

Start Up Berbasis Digital: Pemanfaatan Teknologi AI dalam Pembuatan Konten Promosi Produk bagi Siswa SMA dan SMK

Aisah Asnawi¹, Etvin Rizal Tamher², Merry Pelupessy³, Anggrany Chaniago⁴, Hanifa Bennu Nur⁵, Feky Reken⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pattimura

E-mail: asnawiche@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6203>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 April 2026

Revised: 29 April 2026

Accepted: 18 Mei 2026

Kata Kunci

Kewirausahaan Digital, Artificial Intelligence, Konten Promosi, Siswa SMK, Pemasaran Digital.

Keywords

Digital Entrepreneurship, Artificial Intelligence, Promotional Content, Vocational High School Students, Digital Marketing..



ABSTRACT

Transformasi digital telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk, terutama melalui media digital yang membutuhkan konten promosi kreatif dan menarik. Kondisi ini menuntut generasi muda, termasuk siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk menguasai teknologi sebagai bagian dari pengembangan keterampilan kewirausahaan. Salah satu teknologi yang mulai banyak digunakan dalam pemasaran adalah Artificial Intelligence (AI), yang membantu proses penciptaan desain promosi, penulisan caption, dan pengembangan ide konten digital secara lebih cepat dan efisien. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa SMK dalam memanfaatkan teknologi AI untuk membuat konten promosi digital. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan dengan pendekatan partisipatif, meliputi penyampaian materi kewirausahaan digital, pengenalan aplikasi AI untuk desain dan copywriting promosi, praktik pembuatan konten digital, serta pendampingan dalam pengembangan ide promosi produk. Siswa aktif terlibat melalui diskusi, simulasi, dan praktik langsung menggunakan platform AI sederhana. Hasilnya, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman tentang penggunaan teknologi AI dalam pemasaran digital dan mampu menghasilkan konten promosi yang lebih kreatif dan komunikatif. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong minat dan motivasi siswa untuk mengembangkan usaha berbasis digital secara mandiri. Diharapkan, pelatihan ini dapat memperkuat kompetensi kewirausahaan digital siswa SMK dalam menghadapi era ekonomi digital yang semakin kompetitif.

Digital transformation has changed the way businesses market their products, particularly through digital media, which requires creative and engaging promotional content. This situation requires the younger generation, including vocational high school (SMK) students, to master technology as part of developing entrepreneurial skills. One technology that is increasingly being used in marketing is Artificial Intelligence (AI), which helps create promotional designs, write captions, and develop digital content ideas more quickly and efficiently. This Community Service (PKM) activity aims to improve the knowledge and skills of vocational high school students in utilizing AI technology to create digital promotional content. The implementation method is carried out through training with a participatory approach, including the delivery of digital entrepreneurship material, an introduction to AI applications for promotional design and copywriting, digital content creation practice, and mentoring in developing product promotional ideas. Students actively engage through discussions, simulations, and hands-on practice using a simple AI platform. As a result, students demonstrate an increased understanding of the use of AI technology in digital marketing and are able to produce more creative and communicative promotional content. Furthermore, this activity also encourages students' interest and motivation to develop digital-based businesses independently. It is hoped that this training will strengthen vocational high

school students' digital competencies in facing the increasingly competitive digital economy era.



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

How to Cite: Aisah Asnawi (2026) Start Up Berbasis Digital: Pemanfaatan Teknologi AI dalam Pembuatan Konten Promosi Produk bagi Siswa SMA dan SMK <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6203>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar dalam pola pemasaran dan aktivitas kewirausahaan di berbagai sektor. Penggunaan media sosial, marketplace, dan platform digital menjadi bagian penting dari strategi promosi produk karena dianggap lebih efektif dalam menjangkau konsumen secara luas dan interaktif. Fenomena ini menunjukkan bahwa dunia usaha saat ini tidak hanya membutuhkan kemampuan berwirausaha konvensional, tetapi juga keterampilan digital yang mendukung aktivitas pemasaran berbasis teknologi. Menurut Kotler et al. (2021), transformasi pemasaran digital di era Marketing 5.0 menyoroti pentingnya integrasi teknologi untuk menciptakan komunikasi bisnis yang lebih adaptif dan berorientasi pada pengalaman konsumen. Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga mendorong generasi muda untuk memiliki literasi digital sebagai modal menghadapi persaingan usaha modern (OECD, 2021).

Seiring perkembangan teknologi, Artificial Intelligence (AI) mulai digunakan dalam berbagai aktivitas pemasaran digital, termasuk pembuatan konten promosi produk. Teknologi AI memungkinkan pengguna untuk menciptakan desain visual, ide pemasaran, caption promosi, hingga analisis kebutuhan pelanggan secara lebih cepat dan efisien. Berbagai aplikasi AI berbasis digital kini semakin mudah diakses masyarakat, termasuk pelajar. Menurut Dwivedi et al. (2021), pemanfaatan AI dalam pemasaran membuka peluang baru untuk meningkatkan kreativitas, efisiensi, dan kualitas komunikasi bisnis di era digital. Sementara itu, Huang dan Rust (2021) menyatakan bahwa AI sudah menjadi bagian penting dalam transformasi pemasaran modern karena mendukung proses otomatisasi dan pengembangan strategi promosi yang lebih inovatif.

Siswa SMK adalah kelompok pendidikan vokasional yang dipersiapkan untuk memiliki keterampilan kerja sesuai kebutuhan industri dan usaha. Namun, perkembangan teknologi digital yang sangat cepat belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat produktivitas dan kewirausahaan. Banyak siswa masih lebih sering menggunakan media sosial untuk hiburan dan komunikasi sehari-hari daripada untuk aktivitas kreatif dan bisnis digital. Selain itu, kemampuan mereka dalam membuat konten promosi menarik yang sesuai tren pemasaran digital juga masih terbatas. Menurut Yusuf et al. (2022), penguatan kompetensi digital di pendidikan vokasi sangat penting untuk meningkatkan kesiapan generasi muda dalam menghadapi tantangan ekonomi digital dan revolusi industri berbasis teknologi.

Situasi ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang dalam mengembangkan pendidikan kewirausahaan berbasis digital di sekolah. Pelatihan pemanfaatan AI dapat menjadi pendekatan efektif untuk meningkatkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan siswa dalam merancang ide bisnis serta mempromosikan produk secara digital. Dengan menggunakan AI dalam pembuatan konten promosi, siswa dapat menghasilkan desain dan strategi pemasaran yang lebih menarik, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Menurut Marinaki et al. (2023), integrasi teknologi AI dalam pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dan adaptif peserta didik terhadap perkembangan bisnis digital. Selain itu, penerapan teknologi digital dalam pembelajaran juga dapat meningkatkan partisipasi dan motivasi siswa dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan (Rahmadi & Hayati, 2021).

Secara teoritis, kegiatan ini berkaitan dengan konsep kewirausahaan digital yang menekankan penggunaan teknologi digital sebagai bagian dari inovasi dan pengembangan usaha. Kewirausahaan digital tidak hanya melibatkan penggunaan media digital, tetapi juga kemampuan individu dalam menciptakan peluang usaha baru melalui kreativitas dan teknologi. Menurut Kraus et al. (2022), kewirausahaan digital menjadi salah satu pendekatan penting dalam membangun kemampuan adaptasi generasi muda terhadap perubahan model bisnis di era digital. Selain itu, kegiatan ini juga mengadopsi pendekatan experiential learning, yaitu pembelajaran berbasis pengalaman langsung melalui praktik penggunaan aplikasi AI dalam pembuatan konten promosi produk. Pendekatan ini dianggap efektif

dalam meningkatkan keterampilan praktis dan kemampuan pemecahan masalah siswa dalam pendidikan vokasional.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa SMK dalam memanfaatkan teknologi AI sebagai media pendukung kewirausahaan digital, terutama dalam pembuatan konten promosi produk. Melalui pelatihan ini, diharapkan siswa dapat memahami pentingnya pemasaran digital, meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten promosi, dan termotivasi untuk mengembangkan usaha berbasis digital secara mandiri. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memperkuat kompetensi generasi muda agar lebih siap menghadapi perkembangan ekonomi digital yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi.

Landasan Teori

Kewirausahaan berbasis digital adalah konsep yang memanfaatkan teknologi digital sebagai alat utama dalam penciptaan, pengembangan, dan pemasaran produk atau jasa. Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan berbagai model bisnis baru yang lebih fleksibel, inovatif, dan berbasis teknologi. Dalam dunia pendidikan, kewirausahaan digital sangat penting karena membantu generasi muda memahami peluang usaha di era modern dan meningkatkan kemampuan beradaptasi dengan teknologi terbaru. Menurut Kraus et al. (2022), kewirausahaan digital tidak hanya melibatkan penggunaan media digital dalam bisnis, tetapi juga kemampuan individu untuk menciptakan inovasi usaha berbasis teknologi yang dapat menjawab kebutuhan pasar yang terus berubah. Selain itu, penguatan kewirausahaan digital di kalangan peserta didik diyakini dapat meningkatkan kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, dan kesiapan kerja generasi muda dalam menghadapi ekonomi digital (Ratten, 2023).

Kecerdasan Buatan (AI) adalah salah satu teknologi yang berkembang pesat dan mulai diterapkan dalam berbagai aktivitas pemasaran digital. AI mempercepat proses pengolahan data, pembuatan desain visual, penulisan konten promosi, serta analisis perilaku konsumen secara lebih efisien. Dalam dunia pemasaran, AI membantu pelaku usaha menciptakan strategi promosi yang lebih personal, kreatif, dan sesuai kebutuhan pasar. Menurut Dwivedi et al. (2021), AI memberikan dampak besar terhadap transformasi pemasaran modern karena mampu meningkatkan efisiensi komunikasi bisnis dan kualitas interaksi dengan konsumen. Sementara itu, Huang dan Rust (2021) menjelaskan bahwa AI menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran digital karena mendukung otomatisasi konten, pengembangan branding, dan peningkatan pengalaman konsumen secara digital.

Konten promosi produk adalah elemen penting dalam pemasaran digital karena menjadi media komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Konten yang menarik, informatif, dan inovatif dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Di era media sosial, kemampuan menciptakan konten promosi menjadi keterampilan yang sangat diperlukan, khususnya bagi generasi muda yang aktif menggunakan platform digital. Menurut Chandra et al. (2022), kreativitas dalam konten digital sangat berpengaruh terhadap efektivitas pemasaran dan tingkat keterlibatan konsumen di media sosial. Selain itu, penggunaan teknologi AI dalam pembuatan konten promosi dikatakan mampu membantu pengguna menghasilkan desain dan copywriting yang lebih cepat, inovatif, serta sejalan dengan tren pasar digital saat ini (Marinaki et al., 2023).

Dalam konteks pendidikan vokasional dan pendidikan menengah, pelatihan berbasis praktik menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital. Pendekatan experiential learning memungkinkan siswa memperoleh pengalaman langsung melalui praktik penggunaan aplikasi dan simulasi kegiatan bisnis digital. Menurut Fitriani et al. (2021), pelatihan kewirausahaan berbasis digital mampu meningkatkan minat berwirausaha, kreativitas, dan kemampuan adaptasi teknologi pada siswa sekolah menengah. Selain itu, integrasi teknologi AI dalam kegiatan pelatihan juga dapat membantu siswa memahami perkembangan dunia kerja dan kebutuhan industri digital secara lebih aplikatif. Dengan demikian, pelatihan pemanfaatan AI dalam pembuatan konten promosi produk menjadi salah satu strategi pembelajaran yang relevan untuk mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan digital bagi siswa SMA dan SMK.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menyasar siswa SMA dan SMK melalui pelatihan partisipatif berbasis praktik digital. Kegiatan ini mencakup beberapa tahap, yaitu persiapan,

pelatihan, praktik penggunaan teknologi AI, pendampingan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim PKM berkoordinasi dengan sekolah, menyusun materi pelatihan, serta menyiapkan perangkat dan aplikasi AI yang diperlukan. Pelaksanaan dilakukan dengan menyampaikan materi tentang kewirausahaan digital, pemasaran digital, dan penggunaan AI dalam pembuatan konten promosi. Peserta kemudian diberikan latihan langsung menggunakan aplikasi AI untuk membuat desain promosi, caption pemasaran, dan konten media sosial sederhana. Selama kegiatan, tim pendamping membantu siswa memahami penggunaan AI secara praktis dan kreatif. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan, diskusi, dan penilaian hasil praktik siswa untuk mengukur pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan AI sebagai media pendukung kewirausahaan digital.

1. Tahap Persiapan dan Pelaksanaan Pelatihan

Tahap awal kegiatan dimulai dengan koordinasi antara tim pelaksana PKM dan pihak sekolah untuk menentukan jadwal, peserta, dan kebutuhan teknis selama pelatihan. Pada tahap ini, tim juga mengidentifikasi kebutuhan siswa terkait pemahaman kewirausahaan digital dan penggunaan teknologi AI dalam pemasaran. Selain itu, dilakukan penyusunan materi dan persiapan perangkat seperti laptop, internet, aplikasi desain berbasis AI, serta media presentasi. Selanjutnya, pelatihan dilaksanakan dengan penyampaian materi mengenai konsep kewirausahaan digital, perkembangan pemasaran digital, dan pemanfaatan AI dalam bisnis modern. Materi disampaikan secara interaktif, dengan diskusi dan studi kasus sederhana agar siswa lebih mudah memahami penerapan AI dalam promosi produk. Peserta juga diperkenalkan dengan beberapa platform AI yang dapat digunakan untuk membantu proses desain dan pembuatan konten promosi digital.

Tahap berikutnya adalah demonstrasi penggunaan aplikasi AI untuk membuat konten promosi produk. Tim pelaksana menunjukkan langkah-langkah dalam mendesain promosi, menyusun caption pemasaran, dan menghasilkan ide konten digital dengan aplikasi berbasis AI. Melalui demonstrasi ini, siswa mendapatkan gambaran praktis mengenai bagaimana teknologi AI dapat digunakan sebagai media pendukung kreativitas dan pengembangan usaha digital.

2. Tahap Praktik, Pendampingan, dan Evaluasi

Pada tahap praktik, siswa diberikan kesempatan langsung untuk membuat konten promosi produk menggunakan aplikasi AI yang sebelumnya diperkenalkan. Mereka diminta memilih produk sederhana, lalu membuat desain promosi digital dan caption pemasaran sesuai kreativitas masing-masing. Kegiatan ini dilakukan secara individu maupun kelompok, agar siswa dapat berdiskusi dan bertukar ide selama proses pembuatan konten.

Selama praktik, tim PKM memberikan pendampingan kepada peserta untuk memahami fitur AI dan memberi arahan tentang desain visual, kata promosi, serta strategi komunikasi digital yang menarik. Pendampingan dilakukan melalui diskusi dan konsultasi singkat agar siswa dapat memperbaiki konten promosi mereka. Tahap ini juga bertujuan meningkatkan percaya diri dan kreativitas siswa dalam memanfaatkan teknologi digital. Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi hasil pelatihan melalui observasi, diskusi, dan penilaian terhadap praktik siswa. Tim pelaksana mengevaluasi pemahaman peserta tentang kewirausahaan digital dan penggunaan AI dalam membuat konten promosi. Siswa juga diberi kesempatan menyampaikan pengalaman dan kesan selama pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan mayoritas peserta mampu memahami dasar penggunaan AI dan mengalami peningkatan kreativitas dalam pembuatan konten promosi digital. Pelatihan berlangsung, siswa mulai memahami bahwa teknologi digital dan AI dapat dimanfaatkan sebagai media pendukung pemasaran dan pengembangan usaha berbasis digital. Hal ini terlihat dari meningkatnya kemampuan siswa dalam mengenali fungsi aplikasi AI untuk desain promosi dan pembuatan caption pemasaran produk.

Pada tahap praktik, siswa mampu membuat berbagai bentuk konten promosi digital sederhana menggunakan aplikasi AI yang diperkenalkan selama pelatihan. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta dapat menghasilkan desain promosi produk yang lebih menarik, kreatif, dan komunikatif dibandingkan sebelum pelatihan dilakukan. Selain itu, siswa juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, terutama ketika diberikan kesempatan untuk mengembangkan ide promosi produk sesuai kreativitas masing-masing. Pendampingan yang dilakukan secara langsung membantu siswa memahami penggunaan fitur AI secara lebih mudah dan aplikatif.

Secara umum, pelatihan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan digital dan motivasi kewirausahaan siswa. Pengalaman ini tidak hanya memperkuat kemampuan teknis mereka dalam membuat konten promosi digital, tetapi juga menumbuhkan minat terhadap peluang usaha berbasis teknologi. Melalui kegiatan ini, siswa mendapatkan pengalaman baru tentang pemanfaatan AI

dalam pemasaran modern dan memperluas wawasan mereka mengenai pentingnya kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan bisnis digital di era teknologi saat ini.



Gambar 1. Dokumentasi

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan kewirausahaan berbasis digital melalui pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan konten promosi produk bagi siswa SMA dan SMK berjalan dengan lancar dan menghasilkan banyak hal positif. Kegiatan ini membantu meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya kewirausahaan digital dan bagaimana memanfaatkan teknologi AI sebagai alat pendukung dalam pemasaran produk di era digital. Dengan pelatihan dan praktik langsung, siswa mendapatkan pengalaman berharga dalam merancang desain promosi dan konten pemasaran digital yang lebih kreatif dan komunikatif.

Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kreativitas, motivasi, dan minat siswa terhadap pengembangan usaha berbasis digital. Pemanfaatan aplikasi AI membantu siswa memahami bahwa teknologi dapat digunakan secara produktif untuk mendukung aktivitas bisnis dan promosi produk. Dengan demikian, pelatihan ini menjadi salah satu bentuk penguatan kompetensi digital bagi siswa agar lebih siap menghadapi perkembangan dunia usaha dan ekonomi digital yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, diperlukan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam mengenai penggunaan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) dalam bidang kewirausahaan agar kemampuan siswa dapat terus berkembang. Selain itu, sekolah diharapkan dapat mendukung pengembangan keterampilan digital siswa melalui kegiatan praktik, pelatihan kreatif, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan.

Selanjutnya, perlu adanya kolaborasi antara sekolah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha dalam menciptakan program pendampingan kewirausahaan digital bagi siswa SMA dan SMK. Kegiatan semacam ini diharapkan dapat membantu siswa mengembangkan kreativitas, meningkatkan kemampuan pemasaran digital, serta menumbuhkan jiwa entrepreneur yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia kerja di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... & Williams, M. D. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- Chandra, S., Verma, S., Lim, W. M., Kumar, S., & Donthu, N. (2022). Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1529–1562.
- Fitriani, Y., Hidayat, T., & Nurjanah, S. (2021). Digital entrepreneurship training for vocational students in improving entrepreneurial competence. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 11(3), 215–224.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30–50.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(7), 1–23.
- Marinaki, M., Papadakis, S., & Kalogiannakis, M. (2023). Artificial intelligence in entrepreneurship education: Opportunities and challenges for students' creativity development. *Education Sciences*, 13(5), 478.
- OECD. (2021). *21st-century readers: Developing literacy skills in a digital world*. OECD Publishing.
- Rahmadi, I. F., & Hayati, E. (2021). Digital technology integration in entrepreneurship learning for vocational education students. *Journal of Technical Education and Training*, 13(3), 45–54.
- Ratten, V. (2023). Digital entrepreneurship and technology-based innovation. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 35(4), 389–402.
- Yusuf, M., Hidayat, R., & Sari, N. (2022). Strengthening digital competence in vocational education to support industry 4.0. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(2), 115–126.