



---

## **PENGUATAN KOMPETENSI DIGITAL MARKETING MELALUI PEMANFAATAN MARKETPLACE PADA SISWA SMK PENGUJI KOTA SUKABUMI**

**Sugih Prakoso<sup>1</sup>, Muhammad Zaky<sup>2</sup>, Sandi Setiadi<sup>3</sup>**

<sup>123</sup> Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi

e-mail: [sugihprakoso79@gmail.com](mailto:sugihprakoso79@gmail.com)

Corresponding author: [sugihprakoso79@gmail.com](mailto:sugihprakoso79@gmail.com)

---

### **ABSTRAK**

#### **Informasi Artikel:**

Terima: 18-10-2025

Revisi: 11-11-2025

Disetujui: 17-11-2025

Perkembangan teknologi digital menuntut peningkatan kompetensi sumber daya manusia, khususnya dalam bidang digital marketing. Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai calon tenaga kerja dan wirausahawan muda perlu dibekali keterampilan pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha. Namun, masih terdapat keterbatasan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan marketplace sebagai sarana pengembangan bisnis online. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kompetensi digital marketing melalui pemanfaatan marketplace pada siswa SMK Penguji Kota Sukabumi. Metode pelaksanaan meliputi tahapan persiapan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam mengelola akun marketplace, menyusun konten promosi, serta menerapkan strategi pemasaran digital secara sederhana. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan motivasi, kepercayaan diri, dan jiwa kewirausahaan siswa. Dengan demikian, program penguatan kompetensi digital marketing ini efektif sebagai upaya meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi dunia kerja dan mengembangkan bisnis online secara mandiri.

Kata Kunci: Pemasaran digital, marketplace, siswa SMK, bisnis online, pengabdian masyarakat

### **ABSTRACT**

*The rapid development of digital technology requires the enhancement of human resource competencies, particularly in the field of digital marketing. Vocational high school (SMK) students, as prospective workers and young entrepreneurs, need to be equipped with digital marketing skills that are relevant to the demands of the business and industrial sectors. However, students' understanding and skills in utilizing marketplaces as a medium for developing online businesses remain limited. This community service activity aims to strengthen digital marketing competencies through the utilization of marketplaces among students of SMK Penguji, Sukabumi City. The implementation method consisted of preparation, training, mentoring, and evaluation stages using a participatory and practical approach. The results showed an improvement in students' knowledge and skills in managing marketplace accounts, creating promotional content, and applying basic digital marketing strategies. In addition, the activity increased students' motivation, self-confidence, and entrepreneurial spirit. Therefore, this*



*program is considered effective in enhancing vocational students' readiness to enter the workforce and develop independent online businesses.*

**Keywords:** digital marketing, marketplace, vocational high school students, online business, community service

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk dunia usaha dan pemasaran (Maulana, 2025; Maulana et al., n.d.; Setiadi & Maulana, 2023). Digital marketing kini menjadi salah satu kompetensi utama yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing bisnis, khususnya dalam menghadapi era ekonomi digital (Maulana Rizky, Alhidayatullah, 2025; Setiadi, Maulana, & Sukabumi, 2025; Utomo et al., 2025). Pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan marketplace tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga media transaksi yang efektif dan efisien bagi pelaku usaha (Setiadi, Maulana, Adah, et al., 2025; Sri Susanty et al., 2025; Tahir et al., 2025). Oleh karena itu, penguasaan kompetensi digital marketing menjadi keterampilan penting yang perlu dimiliki oleh generasi muda, terutama siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang dipersiapkan untuk langsung terjun ke dunia kerja maupun wirausaha.

Siswa SMK memiliki potensi besar sebagai pelaku bisnis digital karena dibekali dengan pendidikan vokasional yang menekankan pada keterampilan praktis (Rahmawati et al., 2025). Namun, pada kenyataannya, masih banyak siswa yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan digital marketing secara optimal, khususnya dalam penggunaan marketplace sebagai sarana pengembangan bisnis online. Keterbatasan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan akun marketplace, pembuatan konten promosi, serta manajemen transaksi menjadi tantangan yang sering dihadapi oleh siswa dalam mengembangkan usaha berbasis digital (Setiadi, Sandi; Alhidayatullah; Maulana, 2025) (Maulana et al., n.d.) (Nurasyiah & Fadli, 2023).

SMK Penguji Kota Sukabumi sebagai salah satu lembaga pendidikan vokasional memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan industri. Namun demikian, diperlukan upaya pendampingan dan pelatihan yang aplikatif untuk memperkuat kompetensi siswa dalam bidang digital marketing agar selaras dengan tuntutan dunia usaha dan industri (Sarwindah et al., 2024). Penguatan kompetensi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesiapan kerja siswa, tetapi juga menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta kemandirian ekonomi sejak dini (Amadi et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada penguatan kompetensi digital marketing melalui pemanfaatan marketplace bagi siswa SMK Penguji Kota Sukabumi. Kegiatan ini dirancang dalam bentuk pelatihan dan pendampingan yang menekankan pada aspek praktis, mulai dari pengenalan konsep digital marketing, optimalisasi penggunaan marketplace, hingga strategi promosi produk secara digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa mampu memahami dan menerapkan digital marketing secara efektif sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja maupun mengembangkan bisnis online secara mandiri.



## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMK Penguji Kota Sukabumi dengan sasaran utama siswa SMK yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan dan bisnis digital. Metode pelaksanaan dirancang secara partisipatif dan aplikatif agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung kompetensi digital marketing melalui pemanfaatan marketplace. Adapun pelaksanaan dari kegiatan tersebut dilaksanakan selama satu minggu mulai dari tanggal 14-19 Juli 2025.

Tahap pertama adalah **persiapan**, yang meliputi koordinasi dengan pihak sekolah untuk menentukan waktu, peserta, dan kebutuhan kegiatan. Pada tahap ini juga dilakukan analisis kebutuhan melalui observasi awal dan diskusi dengan guru pendamping untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa terkait digital marketing dan penggunaan marketplace. Selain itu, tim pengabdian menyiapkan modul pelatihan, materi presentasi, serta perangkat pendukung seperti studi kasus dan contoh praktik pemasaran digital.

Tahap kedua adalah **pelaksanaan pelatihan**, yang dilakukan melalui metode ceramah interaktif, diskusi, dan praktik langsung. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan konsep dasar digital marketing, pemanfaatan marketplace sebagai media pemasaran dan penjualan, strategi pembuatan konten promosi yang menarik, pengelolaan toko online, serta teknik dasar pelayanan pelanggan dan manajemen transaksi. Pada tahap ini, siswa dibimbing untuk membuat dan mengelola akun marketplace, mengunggah produk, menyusun deskripsi produk, serta menerapkan strategi promosi sederhana.

Tahap ketiga adalah **pendampingan dan praktik**, di mana siswa diberikan kesempatan untuk mengimplementasikan materi yang telah diperoleh secara langsung. Tim pengabdian melakukan pendampingan intensif untuk membantu siswa mengatasi kendala teknis, memberikan umpan balik terhadap hasil praktik, serta mendorong siswa untuk mengembangkan ide bisnis digital secara mandiri. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa kompetensi yang diperoleh dapat diterapkan secara nyata.

Tahap keempat adalah **evaluasi**, yang dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan. Evaluasi dilaksanakan melalui observasi, diskusi reflektif, serta pemberian kuesioner kepada peserta untuk mengetahui peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam digital marketing dan pemanfaatan marketplace. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi digital marketing siswa SMK Penguji Kota Sukabumi secara berkelanjutan serta memberikan bekal keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha dan industri.

## **HASIL KEGIATAN**



Kegiatan penguatan kompetensi digital marketing melalui pemanfaatan marketplace pada siswa SMK Penguji Kota Sukabumi telah dilaksanakan dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta. Secara umum, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan platform marketplace sebagai media pemasaran dan penjualan produk secara digital.

Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar siswa mampu memahami konsep dasar digital marketing, termasuk fungsi marketplace dalam mendukung pengembangan bisnis online. Siswa juga telah mampu membuat dan mengelola akun marketplace, mengunggah produk, menyusun deskripsi produk yang informatif, serta memahami strategi promosi sederhana seperti penggunaan foto produk yang menarik dan pemilihan kata kunci yang tepat.

Selain itu, hasil praktik langsung menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan motivasi siswa dalam mengembangkan bisnis online. Siswa tidak hanya mengikuti instruksi, tetapi juga mulai menunjukkan inisiatif dalam mengembangkan ide produk, mengatur tampilan toko digital, serta berdiskusi aktif mengenai strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan pendampingan turut membantu siswa dalam mengatasi kendala teknis yang dihadapi selama proses praktik.

Hasil evaluasi melalui kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas peserta menilai kegiatan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka. Siswa menyatakan bahwa pelatihan ini memberikan pengetahuan baru serta keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan, baik untuk kegiatan pembelajaran maupun sebagai bekal berwirausaha di masa depan.



Gambar : Narasumber sedang memberikan materi

## PEMBAHASAN

Peningkatan kompetensi digital marketing yang ditunjukkan oleh siswa SMK Penguji Kota Sukabumi mencerminkan efektivitas metode pelatihan yang bersifat aplikatif dan



partisipatif. Pendekatan praktik langsung dalam pemanfaatan marketplace memungkinkan siswa untuk belajar melalui pengalaman nyata, sehingga materi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diingat. Hal ini sejalan dengan prinsip pembelajaran vokasional yang menekankan pada penguasaan keterampilan praktis dan kesiapan kerja.

Pemanfaatan marketplace sebagai media pembelajaran juga memberikan pengalaman kontekstual bagi siswa dalam memahami dinamika bisnis digital. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya belajar aspek teknis pemasaran, tetapi juga memahami pentingnya kreativitas, pelayanan pelanggan, dan konsistensi dalam mengelola bisnis online. Hal ini berkontribusi pada penguatan jiwa kewirausahaan dan kemandirian siswa.

Peran pendampingan selama kegiatan menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan program. Pendampingan memungkinkan terjadinya interaksi intensif antara tim pengabdian dan siswa, sehingga kendala yang muncul dapat segera diatasi. Selain itu, suasana belajar yang komunikatif dan kolaboratif mendorong siswa untuk lebih aktif bertanya dan bereksplorasi dalam mengembangkan kompetensi digital marketing mereka. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan keterampilan teknis siswa, tetapi juga berkontribusi dalam menyiapkan sumber daya manusia yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia usaha. Ke depan, program serupa perlu dikembangkan secara berkelanjutan dengan melibatkan lebih banyak pihak, seperti guru, dunia industri, dan pemerintah daerah, agar dampaknya semakin luas dan berkelanjutan.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penguatan kompetensi digital marketing melalui pemanfaatan marketplace pada siswa SMK Penguji Kota Sukabumi telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan marketplace sebagai sarana pemasaran dan pengembangan bisnis online. Melalui pelatihan dan pendampingan yang bersifat aplikatif, siswa tidak hanya memahami konsep digital marketing, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya motivasi, kepercayaan diri, dan jiwa kewirausahaan siswa. Oleh karena itu, program serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dan terintegrasi dengan kurikulum sekolah serta didukung oleh berbagai pihak agar penguatan kompetensi digital siswa dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Amadi, J., Fajrillah, F., Juliani, J., Syarif, S. H., & Antoni, J. (2025). Peningkatan Keterampilan Teknis, Digital, Dan Kewirausahaan Siswa SMK Menghadapi Industri 4.0. *Community Development Journal Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 4257–4262. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i3.45290>



- Maulana, R. (2025). *Strategi Adaptasi Digital UMKM di Era VUCA Penerbit Alungcipta*. Alung Cipta.
- Maulana, R., Setiadi, S., & Sunandar, R. S. (n.d.). *Analysis of the Influence of Digital Marketing and Product Innovation on MSME Business Sustainability*.
- Maulana Rizky, Alhidayatullah, S. S. (2025). *MSME Sustainability Strategy Through the Application of Digital Marketing and Product Innovation in the VUCA Era : A Study of SMEs in Sukabumi City*. 3(4), 366–383.
- Nurasyiah, M. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Umkm Warung Jepang Mami Ale Telagasari. *Primer Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 322–330. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i3.151>
- Rahmawati, L., Muthoha, I., Kukuhwiono, T., & Jayanti, H. (2025). Transformasi Mindset Pelajar Menjadi Entrepreneur Muda Melalui Pembekalan Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Di SMK Muhammadiyah Kutowinangun. *Abdi Unisap Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 128–136. <https://doi.org/10.59632/abdiunisap.v3i1.433>
- Sarwindah, S., Hengki, H., Marini, M., & Yusnia, Y. (2024). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Dan Marketplace Bagi Peserta Didik SMK Negeri 5 Pangkalpinang Melalui Pelatihan Terpadu. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(11), 1073–1078. <https://doi.org/10.53625/jpm.v3i11.8992>
- Setiadi, Sandi; Alhidayatullah; Maulana, R. (2025). *Towards the Sustainability of Food MSMEs through Strengthened Collaboration and Competitiveness*. 3(4), 331–345.
- Setiadi, S., & Maulana, R. (2023). Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Abig Berkah Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 9(3), 13–21.
- Setiadi, S., Maulana, R., Adah, E. F., Linggabuana, U., Sukabumi, P., Linggabuana, U., Sukabumi, P., Linggabuana, U., & Sukabumi, P. (2025). *Strategi Digital Shopee Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Fashion Melalui Kesadaran Merek Sebagai Mediator*. 1, 19–41.
- Setiadi, S., Maulana, R., & Sukabumi, U. M. (2025). *The Role of Collaboration in Overcoming MSME Challenges : Model Analysis to Improve Competitiveness and Sustainability*. 7(3), 277–295.
- Sri Susanty, N., Ander Sriwi, N., & Lalu Masyhudi, N. (2025). PKMS Pengembangan Digital Marketing Produk Umkm Olahan Ikan Lele Di Desa Batu Kumbang, Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 4(1), 53–60. <https://doi.org/10.53625/jpm.v4i1.9585>
- Tahir, I. M. C., Haslindah, H., & Herman, B. (2025). Penguatan Kapasitas Pengusaha Papan Karangan Bunga Di Kabupaten Sidenreng Rappang Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital Melalui E-Commerce. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(3), 2782. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i3.30635>
- Utomo, F. H., Rizkiawan, I. K., & Khasanah, A. U. (2025). Pelatihan Pemasaran Digital Sebagai Bekal Wirausaha Muda Siswa SMK Muhammadiyah 6 Karanganyar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (Jpmn)*, 5(2), 132–137. <https://doi.org/10.35870/jpmn.v5i2.5146>