

## Meningkatkan Kapabilitas Digital Para Guru Bidang Keahlian Pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya

Ahyar Junaedi<sup>1</sup>, Mohamad Rafii<sup>2</sup>, Devi Yuliantina<sup>3</sup>, Setio Ardy Nuswanto<sup>4</sup>, Miftahurriqi<sup>5</sup>, Muhammad Ulfi<sup>6</sup>, Andykha Mujizatry<sup>7</sup>

<sup>1,2,3</sup> Dosen Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

<sup>4,5</sup> Dosen Program Studi Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

<sup>6</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

<sup>7</sup> Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

\*Email : [sahaza777@gmail.com](mailto:sahaza777@gmail.com)

### Abstrak

**Abstrak:** Tujuan dari artikel ini adalah untuk menyelidiki dan meningkatkan kemampuan digital guru pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya. Tantangan utama yang diidentifikasi oleh analisis situasi termasuk keterlibatan dan kesiapan rendah guru dalam penggunaan teknologi digital serta kendala seperti keterbatasan akses dan pemahaman teknologi. Fokus utama artikel ini adalah pengetahuan guru tentang konsep digital marketing, operasional, branding, dan onboarding, serta bagaimana mereka dapat mengajarkannya kepada siswa mereka. Jadi, artikel ini menunjukkan keinginan guru untuk meningkatkan pemahaman digital mereka. Program pelatihan intensif, kolaborasi antar guru, akses teknologi yang lebih baik, dan perubahan kebijakan sekolah adalah beberapa solusi. Dengan menerapkan rekomendasi ini, guru dapat mengatasi tantangan, meningkatkan kemampuan digital mereka, dan mentransfer pengetahuan digital dengan baik kepada siswa. Selain membantu memahami konteks lokal dalam meningkatkan kemampuan digital guru pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya, artikel ini juga memberikan panduan praktis untuk menerapkan strategi. Diharapkan temuan artikel ini akan membantu sekolah dan pemerintah daerah mengembangkan kebijakan pendidikan yang mendukung transformasi digital dalam pemasaran pendidikan.

**Kata Kunci:** Kapabilitas Digital Guru, Pendidikan Pemasaran, Teknologi Digital di Pendidikan, Pengembangan Guru di Era Digital, Digital Marketing dalam Kurikulum Pemasaran, Peningkatan Keterlibatan Guru, Inovasi Pembelajaran Digital di SMK.

### Abstract

**Abstract:** This article aims to investigate and improve the digital skills of marketing teachers at SMK Negeri 2 Palangkaraya. The main challenges identified by the situation analysis included teachers' low engagement and readiness to use digital technology and constraints such as limited access to and understanding of technology. The main focus of this article is teachers' knowledge of digital marketing concepts, operations, branding, and onboarding and how they can teach them to their students. Thus, this article demonstrates teachers' desire to improve their digital understanding. Some solutions include intensive training programs, teacher collaboration, better technology access, and changes in school policies. By implementing these recommendations, teachers can overcome challenges, improve their digital skills, and transfer digital knowledge well to students. In addition to helping understand the local context of improving marketing teachers' digital skills at SMK Negeri 2 Palangkaraya, this article provides practical guidance for implementing the strategies. It is hoped that the findings of this article will help schools and local governments develop education policies that support digital transformation in education marketing.

**Keywords:** Digital Competence of Teachers, Marketing Education, Digital Technology in Education, Teacher Development in the Digital Era, Digital Marketing in Marketing Curriculum, Enhancing Teacher Engagement, Digital Learning Innovations in Vocational Schools.

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Guru profesional di era digital tidak hanya perlu memahami teknologi baru yang digunakan dalam proses Kegiatan Belajar Mengajar (KBM), tetapi mereka juga harus mampu berkolaborasi dengan siswa dalam “*Distance Learning*”. Pendidik di era teknologi sangat terkait dengan pembelajaran abad 21. Pendidik tidak dapat menghindari perubahan ini. Mereka juga dapat menggunakan digitalisasi dalam proses pembelajaran (Akbar, 2022).

Pendidikan di era digital memerlukan perubahan dan inovasi, agar menjadi relevan dengan perkembangan teknologi. Peran guru adalah komponen penting dari sistem pendidikan. *"Jika ruang kelas adalah sebuah panggung dalam sebuah teater, dan siswa adalah aktornya, maka guru adalah banyak orang dalam teater: bisa sutradara, pemberi petunjuk, pelatih, penulis naskah, penonton, dan peran lainnya."* (Wintek, 2012).

Guru bidang keahlian pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya merupakan agen utama dalam membentuk kompetensi siswa. Dalam menghadapi era digital, peningkatan kapabilitas digital para guru pemasaran menjadi suatu keharusan. Era teknologi digital bukanlah masalah kesiapan atau pilihan, namun lebih kepada hasil. Teknologi akan terus berkembang seperti arus laut yang akan terus ada meskipun manusia tidak ada. Oleh karena itu, satu-satunya pilihan adalah memperoleh dan mengelola teknologi secara efektif dan akurat untuk memaksimalkan manfaatnya (Setiawan, 2017).

### **Analisis Situasi**

Analisis situasi adalah tahap awal dalam memahami keadaan guru pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya saat ini yang memiliki spesialisasi dalam menggunakan teknologi digital. Informasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar guru membutuhkan bantuan untuk menggunakan teknologi digital dalam pendekatan instruksional mereka. Akses yang terbatas, pemahaman yang tidak memadai, dan pelatihan yang tidak memadai adalah alasan utama kurangnya kemahiran digital. Selain itu, terbatasnya ketersediaan sumber daya teknologi di dalam kelas juga menjadi penghalang. Oleh karena itu, perlu dicari solusi yang sesuai dengan situasi spesifik untuk meningkatkan keterampilan digital guru pemasaran.

Keterampilan digital yang dimaksud adalah kemampuan dalam mengadopsi teknologi digital (melalui perangkat komputer atau handphone) serta sejauhmana tingkat kesiapan dalam pemanfaatan teknologi, dan bagaimana mendigitalkan beberapa proses dalam aktivitas pekerjaan, dilihat dari tingkat kesadaran digital, kolaborasi digital, dan kemampuan transformasi digital (Firmansyah et al., 2022).

Selain tantangan, ada beberapa kemungkinan dan peluang yang bisa dimanfaatkan. Beberapa guru pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya telah menyatakan ketertarikan dan keinginan untuk meningkatkan keterampilan digital mereka. Beberapa proyek sederhana telah dilakukan, seperti memanfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi dengan siswa dan mendistribusikan sumber daya pendidikan online. Untuk mencapai tujuan ini, penting untuk menyediakan program pelatihan yang sesuai untuk membantu dan meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dalam lingkungan pendidikan.

Meningkatkan keterampilan digital pengajar di bidang pemasaran tidak hanya meningkatkan kualitas pembelajaran, tetapi juga mempersiapkan siswa untuk memenuhi tuntutan tenaga kerja digital. Kualitas pembelajaran dapat diartikan sebagai intensitas keterkaitan sistemik dan sinergis pengajar, anak didik, kurikulum dan bahan ajar, media, fasilitas, dan sistem pembelajaran dalam menghasilkan proses dan hasil belajar yang optimal sesuai dengan tuntutan kurikuler (Memorata & Santoso, 2016). Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini menyarankan beberapa langkah taktis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keterampilan digital guru, termasuk pelatihan komprehensif, membuat kurikulum yang berfokus pada teknologi, dan membina kolaborasi di antara para guru untuk berbagi

pengalaman dan belajar bersama. Melalui upaya kolaboratif ini, guru pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya dapat berperan sebagai katalisator perubahan, memberdayakan siswa untuk sukses di dunia digital.

### **Rumusan Masalah**

Dalam meningkatkan keterampilan digital guru program keahlian pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya, bagaimana tingkat kesiapan para guru dalam merangkul teknologi digital sebagai alat bantu pembelajaran. Tantangan apa yang menghambat penggunaan teknologi digital di kelas.

Selanjutnya, langkah-langkah spesifik apa yang dapat diambil untuk meningkatkan keterampilan digital guru pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya? Apakah program pelatihan yang terfokus dan khusus dapat menjadi pendekatan yang layak untuk mengatasi tantangan memahami teknologi. Bagaimana guru dan perancang kurikulum berbasis teknologi dapat bekerja sama untuk menciptakan strategi kolaborasi berkelanjutan yang memberdayakan guru untuk mendukung pendidikan pemasaran yang memenuhi tuntutan era digital.

### **Solusi Yang Ditawarkan**

Diperlukan pelatihan intensif yang disesuaikan dengan kebutuhan guru untuk mengatasi rendahnya keterlibatan dan kesiapan mereka dalam penggunaan teknologi digital. Pelatihan ini dapat mencakup pemahaman dasar tentang penggunaan platform dan perangkat lunak digital, pembangunan keterampilan desain pembelajaran berbasis teknologi, dan strategi untuk memasukkan teknologi ke dalam kurikulum pemasaran dengan sukses. Agar guru dapat terus mengikuti perkembangan teknologi dan menerapkannya di kelas, program harus dirancang secara berkelanjutan.

Tindakan konkret harus diambil untuk mengatasi tantangan yang menghalangi penggunaan teknologi digital di ruang kelas. Ini mencakup membantu guru menggunakan perangkat teknologi dengan memperbarui fasilitas kelas, memberikan pelatihan khusus tentang manajemen kelas digital, dan membantu mendirikan tim teknologi di sekolah. Untuk memastikan ketersediaan sumber daya dan infrastruktur yang memadai, sekolah, pemerintah daerah, dan pihak terkait harus bekerja sama dengan baik. Selain itu, kebijakan sekolah harus mendukung penggunaan teknologi digital dalam pendidikan.

Diharapkan dengan menerapkan solusi ini, guru bidang keahlian pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya dapat mengatasi tantangan mereka dalam meningkatkan kemampuan digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang teknologi digital dan dukungan infrastruktur yang memadai, guru dapat lebih aktif dan efektif membimbing siswa menuju keterampilan yang diperlukan pasar kerja di era digital.

### **Tujuan**

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah mengidentifikasi, menganalisis, dan memberikan solusi terhadap permasalahan terbatasnya kapabilitas digital para guru bidang keahlian pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya.

1. Tujuan utama adalah memberikan gambaran menyeluruh tentang tingkat keterlibatan, kesiapan, dan tantangan yang dihadapi oleh guru pemasaran saat menggunakan teknologi digital di lingkungan pembelajaran mereka. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan gambaran lengkap tentang kondisi saat ini dan elemen apa yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kemampuan digital guru.
2. Kedua, tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan solusi konkret dan terarah yang dapat digunakan oleh SMK Negeri 2 Palangkaraya untuk meningkatkan kemampuan digital guru pemasaran. Mengembangkan program pelatihan intensif, meningkatkan akses ke teknologi, dan membuat kebijakan sekolah yang mendukung penggunaan teknologi dalam pembelajaran

adalah langkah-langkah yang diharapkan dapat membantu guru mengatasi tantangan yang dihadapi.

3. Selain itu, tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mendorong kolaborasi antara guru, pihak sekolah, dan pemerintah daerah dalam menciptakan lingkungan pembelajaran yang memadai untuk memenuhi tuntutan era digital. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini berusaha memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kemampuan digital guru bidang keahlian pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya dan mempersiapkan siswa untuk sukses dalam dunia kerja yang semakin digital.

## **METODE**

Tim pengabdian masyarakat program studi Bisnis Digital Universitas Muhammadiyah Palangkaraya telah menetapkan metode edukasi untuk guru SMK Negeri 2 Palangkaraya agar tujuan pengabdian masyarakat yang telah disebutkan sebelumnya dapat tercapai dengan baik. Metode ini diuraikan sebagai berikut:

### **Waktu dan Lokasi Kegiatan**

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 8 November 2023, dengan lokasi kegiatan bertempat di ruang laboratorium komputer SMK Negeri 2 Palangkaraya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 1 hari, dimulai dari jam 08.00 WIB sampai dengan jam 15.00 WIB.

### **Audiens atau Peserta**

Audiens atau peserta dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para guru pengajar yang merupakan anggota team keahlian program pemasaran SMK Negeri 2 Palangkaraya, yang berjumlah kurang lebih 10 orang.

### **Metode Pelaksanaan**

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini melalui beberapa proses tahapan yang telah dilakukan, antara lain:

#### **1. Inisiasi Awal**

Tahapan ini dimulai dari kunjungan tim dosen Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Informatika (FBI) UMPR ke SMK Negeri 2 Palangkaraya. Kunjungan dilakukan dalam rangka penawaran kerjasama antara FBI UMPR. Dalam pertemuan tersebut terungkap adanya kebutuhan peningkatan kualitas para guru dan siswa dari SMK Negeri 2 Palangkaraya, baik dalam hal sistem pengajaran maupun peningkatan skill dari para guru dan siswa. Kebutuhan tersebut direspon oleh pihak FBI UMPR dengan menawarkan program-program pelatihan yang disediakan dan dirancang khusus untuk para guru dan siswa sesuai kebutuhan dari pihak sekolah sendiri.



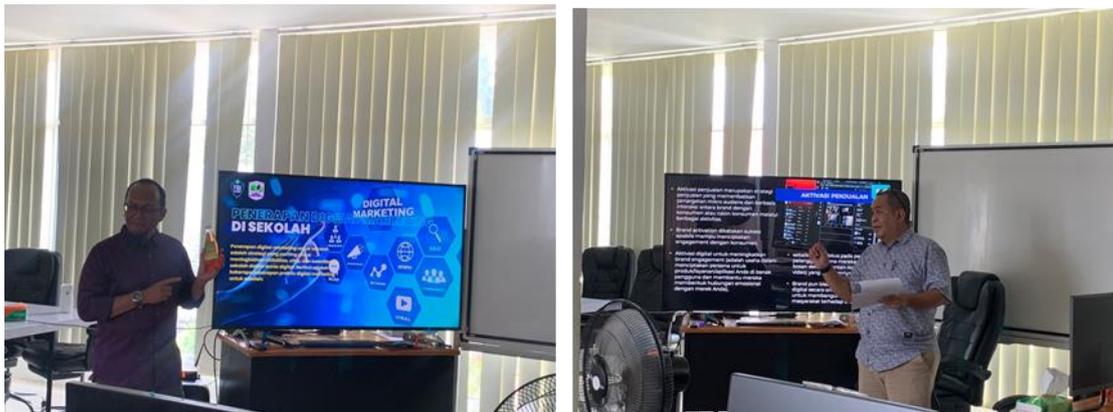
Gambar 1. Inisiasi Awal Pengabdian Masyarakat

## 2. Persiapan

- a. Pihak sekolah mengajukan permohonan narasumber kepada FBI UMPR untuk acara workshop yang diadakan oleh pihak sekolah. Permohonan disampaikan oleh Wakil Kepala Bidang Humas SMK Negeri 2 Palangkaraya melalui surat resmi. Pihak sekolah meminta narasumber yang bisa menyampaikan materi Digital Marketing, Digital Operasional, Digital Branding, dan Digital Onboarding, karena SMK Negeri 2 Palangkaraya akan menerapkan kurikulum baru yang diantaranya ada mata pelajaran dari 4 materi tersebut.
- b. Setelah menerima surat resmi permohonan narasumber acara workshop tersebut, Dekan FBI UMPR kemudian menunjuk dosen yang memiliki kemampuan untuk menjadi narasumber di acara tersebut.
- c. Pihak sekolah mempersiapkan tempat dan peserta yang akan mengikuti acara workshop.

## 3. Pelaksanaan Kegiatan

- a. Penyampaian materi dengan metode ceramah dan tanya jawab. Materi yang disampaikan adalah Digital Marketing, Digital Operasional, Digital Branding, dan Digital Onboarding. Narasumber terdiri dari dua orang dosen prodi bisnis digital yang menyampaikan materi secara bergantian, dimulai dari jam 08.00 WIB sampai dengan jam 15.00 WIB, diselingi dengan istirahat makan siang dan ibadah. Selama penyampaian materi 4 Digital tersebut, narasumber menggunakan beberapa contoh media digital yang sudah digunakan oleh pihak sekolah antara lain website sekolah dan akun FB, serta salah satu produk andalan pihak sekolah berupa sabun cuci yang ingin dipasarkan ke khalayak masyarakat.



Gambar 2. Penyampaian Materi

- b. Saat penyampaian materi, peserta bisa menyampaikan pertanyaan atas materi yang sedang disampaikan, dan akan langsung dijawab atau dijelaskan oleh narasumber.
- c. Sesi diskusi setelah penyampaian materi oleh narasumber terlaksana cukup menarik dan antusias. Terungkap bahwa SMK Negeri 2 Palangkaraya sudah mulai menggunakan teknologi digital untuk raport, yang disebut E-Raport. Secara umum narasumber memberi saran dan masukan kepada pengelola website sekolah (admin) agar lebih meningkatkan daya tarik tampilan website (terkait dengan marketing dan branding), karena website adalah pintu masuk “orang luar” yang ingin mendapatkan informasi lengkap tentang sekolah.
- d. Sebagai contoh penerapan dalam dunia digital, narasumber memberi saran antara lain: menambah menu kegiatan-kegiatan siswa yang cukup aktif di sekolah (OSIS, Pramuka, PMR, Sanggar Tari, dan AudioVisual Siswa), berikan tanggung jawab kepada setiap organisasi siswa untuk membuat minimal satu artikel kegiatan mereka setiap bulan. Tujuannya agar website menjadi aktif dan banyak informasi yang bisa dilihat oleh para calon siswa dan para orang tua.

Narasumber juga menyarankan agar ditambah menu khusus untuk para alumni bisa berinteraksi, bahkan memberikan informasi tentang berbagai hal yang positif. Alumni yang sukses akan menjadi “nilai jual” luar biasa bagi sekolah, dan mereka perlu disediakan wadah untuk sharing pengalaman suksesnya setelah terjun ke dunia kerja. Selanjutnya, pihak sekolah harus menunjuk admin yang jelas dan bertanggung jawab untuk mengelola website sekolah agar tidak terkesan sepi dan minim informasi.



Gambar 3. Beberapa Peserta Sedang Menyampaikan Pertanyaan

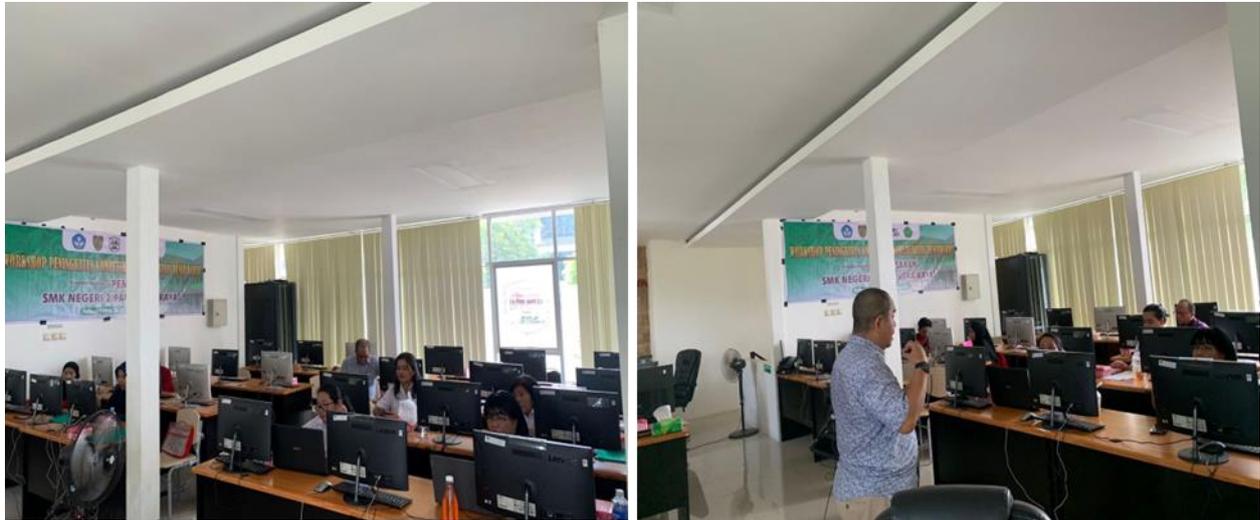
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyampaian materi dengan metode edukasi diatas dapat memberikan pemahaman yang signifikan kepada para guru SMK Negeri 2 Palangkaraya. Hal ini dapat terlihat dari proses diskusi yang terlihat sangat aktif, yang membahas contoh-contoh media digital yang bisa membantu para guru dalam mentransfer ilmu digital kepada para siswa. Dengan penyampaian materi tersebut, para guru memiliki pemahaman yang cukup komprehensif tentang konsep-konsep digital marketing, digital operasional, digital branding, dan digital onboarding. Konsep-konsep digital tersebut dan beberapa contoh penerapannya telah dipahami oleh para guru.

Diantara yang telah difahami oleh para guru adalah bahwa digital marketing merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media digital untuk menjangkau pelanggan secara langsung dan personal. Digital marketing juga disebut dengan kata "online", "internet marketing", atau "web marketing." Setelah 2013, seiring dengan semakin berkembangnya penggunaan teknologi komunikasi dan informasi, istilah digital marketing menjadi istilah yang paling banyak digunakan (Masrianto et al., 2022). Selain itu digital operasional juga telah difahami sebagai pendekatan yang memanfaatkan teknologi digital dan data untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta kualitas operasional dalam suatu organisasi atau bisnis. Ini melibatkan integrasi teknologi terkini, otomatisasi proses operasional, dan analitik data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dan transformasi organisasi secara menyeluruh (Triwijayati et al., 2023).

Selain itu, para guru telah memahami bahwa digital branding adalah saluran digital dan aset yang digunakan untuk mengiklankan produk atau jasa merek, serta sebagai bagian dari program komunikasi. Oleh karena itu, digital branding dapat menjadi strategi bisnis dan perencanaan merek yang mengubah citra perusahaan atau organisasi (Ferbata et al., 2020).

Sementara yang dimaksud dengan digital onboarding adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses penerimaan atau integrasi karyawan atau pengguna baru dalam suatu perusahaan atau sistem yang menggunakan teknologi digital. Proses ini dilakukan dengan tujuan mempercepat dan menyederhanakan pengenalan individu terhadap perusahaan, budaya kerja, dan sistem yang digunakan (Abu Ziden & Chin Joo, 2020).



Gambar 4. Narasumber Menyampaikan Materi

Melalui serangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini, tercapai berbagai hasil konkret dan dampak positif yang signifikan bagi para guru SMK Negeri 2 Palangkaraya. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai hasil dan dampak yang ingin dicapai:

1. Pemahaman Mendalam tentang Konsep Digital:

Hasil: Setelah kegiatan para guru memiliki pemahaman mendalam mengenai konsep digital branding, digital onboarding, digital marketing, dan digital operasional.

Dampak: Pemahaman yang kuat ini akan memberikan dasar yang kokoh bagi guru untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam kegiatan sehari-hari di sekolah, meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses pembelajaran, serta mampu mentransfer ilmu digital kepada para siswa.

2. Keterampilan Praktis dalam Penerapan Konsep Digital:

Hasil: Para guru memperoleh keterampilan praktis melalui workshop dan simulasi, memungkinkan mereka untuk menerapkan konsep-konsep digital dalam proses pembelajaran.

Dampak: Keterampilan praktis ini akan memperkaya metode pengajaran, meningkatkan daya tarik sekolah dalam ranah digital, dan merampingkan proses administratif.

3. Peningkatan Kualitas Pengajaran dan Branding Sekolah:

Hasil: Implementasi konsep digital (marketing, operasional, branding, dan onboarding), diharapkan akan meningkatkan citra sekolah dan kualitas pengajaran.

Dampak: Dengan memanfaatkan strategi digital branding yang diperoleh, guru dapat menarik minat siswa baru, meningkatkan partisipasi komunitas, dan meningkatkan branding sekolah di tengah masyarakat.

4. Efisiensi Operasional Sekolah Melalui Digitalisasi:

Hasil: Para guru memahami bagaimana menerapkan digitalisasi dalam operasional sekolah untuk meningkatkan efisiensi.

Dampak: Penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan operasional sekolah diharapkan dapat mengurangi beban kerja administratif, meminimalkan kesalahan manusiawi, dan mempercepat proses pengambilan keputusan.

#### 5. Kolaborasi dan Pertukaran Pengalaman:

Hasil: Terjalinnnya kolaborasi antar guru dan pertukaran pengalaman selama kegiatan melalui digital onboarding.

Dampak: Adanya forum diskusi dan kolaborasi ini diharapkan dapat membangun jaringan komunikasi antar guru, memfasilitasi pertukaran ide, dan menciptakan lingkungan pembelajaran berkelanjutan.

Melalui hasil dan dampak ini, diharapkan kegiatan ini bukan hanya menjadi acara sekali waktu, tetapi merupakan langkah awal menuju perubahan positif dan berkelanjutan di tingkat sekolah. Para guru diharapkan dapat menjadi agen perubahan yang mampu mengintegrasikan konsep dan teknologi digital ke dalam praktek sehari-hari, menciptakan lingkungan belajar yang dinamis, dan mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi tantangan global.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Pengabdian masyarakat ini memberikan gambaran menyeluruh tentang kemampuan digital guru bidang keahlian pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya, dengan penekanan khusus pada pemahaman mereka tentang konsep seperti onboarding digital, branding, marketing, dan operasional digital. Sebagai hasil dari analisis situasi, ditemukan bahwa sebagian besar pendidik menghadapi kesulitan dalam mengintegrasikan elemen digital ini ke dalam pendekatan pengajaran mereka, termasuk kurangnya pengetahuan, keterbatasan akses ke teknologi, dan kekurangan instruksi khusus tentang cara memasukkan ide-ide digital ini ke dalam kurikulum.

Pengabdian masyarakat ini menunjukkan potensi positif dari upaya guru untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital mereka. Ada dorongan untuk mengadopsi teknologi, tetapi mereka membutuhkan dukungan lebih lanjut agar mereka dapat memasukkannya ke dalam pembelajaran pemasaran di sekolah.

#### **Saran**

**Program Pelatihan Khusus:** Merancang program pelatihan khusus yang berfokus pada konsep digital marketing, operasional, branding, dan onboarding adalah langkah penting. Pelatihan ini harus disesuaikan dengan kebutuhan guru dan mencakup pemahaman dasar, strategi pengajaran yang efektif, dan penerapan praktis dalam pembelajaran pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya.

**Fasilitasi Akses Terhadap Teknologi:** Memastikan bahwa orang memiliki akses yang cukup ke perangkat lunak dan perangkat keras yang diperlukan untuk mengimplementasikan ide-ide digital sangat penting. Untuk menyediakan infrastruktur yang mendukung, seperti akses internet yang memadai dan perangkat keras yang diperbarui, sekolah dan pemerintah daerah harus bekerja sama.

**Kolaborasi dan Pembentukan Komunitas Guru:** Mendorong kolaborasi guru dalam membentuk komunitas pembelajaran yang berfokus pada penggunaan teknologi digital untuk pemasaran, operasi, branding, dan pelatihan digital. Forum ini dapat berfungsi sebagai wadah untuk berbagi pengalaman, mendukung satu sama lain, dan mengembangkan ide-ide kreatif tentang cara menggunakan ide-ide digital ini dalam pembelajaran.

**Pembentukan Kebijakan Sekolah yang Mendukung:** Sekolah harus membuat kebijakan yang mendukung penggunaan ide-ide digital dalam pendidikan. Ini mencakup evaluasi kinerja pendidik yang mengevaluasi upaya mereka untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi digital, seperti onboarding, marketing, operasional, dan branding, di dalam ruang kelas.

Diharapkan dengan menerapkan rekomendasi ini, guru pemasaran di SMK Negeri 2 Palangkaraya dapat meningkatkan kemampuan digital mereka dan secara efektif menyampaikan pengetahuan ini kepada siswa mereka, mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dalam lingkungan kerja yang semakin digital.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abu Ziden, A., & Chin Joo, O. (2020). Exploring Digital Onboarding for Organisations: A Concept Paper. *International Journal Of Innovation, Creativity and Change*, 13(9), 734–750.  
[https://www.ijicc.net/images/vol\\_13/Iss\\_9/13957\\_Ziden\\_2020\\_E\\_R.pdf](https://www.ijicc.net/images/vol_13/Iss_9/13957_Ziden_2020_E_R.pdf)
- Akbar, F. (2022). Strategi Guru Profesional Menghadapi Era Digital. *Seri Publikasi Pembelajaran*, 1(1), 1–12.  
[https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:HjtKAtQ2ssoJ:scholar.google.com/+profesionalisme+guru+di+era+digital&hl=id&as\\_sdt=0,5&as\\_ylo=2023](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:HjtKAtQ2ssoJ:scholar.google.com/+profesionalisme+guru+di+era+digital&hl=id&as_sdt=0,5&as_ylo=2023)
- Ferbita, L. V., Setianti, Y., & Dida, S. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial. *Journal Acta Diurna*, 16(2), 113–136.  
<https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2020.12.2.2865>
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede. (2022). Daya Saing: Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>
- Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2022). Digital Marketing Utilization Index for Evaluating and Improving Company Digital Marketing Capability. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(153), 2–18.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/joitmc8030153>
- Memorata, A., & Santoso, D. (2016). Peningkatan Kualitas Pembelajaran Dan Hasil Belajar Merakit Personal Komputer Menggunakan Structured Dyadic Methods. *E-Journal Students UNY*, c, 1–9.  
<file:///C:/Users/USER/Downloads/7862-17404-1-PB.pdf>
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/87779963.pdf>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Wintek, Y. (2012). Teachers' Roles in Autonomous Learning. *Global Journal of HUMAN SOCIAL SCIENCE Linguistics & Education*, 12(13). <https://doi.org/10.5296/jsr.v3i2.2860>