

PENGENALAN DESAIN WEBSITE SEBAGAI PERSONAL BRANDING BISNIS DIGITAL DI SMKN 1 SUMENEP

**Mohammad Firlie Pranata¹⁾ Johan
Darmawan²⁾ Norsain³⁾**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Wiraraja

moh.firlipranata@wiraraja.ac.id

²Fakultas Teknik, Universitas Wiraraja

Johandarmawan@wiraraja.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Wiraraja norsain@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

Bisnis online mulai dilirik dan diminati banya kalangan, tidak hanya itu saja para pemuda sering kali melakukan bisnis. Hal tersebut karena dianggap mudah dan praktis. Perkembangan tersebut juga harus diikuti para siswa SMKN 1 Sumenep di era digital.

Para Siswa SMKN 1 Sumenep merupakan pemuda yang aktif dalam melakukan binsis dan usaha bertujuan untuk menjawab tantangan zaman dan memang tugas utama dari penjurusan yang dipilih terutama bisnis digital.

Siswa belum sepenuhnya memanfaatkan penjualan di dunia online karena keterbatasan pengetahuan, hal tersebut telah diupayakan mendapatkan solusi dengan adanya pelatihan dan pengabdian dari Universitas Wiraraja dan mahasiswa bisnis digital. Para siswa SMKN 1 Sumenep yang minim pengetahuan dan masih belum memiliki pengetahunn membuat desain website dengan canva

untuk mengatasi hal tersebut maka diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan terkait tentang Pengenalan Desain Website Sebagai Personal Branding Bisnis Digital Di Smkn 1 Sumenep.

Program pengabdian ini diharapkan dapat menjadi langkah awal memulai usaha online dengan memperkenalkan personal branding lewat website.

Kata Kunci : Desain, Website, Personal Branding.

ABSTRACT

Online business is attracting interest across various demographics, with young people frequently engaging in such ventures due to their perceived ease and practicality. Students at SMKN 1 Sumenep need to keep pace with these developments in the digital era.

These students are actively involved in business activities aimed at meeting modern challenges—an engagement that aligns with the core objectives of their chosen specializations, particularly in digital business.

However, students have not yet fully leveraged online sales opportunities due to limited knowledge. To address this, Universitas Wiraraja and digital business students have initiated training and community service programs. Given the students' limited expertise—specifically regarding website design using Canva—training and mentoring focused on "Introduction to Website Design for Digital Business Personal Branding at SMKN 1 Sumenep" were deemed necessary.

This community service program is expected to serve as a starting point for launching online businesses by introducing personal branding through websites.

Keywords: Design, Website, Personal Branding.

1. PENDAHULUAN

Era digital ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan masyarakat memperoleh, mengakses, serta menyebarluaskan informasi secara cepat melalui jaringan internet. Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan, bisnis, dan pemasaran. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), tingkat penetrasi internet di Indonesia terus mengalami peningkatan sehingga sebagian besar masyarakat telah memanfaatkan internet melalui berbagai perangkat digital seperti smartphone, laptop, maupun komputer. Kondisi ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dalam aktivitas sehari-hari, termasuk sebagai sarana komunikasi, pembelajaran, dan kegiatan ekonomi.

Perkembangan tersebut mendorong munculnya berbagai peluang bagi generasi muda untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan berbasis digital. Salah satu strategi yang memiliki peran penting dalam pengembangan usaha adalah digital marketing. Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media digital dan internet untuk mempromosikan produk, jasa, maupun merek kepada konsumen secara efektif, interaktif, dan terukur (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021). Dibandingkan dengan pemasaran konvensional, digital marketing memiliki keunggulan berupa jangkauan pasar yang lebih luas, biaya yang relatif lebih rendah, serta kemampuan dalam membangun hubungan dengan konsumen melalui berbagai platform digital.

Pemanfaatan digital marketing menjadi kompetensi yang penting bagi peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), khususnya yang dipersiapkan untuk

memasuki dunia kerja maupun berwirausaha. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, pemanfaatan digital marketing oleh siswa SMKN 1 Sumenep masih belum optimal. Sebagian besar siswa masih menggunakan media digital sebatas untuk komunikasi dan hiburan, sedangkan pemanfaatannya sebagai media promosi produk atau pengembangan usaha masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pelatihan dan pendampingan agar siswa memiliki kemampuan dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif serta mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan digital marketing adalah website. Website merupakan media digital yang mampu menyajikan informasi produk secara lengkap, meningkatkan kredibilitas usaha, memperluas jangkauan promosi, serta mendukung integrasi dengan berbagai media sosial dan mesin pencari (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022). Keberadaan website juga memberikan kemudahan bagi calon pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai produk maupun layanan yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pemuda, khususnya siswa SMKN 1 Sumenep, dalam penerapan digital marketing melalui pemanfaatan website sebagai media promosi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kompetensi digital siswa sekaligus mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Berbagai Permasalahan yang dihadapi oleh Para Siswa SMKN 1 Sumenep khususnya pada bagian digital marketing.

Adapun metode permasalahan sebagai berikut :

- a. Persiapan
Persiapan dilakukan dalam rangka pelaksanaan kegiatan meliputi ijin, alat dan bahan serta pembuatan modul pelatihan Website.
- b. Observasi
Observasi dilakukan terhadap Para Siswa SMKN 1 Sumenep dengan melakukan koordinasi dengan ketua kelompok.
- c. Implementasi
Implementasi dilakukan dalam penyelesaian permasalahan mitra yang meliputi :
 1. Pertemuan Lintas Sektoral
Pertemuan Lintas sektoral dengan pimpinan guru dan siswa SMKN 1 SUMENEP Universitas Wiraraja. Pertemuan dilakukan pada bulan Januari 2026 bertempat di SMKN 1 SUMENEP. Pertemuan difokuskan pada masalah promosi prodak.
 2. Pertemuan yang dilakukan pada bulan Februari 2026. Pertemuan tersebut membahas hasil temuan masalah yang dibahas bersama dengan para siswa SMKN 1 SUMENEP. Selain itu dilakukan direncanakan untuk melakukan pelatihan dan praktek terkait tentang personal branding dan desain website.
 3. Persiapan Alat dan Materi
Persiapan materi dan alat peraga pelatihan dilakukan pada bulan Maret 2026 di Gedung Sekretariat SMKN 1 SUMENEP. Dalam tahap ini maka koordinator beserta anggota tim telah menyusun satuan acara pemberi materi, pelatihan dan praktek, serta disiapkan materi penyuluhan tentang website. Selain itu tim mempersiapkan alat-alat yang diperlukan.
 4. Pelaksanaan pengabdian masyarakat pemberian materi dan praktek tentang

website dilaksanakan pada bulan April - Juni 2026 bertempat di lab SMKN 1 SUMENEP. Kegiatan diawali dari pengarahan dari koordinator penyuluhan kepada anggota tim. Kegiatan berupa pemberian materi dan praktek tentang Website Desain dan kegiatan diskusi dan tanya jawab. pelatihan menggunakan alat dengan melakukan demonstrasi tentang prosedur dan teknik pelatihan digital marketing yang mana mitra mendapatkan penjelasan awal tentang tujuan pekerjaan, dan menunjukan langkah-langkah pelaksanaan pekerjaan serta dilanjutkan dengan mitra mempraktekkan.

5. Monitoring dan Evaluasi
Review dan evaluasi dilakukan setelah dilakukan proses pemberian materi dan praktek tentang Marketing Digital dan Pembuatan Pamflet Online kemudian dilakukan evaluasi via online di grup Whatsap berupa pendampingan kepada para wirapengusaha muda dan pemuda karangtaruna dalam promosi penjual prodak umkm atau prodak sendiri yang ada di sekretariat SMKN 1 SUMENEP menggunakan website pribadi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian kepada melaksanakan tahapan kegiatan dan metode pendekatan yang dilakukan oleh Tim pengabdian masyarakat melaksanakan pemberian materi dan praktek di SMKN 1 SUMENEP. Tim Pengabdian Masyarakat di bantu oleh dua orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja program studi bisnis digital dan manajemen berjalan dengan lancar dan sesuai harapan.



Gambar 1.
Pengenal Web desain Bisnis Digital

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra memberikan kontribusi sebagai berikut : Mitra selalu menumbuhkan kemampuan untuk berpartisipasi, sehingga proses pengabdian masyarakat dapat meringankan beban dan akhirnya kegiatan pengabdian masyarakat dapat dirasakan oleh Mitra, Mitra mengikuti akan seluruh rangkaian kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sehingga apa yang dilakukan tim pengabdian masyarakat, Mitra mau melakukan sesuai dengan kebutuhan usaha mitra, Setiap yang diusulkan Tim Pengabdian Masyarakat untuk pembinaan usaha, seperti pemberian materi dan praktek tentang Pembuatan Website melakukannya secara berkelanjutan. Melakukan promosi dengan menggunakan media internet, diharapkan dapat meningkatkan penjualan.



Gambar 2
Tanggapan Siswa terkait materi

Mitra yang sebelumnya tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosi sekarang sudah mulai secara perlahan membuka usaha di media sosial dengan adanya para Pengusaha muda membantu dalam melakukan promosi dan pembuatan website, namun hal ini dilakukan secara bertahap dan perlahan.



Gambar 3
Suasana lab saat dilaksanakan sosialisasi

Para siswa mendapatkan pemahaman supaya dapat memahami peran dunia digital yang kemajuannya sangat pesat, selalu konsisten dalam melakukan promosi dan mencari informasi terbaru sebagai bahan pamflet online untuk membuat para pelanggan tidak bosan dengan promosi yang kita lakukan, memperkenalkan prodaknya merupakan target dalam pemasaran online tersebut yang pastinya bisa menambah omset dalam penjualan di Sekretariat SMKN 1 SUMENEP, tidak hanya promosi di akun media sosial saja namun mitra diarahkan untuk memiliki akun di marketplace.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui pembinaan dan pengelolaan marketing digital sudah dilaksanakan sesuai program dan mencapai keberhasilan seperti kerjasama dan dukungan dari sekolah untuk memberikan izin pelaksanaan kegiatan ini, para siswa antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan meningkatnya pemahaman dalam marketing digital sebagai salah satu solusi

mengatasi permasalahan. didapatkan hasil yang maksimal dengan meningkatnya pengetahuan para siswa.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat secara bertahap mulai dari penyuluhan, evaluasi dan monitoring tentang Penguatan Digital Marketing Pada Siswa SMKN 1 Sumenep Di Kabupaten Sumenep, dapat disimpulkan bahwa Siswa SMKN 1 Sumenep selalu menumbuhkan kemampuan untuk berpartisipasi, sehingga proses pengabdian masyarakat dapat meringankan beban dan akhirnya kegiatan pengabdian masyarakat dapat dirasakan oleh Mitra, Siswa SMKN 1 Sumenep mengikuti akan seluruh rangkaian kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sehingga apa yang dilakukan tim pengabdian masyarakat, Siswa SMKN 1 Sumenep mau melakukan sesuai dengan kebutuhan usaha, Setiap yang diusulkan Tim Pengabdian Masyarakat untuk pembinaan usaha, seperti pemberian materi dan praktek tentang personal branding dan website melakukannya secara berkelanjutan. Melakukan promosi dengan menggunakan media internet, diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta nanti dapat membuka toko di marketplace.

Pengetahuan yang didapatkan oleh para Siswa SMKN 1 Sumenep dapat menjadi sebuah pegangan untuk menjadi ujung tombak dalam penjualan. Namun tidak hanya itu saja selama melakukan pengabdian muncul ide baru yang nantinya akan dilaksanakan pengabdian selanjutnya terkait tentang mengatur keuangan bisnis digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Yin, K. R. (2011). Study kasus: desain dan metode. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing

- Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). Eksekutif, 15(1), 133-146.
- Hotana, M. S. (2018). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune, 1(1), 28-38. Journal of Finance and Business Digital (JFBD) Vol.1, No.3 2022: 237-250 237.
- Santy Permata Sari (2020), Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital, Universitas Flores, Ntt Scientific Journal Of Reflection: p-ISSN 2615-3009 Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389, Vol. 3, No. 3, July 2020.
- Pranata, Wulansari dan Rohmaniyah 2022 Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Muda Di Koperasi Unija Sumenep.Kabilah: Journal of Social Community Print-ISSN: 2502-9649 Online-ISSN: 2503-3603 Terakreditasi Nasional SK No.14/E/KPT/2019 Vol. 7 No.1 Juni 2022
- Pranata, Mohammad Firlie, Nur Qoudri Wijaya, and Ria Septiani. 2023 "Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Pemula Di Smk At Taufiqiyah." Aktiva: Jurnal Akuntansi dan Investasi 8.2.
- Pranata, Mohammad Firlie, and Nur Qoudri Wijaya. 2024 "Pelatihan Implementasi E-Commerce Prodi Bisnis Digital Bersama Desa Binaan Karang Taruna Babbalan di SMAS TANWIRUL HIJAH." Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia 4.1 (2024): 171-176.
- APJII. (2024). Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy,

- Implementation and Practice (9th ed..
Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I.
(2021). Marketing 5.0: Technology
for Humanity. Wiley.
- Kementerian Komunikasi dan Digital
Republik Indonesia. (2023). Status
Literasi Digital Indonesia 2023.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik
Telekomunikasi Indonesia 2024.