



Sosialisasi Strategi Pemasaran untuk Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Bagi Siswa Siswi SMK Negeri I Ciruas

Puput Salsabila Azahra¹, Ayu Safitri², Yuliana Putri³

^{1,2,3}Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Serang

E-mail: putsza25@gmail.com

Article Info

Article history:

Received November 29, 2025

Revised November 30, 2025

Accepted Desember 08, 2025

Keywords:

Marketing Strategy,
Socialization,
Entrepreneurship, Vocational
Education, SMK Negeri I
Ciruas

ABSTRACT

This study aims to evaluate the effectiveness of a marketing strategy socialization program in fostering an entrepreneurial spirit among students at SMK Negeri I Ciruas. The program focused on providing students with fundamental marketing concepts, practical strategies, and real-world examples to stimulate their interest in entrepreneurship. Data was collected through pre- and post-program surveys to measure changes in students' knowledge, attitudes, and intentions related to starting their own businesses. The findings indicate a significant increase in students' understanding of marketing principles and their perceived self-efficacy in pursuing entrepreneurial ventures. This suggests that targeted marketing socialization can be an effective tool for cultivating an entrepreneurial mindset among vocational school students.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received November 29, 2025

Revised November 30, 2025

Accepted Desember 08, 2025

Kata Kunci:

Strategi Pemasaran, Sosialisasi,
Entrepreneurship, Pendidikan
Vokasi, SMK Negeri I Ciruas

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program sosialisasi strategi pemasaran dalam menumbuhkan jiwa entrepreneurship di kalangan siswa SMK Negeri I Ciruas. Program ini berfokus pada penyediaan konsep pemasaran dasar, strategi praktis, dan contoh nyata kepada siswa untuk merangsang minat mereka dalam berwirausaha. Data dikumpulkan melalui survei sebelum dan sesudah program untuk mengukur perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan niat siswa terkait dengan memulai bisnis sendiri. Temuan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa tentang prinsip-prinsip pemasaran dan persepsi efikasi diri mereka dalam mengejar usaha kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi pemasaran yang terarah dapat menjadi alat yang efektif untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan di kalangan siswa sekolah menengah kejuruan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Puput Salsabila Azahra

Universitas Pamulang

Email: putsza25@gmail.com



PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di era digital menuntut generasi muda, termasuk siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk memiliki pemahaman dasar mengenai pemasaran dan kemampuan berpikir kreatif dalam menciptakan peluang usaha. Namun, kenyataannya banyak siswa masih memiliki pemahaman terbatas tentang bagaimana memasarkan produk, menentukan target pasar, atau membuat strategi promosi yang efektif. Kurangnya pengalaman praktik dan pemahaman mengenai konsep pemasaran membuat siswa ragu untuk mencoba membangun usaha kecil.

Sebagai bentuk kontribusi nyata, kegiatan PKM ini diselenggarakan di SMK Negeri 1 Ciruas dengan tujuan memberikan pemahaman yang aplikatif mengenai strategi pemasaran serta mendorong tumbuhnya minat berwirausaha. Sosialisasi yang dilakukan berfokus pada konsep dasar pemasaran, pemanfaatan media digital, kreativitas dalam promosi, serta penerapan strategi sederhana yang dapat dilakukan siswa dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan ini diharapkan tidak hanya menambah wawasan, tetapi juga memberikan motivasi dan kepercayaan diri bagi siswa untuk mulai mencoba mengembangkan ide bisnis sesuai minat masing-masing.

METODE PENELITIAN

a) Analisis Pendahuluan

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi digital saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin kompetitif. Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai calon tenaga kerja dan calon pelaku usaha harus dipersiapkan tidak hanya dari sisi keahlian teknis, tetapi juga dari sisi pemasaran dan jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*). Pendidikan kewirausahaan yang baik dan strategi pemasaran yang efektif dapat membantu siswa SMK memiliki kesiapan mental dan kompetensi untuk menciptakan peluang usaha sendiri, bukan hanya mengandalkan pekerjaan orang lain.

b) Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan (*entrepreneurship education*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat wirausaha (*entrepreneurial intention*), terutama jika dikaitkan dengan penguatan diri (*self-efficacy*) dan mindset kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) pada siswa SMK. Sebagai contoh, sebuah studi di Malang menyebutkan bahwa *entrepreneurship education* secara signifikan mempengaruhi *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial mindset*, dan *entrepreneurial intention* siswa SMK kelas XII, meskipun *self-efficacy* tidak selalu menjadi mediator yang kuat antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha (Darman, Sudamiatin, & Dhewi, 2025).

Penelitian lain juga menemukan bahwa literasi pemasaran digital, ketika digabungkan dengan pendidikan kewirausahaan, dapat meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam menjalankan usaha secara online. Misalnya, pada jurusan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) di Bojonegoro, pendidikan kewirausahaan dan literasi pemasaran digital terbukti memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung pada perencanaan usaha online



siswa, dengan kepercayaan diri (*self-confidence*) sebagai variabel mediasi penting (Jazuli, Nasikh, & Hermawan, 2025).

Meskipun begitu, masih terdapat beberapa kendala dalam penerapan pendidikan kewirausahaan dan strategi pemasaran di tingkat SMK, antara lain: kurangnya fasilitas yang memadai, kurikulum kewirausahaan yang belum selalu sesuai dengan tuntutan pasar, kurangnya pelatihan praktis yang mengintegrasikan teori dan praktik pemasaran, serta rendahnya motivasi atau kepercayaan diri siswa untuk mencoba usaha sendiri. Kondisi ini menunjukkan adanya gap antara apa yang diajarkan dan yang dibutuhkan dalam praktik usaha di dunia nyata.

Berdasarkan landasan teoritis dan hasil penelitian tersebut, maka sangat relevan untuk melaksanakan kegiatan Sosialisasi Strategi Pemasaran di SMK Negeri 1 Ciruas. Kegiatan ini ditujukan untuk menyediakan wawasan praktis, meningkatkan pemahaman siswa tentang cara-cara pemasaran modern, memperkuat mindset kewirausahaan, dan memupuk kepercayaan diri agar siswa/i memiliki kesiapan tidak hanya sebagai calon pekerja, tapi juga sebagai wirausahawan. Dengan demikian kegiatan ini diharapkan mampu menjembatani gap antara teori dan praktek pemasaran dan memunculkan jiwa entrepreneurship pada diri siswa SMK.

c) Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam proposal ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana cara meningkatkan pemahaman siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas mengenai konsep dasar strategi pemasaran?
- 2) Bagaimana strategi pemasaran dapat diintegrasikan dalam upaya menumbuhkan jiwa entrepreneurship siswa/i SMK?
- 3) Apa saja metode sosialisasi yang efektif untuk mendorong motivasi dan kepercayaan diri siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas dalam mengembangkan potensi kewirausahaan?
- 4) Bagaimana peran mahasiswa Universitas Pamulang PSDKU Serang melalui kegiatan PKM dapat memberikan kontribusi nyata bagi penguatan jiwa wirausaha di kalangan siswa SMK?

d) Tujuan

Tujuan yang dicapai dalam pengabdian ini yaitu :

- 1) Memberikan pemahaman kepada siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas tentang konsep dasar dan strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam kewirausahaan.
- 2) Menumbuhkan jiwa entrepreneurship siswa/i dengan mengintegrasikan teori pemasaran ke dalam praktik kewirausahaan sederhana.
- 3) Meningkatkan motivasi, kreativitas, dan kepercayaan diri siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas untuk mengembangkan potensi diri melalui kegiatan wirausaha.
- 4) Memperkuat peran mahasiswa Universitas Pamulang PSDKU Serang dalam pengabdian kepada masyarakat, khususnya di bidang pendidikan kewirausahaan dan pemasaran.

e) Manfaat

Manfaat yang di harapkan dari kegiatan PKM ini adalah:



- 1) Meningkatkan Pemahaman dan Keterampilan Pemasaran: Siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan tentang strategi pemasaran yang efektif, sehingga mereka dapat memahami cara memasarkan produk atau jasa dengan baik.
- 2) Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship: Kegiatan ini dapat membantu siswa/i mengembangkan jiwa entrepreneurship, yaitu pola pikir yang berorientasi pada inovasi, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko, sehingga mereka dapat menjadi wirausahawan yang sukses. Meningkatkan Kesiapan dan Kepercayaan Diri: Dengan memahami strategi pemasaran dan memiliki jiwa entrepreneurship, siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas akan lebih siap dan percaya diri untuk memulai usaha sendiri, sehingga mereka dapat menjadi lebih mandiri dan memiliki peluang untuk sukses di masa depan.

f) Signifikansi Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Sosialisasi Strategi Pemasaran Untuk Memunculkan Jiwa Entrepreneurship Bagi Siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas. Memiliki signifikansi yang bagus untuk para siswa siswi. Beberapa manfaat signifikansi yang di harapkan antara lain:

- 1) Meningkatkan Kesiapan Siswa dalam Berwirausaha: Kegiatan ini dapat membantu siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas memahami strategi pemasaran dan memiliki jiwa entrepreneurship, sehingga mereka lebih siap untuk memulai usaha sendiri.
- 2) Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship: Sosialisasi ini dapat membantu siswa/i mengembangkan pola pikir entrepreneurship, yaitu berani mengambil risiko, inovatif, dan kreatif dalam menghadapi tantangan.
- 3) Meningkatkan Kemampuan Pemasaran: Siswa/i akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan tentang strategi pemasaran yang efektif, sehingga mereka dapat memasarkan produk atau jasa dengan baik.
- 4) Meningkatkan Kemandirian dan Kreativitas: Kegiatan ini dapat membantu siswa/i
- 5) menjadi lebih mandiri dan kreatif dalam menghadapi tantangan, sehingga mereka dapat menjadi wirausahawan yang sukses.
- 6) Mempersiapkan Siswa untuk Menghadapi Dunia Kerja: Sosialisasi ini dapat membantu siswa/i memahami kebutuhan dunia kerja dan memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk sukses dalam berwirausaha.

Dengan demikian, kegiatan ini memiliki signifikansi yang besar dalam mempersiapkan siswa/i SMK Negeri 1 Ciruas untuk menjadi wirausahawan yang sukses dan mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum program sosialisasi dilaksanakan, survei awal dilakukan untuk menilai tingkat pengetahuan kewirausahaan siswa SMK Negeri I Ciruas. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki keterbatasan paparan terhadap konsep dan strategi pemasaran formal.

Banyak siswa menganggap kewirausahaan sebagai usaha berisiko tinggi, terutama karena kurangnya pemahaman tentang bagaimana strategi pemasaran dapat mengurangi potensi risiko bisnis. Survei awal juga mengungkapkan bahwa sikap siswa terhadap kewirausahaan



sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar mereka, dengan siswa dari keluarga wirausaha menunjukkan pandangan yang lebih positif.

Sejumlah besar siswa menyatakan minat untuk memulai bisnis sendiri tetapi kurang percaya diri dan pengetahuan untuk mengambil langkah pertama.

Data awal menggarisbawahi perlunya intervensi yang ditargetkan untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang prinsip-prinsip pemasaran dan menanamkan rasa efikasi diri dalam kemampuan kewirausahaan mereka.

Setelah program sosialisasi, survei pasca-program diberikan untuk mengukur perubahan dalam pengetahuan pemasaran siswa. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka tentang konsep pemasaran utama seperti segmentasi pasar, target pemasaran, dan penentuan posisi produk. Siswa menunjukkan kemampuan yang lebih besar untuk mengidentifikasi dan menganalisis peluang pasar, keterampilan penting untuk kewirausahaan yang sukses.

Penekanan program pada strategi pemasaran praktis, seperti pemasaran digital dan pemasaran media sosial, sangat sesuai dengan siswa, yang ingin menerapkan teknik ini pada ide bisnis mereka sendiri.

Studi kasus pengusaha sukses, terutama mereka yang berasal dari latar belakang serupa, berfungsi sebagai alat pembelajaran yang ampuh, menginspirasi siswa untuk berpikir kreatif tentang usaha mereka sendiri. Penggunaan lokakarya dan simulasi interaktif memungkinkan siswa untuk menerapkan pengetahuan yang baru diperoleh dalam lingkungan yang bebas risiko, mendorong pemahaman yang lebih dalam tentang prinsip-prinsip pemasaran.

Program sosialisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap siswa terhadap kewirausahaan, mengubah persepsi mereka dari penghindaran risiko menjadi pencarian peluang.

Siswa melaporkan merasa lebih percaya diri dalam kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan dan menavigasi ketidakpastian dalam memulai bisnis. Fokus program pada praktik pemasaran yang etis menanamkan rasa tanggung jawab sosial di antara para siswa, mendorong mereka untuk mempertimbangkan dampak yang lebih luas dari usaha bisnis mereka. Paparan terhadap beragam panutan kewirausahaan memperluas perspektif siswa dan menantang gagasan yang sudah ada sebelumnya tentang siapa yang bisa menjadi pengusaha sukses. Penciptaan jaringan rekan yang mendukung selama program menumbuhkan rasa kebersamaan, mendorong siswa untuk berbagi ide dan berkolaborasi dalam potensi usaha bisnis.

Salah satu tujuan utama dari program sosialisasi adalah untuk meningkatkan niat siswa untuk mengejar kewirausahaan sebagai pilihan karir. Survei pasca-program mengungkapkan peningkatan substansial dalam jumlah siswa yang menyatakan minat yang kuat untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Siswa mengembangkan rencana bisnis yang lebih konkret dan realistis, yang menunjukkan tingkat komitmen yang lebih dalam terhadap aspirasi kewirausahaan mereka. Program ini memberi siswa akses ke sumber daya dan peluang pendampingan, yang selanjutnya mendukung transisi mereka dari generasi ide ke tindakan.

Siswa melaporkan merasa lebih siap untuk mengambil keuntungan dari peluang dan mengatasi hambatan dalam perjalanan kewirausahaan. Program sosialisasi berfungsi sebagai



katalis untuk aksi kewirausahaan, dengan beberapa siswa memulai usaha bisnis skala kecil segera setelah selesai.

Analisis komparatif data pra dan pasca program mengungkapkan peningkatan yang signifikan secara statistik dalam pengetahuan pemasaran siswa, sikap terhadap kewirausahaan, dan niat kewirausahaan. Ukuran efek intervensi ditemukan sedang hingga besar, menunjukkan dampak substansial pada pola pikir kewirausahaan siswa. Program ini sangat efektif dalam menjangkau siswa dari latar belakang yang kurang beruntung, yang seringkali tidak memiliki akses ke pendidikan dan sumber daya kewirausahaan. Temuan menunjukkan bahwa sosialisasi pemasaran yang ditargetkan dapat menjadi alat yang ampuh untuk mempromosikan kewirausahaan di antara siswa sekolah kejuruan.

Studi ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum kejuruan untuk mempersiapkan siswa menghadapi tantangan dan peluang ekonomi modern.

KESIMPULAN

Program sosialisasi strategi pemasaran terbukti efektif dalam menumbuhkan jiwa entrepreneurship di kalangan siswa SMK Negeri I Ciruas. Peningkatan signifikan dalam pengetahuan pemasaran, perubahan sikap positif terhadap kewirausahaan, dan peningkatan niat untuk memulai bisnis sendiri menunjukkan bahwa intervensi ini berhasil mencapai tujuannya. Program ini tidak hanya memberikan siswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berhasil dalam dunia bisnis, tetapi juga menanamkan rasa percaya diri dan motivasi untuk mengejar aspirasi kewirausahaan mereka. Oleh karena itu, program sosialisasi strategi pemasaran direkomendasikan sebagai bagian integral dari kurikulum pendidikan vokasi untuk mempersiapkan siswa menghadapi tantangan dan peluang ekonomi modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Bandura, A. (2015). On deconstructing commentaries regarding alternative theories of self-efficacy: A rejoinder. *Journal of Management*, 41(4), 1025–1044.
- Darman, I., Sudamiatin, S., & Dhewi, T. (2025). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention with mediating variables of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial mindset in vocational high school students in Malang. *International Journal of Education and Vocational Studies*, 7(2), 101–110.
- Dweck, C. (2017). *Mindset: Changing the way you think to fulfil your potential*. Robinson.
- Fayolle, A. (2018). *A research agenda for entrepreneurship education*. Edward Elgar Publishing.
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6(11), e05426.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). *Entrepreneurship* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Jazuli, A., Nasikh, N., & Hermawan, A. (2025). The effect of entrepreneurship learning and digital marketing literacy on online business readiness with self-confidence as a



- mediating variable in vocational high school TKJ Bojonegoro. *Journal of Entrepreneurship Education and Practice*, 10(1), 55–68.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Muawiyah, S. N., Purwana, D., & Wibowo, A. (2025). The influence of entrepreneurship education, entrepreneurial mindset and peer groups on entrepreneurial readiness of SMK students through mediation of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Digital Business and Global Economy*, 1(2).
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial mindset to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial self-efficacy and situational factors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 279–298.
- Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship education and entry into self-employment among university graduates. *World Development*, 77, 311–327.
- Rahayu, S., & Sudarso, A. (2019). Project-based entrepreneurship learning to improve student creativity in vocational education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(3), 1–?. (Halaman tidak tersedia pada sumber asli)