

Pemberdayaan Siswa SMK N 1 Juwiring Melalui Literasi Digital dan Pemanfaatan E-Commerce Serta Media Sosial Produktif Dalam Mendukung Smartcity

Joni Maulindar^{1*}, Basiroh²

¹ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Duta Bangsa Surakarta

² Fakultas Teknik, Universitas Islam Batik Surakarta

* joni_maulindar@udb.ac.id

Abstrak

Masalah rendahnya literasi digital di kalangan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), khususnya dalam pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial produktif, menjadi kendala dalam menyiapkan generasi muda yang siap menghadapi transformasi ekonomi digital dan mendukung pembangunan *Smart City*. Tujuan kegiatan ini untuk memberdayakan siswa SMK N 1 Juwiring melalui peningkatan kemampuan literasi digital dan keterampilan praktis dalam penggunaan teknologi digital untuk kegiatan ekonomi produktif. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan tahapan persiapan, pelatihan teori, praktik langsung, dan evaluasi hasil pembelajaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu memahami konsep literasi digital secara komprehensif dan mengaplikasikannya dalam konteks kewirausahaan digital. Sebanyak 90% peserta berhasil membuat akun *e-commerce* di platform daring dan memasarkan produk lokal secara mandiri. Peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam membuat konten promosi yang kreatif melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, siswa mampu memahami strategi keamanan digital untuk menjaga kredibilitas akun bisnis mereka. Pelatihan ini menghasilkan perubahan perilaku dari penggunaan media sosial pasif menjadi lebih produktif. Evaluasi pasca pelatihan menunjukkan peningkatan rata-rata pengetahuan digital sebesar 45% dibandingkan sebelum pelatihan. Hasil ini membuktikan bahwa literasi digital berbasis *e-commerce* dan media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan daya saing siswa SMK dalam era ekonomi digital serta mendukung implementasi *Smart City* berbasis masyarakat digital.

Kata Kunci: *literasi digital, e-commerce, media sosial produktif, pemberdayaan siswa, Smart City*

Pendahuluan

Masalah literasi digital di kalangan pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih menjadi tantangan signifikan di era transformasi digital saat ini (Sánchez-Cruzado et al., 2021). Meskipun generasi muda tergolong sebagai pengguna aktif teknologi dan media sosial (Hysa et al., 2021; Anwar, 2025), tingkat pemanfaatan teknologi digital secara produktif, khususnya untuk kegiatan ekonomi, masih tergolong rendah (Mas et al., 2025). Fenomena ini terlihat pada siswa SMK jurusan pemasaran yang belum sepenuhnya memahami strategi penggunaan *e-commerce* dan media sosial sebagai sarana promosi, branding, serta transaksi bisnis (Ma & Gu, 2024; Shi et al., 2022). Di Kabupaten Klaten,

khususnya di SMK N 1 Juwiring, potensi siswa dalam bidang pemasaran sebenarnya sangat besar, namun belum diimbangi dengan kemampuan literasi digital yang memadai. Sebagian besar siswa menggunakan teknologi hanya untuk hiburan, bukan sebagai sarana pengembangan keterampilan kewirausahaan digital. Rendahnya literasi digital ini juga dipengaruhi oleh keterbatasan pelatihan praktis (Jiang, 2025) di bidang *digital marketing*, kurangnya integrasi teknologi dalam kurikulum vokasi, serta minimnya kolaborasi antara sekolah dengan pihak eksternal seperti perguruan tinggi dan pelaku industri digital.

Masalah ini menjadi relevan dalam konteks pengembangan *Smart City*, di mana salah satu pilar utamanya adalah *Smart Economy* yang menuntut partisipasi aktif masyarakat, termasuk generasi muda, dalam mengembangkan ekonomi berbasis digital. Kabupaten Sukoharjo dan sekitarnya sedang berupaya membangun ekosistem *Smart City*, namun keberhasilan implementasi konsep tersebut sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia. Jika siswa SMK tidak dibekali keterampilan digital yang memadai, maka mereka akan tertinggal dalam menghadapi perubahan ekonomi yang semakin mengandalkan teknologi informasi. Oleh karena itu, pemberdayaan siswa melalui pelatihan literasi digital menjadi langkah strategis untuk mencetak generasi muda yang adaptif, kreatif, dan berdaya saing di era ekonomi digital. Melalui penguasaan *e-commerce* dan media sosial produktif, siswa dapat memahami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk membangun bisnis mandiri, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan nilai ekonomi produk lokal. Dengan demikian, pelatihan literasi digital tidak hanya meningkatkan kompetensi individu, tetapi juga berkontribusi langsung pada pembangunan ekonomi daerah dalam kerangka *Smart City*.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan literasi digital siswa SMK N 1 Juwiring, khususnya jurusan pemasaran, melalui pelatihan penggunaan *e-commerce* dan media sosial secara produktif. Tujuan khususnya meliputi: (1) meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep dan manfaat literasi digital dalam kegiatan ekonomi, (2) melatih keterampilan praktis dalam membuat dan mengelola akun *e-commerce* untuk kegiatan pemasaran produk, (3) mengajarkan strategi pemanfaatan media sosial untuk promosi bisnis yang efektif dan beretika, serta (4) menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya keamanan digital dan etika bermedia. Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan dapat membentuk siswa yang siap bersaing di dunia kerja dan berkontribusi dalam implementasi *Smart Economy* sebagai bagian dari pengembangan *Smart City* di tingkat lokal.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif dengan melibatkan siswa SMK N 1 Juwiring, khususnya jurusan pemasaran, sebagai peserta utama. Kegiatan diawali dengan tahap persiapan berupa koordinasi dengan pihak sekolah, penyusunan materi pelatihan, dan pembuatan modul literasi digital dasar. Selanjutnya dilakukan pelatihan tatap muka yang meliputi dua sesi utama, yaitu sesi teori dan sesi praktik. Pada sesi teori, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep literasi digital, keamanan digital, serta peran *e-commerce* dan media sosial dalam mendukung kegiatan ekonomi. Sementara pada sesi praktik, siswa dilatih secara langsung dalam membuat akun *e-commerce*, mengunggah produk,

mengelola konten promosi, serta menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Pendekatan *learning by doing* digunakan agar peserta memperoleh pengalaman nyata dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha dan mendukung implementasi *Smart City* di wilayahnya.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital bagi siswa SMK N 1 Juwiring dilaksanakan dengan pendekatan terstruktur melalui beberapa tahapan utama, yakni tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan teori, praktik penggunaan *e-commerce* dan media sosial produktif, pendampingan lanjutan, serta tahap evaluasi dan refleksi hasil. Setiap tahapan dirancang untuk menjawab permasalahan rendahnya kemampuan digital siswa dalam konteks ekonomi kreatif dan implementasi *Smart City*, khususnya pada dimensi *Smart Economy* dan *Smart People*.

Tahap pertama adalah persiapan kegiatan, yang mencakup koordinasi dengan pihak sekolah, pemetaan kebutuhan pelatihan, dan penyusunan perangkat pembelajaran. Tim pengabdian melakukan diskusi awal dengan guru pembimbing jurusan pemasaran untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan keterampilan awal siswa terhadap penggunaan teknologi digital dalam konteks bisnis. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa lebih dari 70% siswa telah memiliki akun media sosial pribadi, namun hanya sekitar 15% yang memanfaatkannya untuk kegiatan produktif seperti promosi usaha atau penjualan daring. Selain itu, mayoritas siswa belum memahami mekanisme kerja *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, serta belum memiliki keterampilan dasar dalam mengelola konten digital secara profesional. Berdasarkan hasil survei kebutuhan tersebut, tim menyusun modul pelatihan yang mencakup empat topik utama, yaitu (1) dasar-dasar literasi digital, (2) pengenalan *e-commerce* dan sistem transaksi daring, (3) strategi pemanfaatan media sosial produktif, serta (4) keamanan dan etika digital. Modul ini disusun agar mudah dipahami oleh siswa vokasi dan dikombinasikan dengan kegiatan praktik langsung untuk memaksimalkan hasil pembelajaran.

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan teori literasi digital, yang menjadi pondasi awal bagi peserta untuk memahami konteks perubahan ekonomi digital. Pelatihan ini dibuka dengan sesi pengantar tentang konsep *Smart City*, di mana fasilitator menjelaskan enam dimensi utama *Smart City*—yakni *Smart Governance*, *Smart Economy*, *Smart Mobility*, *Smart Environment*, *Smart People*, dan *Smart Living*—(Kociuba et al., 2023; Bajdor & Starostka-Patyk, 2021; Giuliadori et al., 2022; Ferrara, 2015) serta bagaimana literasi digital berperan sebagai fondasi penguatan dimensi *Smart Economy* dan *Smart People*. Dalam sesi ini, peserta juga diajak untuk memahami transformasi digital di sektor ekonomi dan pergeseran perilaku konsumen ke arah sistem belanja daring. Diskusi interaktif dilakukan untuk menggali persepsi siswa mengenai peluang bisnis digital di sekitar mereka, seperti potensi menjual produk lokal melalui platform *e-commerce* atau menggunakan media sosial untuk membangun personal branding. Hasil evaluasi formatif menunjukkan peningkatan pemahaman konseptual yang signifikan, di mana rata-rata skor pre-test sebesar 56 meningkat menjadi 84 pada post-test setelah sesi teori berlangsung.



Gambar 1. Pembicara sedang menyampaikan materi sekaligus mengarahkan siswa untuk membuat akun

Tahap ketiga adalah praktik penggunaan *e-commerce* dan media sosial produktif. Pada sesi ini, siswa diarahkan untuk membuat akun *e-commerce* menggunakan platform populer seperti Tiktok. Fasilitator memberikan panduan langkah demi langkah mulai dari proses pendaftaran, verifikasi akun, pengunggahan produk, hingga pengelolaan deskripsi dan harga produk. Setiap peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan langsung penggunaan *dashboard seller*, manajemen stok, serta analisis performa toko daring. Beberapa kelompok siswa bahkan berhasil membuat simulasi toko online dengan produk hasil karya mereka sendiri, seperti kerajinan tangan, makanan ringan, dan aksesoris. Selain itu, siswa diajarkan mengenai pentingnya penggunaan foto produk berkualitas, penulisan deskripsi yang menarik, dan strategi penentuan harga kompetitif. Kegiatan ini tidak hanya membangun keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan di kalangan peserta.



Gambar 2. Sebagian besar siswa berhasil mengitaskan pembuatan media sosial

Selanjutnya, siswa dilatih dalam pemanfaatan media sosial produktif seperti TikTok sebagai sarana promosi digital. Fasilitator memberikan materi tentang *social media marketing* yang mencakup algoritma penayangan, *engagement rate*, dan teknik membuat konten kreatif yang relevan dengan target pasar. Peserta dilatih membuat *caption* yang komunikatif, memilih waktu unggah terbaik, serta menggunakan fitur iklan dan *insight* untuk mengukur efektivitas promosi. Dalam sesi praktik, setiap kelompok diminta membuat rencana kampanye digital sederhana, mencakup pembuatan akun bisnis, unggahan konten promosi, dan strategi interaksi dengan calon pembeli. Hasilnya menunjukkan bahwa lebih dari 80% siswa mampu membuat akun bisnis aktif di TikTok dengan konten visual yang menarik dan informatif.

Tahap berikutnya adalah pendampingan lanjutan, yang dilakukan selama dua minggu setelah pelatihan utama. Pada fase ini, tim pengabdian melakukan monitoring terhadap akun *e-commerce* dan media sosial bisnis yang telah dibuat oleh peserta. Kegiatan dilakukan secara daring melalui grup koordinasi dan pertemuan tatap muka mingguan. Pendampingan difokuskan pada peningkatan kualitas konten digital, manajemen respons pelanggan, serta evaluasi performa akun. Beberapa siswa menunjukkan perkembangan signifikan, di mana mereka mulai menerima pesanan nyata dari konsumen lokal dan mengembangkan branding sederhana melalui media sosial. Dalam konteks pembelajaran vokasi, hal ini menjadi capaian penting karena menunjukkan kemampuan siswa dalam mengintegrasikan teori pemasaran dengan praktik digital.

Tahap kelima adalah evaluasi hasil kegiatan, yang bertujuan untuk menilai efektivitas program secara menyeluruh. Evaluasi dilakukan melalui tiga pendekatan: (1) pengukuran peningkatan pengetahuan menggunakan instrumen pre-test dan post-test, (2) penilaian keterampilan praktis melalui observasi langsung dan rubrik penilaian, serta (3) survei kepuasan peserta terhadap program pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 92% peserta mengalami peningkatan pemahaman terhadap konsep literasi digital dan pemanfaatan *e-commerce*. Nilai rata-rata post-test mencapai 87, meningkat 31 poin dari nilai awal. Selain itu, 75% peserta dinilai mampu mengoperasikan akun *e-commerce* secara mandiri, dan 68% telah aktif mengunggah konten promosi pada akun media sosial bisnis mereka. Berdasarkan survei kepuasan, 95% peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan pembelajaran di jurusan pemasaran.

Dari hasil pendampingan dan evaluasi tersebut, diperoleh beberapa temuan penting yang perlu dibahas. Pertama, kegiatan pelatihan literasi digital mampu mengubah pola pikir siswa terhadap penggunaan teknologi. Sebelumnya, sebagian besar siswa menganggap media sosial hanya sebagai sarana hiburan, namun setelah pelatihan, mereka mulai memanfaatkannya untuk kegiatan produktif dan bernilai ekonomi. Hal ini sejalan dengan konsep *Smart People*, yaitu individu yang mampu menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidupnya dan berkontribusi terhadap kemajuan komunitas. Kedua, pengenalan terhadap *e-commerce* membuka wawasan baru bagi siswa mengenai potensi wirausaha digital. Beberapa siswa menyampaikan ketertarikan untuk melanjutkan pengelolaan toko daring mereka setelah pelatihan berakhir, menunjukkan adanya dampak keberlanjutan (*sustainability effect*). Ketiga, kegiatan ini juga memperkuat hubungan antara dunia pendidikan vokasi dengan implementasi *Smart City*. Sektor pendidikan berperan penting dalam mencetak SDM unggul yang mendukung pembangunan ekonomi digital daerah, sesuai dengan dimensi *Smart Economy*.

Selain hasil positif, kegiatan ini juga mengungkap beberapa tantangan yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan pelatihan sejenis di masa depan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan infrastruktur teknologi di sekolah, seperti jaringan internet yang belum stabil dan perangkat komputer yang tidak memadai untuk praktik intensif. Beberapa siswa juga masih kesulitan mengakses perangkat pribadi untuk latihan mandiri di luar jam pelatihan. Faktor lain yang menjadi kendala adalah kurangnya literasi keamanan digital; sebagian siswa masih belum memahami pentingnya perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi daring. Oleh karena itu, pelatihan literasi digital di masa mendatang perlu dilengkapi dengan sesi khusus tentang *cybersecurity awareness* agar peserta lebih siap menghadapi risiko digitalisasi.

Dari sisi pedagogis, pendekatan *learning by doing* terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Siswa lebih mudah memahami konsep literasi digital ketika langsung mempraktikkan pembuatan akun *e-commerce* dan mengelola konten media sosial. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik siswa vokasi yang lebih responsif terhadap pembelajaran berbasis praktik. Keaktifan peserta selama pelatihan juga menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis proyek (*project-based learning*) dapat diterapkan dengan baik dalam konteks pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, pelibatan guru pembimbing jurusan dalam setiap sesi pelatihan memberikan nilai tambah, karena memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan berkelanjutan di lingkungan sekolah setelah kegiatan berakhir.

Secara umum, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital memiliki dampak langsung terhadap kesiapan siswa SMK dalam menghadapi era *Smart Economy*. Siswa tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga mengembangkan sikap adaptif, inovatif, dan kolaboratif yang penting dalam dunia kerja modern. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat menjadi model replikasi untuk sekolah lain di wilayah Kabupaten Klaten dan Sukoharjo yang memiliki karakteristik serupa. Dalam konteks *Smart City*, keberhasilan pelatihan literasi digital di tingkat pendidikan menengah kejuruan mencerminkan pentingnya integrasi antara kebijakan pendidikan, pengembangan teknologi, dan pemberdayaan masyarakat.

Dari hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan siswa melalui pelatihan literasi digital dan pemanfaatan teknologi berbasis *e-commerce* serta media sosial produktif merupakan langkah strategis untuk memperkuat implementasi *Smart City* di tingkat lokal. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya dilatih sebagai pengguna teknologi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu menciptakan nilai ekonomi baru berbasis digital. Program ini berkontribusi terhadap terciptanya ekosistem *Smart People* yang mendukung keberlanjutan *Smart Economy*, serta memperkuat peran pendidikan vokasi dalam menjembatani kesenjangan antara dunia pendidikan dan kebutuhan industri digital masa kini.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan siswa SMK N 1 Juwiring melalui literasi digital dan pemanfaatan *e-commerce* serta media sosial produktif telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi digital siswa jurusan pemasaran. Melalui pelatihan terstruktur yang meliputi teori dan praktik,

peserta mampu memahami konsep literasi digital, membuat akun *e-commerce*, serta mengelola media sosial sebagai sarana promosi bisnis. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta terhadap pemanfaatan teknologi digital secara produktif. Kegiatan ini sekaligus mendukung implementasi *Smart Economy* dan *Smart People* dalam kerangka pembangunan *Smart City*, dengan menjadikan siswa sebagai agen perubahan yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital dan siap menghadapi tantangan industri berbasis teknologi di masa depan.

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar kegiatan literasi digital ini dikembangkan secara periodik melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, sekolah, dan pemerintah daerah. Pelatihan lanjutan perlu difokuskan pada keamanan digital, pengelolaan bisnis daring yang berkelanjutan, serta integrasi teknologi finansial agar siswa mampu berinovasi dan berkontribusi aktif dalam ekosistem *Smart City* berbasis masyarakat digital.

Referensi

- Anwar, M. M. (2025). How digital financial literacy and social media usage build saving behavior among Generation Z. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 1–26. <https://doi.org/10.1108/APJBA-04-2025-0329>
- Bajdor, P., & Starostka-Patyk, M. (2021). Smart City: A Bibliometric Analysis of Conceptual Dimensions and Areas. *Energies*, 14(14), 4288. <https://doi.org/10.3390/en14144288>
- Ferrara, R. (2015). The Smart City and the Green Economy in Europe: A Critical Approach. *Energies*, 8(6), 4724–4734. <https://doi.org/10.3390/en8064724>
- Giuliodori, A., Berrone, P., & Ricart, J. E. (2022). Where smart meets sustainability: The role of Smart Governance in achieving the Sustainable Development Goals in cities. *BRQ Business Research Quarterly*, 26(1), 27–44. <https://doi.org/10.1177/23409444221091281>
- Hysa, B., Karasek, A., & Zdonek, I. (2021). Social Media Usage by Different Generations as a Tool for Sustainable Tourism Marketing in Society 5.0 Idea. *Sustainability*, 13(3). <https://doi.org/10.3390/su13031018>
- Jiang, B. (2025). Enhancing digital literacy in foreign language teaching in Chinese universities: Insights from a systematic review. *Teaching and Teacher Education*, 154, 104845. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2024.104845>
- Kociuba, D., Sagan, M., & Kociuba, W. (2023). Toward the Smart City Ecosystem Model. *Energies*, 16(6). <https://doi.org/10.3390/en16062795>
- Ma, X., & Gu, X. (2024). New marketing strategy model of E-commerce enterprises in the era of digital economy. *Heliyon*, 10(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29038>
- Mas, M., Pérez, F., & Pilat, D. (2025). Productivity, technology and intangible assets. *SERIEs*. <https://doi.org/10.1007/s13209-025-00310-3>
- Sánchez-Cruzado, C., Campión, R., S., & Sánchez-Compaña, M. T. (2021). Teacher Digital Literacy: The Indisputable Challenge after COVID-19. *Sustainability*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/su13041858>
- Shi, J., Nyedu, D. S. K., Huang, L., & Lovia, B. S. (2022). Graduates' Entrepreneurial Intention in a Developing Country: The Influence of Social Media and E-commerce Adoption (SMEA) and its Antecedents. *Information Development*, 40(1), 20–35. <https://doi.org/10.1177/02666669211073457>