

PELATIHAN STRATEGI BRANDING DAN PROMOSI ONLINE UNTUK MENUMBUHKAN SEMANGAT WIRAUSAHA MUDA PADA SISWA SMKN 1 CIRUAS

Saepudin¹, Amara Pratiwi², Huzaimah³, Ade Ridwan⁴

Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

saefudin030901@gmail.com¹, amarapratiwi39@gmail.com², huzaima.serang16@gmail.com³,
dosen02937@unpam.ac.id⁴

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital menuntut generasi muda untuk memiliki kemampuan berwirausaha yang kreatif, adaptif, dan kompetitif. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi branding dan promosi online menjadi kunci penting dalam membangun citra usaha serta memperluas jangkauan pasar secara efektif. Namun pada kenyataannya, banyak pelajar sekolah kejuruan yang memiliki ide bisnis tetapi belum memahami cara memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan produknya. Melihat kebutuhan tersebut, dilaksanakan kegiatan Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online pada SMKN 1 Ciruas sebagai upaya menumbuhkan semangat wirausaha sejak dini. Pelatihan ini bertujuan membekali siswa dengan keterampilan praktis dalam membangun identitas merek, mengelola konten digital, hingga memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efisien dan minim biaya. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa memiliki motivasi serta kesiapan untuk memulai usaha mandiri yang relevan dengan perkembangan zaman.

Kata Kunci : pelatihan, branding, wirausaha muda, siswa smk

ABSTRACT

The development of the digital economy requires young generations to possess entrepreneurial skills that are creative, adaptive, and competitive. Amid an increasingly tight business competition, branding strategies and online promotion have become crucial keys to building a business image and effectively expanding market reach. However, in reality, many vocational school students have business ideas but do not yet understand how to utilize digital platforms to develop their products. In response to this need, a Training on Branding Strategies and Online Promotion was conducted at SMKN 1 Ciruas as an effort to foster entrepreneurial spirit from an early age. This training aims to equip students with practical skills in building brand identity, managing digital content, and utilizing social media as an efficient and cost-effective marketing tool. Through this activity, it is expected that students will have the motivation and readiness to start independent ventures that are relevant to the developments of the times.

Keywords : training, branding, young entrepreneurship, vocational high school students

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagirism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan kewirausahaan. Transformasi digital yang berlangsung cepat membuat batasan ruang dan waktu semakin kabur dalam aktivitas bisnis. Berbagai platform digital memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk, menjalin komunikasi dengan konsumen, serta membangun citra merek tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Kondisi ini membuka peluang luas bagi generasi muda untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha dengan memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan teknologi. Kemampuan mengelola strategi branding dan promosi online menjadi kompetensi penting agar mereka mampu bersaing dalam ekosistem bisnis modern yang kompetitif dan dinamis.

Di tengah perubahan tersebut, dunia pendidikan memiliki peran strategis untuk mempersiapkan peserta didik agar mampu menghadapi tantangan ekonomi digital. Sekolah kejuruan, khususnya, memiliki mandat untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya siap kerja, tetapi juga siap berwirausaha. Namun kenyataannya, banyak peserta didik yang memiliki ide kreatif namun belum memiliki keterampilan praktis dalam mengelola usaha berbasis digital. Mereka memahami konsep dasar pemasaran, tetapi belum mampu mengaplikasikan strategi branding maupun promosi online secara efektif. Di sisi lain, sebagian besar pelajar aktif menggunakan media sosial, namun penggunaannya cenderung terbatas pada hiburan, bukan sebagai sarana produktif untuk memperkenalkan produk atau jasa.

SMKN 1 Ciruas sebagai salah satu sekolah kejuruan yang berorientasi pada pengembangan kompetensi vokasional memiliki potensi besar untuk menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan siswanya. Lingkungan sekolah yang terbuka terhadap inovasi dan pembelajaran berbasis proyek memberikan ruang bagi siswa untuk mengembangkan kreativitas. Akan tetapi, potensi tersebut perlu diarahkan melalui program pelatihan yang terstruktur dan relevan dengan kebutuhan zaman. Oleh karena itu, pelaksanaan Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online menjadi langkah strategis untuk memperkuat kompetensi kewirausahaan siswa dan mendorong mereka agar mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha.

Branding merupakan aspek fundamental dalam dunia bisnis modern. Identitas merek yang kuat mampu meningkatkan daya tarik produk, memengaruhi persepsi konsumen, serta membangun loyalitas pasar. Proses branding tidak hanya terbatas pada pembuatan logo atau slogan, tetapi juga meliputi pembentukan nilai, keunikan, dan citra yang ingin ditampilkan oleh sebuah usaha. Bagi pelaku usaha pemula, pemahaman tentang branding menjadi modal penting agar produk yang ditawarkan tidak tenggelam di tengah banyaknya kompetitor. Dalam konteks pelajar SMK, keterampilan ini dapat menjadi bekal awal ketika mereka merintis usaha sejak dini maupun ketika memasuki dunia kerja yang menuntut kreativitas.

Selain branding, promosi online adalah strategi yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan era digital. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, serta platform marketplace telah menjadi ruang utama bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan fitur unggahan foto, video, live streaming, hingga iklan digital, pelaku usaha dapat membangun hubungan dengan konsumen secara interaktif. Pemahaman mengenai cara membuat konten yang menarik, memilih target audiens, serta menentukan waktu unggah yang efektif merupakan keterampilan penting yang perlu dikuasai oleh generasi muda. Keterampilan

tersebut memungkinkan pelajar untuk memperkenalkan produk mereka secara lebih luas meskipun tanpa memiliki modal besar.

Urgensi pelatihan ini semakin terlihat ketika banyak siswa SMKN 1 Ciruas yang menunjukkan minat berwirausaha, tetapi belum memiliki kepercayaan diri untuk memulai. Salah satu hambatan yang sering muncul adalah keterbatasan pengetahuan mengenai cara mengemas produk secara menarik dan cara mempromosikannya melalui platform digital. Pelajar juga cenderung bingung dalam menentukan identitas bisnis yang konsisten, sehingga usaha yang dirintis sering kali tidak bertahan lama. Dengan memberikan pelatihan yang terarah, diharapkan hambatan tersebut dapat teratasi dan memberikan dorongan bagi siswa untuk mulai merancang usaha secara mandiri. Permasalahan lain yang muncul adalah rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai alat pembelajaran dan pengembangan keterampilan kewirausahaan di sekolah. Sebagian besar aktivitas pembelajaran masih berfokus pada teori dan belum banyak memberikan kesempatan bagi siswa untuk menerapkan kompetensi pemasaran digital secara langsung. Padahal, aktivitas praktik sangat diperlukan agar siswa memahami bagaimana branding dan promosi digital bekerja dalam konteks nyata. Pelatihan ini hadir sebagai jembatan untuk mengintegrasikan pembelajaran teoretis dengan pengalaman praktis yang aplikatif. Pelaksanaan Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online di SMKN 1 Ciruas diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman dasar, tetapi juga membekali siswa dengan pengalaman langsung dalam merancang identitas merek, membuat konten digital, serta mengelola akun bisnis. Melalui pendekatan workshop yang berorientasi pada praktik, siswa diberi kesempatan untuk membuat nama usaha, membuat slogan, merancang logo sederhana, hingga membuat konten promosi seperti poster digital, video pendek, dan caption pemasaran. Dengan demikian, mereka dapat melihat bagaimana sebuah strategi branding dapat diterapkan secara konkret dan diukur efektivitasnya. Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga bertujuan menumbuhkan karakter wirausaha seperti kreativitas, kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan beradaptasi. Karakter-karakter ini penting untuk membentuk mental pelaku usaha yang tangguh dan mampu menghadapi tantangan. Melalui kegiatan berbasis proyek, siswa dilatih untuk bekerja sama, mengekspresikan ide, serta mengambil keputusan berdasarkan analisis situasi pasar. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berfokus pada hasil akhir berupa konten promosi, tetapi juga pada pengembangan soft skills yang dibutuhkan dalam kewirausahaan.

Secara lebih luas, pelatihan ini memiliki relevansi yang penting dalam mendukung program pemerintah yang mendorong pertumbuhan wirausaha muda di Indonesia. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui kurikulum berbasis kompetensi telah menekankan pentingnya pembelajaran yang mendorong kreativitas, kemandirian, dan inovasi. Dengan memfasilitasi pelatihan branding dan promosi digital, sekolah berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung lahirnya generasi muda yang siap berkompetisi di era digital. Selain itu, pelatihan ini juga sejalan dengan kebutuhan industri yang semakin menuntut tenaga kerja yang melek teknologi dan memiliki kemampuan literasi digital. Dengan melihat latar belakang tersebut, pelaksanaan Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online di SMKN 1 Ciruas menjadi sangat relevan dan mendesak. Pelatihan ini tidak hanya menjadi solusi atas kesenjangan keterampilan digital siswa, tetapi juga menjadi sarana untuk menumbuhkan semangat berwirausaha sejak dini. Melalui pembelajaran yang aplikatif, siswa diharapkan mampu mengembangkan usaha kecil secara mandiri dan berkontribusi terhadap penguatan ekonomi kreatif di lingkungan sekolah maupun masyarakat sekitar. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan generasi muda yang kreatif, inovatif, mandiri, dan siap bersaing dalam dunia usaha berbasis digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online untuk Menumbuhkan Semangat Wirausaha Muda pada Siswa SMKN 1 Ciruas” dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim melakukan analisis kebutuhan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal siswa tentang branding dan promosi digital. Koordinasi dengan pihak sekolah dilakukan untuk menentukan jadwal, peserta, serta fasilitas pendukung seperti ruang kelas, perangkat multimedia, dan koneksi internet. Selain itu, tim menyusun materi pelatihan yang mencakup pengenalan branding, strategi pembuatan identitas merek, teknik promosi online, serta cara membuat konten digital yang menarik. Tahap pelaksanaan dilaksanakan menggunakan metode ceramah interaktif dan praktik langsung. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep dasar branding dan pentingnya identitas merek dalam membangun usaha. Selanjutnya, siswa dibimbing untuk menyusun identitas merek sederhana, seperti nama usaha, slogan, dan konsep visual. Setelah itu, peserta diberikan pelatihan strategi promosi online melalui platform seperti Instagram dan TikTok, termasuk teknik membuat konten foto maupun video. Pada sesi praktik, siswa membuat konten promosi digital menggunakan aplikasi desain gratis dan melakukan simulasi mengunggah konten pada akun bisnis. Tahap evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan siswa. Kemampuan praktik dinilai berdasarkan hasil karya identitas merek dan konten digital yang dibuat. Selain itu, kuesioner diberikan untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan kegiatan serupa di masa mendatang serta melihat sejauh mana pelatihan dapat menumbuhkan semangat berwirausaha pada siswa. Telah kami laksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online untuk Menumbuhkan Semangat Wirausaha Muda Pada Siswa SMKN 1 CIRUAS” yang bertepatan pada:

- Hari : Selasa, 21 Oktober 2025
- Waktu : 08.45 - 12.00 WIB
- Tempat : SMKN 1 Ciruas

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan mendatangi instansi SMKN 1 Ciruas dan melaksanakan hal sebagai berikut: 1. Melaksanakan sosialisasi interaktif, seperti menyampaikan konsep dasar mengenai manajemen diri dan kepemimpinan, serta memanfaatkan alat presentasi untuk memudahkan siswa dalam memahami materi. 2. Melakukan diskusi kelompok seperti menyediakan sesi tanya jawab guna mendorong siswa untuk menceritakan pengalaman mereka seputar manajemen diri, kepemimpinan dan kendala komunikasi yang dihadapi serta memperdalam pemahaman siswa terkait materi yang disampaikan. Melalui metode ini, diharapkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan keuntungan yang berarti bagi pelajar SMKN 1 Ciruas, baik mengenai pengetahuan manajemen diri maupun kepemimpinan, sehingga mereka lebih siap untuk memasuki dunia kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online di SMKN 1 Ciruas memberikan hasil yang positif dan terlihat secara langsung pada peningkatan pengetahuan, keterampilan digital, serta motivasi berwirausaha peserta. Seluruh siswa yang mengikuti kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dan aktif berpartisipasi dalam setiap sesi pelatihan. Salah satu hasil utama kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep branding. Jika sebelumnya sebagian besar siswa hanya mengetahui branding sebagai pembuatan

logo atau nama usaha, setelah pelatihan mereka memahami bahwa branding mencakup identitas merek, nilai yang ditawarkan, keunikan produk, serta bagaimana sebuah usaha ingin dilihat oleh konsumen. Hal ini terlihat dari hasil kerja peserta yang mampu membuat rancangan nama usaha, slogan, dan konsep visual yang relevan dengan ide bisnis mereka. Selain itu, pelatihan ini juga meningkatkan keterampilan siswa dalam membuat konten promosi digital. Melalui bimbingan langsung, siswa dapat menghasilkan poster digital, video singkat, serta konten foto produk menggunakan aplikasi desain sederhana. Karya-karya tersebut menunjukkan bahwa siswa mampu menerapkan teknik promosi modern yang sesuai dengan kebutuhan pasar digital saat ini. Bahkan beberapa peserta berhasil membuat akun media sosial bisnis sebagai simulasi promosi online. Yang tidak kalah penting, kegiatan ini berhasil menumbuhkan semangat dan motivasi berwirausaha pada siswa. Berdasarkan hasil evaluasi, sebagian besar peserta merasa lebih percaya diri untuk merintis usaha kecil setelah memahami cara memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Beberapa siswa mulai merencanakan usaha sederhana yang dapat dikelola di lingkungan sekolah. Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini memberikan dampak nyata bagi perkembangan keterampilan branding dan promosi digital siswa, serta berkontribusi dalam menumbuhkan jiwa wirausaha muda di SMKN 1 Ciruas. B. PEMBAHASAN Kegiatan Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online di SMKN 1 Ciruas memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan siswa. Melalui materi yang diberikan, siswa memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai pentingnya branding sebagai identitas yang membedakan suatu usaha dari kompetitor. Pemahaman ini menjadi dasar yang kuat bagi siswa untuk merancang usaha yang memiliki nilai dan karakter yang jelas. Selain itu, pembelajaran mengenai promosi online membantu siswa memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran yang efektif, murah, dan mudah dijangkau. Sesi praktik seperti pembuatan poster digital, video promosi, dan penyusunan konten publikasi membuat siswa mampu menerapkan teori secara langsung. Dari kegiatan ini terlihat bahwa siswa mampu menghasilkan konten kreatif yang sesuai dengan target audiens, menunjukkan peningkatan keterampilan digital yang cukup signifikan. Kegiatan ini juga memberikan pengaruh besar terhadap semangat berwirausaha siswa. Mereka mulai melihat peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan modal minim, terutama dengan dukungan promosi digital. Motivasi ini semakin kuat setelah siswa menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga bagaimana produk tersebut dipromosikan dan dikomunikasikan kepada konsumen.



KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Strategi Branding dan Promosi Online di SMKN 1 Ciruas berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi wirausaha siswa. Melalui penyampaian materi dan praktik langsung, siswa memperoleh wawasan yang komprehensif mengenai pentingnya identitas merek dalam membangun usaha

yang kompetitif. Mereka mampu merancang elemen branding dasar seperti nama usaha, slogan, dan konsep visual yang mencerminkan karakter produk yang ingin dikembangkan. Selain itu, pelatihan ini juga meningkatkan kemampuan siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan berbiaya rendah. Siswa dapat membuat konten digital sederhana seperti poster dan video pendek yang dapat digunakan untuk publikasi produk secara daring. Keterampilan ini menjadi bekal penting bagi mereka di era ekonomi digital. Yang paling penting, kegiatan ini berhasil menumbuhkan semangat dan kepercayaan diri siswa untuk mulai berwirausaha. Banyak peserta yang mulai menyusun rencana usaha kecil setelah memahami cara mengemas dan mempromosikan produk dengan strategi yang tepat. Secara keseluruhan, pelatihan ini berkontribusi dalam membentuk karakter wirausaha muda yang kreatif, adaptif, dan siap menghadapi tantangan dunia usaha di masa depan. Kegiatan serupa sangat direkomendasikan untuk dilakukan secara berkelanjutan guna memberikan dampak yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Prasetyo, A. E. W., Khorini'mah, S. M., Eldi, B., Fatoni, N. K., Qorbala, M. Z., & Sanuna, M. A. (2023).
- Mahaliani, E., Kurniawati, K., & Masnita, Y. (2023). The role of digital marketing and promotion in the business performance of small and medium enterprises (SMEs) in developing countries.
- Novia, C., Tania, A. P., Nafilah, N., Afril, H., Cahyati, R. S., & Nur, S. S. (2025). Digital branding assistance for MSMEs as a marketing strategy in the Industry 4.0 era.
- Prathivi, M. D. G. (2020). Digital marketing and Indonesia's youth entrepreneurs' business. Maulana, Z., Hidayat, M. C., & Agustina, I. (2022). Using digital marketing for small and medium enterprises (SMEs) in Bumdes Remboko Sumberrejo Village, Sleman Regency.
- Pujiastuti, Y., & Pantawis, S. (2023). Kolaborasi digital dan entrepreneurial marketing guna peningkatan daya saing dan kinerja bisnis UMKM makanan di Kota Semarang.
- Rahadhini, M. D., Zakiyah, N. F., & Saputri, E. C. (2024). Digital marketing training and mentoring in entrepreneurship for teenagers of the PIK-R genre in Surakarta's Type Village.
- Selviasari, R., Sudarmiatin, & Ayuanti, R. N. (2024). The role of entrepreneurial marketing, digital marketing through product innovation on SMEs business performance.
- Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2021). Enhancing brand image in the digital era: Evidence from small and medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia.
- Suwarno, B., Hermanjaya, O. J., & Siregar, F. Y. (2021). Self-introduction training through digital marketing for entrepreneurial interest development among SMA Methodis Lubuk Pakam students.
- Triana, H. (2025). Turnover Intention and Work-life Balance as Predictors of Employee Performance Satisfaction at Springhill Group. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 16(2), 191-195. <https://doi.org/10.62398/PROBISNIS.V16I2>.
- Triana, H., & Yofi, Y. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(2), 113-124. <https://doi.org/10.32493/jism.v1i2.25615>.