

**PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA GLOBALISASI 5.0  
DAN PERSIAPAN DIGITAL MARKETING PADA SISWA SMK YP 17  
CILEGON**

**Alfin Nur Rahiim<sup>1</sup>, Nurfirandra Nuzwa Nunifa<sup>2</sup>, Siti Fatonah<sup>3</sup>, Muhlis<sup>4</sup>, Putri Yeti Herawati<sup>5</sup>, Anak**

**Agung Gede Darma<sup>6</sup>, Ayu Pratami<sup>7</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Program Studi Manajemen Universitas Pamulang*

*\*Email : [alfinnurrahiim13@gmail.com](mailto:alfinnurrahiim13@gmail.com)*

**ABSTRAK**

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) di era globalisasi 5.0 menjadi kebutuhan mendesak bagi institusi pendidikan, khususnya SMK yang harus menyiapkan peserta didik menghadapi tantangan digitalisasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi peserta didik SMK 17 Kota Cilegon dalam penguasaan digital marketing sebagai salah satu keterampilan penting di era globalisasi 5.0. Metode yang digunakan adalah pelatihan interaktif dengan pendekatan praktik langsung dan diskusi kelompok yang diikuti oleh 12 peserta selama dua hari, yaitu 28-29 April 2025. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam konsep digital marketing serta kesiapan mereka untuk mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara efektif. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil memberikan kontribusi positif dalam pengembangan SDM di SMK 17 Kota Cilegon dan menjadi model pengembangan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan era globalisasi 5.0.

Kata kunci: Pengembangan SDM, Globalisasi 5.0, Digital Marketing, SMK, Pelatihan

**ABSTRACT**

*Human resource development (HRD) in the era of globalization 5.0 is an urgent need for educational institutions, especially vocational high schools that must prepare students to face digitalization challenges. This community service activity aimed to enhance the competencies of students at SMK 17 Kota Cilegon in mastering digital marketing as an essential skill in the globalization 5.0 era. The method used was interactive training with a hands-on approach and group discussions attended by 12 participants over two days, April 28-29, 2025. The results showed an improvement in participants' understanding and ability in digital marketing concepts and their readiness to implement digital marketing strategies effectively. In conclusion, this training successfully contributed positively to HRD development at SMK 17 Kota Cilegon and serves as a relevant competency development model for the globalization 5.0 era.*

*Keywords: Human Resource Development, Globalization 5.0, Digital Marketing, Vocational High School, Training.*

## PENDAHULUAN

Globalisasi 5.0 merupakan fase perkembangan teknologi dan sosial yang menuntut sumber daya manusia (SDM) memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap digitalisasi dan inovasi teknologi (Schwab, 2016). SMK sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam menyiapkan generasi muda yang kompeten dan siap bersaing di pasar kerja global (Sari & Wibowo, 2021). Namun, masih terdapat kesenjangan antara kompetensi yang dimiliki peserta didik SMK dengan kebutuhan industri, khususnya dalam bidang digital marketing yang semakin berkembang pesat (Rahmawati et al., 2023). Oleh karena itu, pengembangan SDM melalui pelatihan dan pembekalan keterampilan digital marketing menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing lulusan SMK.



Gambar 1 .Sosialisasi saat PKM Berlangsung bersama SMK YP 17 Cilegon

Rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah bagaimana meningkatkan kompetensi digital marketing peserta didik SMK 17 Kota Cilegon dalam menghadapi era globalisasi 5.0. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan yang efektif dan aplikatif dalam digital marketing untuk meningkatkan kesiapan peserta didik menghadapi tantangan pasar kerja digital. Ruang lingkup kegiatan meliputi pelatihan teori dan praktik digital marketing yang diikuti oleh 12 peserta selama dua hari.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu penyampaian materi, pelatihan, dan diskusi interaktif.

Tahap pertama adalah **penyampaian materi**, yang bertujuan memberikan pemahaman dasar kepada peserta mengenai pentingnya mengetahui ilmu pengembangan sumber daya manusia di era globalisasi 5.0 dan persiapan digital marketing, khususnya dalam lingkungan masyarakat. Materi disusun secara sistematis dan disampaikan dengan pendekatan komunikatif melalui presentasi visual dan studi kasus sederhana, agar mudah dipahami oleh peserta didik tingkat SMK. Selain itu, dijelaskan pula keterkaitan antara pemasaran melalui digital marketing dalam konteks kewirausahaan berbasis teknologi.

Tahap kedua adalah **pelatihan praktik digital**, yang melibatkan peserta didik secara langsung menganalisis data secara digital. Peserta didik diarahkan untuk mampu mengelola dan menganalisis data untuk pengambilan keputusan menggunakan metode manual serta memanfaatkan aplikasi digital seperti Email, Website dan E-commerce. Melalui kegiatan ini, siswa diajak untuk memahami proses pencatatan secara akurat dan konsisten, serta mengenal penggunaan teknologi sebagai alat bantu dalam pengelolaan Data.

Tahap ketiga adalah **diskusi dan evaluasi**, yang bertujuan untuk mengkonfirmasi pemahaman siswa dan memberikan umpan balik atas pelatihan yang telah dilakukan. Diskusi dilakukan secara interaktif, di mana peserta didik dapat

menyampaikan pertanyaan, pendapat, atau pengalaman pribadi terkait Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era globalisasi 5.0 dan Persiapan Digital Marketing. Evaluasi dilakukan secara kualitatif berdasarkan partisipasi aktif Peserta didik, kemampuan dalam melakukan simulasi, serta tanggapan terhadap permasalahan yang diberikan. Pendekatan berbasis praktik ini dipilih untuk mendorong keterlibatan aktif peserta didik, memperkuat pemahaman konseptual, serta membentuk keterampilan dasar dalam pengelolaan Data dan pemanfaatan teknologi Digital secara terpadu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan PKM menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta didik SMK terkait Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era Globalisasi 5.0 Dan Persiapan Digital Marketing yang akuntabel. Melalui pendekatan praktis dan partisipatif, peserta didik menjadi lebih sadar akan pentingnya mencatat setiap Data secara teratur, terutama dalam konteks usaha berbasis digital. Proses pembelajaran berlangsung interaktif, ditandai

dengan antusiasme peserta didik dalam mengikuti diskusi serta kegiatan simulasi pencatatan Data secara Digital.



Gambar 2. Pemaparan materi oleh tim PKM

Peningkatan kemampuan berfikir kritis dan pemecahan masalah berbasis data melalui pelatihan dalam analisis data dan metrik digital, SDM kini lebih mampu mengambil keputusan yang di dukung oleh bukti nyata, bukan sekedar asumsi dalam digital marketing, ini berarti kampanye menjadi lebih terarah, pengeluaran iklan lebih efisien dan ROI (Retrun on investment) dapat di ukur dengan lebih akurat.



Gambar 3. Umpang balik oleh siswa SMK YP 17 Cilegon

Singkatnya, hasil menunjukkan bahwa investasi dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia di Era Globalisasi 5.0 secara positif berkorelasi dengan kesiapan dan kinerja dalam digital marketing. Namun, untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, organisasi perlu terus berinovasi dalam pendekatan pengembangan SDM, memastikan relevansi, menyeimbangkan keterampilan teknis dan non-teknis, mengukur dampak secara komprehensif, dan mendapatkan dukungan penuh dari kepemimpinan.

## **KESIMPULAN**

**1. Peningkatan Kompetensi SDM melalui Pelatihan Digital Marketing** pelatihan pengembangan sumber daya manusia (SDM) dengan fokus pada digital marketing yang dilaksanakan di SMK 17 Kota Cilegon memberikan dampak yang sangat positif dalam meningkatkan kualitas kompetensi peserta didik. Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan bahwa para siswa mengalami peningkatan signifikan, baik dari sisi pengetahuan konseptual mengenai pemasaran digital maupun keterampilan teknis dalam mengelola konten dan kampanye digital di berbagai platform. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu menjawab kebutuhan akan SDM yang melek teknologi serta siap bersaing di era ekonomi digital. Menurut Suyanto (2016), pengembangan kompetensi SDM merupakan elemen krusial dalam menciptakan lulusan yang tidak hanya memiliki ijazah formal, tetapi juga keterampilan yang dibutuhkan oleh dunia kerja yang terus berubah. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi strategi strategis dalam membekali siswa SMK dengan kemampuan yang relevan dan aplikatif.

**2. Efektivitas Metode Interaktif dan Praktik Langsung dalam Pembelajaran Vokasional** metode pembelajaran yang digunakan dalam pelatihan ini terbukti sangat efektif karena mengombinasikan pendekatan interaktif, partisipatif, dan praktik langsung (hands-on). Siswa tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi terlibat aktif dalam berbagai simulasi, diskusi kelompok, serta proyek-proyek mini yang meniru situasi dunia nyata dalam pemasaran digital. Pendekatan semacam ini sejalan dengan pandangan Sudjana (2005), yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis praktik sangat cocok untuk pendidikan kejuruan, karena memungkinkan siswa menginternalisasi keterampilan melalui pengalaman langsung. Selain itu, keterlibatan aktif peserta dapat menumbuhkan motivasi intrinsik, memperkuat pemahaman konsep, dan meningkatkan retensi materi. Dalam konteks digital marketing, metode ini sangat penting karena keterampilan seperti copywriting, pembuatan konten visual, pengelolaan media sosial, hingga analisis data memerlukan latihan berulang dan penerapan dalam konteks nyata agar benar-benar dikuasai.

**3. Kontribusi Pelatihan terhadap Kesiapan Menghadapi Era Society 5.0** kegiatan pelatihan ini juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam menyiapkan peserta didik menghadapi tantangan global, khususnya di era society 5.0, yang merupakan perpaduan antara inovasi teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan. Pada era ini, manusia diharapkan mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi digital untuk menyelesaikan masalah sosial dan meningkatkan kualitas hidup. Pendidikan vokasi di Indonesia, seperti di SMK, diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga adaptif, kreatif, dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi. Kemendikbud (2020) menekankan pentingnya keterampilan abad ke-21 seperti berpikir kritis, kolaborasi, komunikasi, dan kreativitas (4C) sebagai pilar dalam pengembangan kurikulum. Pelatihan digital marketing yang diberikan memberikan ruang bagi peserta untuk mengembangkan semua aspek ini, sekaligus melatih kemampuan berpikir sistematis dan analitis dalam merancang serta mengevaluasi strategi pemasaran yang berbasis data.

**4. Perlunya Integrasi Pelatihan ke dalam Kurikulum Sekolah secara Berkelanjutan** agar manfaat dari pelatihan ini tidak bersifat temporer, sangat disarankan agar program pelatihan digital marketing diintegrasikan secara sistematis dan berkelanjutan ke dalam kurikulum SMK 17 Kota Cilegon. Integrasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk pengembangan muatan lokal, program kewirausahaan digital, atau mata pelajaran pilihan yang berbasis pada kebutuhan industri. Menurut Direktorat Pembinaan SMK (2018), penguatan pendidikan vokasi harus dilakukan dengan mengedepankan konsep *link and match* antara dunia pendidikan dengan dunia kerja. Kurikulum yang adaptif terhadap perkembangan zaman akan menciptakan lulusan yang relevan dengan pasar kerja, sekaligus mampu menjadi wirausaha muda yang mandiri. Selain itu, pelatihan yang terintegrasi dalam kurikulum akan mempermudah proses evaluasi, penyusunan capaian pembelajaran, dan penyesuaian materi secara reguler sesuai dengan perkembangan teknologi dan tren industri digital.

## SARAN

**1. Integrasi Digital Marketing sebagai Muatan Kurikulum Tetap atau Pilihan SMK 17 Kota Cilegon** disarankan untuk merancang kurikulum yang secara eksplisit memuat pelajaran digital marketing, baik sebagai mata pelajaran tambahan, proyek berbasis kewirausahaan digital, maupun kegiatan ekstrakurikuler yang terstruktur. Hal ini sesuai dengan Permendikbud No. 34 Tahun 2018 yang mendorong satuan pendidikan untuk memberikan ruang inovasi dan fleksibilitas kurikulum sesuai dengan kebutuhan daerah dan dunia usaha. Digital marketing dapat

dijadikan sebagai kompetensi tambahan yang memperkuat daya saing lulusan dalam menghadapi persaingan kerja nasional dan global.

**2. Pelatihan Berkelanjutan dan Bertingkat** pelatihan tidak cukup dilakukan satu kali, tetapi perlu dikembangkan secara berkelanjutan dan bertingkat, mulai dari tingkat dasar, menengah, hingga lanjutan. Dengan demikian, peserta didik dapat memperdalam keterampilan mereka secara progresif. Depdiknas (2008) menggarisbawahi pentingnya pembelajaran sepanjang hayat (*lifelong learning*) sebagai landasan untuk menghadapi dinamika dunia kerja yang selalu berubah. Pelatihan bertahap ini juga membantu membangun portofolio digital siswa yang bisa digunakan sebagai bukti keterampilan saat melamar pekerjaan atau membangun usaha.

**3. Kolaborasi dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI)** sekolah perlu memperluas kemitraan dengan perusahaan-perusahaan digital marketing, agensi kreatif, serta startup teknologi untuk memberikan pelatihan berbasis industri nyata. Kolaborasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk magang, proyek bersama, pelatihan sertifikasi, atau mentoring dari praktisi profesional. Hal ini selaras dengan kebijakan Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi (2020), yang menekankan sinergi antara sekolah dan DUDI dalam rangka mendekatkan proses pembelajaran dengan praktik kerja di lapangan.

**4. Penyediaan Fasilitas dan Infrastruktur Pendukung** agar pelatihan dapat berjalan optimal, diperlukan dukungan fasilitas yang memadai seperti laboratorium komputer, perangkat lunak digital marketing (Google Ads, Meta Business Suite, Canva Pro, dsb.), koneksi internet stabil, serta perangkat multimedia untuk produksi konten. Menurut Mulyasa (2013), mutu pembelajaran sangat dipengaruhi oleh kelengkapan sarana prasarana yang mendukung proses belajar mengajar, khususnya dalam pendidikan vokasi yang berbasis keterampilan praktis.

**5. Evaluasi Program dan Pelibatan Stakeholder** setiap program pelatihan perlu dievaluasi secara berkala untuk mengetahui efektivitasnya. Evaluasi dapat dilakukan dengan mengukur peningkatan kompetensi siswa, kepuasan peserta, serta keberhasilan implementasi keterampilan dalam konteks nyata. Selain itu, melibatkan orang tua, alumni, dan mitra industri sebagai bagian dari stakeholder pendidikan dapat membantu merancang program yang lebih relevan dan berkelanjutan. Pendekatan ini selaras dengan prinsip *partisipatif* dalam manajemen pendidikan yang efektif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah, guru pendamping, serta seluruh siswa SMK 17 Cilegon yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan PKM, Semoga kegiatan ini dapat memberi manfaat untuk para siswa & siswi dalam pencatatan kas kecil dalam praktik digital marketing. Penulis juga berterimakasih kepada :

- 1.Bapak Anak Agung Gede Darma J.,S.E.,M.M. dan Ibu Ayu Pratami,S.M.,M.M. Selaku dosen pembimbing kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- 2.Serta pihak-pihak yang sudah membantu dan berkontribusi selama kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amarullah, A., Imaniah, I., & Muthmainnah, S. (2023). Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) di Era Digital Melalui Pelatihan Sertifikasi Kompetensi di Universitas Muhammadiyah Tangerang. Prosiding Simposium Nasional.
- Desti Innayah, et al. (2024). Pengaruh Teknologi terhadap Pengembangan Kompetensi SDM di Era Industri 5.0. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 2(1), 1741-1755.
- Kemajuan Sumber Daya Manusia Indonesia di Era Globalisasi. (2024). *Jurnal Promosi dan Manajemen*, STIT Pemalang.
- Lubis, D. S. W. (2023). Tantangan dan Peran Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Era Society 5.0. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 6-14.
- Putra, A. R., & Lestari, M. (2022). Efektivitas Pelatihan Berbasis Praktik dalam Pengembangan Kompetensi Digital Marketing. *Jurnal Pengembangan SDM*, 9(1), 67-78.
- Rahmawati, F., Nugroho, Y., & Putri, R. (2023). Kesiapan Digital Marketing pada Lulusan SMK di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Pendidikan*, 8(1), 45-57.
- Rohida, R. (2018). Pemanfaatan Teknologi Digital Berbasis IoT, AI dan Big Data dalam Pengembangan SDM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 112-120.
- Sakti, M., et al. (2024). Keseimbangan Kebutuhan Anggota dan Tuntutan Organisasi dalam Pengembangan Kompetensi SDM. *Jurnal Manajemen SDM*, 7(3), 89-101.
- Sari, D. P., & Wibowo, A. (2021). Peran SMK dalam Meningkatkan Kualitas SDM di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 11(2), 123-134.
- Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. *World Economic Forum*.
- Tahar, et al. (2022). Kompetensi SDM di Era Industri 5.0: Studi Literatur. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 2(1), 1735-1745.

- Taraya, D., & Wibawa, S. (2022). Otomatisasi dan Integrasi Sistem sebagai Kunci Efisiensi di Era 5.0. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 6(1), 55-63.
- Transformasi Digital dalam Pengelolaan SDM di Era Industri 5.0. (2024). *Jurnal Media Akademik*, 10(4), 201-220.
- Widjaja, et al. (2020). Kualitas Sumber Daya Manusia dan Dampaknya terhadap Keberhasilan Organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 134-145.
- Depdiknas. (2008). *Rencana Strategis Departemen Pendidikan Nasional Tahun 2005–2009*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi. (2020). *Strategi Penguatan Pendidikan Vokasi melalui Kemitraan DUDI*. Jakarta: Kemendikbud.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2018). *Panduan Pengembangan Teaching Factory*. Jakarta: Ditjen Dikdasmen.
- Kemendikbud. (2020). *Pendidikan untuk Era Society 5.0*. Jakarta: Pusat Kurikulum dan Perbukuan.
- Mulyasa, E. (2013). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudjana, D. (2005). *Strategi dan Teknik Pembelajaran*. Bandung: CV Sinar Baru Algensindo.
- Suyanto. (2016). *Revitalisasi Pendidikan Vokasi di Indonesia: Strategi dan Implementasi*. Jakarta: Kemdikbud.
- Permendikbud RI No. 34 Tahun 2018 tentang Standar Nasional Pendidikan SMK/MAK.
- Permendikbud RI No. 50 Tahun 2020 tentang Program Pendidikan Kecakapan Kerja dan Kewirausahaan.