

Pelatihan Pemanfaatan Smartphone untuk Digital Marketing di SMK Negeri 3 Cimahi

Dini Rohmayani

Politeknik TEDC, Indonesia

e-mail: dinirohmayani@poltektedc.ac.id

Arya Adhitya

Politeknik TEDC, Indonesia

e-mail: aryaadhitya@gmail.com

Castaka Agus Sugianto

Politeknik TEDC, Indonesia

e-mail: castaka@poltektedc.ac.id

Ayu Hendrati Rahayu

Politeknik TEDC, Indonesia

e-mail: ayuhendrati@poltektedc.ac.id

Aris Haris Rismayana

Politeknik TEDC, Indonesia

e-mail: rismayana@poltektedc.ac.id

Abstract

This community service activity aims to provide training on utilizing smartphones for digital marketing to 70 students of SMK Negeri 3 Cimahi through introducing basic concepts, Shopee features, and practical sessions on creating online stores. The training was conducted on August 23, 2022, using methods of counseling, demonstration, and hands-on practice with participants' smartphones. Results showed high enthusiasm among participants, who successfully understood the material and created their own Shopee stores, thereby enhancing digital entrepreneurship skills in the industry 4.0 era.

Keywords: Digital marketing, smartphone, Shopee, community service, e-commerce

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi smartphone di Indonesia didominasi kalangan muda, termasuk siswa SMK yang mencapai 80,6% penggunaan perangkat mobile untuk kewirausahaan kreatif (Pratiwi et al., 2025). Tingginya ketergantungan masyarakat terhadap smartphone tidak hanya untuk interaksi sosial, tetapi juga e-commerce seperti Shopee, yang memfasilitasi transaksi tanpa batas ruang-waktu dan meningkatkan daya saing siswa SMK melalui pelatihan digital marketing (Hidayat et al., 2021, seperti dikutip dalam Jamaludin et al., 2024). Implementasi e-commerce di SMK terbukti memotivasi siswa menjadi technopreneur, dengan peningkatan pengetahuan 45% pasca-pelatihan media sosial dan marketplace (Karmila et al., 2024).

Penelitian Wijaya (2023) menunjukkan strategi digital marketing seperti *Google Adwords* dan social media marketing secara signifikan meningkatkan minat siswa terhadap program kewirausahaan. Pelatihan *e-commerce* bagi siswa SMK Negeri 2 Banyuasin III menghasilkan pemahaman praktis tentang solusi bisnis digital, dengan rekomendasi pelatihan intensif untuk guru dan siswa (D, Saputri, & Azdy, 2025).

Syahidi et al. (2023) membuktikan pelatihan aplikasi mobile untuk digital marketing mendukung *school branding* di lembaga pendidikan, sementara pelatihan Shopee di SMK Negeri 5 Tangerang Selatan meningkatkan keterampilan pemasaran siswa (Astuti, Larasati, Estefania, & Afifah, 2025).

Lebih lanjut, program pengabdian di SMK Negeri 9 Bandar Lampung berhasil meningkatkan kompetensi digital marketing sebagai bekal kewirausahaan era digital (Sari & Yanto, 2024). Praktik digital marketing juga memengaruhi minat belanja siswa, dengan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen muda (Bencheckroun et al., 2024). Mitra kegiatan, siswa SMK Negeri 3 Cimahi kelas X AP 2 dan X AP 3, belum optimal memanfaatkan smartphone untuk bisnis, sehingga pelatihan ini diadakan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam pemasaran digital.

2. METODE

Pelatihan menggunakan pendekatan deskriptif partisipatif dengan tahapan sosialisasi ke sekolah, pengenalan tim dan materi, presentasi digital marketing (10 menit), praktik membuat toko Shopee (40 menit), serta evaluasi (10 menit) per kelas. Peserta wajib membawa smartphone Android/iPhone, dengan *rundown* kegiatan dari pukul 08.00-10.30 WIB di SMK Negeri 3 Cimahi, Citeureup, Cimahi Utara. Evaluasi dilakukan melalui observasi kemampuan peserta memposting produk pertama di Shopee.

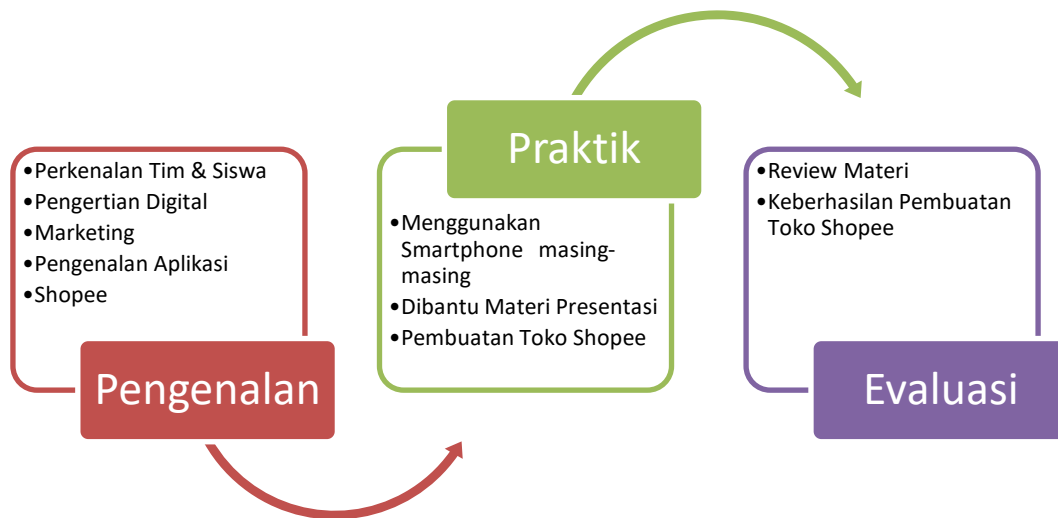
2.1. Metode Pelaksanaan

Sebelum dimulai kegiatan diawali dengan pengenalan, masing masing anggota Tim Pengabdian dan para siswa, lalu tim mengenalkan apa itu digital marketing dan aplikasi yang akan digunakan, yaitu Shopee. Kegiatan pelatihan ini bertempat di kelas X AP 2 dan X AP 3 yang diadakan pada 23 Agustus 2022.

Masing-masing peserta menggunakan smartphonenya selama praktik berlangsung dan diberikan presentasi untuk memudahkan dalam proses praktikum. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi pelatihan adalah ± 1 (satu) jam pada masing masing kelas, terdiri dari:

- 10 menit pengenalan digital marketing.
- 40 menit praktik pada smartphome masing-masing
- 10 menit evaluasi keseluruhan materi

Evaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan ini dilakukan setelah masing-masing peserta berhasil membuat tokonya pada aplikasi Shopee. Adapun metode pelaksanaan bisa dilihat pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dari Pengabdian ini adalah pembahasan digital marketing dan pelatihan *E-Commerce* melalui aplikasi Shopee dapat terlaksana dengan baik dan sesuai target luaran yang diharapkan. Evaluasi dilakukan dengan dengan meninjau fitur-fitur pada aplikasi Shopee, apakah peserta sudah dapat memahami fitur yang tersedia pada aplikasi Shopee tersebut. Sebagian peserta dapat langsung memahami dan menggunakan fitur penjualan di aplikasi shopee hingga dapat memposting produk pertama mereka.

Kegiatan terlaksana lancar dengan partisipasi 70 siswa, di mana sebagian besar langsung memahami fitur Shopee dan berhasil membuka toko *online*. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi terhadap materi pemasaran *online*, dengan evaluasi positif pada pemahaman konsep digital marketing dari sudut pandang penjual. Hasil ini selaras dengan kebutuhan revolusi industri 4.0, di mana *smartphone* menjadi alat wajib untuk persaingan bisnis. Pihak sekolah menyambut baik kegiatan ini dan berharap dapat melanjutkan kerja sama dalam kegiatan serupa di masa mendatang untuk mendukung penguatan literasi digital siswa. Adapun dokumentasi pada saat kegiatan pengabdian bisa dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

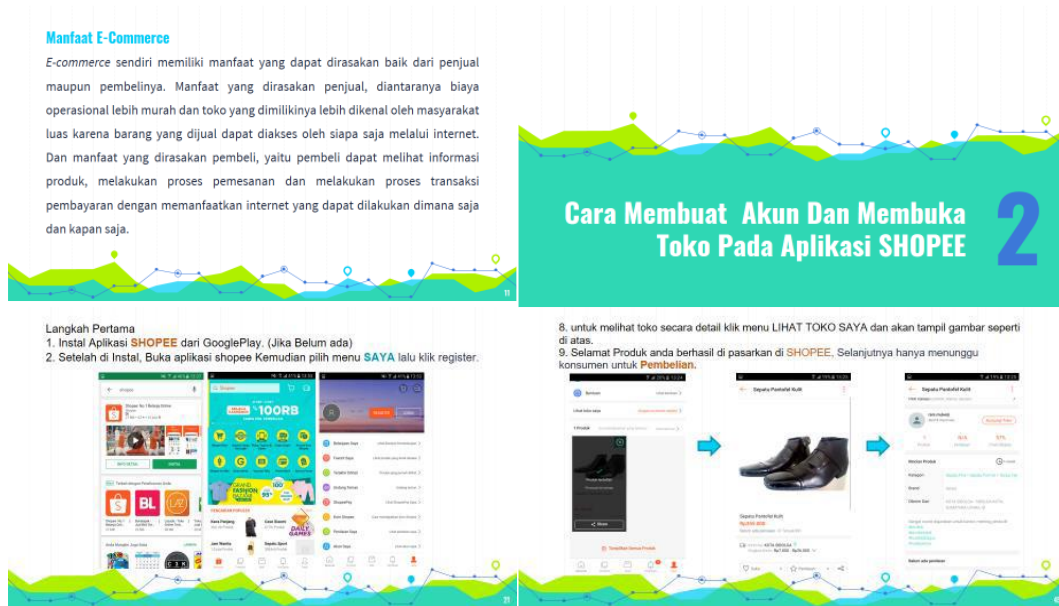
Adapun dokumentasi materi yang di sampaikan kepada siswa SMK Negeri 3 Cimahi dengan tema pemanfaatan *smartphone* untuk digital marketing, bisa dilihat pada gambar 3.



**PEMANFAATAN SMARTPHONE
UNTUK DIGITAL MARKETING**

Digital Marketing

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya



Gambar 3. Materi Pengabdian

3.1. Luaran yang Dihasilkan

Target yang diharapkan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Peserta mengerti konsep dasar digital marketing.
Peserta diberikan materi terkait digital marketing untuk memahami maksud dan konsep dalam penggunaan digital marketing sebelum menggunakan aplikasi Shopee.
- b. Peserta memahami penggunaan media Shopee
Aplikasi Shopee memiliki beberapa fitur sebagai media jual dan beli barang secara online. Interaksi dan diskusi dengan penjual maupun pembeli dan juga memiliki beberapa fitur lainnya. Peserta diharapkan dapat menggunakan fitur fitur dalam aplikasi Shopee terkait sebagai media jual beli yang tidak terpaku pada ruang dan waktu.
- c. Peserta mampu membuka toko sendiri.
Setelah peserta memahami konsep dari digital marketing pada Shopee, fitur fitur dan kegunaan Shopee, maka selanjutnya peserta mampu membuka tokonya sendiri pada proses ini. Evaluasi pembuatan toko Shopee dilakukan dengan melakukan percontohan pada salah satu tim pengabdian dan mencontohkan kepada siswa siswi, lalu mereka mempraktekan contoh tersebut pada *smartphone* masing masing.

4. KESIMPULAN

Pelatihan berhasil memberikan pemahaman mudah diterima dan dipraktikkan oleh siswa SMK, yang sebelumnya belum mengenal digital marketing secara mendalam. Kegiatan ini mendukung pengembangan kreativitas dan keterampilan wirausaha siswa.

5. SARAN

Penyelenggara disarankan menyediakan *smartphone* dan internet cadangan untuk peserta tanpa perangkat, serta memperpanjang durasi untuk praktik lebih mendalam. Sekolah dapat membentuk kelompok lanjutan untuk monitoring implementasi toko Shopee.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan sebesar-besarnya kepada Politeknik TEDC atas dukungan terhadap pengabdian ini. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih kami sampaikan kepada pihak SMK Negeri 3 Cimahi yang telah memberikan izin, fasilitas, dan dukungan selama kegiatan berlangsung dan kami berterima kasih kepada rekan-rekan tim yang telah bekerja sama dengan penuh semangat dan tanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W., Larasati, Estefania, H. T., & Afifah, S. N. (2025). Pelatihan strategi pemasaran melalui e-commerce Shopee bagi siswa SMK Negeri 5 Tangerang Selatan. *Jurnal ABDIMAS*, 7(3), 19-25.
- Benchekroun, S., Soulami, M., Meyabe, M., Rhouiri, M., Bensouda, M., Aiboud-Benchekroun, B., & Marghich, A. (2024). The influence of digital marketing practices on student shopping interest. *International Journal of Technology (IJTech)*, 15(6), 1823-1838.
- D, R. M. N. H., Saputri, N. A. O., & Azdy, A. R. (2025). Pemanfaatan E-Commerce sebagai Solusi Bisnis Digital bagi Siswa SMK Negeri 2 Banyuwasin III. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 728–733.
- Ikmah, Widawati, A. S. (2018). Penerapan ecommerce untuk pemasaran pada usaha handycraft. *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat*, 169-174.
- Jamaludin, Novita, H., Andronicus, M., Anggoro, M. A., Purba, M. I. (2024). PKM pelatihan e-commerce sebagai bekal kewirausahaan siswa SMA Negeri 6 Medan. *Community Development Journal*, 5(1), 2463-2467.
- Karmila et al. (2024). Pelatihan digital marketing bagi siswa SMK Al-Amien Kota Kediri. *Jupkemas (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(1), 1-6.
- Khasanah, F. N., Herlawati, Samsiana, S., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Raharja, I., & Maimunah, Benrahman. (2020). Pemanfaatan media sosial dan ecommerce sebagai media pemasaran dalam mendukung peluang usaha mandiri pada masa pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51-62.
- Pratiwi, I. D., et al. (2025). Evaluation of students' digital skills in learning creative entrepreneurship projects at vocational high school. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(3), 90-103.
- Sari, P. I. & Yanto, S. (2024). Peningkatan kompetensi digital marketing bagi siswa SMK Negeri 9 Sebagai Bekal Kewirausahaan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(1), 78-87.
- Syahidi, A. A., et al. (2023). Pelatihan pembuatan dan pemanfaatan aplikasi berbasis mobile untuk digital marketing pada PAUD Terpadu Ananda Rantau dalam mendukung school branding. *Kacanagara*, 6(4), 507-516.
- Wijaya, H., Andri, RM. C. & Rachmawati, D. (2023). Analysis of Digital Marketing Strategies on Interest and Enrollment Decisions of Prospective New Students in Private Higher Education Institutions in Indonesia (A Case Study of Jakarta Global University). *Klabat Journal of Management*. 4(2), 147-162.