



## OPTIMALISASI USAHA EKONOMI KREATIF PADA ERA REVOLUI INDUSTRI 4.0 MELALUI IMPLEMENTASI TEKNOLOGI DIGITAL DI SMK NEGERI 5 MATARAM

Zahrah<sup>1\*</sup>, Baiq Dinna Widyati<sup>2</sup>, Mudawil Qulub<sup>3</sup>, Meiza Ariya Budiarta<sup>4</sup>,  
Kharunia Alfia<sup>5</sup>

<sup>1,2,4</sup>Prodi Manajemen, Universitas Bumigora, Indonesia <sup>1</sup>[zahrah@universitasbumigora.ac.id](mailto:zahrah@universitasbumigora.ac.id),

<sup>2</sup>[baiqdinna@universitasbumigora.ac.id](mailto:baiqdinna@universitasbumigora.ac.id)

<sup>3,5</sup>Prodi Ilmu Komputer, Universitas Bumigora, Indonesia

<sup>3</sup>[mudawil@universitasbumigora.ac.id](mailto:mudawil@universitasbumigora.ac.id)

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** SMKN 5 Mataram, merupakan salah satu sekolah kejuruan di Kota Mataram yang memproduksi produk dengan unsur nilai budaya yang berpotensi untuk mencapai pasar nasional dan mancanegara. Namun, SMKN 5 Mataram belum konsisten dalam menawarkan produknya secara lingkup nasional dan mancanegar disebabkan karena keterbatasan mereka dalam mempromosikan dan mengenalkan produk yang dihasilkan dapat diakses dari luar daerah bahkan internasional. Ditambah kurangnya kemampuan sumber daya manusianya dalam membuat dan mengelola website dan sosial media atau marketplace, minimnya kemampuan pengambilan foto/video untuk mengisi website galeri usaha yang dihasilkan. Untuk itu diperlukannya upaya untuk meningkatkan kemampuan siswa dan juga sekolah. Salah satunya yakni melalui implementasi teknologi digital pada usaha ekonomi kreatif. Tujuannya agar siswa atau sekolah dapat memaksimalkan pemamfaatan teknologi terhadap pemasaran dan e-niaga sebagai media untuk memperluas jangkauan pasarnya. Hal ini sejalan dengan keinginan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim untuk mengimplementasikan teknologi dan digital dalam kurikulum 5.0. Dalam pelaksanaannya pelaksanaan kegiatan ini akan dibagi menjadi tiga tahap dan dilaksanakan dalam waktu tiga pertemuan dengan pendekatan persuasif dan interaktif (timbang balik). Hasil kegiatan pelatihan ini mampu memberikan wawasan lebih banyak mengenai bagaimana melakukan ekspor barang, peningkatan kualitas konten dan pemanfaatan teknologi digital berupa pengelolaan media sosial dan website khususnya.

**Kata Kunci:** ekonomi kreatif; teknologi digital; pemasaran.

**Abstract:** SMKN 5 Mataram is one of the vocational schools in Mataram City that produce cultural products with the potential to reach national and international markets. However, the school has not been consistent in offering its products nationally and internationally due to its limitations in promoting and introducing products that can be accessed from outside the region and even internationally. The institution's capacity to create and manage websites, social media, and marketplaces is deficient, as is its capability to produce visual content, such as photographs and videos, to populate the business gallery website. To address these limitations, there is an imperative for enhancing the competencies of students and schools. A proposed solution involves the integration of digital technology into creative economic initiatives. The objective is to empower students and schools to leverage technology for marketing and e-commerce purposes, thereby expanding their market reach. This objective is consistent with the Minister of Education and Culture, Nadiem Makarim's vision for the integration of technology and digital elements into the 5.0 curriculum. The implementation of this activity will be meticulously structured into three phases, spanning three meetings, employing a persuasive and interactive approach. The training activity is expected to yield several key outcomes, including a deeper understanding of strategies for enhancing the quality of exported goods and leveraging digital technologies for effective management of social media and websites.

**Keywords:** creative economy; digital technology; marketing.

---

**Article History:**

Received : 25-12-2024  
 Revised : 08-01-2025  
 Accepted : 15-01-2025  
 Online : 15-01-2025



This is an open access article under the  
 CC-BY-SA license

## A. PENDAHULUAN

Istilah ekonomi kreatif pertama kali digagas oleh John Howkins dalam bukunya *Creative Economy*. Ekonomi kreatif merupakan penciptaan nilai suatu barang/jasa berdasarkan dari hasil sebuah ide (Howkins, 2013). Konsep ekonomi kreatif didasari pada konsep ekonomi yang memanfaatkan kemampuan dan keterampilan dari dalam manusia (Hasan, 2018). Dalam penerapannya seperti pelaku usaha Batik, Grabah, Kayu dan Rotan, yang memanfaatkan bahan mentah utama seperti kain, tanah liat dan kayu yang kemudian diberikan sentuhan ide-ide untuk mendesain motif, bentuk maupun corak serta dilengkapi dengan keterampilan dalam mengukir, memahat, atau mengayam dari bahan mentah tersebut.

Ekonomi kreatif mampu menyumbangkan 3% dari PDB global dalam upaya menanggulangi ekonomi pasca pandemik. Di Indonesia, Menparekraf mengungkapkan ekonomi kreatif menyumbang 7.8% dari PDB pada tahun 2022 (Handayani, 2023). Adapun tenaga kerja ekonomi kreatif yang telah terserap sebesar 21,90 juta orang pada tahun 2021 yang telah naik sebanyak 3.14 persen dari tahun 2018 (18,76 juta orang). Melihat petensi besar dalam ekonomi kreatif ini, dunia telah membuat kesepakatan pada tahun 2021 bahwa tahun tersebut menjadi *International Year of Creative Economy for Sustainable Development* dalam sidang majelis umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) Resolusi Nomor A/RES/74/198 Tahun 2019 (辛島昇, 2002). Atas dasar tersebutlah, di Indonesia, ekonomi kreatif menjadi program unggulan yang terus di dorong dan dikembangkan dibawah kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif. Salah satu daerah yang didorong oleh Menparenkraf adalah Nusa Tenggara Barat (NTB).

NTB menjadi sorotan dunia dengan diselenggarakannya berbagai *International Event* tahun 2022. Hal ini mendorong pariwisata dan UMKM di Lombok. *Creative Hub* adalah program yang mewadahi pelaku UMKM dalam pelatihan, pendampingan, hingga pemasaran dalam upaya membangun pusat kreatif dimana program ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan 4.4 juta pada tahun 2024 (Kusmana & Ali, 2022; Menparekraf, 2023). Salah satu upaya untuk menciptakan lapangan pekerjaan melalui pengembangan UMKM di dunia pendidikan, seperti yang ada pada sekolah-sekolah kejuruan yang ada di Kota Mataram. SMK Negeri 5 Mataram menjadi salah satu sekolah kejuruan yang mendorong siswa-siswinya untuk memiliki keterampilan dibidang kriya, tata busana hingga kreatif dibidang tekstil. Ini menjadi peluang besar bagi sekolah mendorong peningkatan UMKM yang ada di NTB. Secara tidak langsung, keberadaan SMK ini mendukung *International Year of Creative Economy* yang disahkan PBB.



**Gambar 1.** SMK Negeri 5 Mataram.  
Sumber: website SMKN 5 Mataram.



**Gambar 2.** Lab Pembuatan Batik dan Grabah.  
Sumber: website SMKN 5 Mataram.



**Gambar 3.** Showroom Hasil Produksi.  
Sumber: website SMKN 5 Mataram.

Pada gambar 1. memperlihatkan tampak depan dari SMKN 5 Mataram yang mana merupakan salah satu sekolah menengah atas kejuruan di Kota Mataram. Sekolah ini yang memiliki 8 jurusan, terdiri dari 81 tenaga pengajar dan 940 siswa. Jurusan Kriya Kreatif Logam dan Perhiasan, dengan Nilai Akreditasi sekolah A. Sekolah ini memiliki ini memiliki ruang produksi dari semua jurusan di sekolah yang memperdalam ilmu seni ini, terlihat pada Gambar 2. Siswa kejuruan di SMKN 5 Mataram telah mampu memproduksi hasil kerajinan, mulai Kriya, Fashion, perhiasan. Sedangkan pada Gambar 3 menunjukan seluruh hasil karya batik berpa kain serta pakaian dari siswa yang dipajang di ruang showroom. Sekolah ini telah kedatangan rombongan siswa dari luar negeri yaitu Malaysia untuk belajar fashion batik. Selain itu hasil kerajinan keramik siswa juga cukup menjanjikan sebagai salah satu budaya Daerah yang di kenal dengan gerabah, SMKN 5 Mataram juga sering mengikuti pameran untuk hasil kerajinan ini bahkan sebagian produk mereka juga sudah masuk sebagai pelengkap interior di hotel Kota Mataram dan sekitarnya. SMKN 5 Mataram resmi menjadi Badan Layanan Usaha Daerah (BLUD), tertuang dalam Peraturan Gubernur NTB No. 34 tahun 2022 tentang Standar Pelayanan Minimal Badan Layanan Umum Daerah Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Mataram (Peraturan BPK, 2015). Sekolah ini dinilai memiliki potensi yang besar sebagai penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang diproyeksikan mencapai Rp3 Miliar per tahun (Handayani, 2023). Tujuannya

ialah untuk menciptakan lulusan yang memiliki keterampilan untuk bersaing dalam dunia kerja bahkan mampu menciptakan lapangan kerja untuk diri mereka dan memberdayakan masyarakat di lingkungannya. Dalam sistem pengajaran SMKN 5 Mataram mendukung penuh siswanya memiliki kreasi serta memproduksi hasil kerajinan yang terbaik dan dapat bersaing. Memfasilitasi produksi siswanya untuk pengenalan di pameran event daerah serta perhotelan lokal di daerah Pulau Lombok.

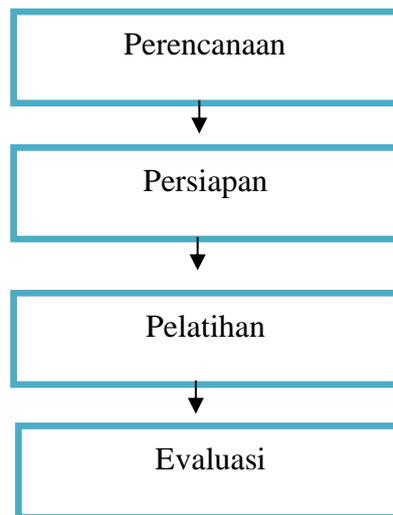
Namun, dalam upaya mewujudkan tujuan sekolah, masih terdapat banyak tantangan. Siswa dan sekolah memiliki produk yang bersaing namun pemasarannya masih terbatas, dan hanya di kalangan tertentu, mereka belum mengetahui lebih banyak mengenai strategi pemasaran lainnya untuk dapat memasarkan produk yang mereka punya secara konsisten. Lebih detail, siswa dan Sekolah belum mampu memaksimalkan teknologi yang ada saat ini agar jangkauan pengenalan produk mereka lebih maksimal. Serta, Siswa kurang memiliki keterampilan dalam pembuatan konten yang menarik sebagai bahan untuk mempromosikan produk yang mereka hasilkan. Oleh karena itu, perlunya melaksanakan pendampingan kepada siswa maupun sekolah dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai media penjualan produk (atau biasa disebut e-commerce). E-commerce ini memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan bertahan di pasar global (Hayaty & Ritha, 2024). Pelatihan ini penting agar sasaran dalam hal ini siswa dan guru di SMK Negeri 5 Mataram dapat membuat dan mengelola website secara resmi dan profesional serta dilengkapi dengan berbagai strategi pemasaran yang lebih variatif, memaksimalkan penggunaan SEO dan Sosial Media Marketing dalam peningkatan usaha ekonomi kreatif yang memiliki karakteristik berbeda dengan usaha produksi industri pada umumnya.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Program ini melibatkan para siswa-siswi kejuruan yang ada di SMK Negeri 5 Mataram. Terdiri dari 5 siswa-siswi dan 10 Guru yang akan difokuskan memperdalam mengenai ekonomi kreatif, metode pemasaran dan implementasi teknologi digital menggunakan website. Pendekatan yang digunakan ialah dengan persuasif dan santai. Pelatihan ini dilengkapi dengan interaksi timbal balik oleh mentor dan siswa. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, pelatihan dibuat dengan forum diskusi.

Kegiatan ini akan dibagi menjadi tiga tahapan dan penyampaian materi akan dilaksanakan dalam waktu 3 pertemuan, yang masing-masing pertemuan berlangsung selama kurang lebih 90 menit di lokasi yang ditentukan. Seluruh tahapan akan tetap didampingi oleh tim pengabdian secara bergantian sebagai pemateri dan menjadi pendamping dalam pengarahan praktek IPTEKs yang diprogramkan dalam pengabdian ini.

Untuk mempermudah penyampaian materi, pelatihan ini juga dilakukan menggunakan pendekatan persuasif. Pendekatan persuasif digunakan untuk memperkerkan pengaruh sesuai diharapkan oleh komunikator (Putri, 2016). Pada pengabdian yang dilakukan oleh Zahrah et al. (2023) menemukan bahwa melalui pendekatan ini sasaran lebih mampu menerima materi dan berdampak pada penguasaan materi lobbying yang dilakukan. Adapun detail tahapan pengabdian ini sebagai berikut.



**Gambar 4.** Metode Pengabdian Masyarakat.

Sumber: diolah oleh penulis.

Pada gambar 4 menunjukkan beberapa langkah dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini, yang terdiri atas 4 tahap, diantaranya:

### 1. Tahap Pertama: Perencanaan

Tahap pertama merupakan tahap pertama yang melibatkan pihak sekolah. Tujuannya ialah untuk menentukan agenda/jadwal dan teknis serta beberapa persiapan infrastruktur yang diperlukan untuk menunjang kegiatan. Pada tahap ini juga, pelatih akan melakukan observasi awal untuk menilai tingkat kemampuan dasar mengenai implementasi teknologi digital dan manajemen usaha kreatif pada siswa-siswi yang ada di SMKN 5 Mataram.

### 2. Tahap Kedua: Persiapan

Tahap kedua merupakan tahap persiapan yakni menyiapkan modul pelatihan yang disesuaikan dengan studi awal pada tahap satu dan menyusun materi yang akan dilakukan oleh seluruh tim pengusul.

### 3. Tahap Ketiga: Pelaksanaan Pelatihan

Pada tahap ini dibagi menjadi tiga sesi, diantaranya: Sesi pertama akan diberikan pelatihan terkait pemantapan mengenai ekonomi mikro dari produk yang sasaran hasilkan dan kaitannya dengan ekonomi kreatif dan BMC (Business Model Canvas), Strategi masuk pasar internasional. Adapun sesi ini akan diisi oleh Zahrah, S.P., M.Ec selaku anggota pengabdian dengan bidang ilmu ekonomi industri. Pada sesi ini juga akan didampingi oleh

mahasiswa dari prodi manajemen yang membantu dalam pengarahan lebih spesifik ke siswa-siswi sasaran mengenai manajemen SDM.

Sesi kedua akan diberikan pendampingan mengenai pentingnya SMO sebagai media untuk meningkatkan keterampilan dalam pemasaran atau penjualan produk yang mereka miliki, penguasaan strategi pemasaran menggunakan earned media, point of purchase, internet marketing. Dalam sesi ini juga, sasaran diminta membuat langsung beberapa akun bisnis dan juga diberikan pembekalan mengenai bagaimana teknik-teknik dalam mempersiapkan materi promosi yang menarik. Adapun pada sesi ini akan diisi oleh Baiq Dinna Widyasti, S.E., M.M yang merupakan anggota pengabdian dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Pada sesi ini juga akan didampingi oleh mahasiswa prodi manajemen dalam mengarahkan lebih detail materi ke siswa-siswi sasaran mengenai manajemen pemasaran.

Sesi ketiga, sasaran akan dilakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan website dan manajemen pengelolaannya dan keamanannya. Pada sesi ini, akan diisi oleh anggota pengabdian yakni Mudawil Qulub, K.Kom yang menjelaskan lebih detail mengenai programan Web informasi. Pada sesi ini akan didampingi oleh mahasiswa sebagai upaya mempermudah pengarahan mengenai materi.

#### **4. Tahap Ketiga: Evaluasi**

Tahap ketiga merupakan tahap evaluasi, Evaluasi dilakukan secara blended, offline (pemantauan proses hasil web yang dihasilkan, pembuatan konten, dan juga peningkatan skill-skill sasaran).

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada kegiatan pelatihan ini, Siswa-siswa dan Guru-guru di SMK Negeri 5 Mataram adalah sasaran utama. Terdiri dari 5 orang siswa dan 10 orang guru yang berasal dari berbagai bidang yang berbeda seperti multimedia, komputer dan juga teknik kriya. Kolaborasi antara siswa dan guru akan memberikan hasil yang lebih optimal dalam pengembangan produk unggulan SMK Negeri 5 Mataram dimana siswa berperan dalam pengembangan pemasaran menggunakan teknologi digital yang menguasai bagaimana teknik pemasarannya melalui sosial media khususnya dalam pembuatan konten yang menarik (foto dan video) mengingat daya kreatifitas siswa tentu dapat lebih baik jika dibandingkan dengan para guru. Sedangkan peran guru dalam pelatihan ini akan menjadi penanggungjawab dalam pengembangan ekonomi kreatif mulai dari pengurusan bagaimana ekspor produk, HAKI hingga pengelolaan website berkelanjutan untuk menunjang akses pemasaran produk jauh lebih masif.

Pelatihan ini terdiri dari beberapa tahapan yang telah dilakukan, diantaranya.

### **1. Perencanaan**

Pada sesi ini, kegiatan pelatihan diawali dengan penyusunan agenda kegiatan yang didasarkan pada riset data sekunder (diambil beberapa informasi terkait sasaran dan produk unggulannya) berdasarkan informasi pada halaman website sekolah dan beberapa laman berita terkait dengan keunggulan SMK Negeri 5 Mataram. Ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran secara umum bagaimana kondisi sasaran khususnya terkait dengan penguasaan teknologi digital dalam mempromosikan produk unggulannya yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Setelah beberapa informasi terkumpul, tim pengabdian melakukan perencanaan agenda kegiatan dan penyusunan modul secara umum hal-hal materi apa saja yang mendukung pengoptimalisasian menggunakan teknologi digital.

### **2. Persiapan**

Setelah perencanaan yang dilakukan, kegiatan pengabdian ini dilanjutkan dengan kegiatan persiapan. Hambatan dan tantangan dapat diketahui dengan melakukan persiapan (Zahrah et al., 2023). Pada persiapan ini, tim pengabdian melakukan validasi penyusunan agenda yang disusun berdasarkan informasi data sekunder yang telah dibuat melalui sesuai kunjungan atau survey ke sekolah sasaran. Pada sesi ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk menyampaikan perencanaan yang dibuat dan melakukan diskusi apakah telah sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya oleh sasaran. Pada tahap ini juga, baik tim pengabdian dan sasaran menentukan teknis pengabdian mul dilengkapi dengan gambaran kebutuhan materi yang lebih spesifik.

### **3. Pelaksanaan Pelatihan**

Pada tahap ini, kegiatan pengabdian siap melakukan pelatihan terhadap sasaran. Untuk mencapai target atau tujuan kegiatan, kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan beberapa sesi berdasarkan pembahasan materi yang dibutuhkan dan disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi oleh sasaran. Pelatihan ini terdiri dari.

- a) Sesi Pertama: Pengenalan Ekonomi Kreatif dan Pengembangannya.

Sektor bisnis diketahui merupakan sektor yang paling terdampak oleh perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi (Ratama & Mulyati, 2022). Dampak dari teknologi informasi dan telekomunikasi ini tak terkecuali terjadi juga pada sektor bisnis ekonomi kreatif. Maka diperlukan pelatihan yang diawali dengan pengenalan ekonomi kreatif oleh Zahrah, M.Ec (dosen bidang ekonomi). Pembahasannya mencakup konsep dari ekonomi kreatif dan dasar pentingnya pengembangan ekonomi kreatif. Ini sejalan dengan hasil produk dari SMK Negeri 5 Mataram yang juga

dominan hasil dari ekonomi kreatif seperti Batik Sasambo, Perhiasan, Grabah, hingga aneka hiasan/souvenir yang terbuat dari kayu. Pengembangan ekonomi kreatif ini dapat lebih optimal jika sumber daya manusia yang mengelola mampu melakukan manajemen bisnis yang baik, dalam pelatihan ini sasaran diberikan materi terkait salah satu model bisnis untuk dikembangkan yakni Business Model Canvas (BMC). Lalu dilanjutkan dengan pembahasan mengenai bagaimana dalam menjadikan produk yang dihasilkan dapat menjadi bagian dari kepemilikan yakni materi mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) sehingga hasil karya yang dihasilkan dapat menjadi nilai jual dan terhindar dari pengakuan pihak yang tidak bertanggungjawab. Terakhir, pada sesi ini membahas mengenai akses pasar internasional sehingga hasil produk unggulan sekolah SMK Negeri 5 Mataram dapat menjangkau pasar lebih luas.

b) Sesi Kedua: Sosial Media dan Pemasaran Digital

Pada sesi kedua, materi yang disampaikan mengenai pemasaran yang menggunakan sosial media dan pembuatan konten yang menarik oleh Baiq Dinna Widyasti, M.M (dosen bidang manajemen pemasaran). Pelatihan ini ditujukan untuk memaksimalkan digitalisasi yang saat ini sangat masif bahkan tidak dapat ditinggalkan oleh setiap individu yang dapat menjadi sasaran dari produk yang akan dipasarkan. Seperti yang diketahui bahwa sosial media marketing menjadi penting karena kemudahan akses 24 jam, biaya relatif murah, brand awarness, dan memperoleh feedback customer yang efektif (Widiyasti et al., 2022). Pengenalan sosial media menjadi trend sebagai media promosi bisnis saat ini (Kusmana & Ali, 2022). Materi diawali dari bagaimana pentingnya pemasaran khususnya melalui sosial media. Ada beberapa tehnik yang dapat digunakan mulai dari Earned Media, *Point of Purchase*, Internet Marketing, semua tehnik tersebut menjadi modal yang dapat dilatih kepada sasaran sebagai strategi yang lebih optimal. Dan terakhir pada sesi ini dilengkapi dengan pendampingan bagaimana melakukan pengambilan foto produk dan video yang menarik serta hal deskripsi detail apa saja yang perlu dimuat dalam memasarkan digital produk yang dihasilkan.

c) Sesi Ketiga: Pembuatan Teknologi Digital Website dan Pengelolaannya

Pelatihan ini dilengkapi dengan materi utama yakni pengoptimalisasian ekonomi kreatif melalui teknologi digital yakni website atau e-commerce. Melalui e-commerce atau marketplace penjual tidak bersusah payah dan kebingungan untuk berjualan online (Ardhana & Mulyodiputro, 2023). Materi pada sesi ini disampaikan oleh Mudawil Qulub, M.Kom (dosen bidang ilmu

komputer) dimana diawali dengan pengenalan mengenai website termasuk domain dan hosting, pengenalan tools yang ada dalam website. Penjelasan ini memberikan kemudahan pada sasaran dalam memahami bagaimana bekerjanya website khususnya untuk melakukan transaksi jual beli. Pelatihan ini dilanjutkan dengan pendampingan instalasi software lokal untuk memberikan contoh dalam pengelolaan website sebagai media untuk melakukan penjualan produk. Terakhir pembahasan materi juga tiba pada bagaimana mengoptimalkan website agar dapat mudah terdeteksi di urutan tertinggi pencarian pada google dengan menguasai strategi SMO yakni Sosial Media Optimazation.

#### 4. Monitoring dan Evaluasi

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari pelatihan, tim pengabdian tetap melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pengelolaan website e-commerce yang dibuat oleh sekolah. Mentoring dan evaluasi ini penting untuk mengetahui apakah program yang dilaksanakan layak untuk dilanjutkan atau tidak (Munthe, 2015). Pada pengabdian ini, tim pengabdian melakukan mentoring dan evaluasi melalui daring dan luring yakni whatsapp dan pertemuan lanjutan untuk mendampingi pembelian domain dan hosting serta keamanan website.

Pada gambar 5 menunjukkan suasana kegiatan pelatihan yang diselenggarakan di lab DKV SMK Negeri 5 Mataram bersama dengan para bapak ibu guru dan siswa. Sedangkan pada Gambar 6 menunjukkan beberapa tampilan materi yang disampaikan oleh tim pengabdian.



**Gambar 5.** Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan.

Sumber: Tim Pengabdian.



**Gambar 6.** Dokumentasi Materi saat Pelatihan.

Sumber : Tim Pengabdian.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan ini bertujuan untuk mengotimalisasikan hasil produk khususnya produk unggulan sekolah SMK Negeri 5 Mataram yang merupakan bagian dari pengembangan ekonomi kreatif melalui penguasaan

industri 4.0 yakni pemanfaatan teknologi digital. Sasaran yang merupakan siswa dan guru menjadi kolaborasi yang sangat penting sebagai produsen yang memiliki karya-karya hebat dan pengelola hasil produksi. Pada pelatihan ini dapat diketahui bahwa sekolah baik siswa maupun guru mampu mendalami pengetahuan lebih dalam bagaimana cara mengakses pasar internasional dan pengurusan HAKI mulai dari syarat dan prosedur yang harus disiapkan. Kedua, pelatihan ini mampu membuat strategi pemasaran digital dengan sosial media termasuk dalam pembuatan konten yang menarik. Serta ketiga, baik siswa dan guru mampu membuat website sebagai e-commerce untuk transaksi jual beli produk dan pengelolaannya dengan baik.

Selama kegiatan pelatihan ini berlangsung, beberapa saran yang dapat diberikan oleh tim pengabdian diantaranya: 1) Bagi siswa maupun guru untuk terus melakukan pengelolaan website dengan berkelanjutan agar hasil penjualan yang diharapkan dapat tercapai dan website dapat masuk dalam pencarian teratas google, disarankan juga agar sasaran terus meningkatkan skill pembuatan konten yang menarik dengan melihat berbagai referensi dari sosial media yang telah berhasil. 2) Bagi tim pengabdian yang ingin mengambil topik yang sama, disarankan untuk mengalokasikan waktu yang lebih banyak hingga 4 – 5 jam untuk pelatihan pembuatan website agar lebih maksimal pemahaman pengelolaannya. Serta penting untuk menfokuskan tim yang akan menjadi bagian dari manajemen bisnis dan khusus bagian pemasaran serta teknologi agar lebih fokus tim yang dibentuk oleh sasaran.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan pengabdian ini tentu tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa bantuan beberapa pihak. Maka tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Bumigora yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Kedua, tim pengabdian juga mengucapkan terimakasih kepada mitra kami yakni SMK Negeri 5 Mataram yang telah memberikan fasilitas tempat dan perlengkapan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang telah kami rencanakan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ardhana, V. Y. P., & Mulyodiputro, M. D. (2023). Pelatihan E-Commerce dan Marketplace Bagi Masyarakat Muda Desa Dasan Baru Kediri. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(1), 1–6.
- Handayani, D. (2023). *SMKN 5 Mataram Resmi Jadi BLUD, Potensi Penerimaan PAD Capai Rp3 Miliar*.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan ekonomi kreatif dalam perspektif pendidikan ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81–86.
- Hayaty, N., & Ritha, N. (2024). Pelatihan dan Pendampingan E-Commerce bagi

- UMKM di Batam: Membangun Ekosistem Digital yang Berkelanjutan. *TENANG: Teknologi, Edukasi, Dan Pengabdian Multidisiplin Nusantara Gemilang*, 1(1), 28–33.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas New Edition*. Penguin.
- Kusmana, A., & Ali, S. (2022). Pelatihan Pengenalan E-Commerce bagi Pelaku UMKM Di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang Bandung Barat. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 2(1), 9–17.
- Menparekraf. (2023). *Menparekraf Dukung Hadirnya Creative Hub di NTB*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-dukung-hadirnya-creative-hub-di-n>
- Munthe, A. P. (2015). Pentingnya evaluasi program di institusi pendidikan: sebuah pengantar, pengertian, tujuan dan manfaat. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 5(2), 1–14.
- Peraturan BPK. (2015). *Standar Pelayanan Minimal Badan Layanan Umum Daerah Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/208597/pergub-prov-nusa-tenggara-barat-no-34-tahun-2>
- Putri, P. K. (2016). Aplikasi pendekatan-pendekatan persuasif pada riset komunikasi pemasaran: iklan melibatkan penciptaan dan penerimaan pesan komunikasi persuasif mengubah perilaku pembelian. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 1–16.
- Ratama, N., & Mulyati, S. (2022). Sosialisasi penggunaan ecommerce dalam perkembangan bisnis di era digital. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(1), 6–12.
- Widiyasti, B. D., Zahrah, Z., Anggriani, R., Faerrosa, Lady, & Raharjo, R. (2022). Web Seminar From Zero to Hero Marketing Sosial Media. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 11–18.
- Zahrah, Z., Yuliana, I., Widiyasti, B. D., Faerrosa, Lady, & Ibrahim, I. D. K. (2023). Pelatihan Membangun Kemampuan Lobbying Pengurus Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Universitas Mataram. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Hasanuddin*, 4(2), 56–69.
- 辛島昇. (2002). 総会について. 学術の動向, 7(8), 44–45.

## DOKUMENTASI KEGIATAN

Berikut merupakan beberapa dokumentasi selama kegiatan Pelatihan



**Gambar 7.** Spanduk kegiatan Pengabdian.  
Sumber: Tim Pengabdian.



**Gambar 8.** Dokumentasi Penyampaian Materi oleh Masing-masing Pembicara (Dosen Universitas Bumigora).  
Sumber: Tim Pengabdian.



**Gambar 9.** Dokumentasi Sambutan Pihak Sekolah dan Pemberian Sertifikat Mitra ke SMK Negeri 5 Mataram.  
Sumber: Tim Pengabdian.