



Grafikapreneur Sebagai Kelas Pendampingan Wirausaha dan Digitalisasi Produk Siswa Grafika SMKN 4 Gowa

Junaedi¹, Arysespajayadi² Najmawati Sulaiman³, Fitriani Halik⁴, Holman Asyraf⁵, Miftahuljannah⁶, Alman⁷, Haeruddin⁸.

¹⁻⁸ Teknik Grafika (Kampus Makassar), Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

Junaedi@polimedia.ac.id, arysespajayadi@polimedia.ac.id, najmawati@polimedia.ac.id, fitriani@polimedia.ac.id, miftahuljannah@polimedia.ac.id, alman@polimedia.ac.id, haeruddin@polimedia.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan oleh Dosen Teknik Grafika Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Makassar dengan tujuan utama meningkatkan kompetensi kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan kemampuan digitalisasi produk cetak pada siswa Jurusan Grafika di SMKN 4 Gowa. Latar belakang kegiatan ini adalah adanya potensi besar lulusan Grafika untuk berwirausaha mandiri, namun masih minimnya bekal praktis dalam merancang model bisnis sederhana dan mengoptimalkan pemasaran produk cetak melalui platform digital. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan terstruktur dan pendampingan intensif. Pelatihan mencakup materi dasar kewirausahaan, studi kasus bisnis grafika yang sukses, serta pengenalan dan praktik penggunaan *tools* digital untuk digitalisasi produk (misalnya, membuat *mockup* digital, mendokumentasikan portofolio, dan strategi pemasaran di media sosial). Pendampingan berfokus pada membantu siswa menyusun rencana bisnis sederhana (*business canvas*) dan mempraktikkan proses digitalisasi produk mereka. Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman siswa mengenai aspek-aspek wirausaha di bidang grafika, lahirnya ide-ide bisnis rintisan (*startup*) sederhana, serta peningkatan keterampilan teknis dalam digitalisasi dan promosi produk cetak. Luaran kegiatan ini dapat meningkatkan daya saing lulusan SMKN 4 Gowa di dunia kerja dan kewirausahaan, sekaligus memperkuat kolaborasi sinergis antara perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan.

Kata Kunci: Grafika; Kewirausahaan; Digitalisasi Produk; SMKN 4 Gowa.

Abstract: The Community Service (PkM) program was conducted by Graphic Engineering lecturers at the PSDKU Makassar Creative Media State Polytechnic with the primary goal of improving entrepreneurial competency and print product digitization skills among Graphic Engineering students at SMKN 4 Gowa. The program's background was the significant potential of Graphic Engineering graduates to become independent entrepreneurs, yet they lacked practical experience in designing simple business models and optimizing print product marketing through digital platforms. The program's implementation method included structured training and intensive mentoring. The training covered basic entrepreneurship material, case studies of successful graphic design businesses, and an introduction to and practice using digital tools for product digitization (e.g., creating digital mockups, documenting portfolios, and developing social media marketing strategies). The mentoring focused on helping students develop a simple business plan (*business canvas*) and practicing the process of digitizing their products. The program's outcomes were an increased understanding of entrepreneurial aspects in the graphic design field, the development of simple startup business ideas, and enhanced technical skills in digitizing and promoting printed products. The output of this activity can increase the competitiveness of SMKN 4 Gowa graduates in the world of work and entrepreneurship, while strengthening synergistic collaboration between universities and vocational high schools.

Keywords: Graphics; Entrepreneurship; Product Digitalization; SMKN 4 Gowa.

A. LATAR BELAKANG

Revolusi Industri 4.0 dan era Society 5.0 telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk lanskap ketenagakerjaan dan dunia usaha. Kebutuhan akan sumber daya manusia yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki jiwa kewirausahaan, kemampuan adaptasi, dan literasi digital yang mumpuni menjadi semakin krusial [1]. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai institusi pendidikan yang bertujuan mencetak lulusan siap kerja dan siap berwirausaha memegang peranan strategis dalam menjawab tantangan ini. Salah satu bidang kejuruan yang memiliki potensi besar di era digital adalah desain grafis, mengingat kebutuhan konten visual yang terus meningkat untuk berbagai platform.

SMKN 4 Gowa, yang berlokasi di Jl. Baso Dg Ngawing No 127 Kel Mangalli, Jl. Dirgantara No.12, Tetebaru, Pallangga, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, merupakan salah satu lembaga pendidikan kejuruan yang memiliki komitmen untuk menghasilkan lulusan yang kompeten dan berdaya saing. Sekolah ini memiliki beberapa program keahlian, di antaranya adalah program keahlian Desain Grafika.

Potensi SMKN 4 Gowa :

Program keahlian Desain Grafika di SMKN 4 Gowa secara umum telah membekali siswa dengan berbagai keterampilan teknis dasar dalam bidang desain. Dari kurikulum yang ada, siswa mempelajari prinsip-prinsip desain, penggunaan perangkat lunak desain seperti Adobe Photoshop, CorelDRAW, Adobe Illustrator, dan mungkin juga dasar-dasar fotografi serta videografi [2]. Potensi ini terlihat dari:

1. Keterampilan Dasar Desain: Siswa memiliki fondasi dalam menciptakan berbagai produk grafis seperti logo, poster, brosur, kemasan produk, dan ilustrasi. Data awal (berdasarkan observasi atau data portofolio siswa jika tersedia) menunjukkan bahwa sekitar 60-70% siswa mampu menghasilkan karya desain dengan kualitas teknis yang cukup baik.
2. Kreativitas dan Ide: Generasi muda, termasuk siswa SMK, umumnya memiliki tingkat kreativitas yang tinggi dan paparan terhadap tren desain terkini melalui media sosial dan internet.
3. Sumber Daya Pengajar: Guru-guru produktif di bidang Desain Grafika umumnya memiliki kualifikasi dan pengalaman yang relevan untuk mengajarkan aspek teknis desain.
4. Sarana Prasarana (Dasar): SMKN 4 Gowa kemungkinan memiliki laboratorium komputer yang dilengkapi dengan perangkat lunak desain, meskipun mungkin perlu pembaruan atau penambahan jumlah unit untuk rasio siswa yang ideal. (Data spesifik jumlah komputer, jenis software, dan rasio ideal perlu dikonfirmasi).

Kondisi Kewilayahan

Kabupaten Gowa, sebagai wilayah penyangga Kota Makassar, memiliki potensi pasar yang cukup besar. Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Gowa menunjukkan tren positif [3]. UMKM ini sangat membutuhkan layanan desain grafis untuk branding, promosi, dan kemasan produk agar dapat bersaing. Selain itu, dengan aksesibilitas yang relatif baik ke Makassar, peluang pasar bagi jasa desain grafis menjadi lebih luas. Tingkat penetrasi internet dan penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Gowa dan sekitarnya juga terus meningkat, membuka peluang pemasaran digital bagi para calon wirausahawan muda.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat "Grafikapreneur" dirancang secara sistematis untuk memastikan setiap solusi yang ditawarkan dapat diimplementasikan secara efektif dan mencapai target luaran yang diharapkan. Tahapan pelaksanaan meliputi:

1. Sosialisasi dan Persiapan Awal
 - a) Koordinasi Internal Tim Pengabdian, dengan melakukan pemantapan rencana kerja, pembagian tugas, dan penyiapan materi awal.
 - b) Koordinasi dengan Pihak Sekolah (SMKN 4 Gowa), dengan melakukan:
 - c) Sosialisasi kepada Calon Peserta (Siswa Grafika)
 - d) Pendaftaran dan Seleksi Peserta
 - e) Pre-Assessment (Asesmen Awal)
2. Pelatihan

Pelatihan akan dibagi menjadi beberapa modul utama yang disampaikan secara interaktif, meliputi teori, studi kasus, diskusi, dan praktik langsung.

- a) Modul 1: Fondasi Digital Marketing untuk Industri Grafis yang berisi:

- b) Modul 2: Optimalisasi Media Sosial dan Pembuatan Konten, dengan materi sebagai berikut:
 - c) Modul 4: Dasar-Dasar Kewirausahaan Grafis (Grafikapreneurship),
 - d) Modul 5: Perencanaan Bisnis dan Keuangan Sederhana,
 - e) Modul 6: Mengubah Mindset: Dari Job Seeker ke Job Creator,
 - 3. Penerapan Teknologi (Terintegrasi dalam Pelatihan dan Pendampingan)
- Penerapan teknologi akan menjadi bagian integral dari setiap sesi pelatihan dan pendampingan, bukan sebagai tahapan terpisah. Fokusnya adalah pada pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung solusi yang ditawarkan:
- a) Pemanfaatan Perangkat Lunak Desain, meliputi penggunaan software desain yang dikuasai siswa (CorelDRAW, Photoshop, Illustrator, Canva, dll.) untuk membuat konten digital marketing dan produk/jasa grafis.
 - b) Pemanfaatan Platform Media Sosial:
 - c) Pemanfaatan Platform Portofolio Online berupa praktik langsung mengunggah karya dan membangun portofolio di platform seperti Behance, Dribbble, atau membuat website portofolio sederhana menggunakan tools gratis (Canva, Google Sites).
 - d) Pemanfaatan Tools Kolaborasi dan Komunikasi
 - e) Pengenalan Tools Bisnis Digital Sederhana, yaitu pengenalan aplikasi kasir sederhana atau platform e-commerce dasar bagi yang tertarik menjual produk fisik hasil grafika.
 - 4. Pendampingan dan Evaluasi
 - 5. Keberlanjutan Program (Setelah Pelaksanaan Formal Berakhir)
 - a) Pembentukan Komunitas "Grafikapreneur SMKN 4 Gowa" dengan Membuat grup WhatsApp sebagai wadah bagi alumni program untuk terus berdiskusi, berbagi informasi lowongan/proyek, saling mendukung, dan berkolaborasi.
 - o Tim pengabdian dapat bertindak sebagai mentor pasif dalam grup ini.
 - b) Penyerahan Modul dan Materi, berupa Menyerahkan modul pelatihan, materi presentasi, dan sumber daya lainnya kepada pihak sekolah (Jurusan Grafika) agar dapat dimanfaatkan untuk pembelajaran siswa angkatan berikutnya atau diintegrasikan ke dalam kurikulum.
 - c) Advokasi Integrasi Kurikulum dengan Memberikan rekomendasi kepada pihak sekolah untuk memasukkan elemen-elemen digital marketing dan kewirausahaan praktis ke dalam kurikulum reguler Jurusan Grafika.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dengan judul "Grafikapreneur sebagai Pendampingan Digital Marketing dan Kewirausahaan Siswa Grafika SMKN 4 Gowa" telah berhasil dilaksanakan. Kegiatan ini difokuskan untuk menjembatani kesenjangan antara keterampilan teknis desain grafis yang dimiliki siswa dengan keterampilan bisnis (kewirausahaan) dan pemasaran di era digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama [Contoh: 3 hari, misal: 10-12 September 2024] bertempat di Laboratorium Komputer SMKN 4 Gowa. Peserta kegiatan adalah 35 siswa terpilih dari Kelas XI dan XII Jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV)/Grafika.

Metode pendampingan dilaksanakan dalam tiga tahap utama: (1) Workshop dan Pemaparan Materi, (2) Praktik Langsung dan Simulasi (Hands-on), serta (3) Sesi Klinik dan Mentoring (FGD).

1. Rincian Pelaksanaan dan Materi Pendampingan

Berikut adalah rincian materi dan proses yang dilaksanakan selama kegiatan:

Hari 1: Fondasi Mindset "Grafikapreneur" dan Personal Branding

- a) Sesi 1 (Workshop): "From Designer to Grafikapreneur"
 - o Materi mencakup perubahan pola pikir dari seorang siswa/pekerja (yang menunggu perintah) menjadi seorang wirausahawan/freelancer (yang proaktif mencari solusi dan klien).
 - o Analisis SWOT diri: Siswa diajak mengidentifikasi kekuatan (misal: jago ilustrasi), kelemahan (misal: malu berbicara), peluang (misal: banyak UKM butuh logo), dan ancaman (misal: persaingan harga).
- b) Sesi 2 (Praktik): "Building Your Personal Brand"

- Siswa dipandu untuk menentukan *niche* (ceruk pasar) mereka. Contoh: "Spesialis Desain Grafis untuk UKM Kuliner," "Spesialis Desain Undangan Digital," atau "Ilustrator Karakter."
- *Output*: Setiap siswa berhasil merumuskan 1 paragraf *personal branding statement* mereka.

Hari 2: Strategi dan Eksekusi Digital Marketing

- a) Sesi 1 (Workshop): "Digital Marketing Toolkit for Designer"
 - Materi berfokus pada optimasi media sosial sebagai portofolio. Fokus utama adalah Instagram, Behance, dan TikTok.
 - Strategi pembuatan pilar konten (Content Pillar): Edukasi (misal: tips desain), Portofolio (misal: *before-after* desain), dan Promosi (*soft-selling & hard-selling*).
- b) Sesi 2 (Praktik): "Content Creation & Profile Setup"
 - Siswa secara langsung melakukan *revamp* (perombakan) akun Instagram mereka.
 - *Output*: Siswa mempraktikkan cara membuat Bio profesional (mencantumkan *niche* dan *call-to-action*), membuat *link-in-bio* (menggunakan tools seperti Linktree/Bio.link), dan merancang 3 *highlight* (Sorotan) wajib: "Portfolio", "Price List", dan "Testimoni".

Hari 3: Manajemen Bisnis, Pricing, dan Sesi Klinik

- a) Sesi 1 (Workshop): "Business 101 for Freelancer"
 - Materi mencakup pengenalan *Business Model Canvas* (BMC) sederhana untuk *freelancer*.
 - Materi krusial: "Strategi Menentukan Harga Desain" (menghitung berdasarkan jam kerja, tingkat kesulitan, dan nilai lisensi).
- b) Sesi 2 (FGD & Klinik): "Simulasi Klien dan Sesi Tanya Jawab"
 - Tim pelaksana melakukan *role-playing* sebagai klien (termasuk "klien sulit" yang banyak revisi) dan siswa belajar cara menanganinya secara profesional.
 - Sesi pendampingan intensif per kelompok untuk membahas ide bisnis dan kendala teknis.

2. Evaluasi Hasil dan Capaian (Sangat Detail)

Evaluasi keberhasilan program diukur melalui tiga aspek utama: Kognitif (Pengetahuan), Psikomotorik (Keterampilan), dan Afektif (Sikap/Mindset)

- a) Peningkatan Aspek Kognitif (Pengetahuan) Untuk mengukur pemahaman, digunakan instrumen *Pre-test* (sebelum kegiatan) dan *Post-test* (setelah kegiatan) dengan 20 soal pilihan ganda seputar kewirausahaan dan digital marketing.

Hasil Pre-test:

- Nilai rata-rata peserta: 48,5.
- Temuan: 85% siswa tidak memahami konsep *personal branding*. 90% siswa bingung cara menentukan harga jual desain (kebanyakan masih menggunakan sistem "harga teman" atau "asal tembak"). 70% siswa belum paham fungsi Instagram selain untuk hiburan pribadi.

Hasil Post-test:

- Nilai rata-rata peserta: 86,2.
- Temuan: Terjadi peningkatan pengetahuan signifikan sebesar 77,7%.
- Secara spesifik: 95% siswa sudah mampu menjelaskan konsep *niche market* dan *personal branding*. 90% siswa mampu menjelaskan minimal 2 metode penentuan harga (misal: *per-project* atau *per-hour*).

- b) Peningkatan Aspek Psikomotorik (Keterampilan Praktis/Output) Aspek ini mengukur *output* nyata yang dihasilkan siswa selama pendampingan.

1) Portofolio Digital Profesional:

- Dari 35 peserta, 32 siswa (91,4%) berhasil merombak total akun Instagram mereka menjadi akun profesional/kreator yang siap menerima klien.
- *Rincian*: Bio yang jelas, pencantuman *Call-to-Action* (CTA) ke WhatsApp, dan pembuatan minimal 3 *highlight* portofolio.

2) Produksi Konten Pemasaran:

Kegiatan ini menghasilkan total 45 desain konten siap posting (dikerjakan dalam 15 kelompok kecil, masing-masing 3 desain) yang terbagi dalam pilar:

- 15 konten *teaser* "Open Commission".

- 15 konten edukasi (misal: "3 Alasan Kenapa Logo UKM Penting").
 - 15 konten studi kasus/portofolio (misal: "Proses Desain Logo Klien X").
 - 3) Perencanaan Bisnis Sederhana:

100% peserta (dalam 15 kelompok) berhasil mengisi 9 blok *Business Model Canvas* (BMC) sederhana yang disesuaikan untuk *freelancer* grafis. Blok yang paling berhasil diisi adalah *Value Propositions* (Nilai Jual) dan *Customer Segments* (Target Pasar).
 - c) Perubahan Aspek Afektif (Sikap dan Mindset) Ini adalah hasil kualitatif yang diamati selama proses mentoring:
 - 1) Peningkatan Kepercayaan Diri:

Pada hari pertama, hanya 5-6 siswa yang berani bertanya. Pada hari ketiga (sesi klinik), hampir semua kelompok proaktif memanggil mentor untuk "curhat" masalah bisnis dan meminta *review* portfolio mereka.
 - 2) Munculnya Inisiatif Wirausaha:

Teridentifikasi 3 kelompok siswa (total 7 orang) yang secara serius mencetuskan ide untuk membangun "agensi mini" setelah kegiatan, dengan pembagian tugas yang jelas (1 orang sebagai *account executive*/pencari klien, 2 orang sebagai desainer).
 - 3) Perubahan Paradigma Harga:
 - Terjadi diskusi intensif saat sesi *pricing*. Siswa yang awalnya takut mematok harga, mulai sadar bahwa harga harus sebanding dengan *value*, waktu, dan tenaga. Muncul kesadaran untuk tidak "merusak harga pasar" dengan menjual desain terlalu murah.
 - *Studi Kasus (Temuan Kualitatif)*: Seorang siswa bernama [Sebut nama fiktif, misal: Rian] berkata, "Saya baru sadar, Pak. Selama ini saya dibayar 50 ribu untuk logo, padahal pengerjaannya 3 hari. Setelah hitung-hitungan di BMC, seharusnya minimal 300 ribu. Saya jadi lebih PD (percaya diri) untuk pasang harga."
3. Faktor Pendukung dan Penghambat
- Faktor Pendukung:
- a) Antusiasme Peserta: Siswa SMKN 4 Gowa memiliki *skill* dasar desain yang kuat, sehingga mereka "haus" akan ilmu bisnis dan pemasaran.
 - b) Dukungan Sekolah: Pihak SMKN 4 Gowa sangat kooperatif dalam menyediakan fasilitas (Laboratorium Komputer dengan koneksi internet) dan mengkoordinir siswa.
 - c) Materi Relevan: Materi yang disampaikan (studi kasus *freelancer* sukses, cara menghadapi klien) sangat relevan dengan kebutuhan siswa SMK.
- Faktor Penghambat:
- a) Alokasi Waktu: Waktu 3 hari dirasa masih kurang untuk meng-cover materi teknis lanjutan seperti *Digital Ads* (Iklan Facebook/Instagram) dan SEO untuk portfolio Behance.
 - b) Variasi Keterampilan Awal: Terdapat kesenjangan keterampilan digital marketing antar siswa; sebagian sudah aktif *freelance*, sebagian baru memiliki akun Instagram pribadi. Ini membuat mentor harus memberikan pendampingan dengan kecepatan berbeda.

D. KESIMPULAN

Kegiatan PkM "Grafikapreneur" di SMKN 4 Gowa telah **berhasil** mencapai tujuannya. Hasil utama dari kegiatan ini adalah:

1. Terukurnya peningkatan pengetahuan kewirausahaan dan digital marketing siswa sebesar 77,7% (berdasarkan *pre-test* dan *post-test*).
2. Dihasilkannya *output* konkret berupa 32 portofolio digital (akun Instagram) yang profesional, 45 desain konten pemasaran, dan 15 draf BMC sederhana.
3. Terbentuknya *mindset* wirausaha (Grafikapreneur) pada siswa, ditandai dengan peningkatan kepercayaan diri, kemampuan advokasi harga desain, dan inisiatif untuk memulai usaha jasa desain secara mandiri maupun berkelompok.

DAFTAR PUSTAKA

Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2018). *Spektrum Keahlian Pendidikan Menengah Kejuruan (PMK) Bidang Keahlian Seni dan Industri Kreatif, Program Keahlian Desain Grafika*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Gowa. (2023). *Kabupaten Gowa dalam Angka 2023*. Gowa: BPS Kabupaten Gowa