



Pelatihan *Dropshipping* Shopee Berbasis *Digital Marketing* untuk Siswa SMK Negeri 7 Bandar Lampung

Putri Irmala Sari^{1,*}, Supri Yanti¹, Nelly Suryani¹

¹Politeknik Negeri Lampung, Lampung, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:
Submit: 14 Juni 2025
Revisi: 14 Juni 2025
Diterima: 02 Juli 2025
Diterbitkan: 30 Juli 2025

Kata Kunci

Dropshipping, Digital Marketing, Kewirausahaan, Siswa SMK, Shopee

Correspondence

E-mail: putri.irmalasari@polinela.ac.id*

A B S T R A K

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa SMK Negeri 7 Bandar Lampung dalam memanfaatkan peluang bisnis digital melalui pelatihan dropshipping Shopee berbasis digital marketing. Latar belakang kegiatan ini didasari oleh pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia, sementara banyak siswa SMK masih belum memiliki pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital untuk memulai bisnis online. Metode pelaksanaan meliputi ceramah, demonstrasi praktis, pendampingan, dan evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai konsep dropshipping, penggunaan platform Shopee, serta teknik digital marketing seperti SEO dan konten promosi. Peserta juga mampu mempraktikkan langsung pembuatan toko online dan strategi pemasaran, menunjukkan potensi untuk mengembangkan usaha mandiri. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mempersiapkan siswa menghadapi tantangan ekonomi digital.

Abstract

This community service activity aims to enhance the skills of students at SMK Negeri 7 Bandar Lampung in leveraging digital business opportunities through a Shopee dropshipping training program based on digital marketing. The initiative was motivated by the rapid growth of e-commerce in Indonesia, while many vocational students still lack in-depth knowledge of digital marketing strategies to start an online business. The methods employed include lectures, practical demonstrations, mentoring, and evaluation through pre-tests and post-tests. The results indicated a significant improvement in participants' understanding of dropshipping concepts, Shopee platform utilization, and digital marketing techniques such as SEO and promotional content. Participants were also able to practice creating online stores and applying marketing strategies, demonstrating potential for self-employment. This activity is expected to be an initial step in preparing students to face the challenges of the digital economy.

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



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan pertumbuhan e-commerce di Indonesia telah membuka peluang bisnis yang signifikan, terutama melalui model dropshipping yang memungkinkan individu memulai usaha dengan modal minimal [5]. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa lebih dari 73% penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet, dengan peningkatan aktivitas belanja online mencapai 32% per tahun. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Asia Tenggara, menjadi salah satu pilihan utama bagi pelaku usaha, termasuk pelajar SMK yang memiliki potensi besar untuk terjun ke dunia wirausaha digital [6].

Namun, meskipun peluang ini terbuka lebar, banyak siswa SMK Negeri 7 Bandar Lampung masih belum memiliki pemahaman mendalam tentang strategi digital marketing yang efektif untuk memaksimalkan potensi bisnis dropshipping [9], [6].

Minimnya literasi digital dan keterampilan pemasaran online menyebabkan mereka kesulitan memanfaatkan peluang ini secara optimal. Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 50 siswa, hanya 18% yang pernah mencoba berjualan online, dan mayoritas di antaranya tidak memahami teknik optimasi search engine optimization (SEO), manajemen iklan, atau pembuatan konten promosi yang menarik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi digital dan kesiapan sumber daya manusia, khususnya di kalangan pelajar SMK yang seharusnya menjadi salah satu ujung tombak dalam menciptakan wirausaha muda berbasis teknologi[8], ([7].

Tinjauan literatur menunjukkan bahwa pelatihan berbasis digital marketing telah terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan. Penelitian oleh [4] menyatakan bahwa siswa SMK yang diberikan pelatihan pemasaran digital menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mengelola usaha online, termasuk dalam hal pengaturan produk, penetapan harga, dan promosi. Studi lain oleh [7] menemukan bahwa pendekatan praktik langsung (hands-on training) lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional dalam meningkatkan pemahaman peserta tentang e-commerce. Selain itu, program serupa yang dilaksanakan di SMK lain, seperti pelatihan online marketplace oleh [4], berhasil meningkatkan minat berwirausaha siswa sebesar 45%. Temuan-temuan ini memperkuat urgensi pelaksanaan pelatihan serupa di SMK Negeri 7 Bandar Lampung, mengingat karakteristik siswa SMK yang cenderung lebih responsif terhadap pembelajaran berbasis praktik.

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK Negeri 7 Bandar Lampung mengenai konsep dropshipping serta pemanfaatan platform Shopee sebagai sarana berjualan online. Selain itu, pelatihan ini juga dirancang untuk melatih keterampilan digital marketing siswa, mencakup teknik SEO, manajemen iklan, dan pembuatan konten promosi yang efektif. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga termotivasi untuk memulai usaha mandiri berbasis e-commerce, sehingga dapat menjadi bekal dalam menghadapi peluang bisnis di era digital.. Dengan demikian, diharapkan peserta tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Kegiatan ini juga sejalan dengan kebijakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang mendorong integrasi kewirausahaan dalam kurikulum SMK untuk menekan angka pengangguran lulusan. Melalui pendekatan partisipatif dan evaluasi berbasis hasil (output-based assessment), program ini dirancang untuk memastikan dampak jangka panjang, termasuk pendampingan pasca-pelatihan untuk memantau perkembangan usaha peserta.

2. Metode Pelaksanaan

2.1. Lokasi Penelitian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMK Negeri 7 Bandar Lampung pada tanggal 3-5 Juni 2025, dengan durasi pelatihan selama 3 hari. Lokasi dipilih berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa sekolah tersebut memiliki minat tinggi dalam pengembangan kewirausahaan digital tetapi masih terbatasnya akses terhadap pelatihan berbasis praktik. Peserta yang terlibat berjumlah 30 siswa dari jurusan Pemasaran dan Bisnis Daring, yang telah melalui proses seleksi berdasarkan ketertarikan dan komitmen mereka dalam mengikuti pelatihan hingga selesai.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, observasi langsung selama pelatihan berlangsung, serta kuesioner kepuasan yang dibagikan di akhir kegiatan. Pre-test diberikan sebelum pelatihan dimulai untuk menilai pengetahuan awal peserta tentang dropshipping dan digital marketing, sedangkan post-test dilaksanakan di hari terakhir untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan. Observasi digunakan untuk memantau keterlibatan peserta selama sesi praktik, termasuk kesulitan yang mereka hadapi dalam membuat akun Shopee, mengunggah produk, dan menerapkan teknik SEO. Kuesioner kepuasan mencakup aspek penyampaian materi, kesesuaian materi dengan kebutuhan, serta kemanfaatan pelatihan secara keseluruhan.

2.3. Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam pelatihan meliputi laptop (ASUS X441UA, Intel Core i5, RAM 8GB) sebanyak 5 unit untuk demonstrasi, proyektor (Epson EB-X05) untuk presentasi materi, serta akses internet cepat (Indihome 30 Mbps) untuk memastikan kelancaran praktik langsung. Peserta juga dibimbing menggunakan akun Shopee dummy yang telah disiapkan sebelumnya untuk simulasi, sehingga mereka dapat bereksperimen tanpa risiko keuangan. Materi pelatihan disusun dalam modul cetak dan digital yang berisi panduan langkah demi langkah, mulai dari registrasi seller, optimasi deskripsi produk, hingga strategi promosi melalui sosial media.

2.4. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif dari pre-test dan post-test diolah menggunakan uji paired sample t-test untuk mengetahui signifikansi peningkatan pemahaman peserta, sedangkan hasil kuesioner dianalisis secara deskriptif dalam bentuk persentase. Data kualitatif dari observasi dan tanggapan terbuka dalam kuesioner dikategorikan berdasarkan tema, seperti antusiasme peserta, kendala teknis, atau saran perbaikan. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel perbandingan nilai pre-test/post-test, grafik tingkat kepuasan peserta, serta narasi temuan kualitatif yang relevan.

Pendekatan pelatihan mengombinasikan ceramah interaktif (30%), demonstrasi (20%), dan praktik mandiri dengan pendampingan (50%). Pada hari pertama, peserta diperkenalkan dengan konsep dropshipping, kebijakan Shopee, dan dasar-dasar digital marketing. Hari kedua difokuskan pada praktik pembuatan toko online, termasuk fotografi produk sederhana menggunakan smartphone dan penulisan deskripsi yang SEO-friendly. Hari ketiga diisi dengan simulasi pemasangan iklan berbasis kinerja (Shopee Ads) dan evaluasi hasil melalui diskusi kelompok. Setiap sesi praktik didampingi oleh 2 fasilitator yang berpengalaman di bidang e-commerce, dengan rasio 1 fasilitator untuk 15 peserta.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan Pembahasan dari Kegiatan Pengabdian "Pelatihan Dropshipping Shopee Berbasis Digital Marketing untuk Siswa SMK Negeri 7 Bandar Lampung dapat diuraikan sebagai berikut.

3.1. Hasil Kegiatan

Pelatihan dropshipping Shopee berbasis digital marketing berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta secara signifikan, dengan rata-rata nilai post-test (82,5) yang lebih tinggi dibanding pre-test (45,3) berdasarkan analisis paired sample t-test ($p < 0,05$). Sebanyak 87% peserta mampu mempraktikkan pembuatan toko Shopee secara mandiri, termasuk mengunggah produk dengan optimasi SEO dan membuat konten promosi sederhana. Observasi menunjukkan antusiasme tinggi selama sesi praktik, meskipun 23% peserta masih mengalami kendala teknis dalam pengaturan Shopee Ads yang kemudian teratasi melalui pendampingan individual. Kuesioner kepuasan mencatat 93% peserta menyatakan materi relevan dengan kebutuhan kewirausahaan digital, dengan 76% berminat mengembangkan usaha dropshipping dalam 3 bulan ke depan. Dua peserta bahkan telah berhasil melakukan transaksi pertama selama masa pendampingan pasca pelatihan.

3.2. Pembahasan

Hasil pelatihan dropshipping Shopee berbasis digital marketing menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital siswa SMK Negeri 7 Bandar Lampung. Peningkatan nilai post-test sebesar 82,2% dibanding pre-test membuktikan efektivitas metode pelatihan yang mengombinasikan teori dan praktik langsung. Temuan ini sejalan dengan penelitian [3] yang menyatakan bahwa pendekatan hands-on training mampu meningkatkan pemahaman konsep e-commerce hingga 80%. Keberhasilan peserta dalam membuat toko online mencerminkan kesesuaian materi dengan kebutuhan riil di lapangan, dimana 87% peserta mampu mengaplikasikan teknik optimasi produk berbasis SEO, termasuk pemilihan kata kunci strategis dan penulisan deskripsi yang menarik. Namun, adanya kendala teknis yang dialami 23% peserta dalam pengaturan Shopee Ads menunjukkan perlunya penyesuaian durasi pelatihan untuk materi kompleks terkait iklan berbayar, sebagaimana diidentifikasi dalam studi [2] yang merekomendasikan alokasi waktu 40% lebih banyak untuk praktik periklanan digital. Tingkat kepuasan peserta sebesar 93% mengindikasikan bahwa materi yang diberikan telah memenuhi ekspektasi, khususnya dalam hal relevansi dengan dunia kerja, dimana digital marketing skills menjadi kompetensi kunci di era ekonomi digital. Minat 76% peserta untuk memulai usaha dalam 3 bulan ke depan memperkuat temuan [3] tentang hubungan positif antara pelatihan kewirausahaan dan intensi berwirausaha di kalangan pelajar SMK. Keberhasilan dua peserta dalam melakukan transaksi pertama selama pendampingan pasca-pelatihan membuktikan pentingnya fase follow-up sebagai bagian tidak terpisahkan dari program pengembangan kewirausahaan, sebagaimana ditekankan dalam model pelatihan berkelanjutan oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Hasil ini juga menunjukkan bahwa karakteristik peserta SMK yang cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi dibanding generasi sebelumnya, seperti diungkapkan dalam laporan (APJII, 2023), menjadi faktor pendorong keberhasilan program. Namun, temuan ini sekaligus menyoroti perlunya kolaborasi lebih erat antara sekolah dan pelaku industri untuk memastikan kesinambungan pengembangan kompetensi, mengingat dinamika platform e-commerce yang terus berkembang pesat. Pembelajaran penting dari kegiatan ini adalah perlunya modul intermediate untuk peserta yang telah menguasai dasar-dasar dropshipping, sehingga dapat mengakomodasi perbedaan kecepatan belajar antar peserta. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya berhasil meningkatkan hard skills peserta dalam mengoperasikan platform Shopee, tetapi juga soft skills seperti kreativitas dalam pembuatan konten dan kemampuan problem solving saat menghadapi kendala teknis, yang merupakan elemen kritis dalam kesiapan kerja di sektor digital menurut (APJII, 2023).



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 3. Dokumentasi Mahasiswa Mengikuti Kegiatan

4. Kesimpulan

Pelatihan dropshipping Shopee berbasis digital marketing telah berhasil meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital siswa SMK Negeri 7 Bandar Lampung secara signifikan, dengan peningkatan pemahaman peserta sebesar 82,2% yang terlihat dari perbandingan nilai pre-test dan post-test. Kegiatan ini mencapai tiga tujuan utama, yaitu: (1) meningkatkan pemahaman konsep dropshipping dan pemanfaatan platform Shopee, (2) mengembangkan keterampilan digital marketing peserta, dan (3) memotivasi siswa untuk memulai usaha mandiri. Sebanyak 87% peserta mampu mempraktikkan pembuatan toko online secara mandiri, dengan 76% menyatakan minat kuat untuk memulai usaha dalam waktu dekat. Dua peserta bahkan telah berhasil melakukan transaksi pertama, menunjukkan efektivitas pendekatan pembelajaran berbasis praktik langsung.

Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan beberapa tindakan strategis. Pertama, sekolah perlu mengintegrasikan modul pelatihan serupa ke dalam kurikulum kewirausahaan dengan alokasi waktu yang lebih panjang, khususnya untuk materi kompleks seperti manajemen iklan berbayar. Kedua, diperlukan program pendampingan berkelanjutan selama 3-6 bulan pasca pelatihan untuk memastikan implementasi pengetahuan yang telah diperoleh. Ketiga, penting untuk membangun kemitraan dengan pelaku industri e-commerce lokal guna menyediakan akses terhadap pembaruan fitur platform dan praktik terbaik di lapangan. Keempat, pengembangan modul lanjutan dengan materi yang lebih spesifik seperti analisis kompetitor dan manajemen keuangan sederhana akan membantu peserta mengembangkan usaha mereka ke tingkat yang lebih profesional. Terakhir, disarankan untuk memperluas cakupan peserta ke jurusan lain di SMK yang memiliki potensi kewirausahaan, sehingga dampak program dapat lebih meluas.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia serta Politeknik Negeri Lampung yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun 2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala SMK Negeri 7 Bandar Lampung, Drs. H. Kemis, M.Pd., beserta seluruh staf pengajar, Siswa SMK 7 yang telah memfasilitasi pelaksanaan pelatihan dengan menyediakan ruang, peralatan, dan dukungan administrasi.

Daftar Pustaka

- [1] APJII, "Press Conference Survei Internet Indonesia," *Survei Internet Indonesia*, 2023.
- [2] M. Masrukhan dan R. K. Isnaini, "Optimalisasi Teknologi dan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta," *Jurnal Nuansa*, vol. 3, pp. 282-300, 2025.
- [3] N. P. N. C. D. D. A. D. Nasution, "Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis Literature Review," *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, pp. 566-577, 2023. [Online]. Available: <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- [4] R. Parameswari dan T. Yoyo, "Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kemampuan Siswa SMK Negeri 1 Cikokol Tangerang," *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 4, 2025.
- [5] Y. Salsabiila dan A. Fajaruiddin, "Analisis Model Dropshipping dalam Etika Bisnis Islam," *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, vol. 3, no. 4, 2020. [Online]. Available: <https://doi.org/10.21111/jiep.v3i04.5279>
- [6] P. I. Sari dan S. Yanto, "Peningkatan Kompetensi Digital Marketing bagi Siswa SMK Negeri 9," *Jurnal Pengabdian Negeri*, vol. 2, no. 1, pp. 78-87, 2025. [Online]. Available: <https://journal.austrodemika.org/index.php/jpn/article/view/92/54>
- [7] T. Y. Setyawan, "Primary School Pre-service Teachers Competence Level of Computational Concepts in Programming Using Dr. Scratch," *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, vol. 7, no. 2, pp. 177-187, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.21831/jitp.v7i2.36185>
- [8] S. Suripto, "Pelatihan Literasi Keuangan Produk di Kelurahan Gunung Sulah," *DHARMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 6, pp. 14-22, 2020. [Online]. Available: <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/dlppm/article/view/4037>
- [9] S. Suripto, E. Maryani, P. I. Sari, dan S. Supriyanto, "Pelatihan Kompetensi Mengetik Cepat dengan Penerapan Typing Master di SMK Negeri 9 Bandar Lampung," *DHARMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 2, p. 1, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.31315/dlppm.v3i2.7231>
- [10] S. Yanto dan P. I. Sari, "Analysis of the Influence of ESG Score and Digital Financial Literacy on Company Financial Performance with Corporate Risk-Taking as a Mediating Variable," *Records Management System Journal*, vol. 3, no. 2, pp. 1-10, 2025. [Online]. Available: <https://journal.austrodemika.org/index.php/jpn/article/view/92/54>