serta mampu bersaing di dunia usaha dan industri yang semakin kompetitif. Pemasaran berkelanjutan, sebagai salah satu fokus dalam pengabdian ini, merupakan pendekatan strategis yang menekankan keseimbangan antara pencapaian keuntungan ekonomi, tanggung jawab sosial, serta pelestarian lingkungan. Di sisi lain, literasi investasi serta kebiasaan menabung sejak dini sangat penting ditanamkan kepada siswa sebagai bagian dari pengembangan diri dan persiapan menghadapi realitas dunia kerja yang dinamis. Oleh karena itu, upaya penguatan kompetensi siswa SMK pada bidang pemasaran berkelanjutan, investasi, dan kesiapan kerja digital menjadi semakin relevan untuk meningkatkan daya saing serta menjamin keberlanjutan karir mereka di masa mendatang. Sebagai bentuk implementasi nyata, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui studi kasus di UMKM Wery Bakery yang berlokasi di Gunungsitoli dijadikan sebagai media pembelajaran kontekstual. Melalui kegiatan ini, siswa dapat melihat langsung bagaimana konsep-konsep tersebut diaplikasikan secara riil di lapangan, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan membekali mereka dengan keterampilan abad ke-21 yang dibutuhkan.

Dari latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi fokus perhatian, di antaranya masih rendahnya pemahaman siswa SMK terhadap konsep pemasaran berkelanjutan, kurangnya literasi investasi dan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan untuk masa depan, serta belum optimalnya kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja, khususnya dalam penguasaan keterampilan digital dan pengembangan soft skills. Selain itu, keterlibatan siswa dalam praktik langsung di dunia industri atau UMKM juga masih minim sehingga berpengaruh pada rendahnya pengalaman praktis yang mereka miliki.

Dengan demikian, pengabdian ini memfokuskan diri pada upaya memperkuat kompetensi siswa SMK dalam menerapkan strategi pemasaran berkelanjutan, memahami konsep investasi serta pengelolaan keuangan pribadi sejak dini, dan mengembangkan diri agar siap bersaing di dunia kerja yang kini berbasis digital. Berdasarkan fokus tersebut, maka dirumuskan beberapa pertanyaan penting yang akan dijawab melalui kegiatan pengabdian ini, yaitu bagaimana cara meningkatkan pemahaman siswa SMK tentang pemasaran berkelanjutan, bagaimana strategi yang efektif untuk membekali siswa dengan literasi investasi dan pengelolaan keuangan, serta apa saja bentuk pengembangan diri yang dapat diterapkan siswa SMK agar lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja digital. Adapun tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menjelaskan konsep sekaligus implementasi pemasaran berkelanjutan kepada siswa SMK, meningkatkan literasi keuangan serta kemampuan investasi sejak dini, serta memberikan strategi pengembangan diri yang aplikatif bagi kesiapan kerja di era digital. Selain itu, pengabdian ini juga menyediakan studi kasus nyata sebagai sarana pembelajaran kontekstual yang dapat menjembatani teori dengan praktik di dunia industri. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan pengabdian ini meliputi manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, kegiatan ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang pendidikan vokasi, pemasaran berkelanjutan, dan literasi keuangan siswa. Sementara dari sisi praktis, manfaatnya dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Bagi siswa SMK, kegiatan ini dapat meningkatkan keterampilan dan kesiapan mereka dalam menghadapi dunia kerja. Bagi guru dan sekolah, hasil dari pengabdian ini dapat dijadikan acuan dalam menyusun kurikulum atau program penguatan kompetensi siswa. Sedangkan bagi UMKM, kerja sama dengan dunia pendidikan dapat membantu meningkatkan kualitas usaha serta daya saing melalui sinergi yang saling menguntungkan.

Dengan demikian, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan akan terwujud generasi muda SMK yang berdaya saing tinggi, adaptif terhadap perkembangan zaman, serta mampu memberikan kontribusi nyata bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan pembangunan berkelanjutan.

METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis pengabdian deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penguatan kompetensi siswa SMK dalam bidang pemasaran berkelanjutan, investasi keuangan, kesiapan kerja, dan pemanfaatan digitalisasi dalam praktik kewirausahaan. Pengabdian kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, persepsi, serta pengalaman siswa dan pemangku kepentingan secara langsung di lingkungan tempat mereka belajar dan beraktivitas.

Desain pengabdian deskriptif-kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi di lapangan secara sistematis dan faktual, serta menginterpretasikan temuan secara kontekstual dengan tujuan memberikan rekomendasi aplikatif dalam pengembangan pendidikan vokasi di era digital.

Waktu Dan Tempat Pengabdian

Pengabdian ini dilaksanakan di SMK N Dharma Caraka Gunungsitoli, Sumatera Utara, sebagai lokasi utama dan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada hari jumat, tanggal 20 Juni 2025. Sekolah ini dipilih karena memiliki program keahlian yang relevan dengan bidang pemasaran dan kewirausahaan, serta menunjukkan semangat kolaboratif dalam peningkatan kompetensi siswa melalui kerja sama dengan pelaku UMKM lokal.

Adapun kegiatan PKM dan pengambilan data dilakukan dengan pelaksanaan secara langsung melalui kunjungan lapangan, observasi, serta sesi edukasi dan pendampingan di lingkungan sekolah dan Dosen Pembimbing Lapangan.

Sumber Data

Sumber data dalam pengabdian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a. Data Primer, diperoleh langsung dari hasil observasi, wawancara, dan interaksi dengan siswa SMK, guru pembimbing, serta pelaku usaha (khususnya pemilik Wery Bakery) selama kegiatan PKM berlangsung.
- b. Data Sekunder, berupa dokumen dan referensi pendukung seperti laporan internal UMKM, literatur akademik tentang pemasaran berkelanjutan, serta data publikasi dari jurnal dan buku terkait kompetensi siswa dan pendidikan vokasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik sebagai berikut:

- a. Observasi Partisipatif: Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas siswa dalam mengikuti kegiatan sosialisasi, diskusi kelompok yang dikembangkan selama kegiatan PKM.
- b. Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan secara semi-struktural terhadap siswa, guru pembimbing, serta mitra UMKM. Pertanyaan difokuskan pada pemahaman mereka mengenai pemasaran digital, investasi, kesiapan kerja, serta dampak kegiatan terhadap penguatan kompetensi.
- c. Dokumentasi: Data dikumpulkan melalui dokumentasi kegiatan berupa foto, video, laporan pelaksanaan kegiatan, serta produk-produk siswa hasil dari pelatihan yang dilakukan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam pengabdian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu:

- a. Reduksi Data: Proses memilah, merangkum, dan menyederhanakan data mentah dari hasil wawancara dan observasi agar menjadi informasi yang relevan dan terfokus.
- b. Penyajian Data: Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, dan diagram untuk menggambarkan hasil temuan secara sistematis.
- c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi: Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola yang ditemukan dalam data serta memverifikasi dengan data lain untuk memastikan konsistensi dan validitasnya.

Untuk meningkatkan kredibilitas data, digunakan teknik triangulasi, yakni membandingkan dan menguji konsistensi data dari berbagai sumber dan metode yang berbeda, termasuk observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Pengabdian

Pengabdian ini dilaksanakan di SMK Negeri 1 Dharma Caraka Gunungsitoli, sebuah lembaga

pendidikan vokasi yang berlokasi di Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. Sekolah ini memiliki fokus pada pengembangan keterampilan praktis siswa yang selaras dengan kebutuhan dunia kerja, termasuk bidang pemasaran, kewirausahaan, dan teknologi digital. Dalam praktiknya, SMK Negeri 1 Dharma Caraka Gunungsitoli aktif menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lokal untuk memperkuat pembelajaran berbasis industri (link and match).

Adapun mitra UMKM yang dijadikan objek kolaborasi adalah Wery Bakery, sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang produksi roti dan makanan lokal khas Nias. Wery Bakery didirikan pada tahun 2001 dan telah mengalami perkembangan pesat dalam hal jumlah produk, jaringan pasar, dan inovasi bisnis. UMKM ini juga menunjukkan praktik pemasaran yang berkelanjutan, pengelolaan investasi sederhana, serta kemampuan adaptif terhadap perkembangan digital.

B. Data

1. Pemahaman Siswa tentang Pemasaran Berkelanjutan

Kegiatan PKM menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMK DC Gunungsitoli belum memahami konsep pemasaran berkelanjutan secara menyeluruh sebelum intervensi dilakukan. Setelah diberikan pelatihan dan simulasi berbasis studi kasus Wery Bakery, terjadi peningkatan pemahaman siswa terhadap pentingnya menyeimbangkan keuntungan usaha dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Siswa juga menyadari bahwa strategi pemasaran tidak hanya sebatas promosi produk, tetapi juga mencakup cara produksi, penggunaan bahan ramah lingkungan, hingga etika berbisnis. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 87% siswa mengakui bahwa pemasaran berkelanjutan merupakan konsep baru namun sangat penting untuk diterapkan dalam wirausaha masa depan.



Gambar 1. Pemberian Materi kepada Siswa SMK

2. Strategi Pembekalan Literasi Investasi dan Pengelolaan Keuangan

Pelatihan literasi keuangan diberikan melalui simulasi menabung, perencanaan modal usaha, serta diskusi interaktif mengenai investasi dasar. Hasilnya, siswa menjadi lebih sadar akan pentingnya perencanaan finansial. Sebelum pelatihan, hanya 22% siswa terbiasa menabung atau mencatat pengeluaran pribadi. Setelah program dilaksanakan, lebih dari 70% siswa mulai membuat tujuan keuangan pribadi dan memahami konsep *return on investment* (ROI) dalam skala usaha kecil. Praktik investasi sederhana yang diterapkan Wery Bakery juga dijadikan contoh bagaimana usaha kecil dapat bertahan melalui pengelolaan keuangan yang disiplin dan efisien.



Gambar 2. Pemberian Materi

3. Pengembangan Diri sebagai Bagian dari Kesiapan Dunia Kerja

Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa memiliki minat tinggi dalam mengikuti kegiatan pengembangan diri, namun masih membutuhkan bimbingan dalam mengidentifikasi potensi dan kelemahan masing-masing. Melalui pelatihan berbasis SWOT dan simulasi wawancara kerja, siswa mampu mengenali pentingnya perencanaan karir dan penguatan soft skill seperti komunikasi, kerja tim, dan kepercayaan diri. Lebih dari 65% siswa menyatakan bahwa mereka merasa lebih siap menghadapi dunia kerja setelah mengikuti kegiatan ini, karena mereka tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga praktik langsung yang relevan dengan kebutuhan industri. Program ini juga meningkatkan kemampuan siswa dalam menghadapi wawancara kerja dan membangun branding pribadi.



Gambar 3. Diskusi dengan Siswa SMK

4. Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Kewirausahaan

Sebagai bagian dari penguatan kompetensi abad ke-21, siswa dilatih dalam pembuatan konten digital, penggunaan media sosial untuk promosi produk, dan pemanfaatan aplikasi penjualan online. Data observasi menunjukkan bahwa 78% siswa mampu menggunakan platform digital sederhana seperti Instagram dan Canva untuk merancang promosi produk buatan mereka. Wery Bakery dijadikan model integratif, karena telah berhasil mengembangkan branding produk lokal dengan pendekatan digital. Melalui pembelajaran berbasis studi kasus ini, siswa mendapatkan pemahaman nyata bahwa digitalisasi merupakan keunggulan kompetitif dalam dunia usaha ritel masa kini.

Tabel 1. Data Lapangan

Aspek yang Diteliti	Sebelum PKM (%)	Setelah PKM (%)
Pemahaman pemasaran berkelanjutan	36%	87%
Literasi keuangan dan investasi	22%	70%
Kesiapan menghadapi dunia kerja	41%	65%
Kemampuan penggunaan teknologi digital	43%	78%

5. Pembahasan Temuan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kegiatan penguatan kompetensi yang dikembangkan melalui pendekatan PKM tidak hanya meningkatkan pemahaman siswa secara teoritis, tetapi juga memberikan dampak signifikan pada praktik dan perilaku mereka. Pendekatan kontekstual melalui studi kasus nyata seperti Wery Bakery membuktikan bahwa keterlibatan langsung dengan dunia usaha lokal mempercepat pembentukan karakter, tanggung jawab, dan kemampuan adaptif siswa. Transformasi paradigma siswa dari sekadar "belajar teori" ke "melakukan dan mengalami langsung" menjadi aspek penting dalam pengembangan pendidikan vokasi yang relevan dengan dunia industri. Hal ini juga memperkuat

urgensi integrasi kurikulum SMK dengan praktik-praktik kewirausahaan dan literasi keuangan sejak dini.

SMK DC Gunungsitoli, sebagai salah satu lembaga pendidikan vokasi di Kota Gunungsitoli, menghadapi tantangan besar dalam menyiapkan lulusan yang tidak hanya kompeten dalam keterampilan teknis, tetapi juga memiliki pemahaman yang utuh tentang pemasaran berkelanjutan, literasi investasi, serta kesiapan kerja berbasis teknologi digital. Kondisi awal menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum memahami bagaimana konsep-konsep tersebut berperan penting dalam dunia usaha modern. Menyadari kebutuhan itu, sebuah program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dirancang untuk memperkuat kompetensi siswa melalui pendekatan berbasis praktik langsung, bekerja sama dengan pelaku UMKM lokal, yakni Wery Bakery.

Wery Bakery merupakan UMKM ritel yang telah beroperasi sejak tahun 2001 dan berhasil tumbuh menjadi salah satu produsen roti lokal yang terkemuka di wilayah Gunungsitoli. Usaha ini menerapkan prinsip-prinsip pemasaran yang berkelanjutan, pengelolaan keuangan yang bijak, serta adopsi teknologi digital sederhana dalam pemasaran produk. Kolaborasi ini menjadi fondasi dalam pelaksanaan PKM yang bertujuan memberikan pengalaman belajar nyata bagi siswa SMK. Melalui kegiatan ini, siswa terlibat dalam berbagai pelatihan seperti simulasi pembuatan produk ramah lingkungan, penyusunan strategi promosi digital menggunakan media sosial, pelatihan literasi keuangan dan investasi sederhana, serta penguatan soft skills seperti komunikasi, kerja sama, dan pengembangan diri.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan transformasi yang signifikan. Sebagian besar siswa mulai memahami pentingnya memasarkan produk secara bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial, serta mampu menyusun rencana keuangan pribadi untuk kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang. Selain itu, siswa menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan dunia kerja, baik dalam hal public speaking, wawancara kerja, hingga perencanaan karir menggunakan metode SMART. Dalam aspek digitalisasi, siswa juga terampil memanfaatkan aplikasi desain dan platform media sosial untuk menciptakan promosi produk secara mandiri.



Gambar 4. Diskusi dengan Siswa SMK

Studi kasus ini membuktikan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis kolaborasi dengan dunia usaha lokal sangat efektif dalam membentuk kompetensi siswa secara holistik. Integrasi antara teori yang dipelajari di sekolah dengan praktik nyata di lapangan memberi dampak positif dalam meningkatkan motivasi belajar, memperluas wawasan kewirausahaan, serta menumbuhkan karakter siswa yang tangguh dan adaptif di era digital. Dengan adanya sinergi antara sekolah, pelaku usaha, dan pendamping akademik, pendidikan vokasi menjadi lebih relevan dan siap menjawab kebutuhan dunia kerja yang terus berkembang.



Gambar 5. Foto Bersama

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian ini menegaskan bahwa penguatan kompetensi siswa SMK dalam bidang pemasaran, investasi, dan kesiapan kerja di era digital merupakan kebutuhan yang sangat mendesak serta strategis dalam menjawab tantangan revolusi industri dan transformasi ekonomi berbasis teknologi. Berdasarkan hasil implementasi kegiatan PKM yang dilakukan di SMK DC Gunungsitoli, serta kolaborasi aktif dengan pelaku UMKM lokal Wery Bakery, ditemukan bahwa pendekatan pembelajaran kontekstual melalui studi kasus nyata mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis siswa.

Pertama, pemahaman siswa terhadap pemasaran berkelanjutan meningkat secara substansial setelah mereka terlibat dalam simulasi dan diskusi interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai etis, lingkungan, dan sosial dalam praktik kewirausahaan dapat ditanamkan sejak pendidikan menengah kejuruan.

Kedua, literasi siswa dalam aspek keuangan dan investasi mengalami peningkatan yang mencolok. Siswa mampu mengenali pentingnya perencanaan keuangan, pengelolaan modal secara disiplin, serta prinsip-prinsip investasi dasar sebagai fondasi ekonomi personal dan wirausaha.

Ketiga, kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja turut berkembang, terutama dalam aspek pengembangan diri, penguasaan soft skills, dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika lingkungan kerja yang berubah cepat. Strategi pengembangan diri berbasis SWOT dan SMART terbukti efektif dalam membentuk orientasi karier yang lebih terarah.

Keempat, kompetensi siswa dalam penggunaan teknologi digital sebagai alat bantu pemasaran dan branding produk lokal juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pemanfaatan media sosial, platform digital, dan teknik konten visual telah membuka cakrawala baru dalam strategi kewirausahaan siswa SMK yang adaptif dan relevan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM yang dirancang secara sistemik, terintegrasi dengan pelaku usaha, serta berbasis pada pendekatan pembelajaran aktif dan partisipatif, memberikan kontribusi nyata dalam mendorong kompetensi siswa SMK secara holistik, baik dari aspek kognitif, afektif, maupun psikomotorik.

Saran

Berdasarkan keseluruhan hasil pengabdian dan refleksi pelaksanaan kegiatan, penulis memberikan beberapa saran strategis untuk keberlanjutan dan penguatan kompetensi siswa SMK di masa mendatang.

Pertama, bagi lembaga pendidikan, khususnya SMK, diperlukan pembaruan kurikulum yang lebih responsif terhadap kebutuhan industri dan perkembangan digital. Pembelajaran sebaiknya menekankan pada model berbasis proyek, praktik kewirausahaan, serta literasi keuangan sejak dini. Di samping itu, kerja sama dengan pelaku UMKM lokal perlu terus diperkuat agar pembelajaran kontekstual melalui studi kasus nyata dapat berjalan berkesinambungan.

Kedua, bagi guru dan tenaga pendidik, diharapkan dapat mengambil peran sebagai fasilitator dan mentor yang mampu menghubungkan teori dengan praktik. Pelatihan berkelanjutan di bidang teknologi, kewirausahaan, dan pendekatan pembelajaran aktif perlu diperluas agar guru memiliki bekal memadai dalam mendampingi siswa mengembangkan kompetensi abad ke-21 secara optimal.

Ketiga, bagi siswa SMK, penting untuk menumbuhkan inisiatif belajar mandiri, memperluas wawasan di bidang pemasaran digital dan literasi investasi, serta membangun karakter yang tangguh dan percaya diri. Sikap proaktif ini akan menjadi bekal berharga untuk memasuki dunia kerja ataupun merintis usaha mandiri di era yang serba kompetitif.

Keempat, bagi pemerintah dan pemangku kebijakan, diharapkan semakin mendukung program penguatan SMK berbasis industri kreatif dan kewirausahaan digital melalui kebijakan inovatif. Hal ini dapat diwujudkan melalui penyediaan sarana prasarana digital yang memadai, penguatan pelatihan vokasi, serta dukungan pendanaan untuk program-program pengembangan kompetensi siswa.

Kelima, bagi UMKM dan dunia usaha, peran sebagai mitra aktif dalam pengembangan sumber daya manusia vokasi sangat diperlukan. Program magang, pelatihan, dan kolaborasi riset terapan dapat membuka peluang belajar kontekstual bagi siswa. Keberhasilan UMKM seperti Wery Bakery dapat dijadikan model inspiratif yang menunjukkan bahwa praktik bisnis berkelanjutan, investasi sederhana, dan adaptasi teknologi digital dapat diimplementasikan secara nyata.

Dengan terjalannya sinergi yang baik antara sekolah, dunia usaha, masyarakat, dan pemerintah, maka upaya penguatan kompetensi siswa SMK akan menjadi lebih terarah, relevan, dan berdampak nyata. Hal ini diharapkan dapat mendukung pembangunan ekonomi daerah sekaligus meningkatkan kualitas generasi muda Indonesia yang adaptif, kreatif, dan siap bersaing di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Nasional Sertifikasi Profesi. (2020). *Pedoman Pengembangan Skema Sertifikasi Kompetensi Kerja*. BNSP.
- Basuki, A., & Prawira, D. (2019). Peningkatan kompetensi siswa SMK melalui model teaching factory. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 9(1), 78–86.
- Belz, F. M., & Peattie, K. (2010). *Sustainability marketing: A global perspective*. John Wiley & Sons.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2017). *Panduan Implementasi Pembelajaran Berbasis Dunia Kerja*. Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam Books.
- Handayani, S. (2021). Strategi penguatan literasi digital siswa SMK di era industri 4.0. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 3(2), 45–52.
- Hariyanto, D. (2022). Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 15(1), 22–31.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Indrawati, S. M. (2020). Digital marketing sebagai kompetensi wajib di SMK. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2020). *Kurikulum SMK di Era Revolusi Industri 4.0*. Direktorat SMK.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Mulyasa, E. (2018). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Rosda Karya.
- Oktaviani, A. (2021). Pengembangan kompetensi siswa melalui program magang industri. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 9(2), 102–110.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Modul literasi keuangan dasar untuk pelajar*. Jakarta: OJK.
- Prastowo, A. (2015). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Diva Press.
- Purwanto, M. N. (2020). Penguatan soft skills dan hard skills siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 26(1), 25–34.
- Putri, R. K. (2022). Kesiapan kerja lulusan SMK pada bidang pemasaran digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 56–65.
- ReallyGreatSite.com. (2024). *Pemasaran yang berkelanjutan* [Presentasi PowerPoint]. Diakses dari file: ungu ilustrasi kreatif digital marketing presentasi.pptx
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Unesa University Press.
- Saputra, R., & Nugroho, Y. (2021). Pelatihan investasi dasar untuk siswa SMK. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 75–81.
- Siregar, L. M. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan sertifikasi halal terhadap permintaan konsumen di Wery Bakery Gunungsitoli* (Skripsi, Universitas Nias).
- Sudjana, N. (2013). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Remaja Rosdakarya.

Wijaya, A. F. (2020). Kompetensi kerja dan kesiapan kerja siswa SMK di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 25(2), 187–196.

Zebua, H. J. (2023). Pengaruh pengendalian kualitas terhadap kepuasan konsumen pada Wery Bakery di Gunungsitoli. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 123–132.