



**PELATIHAN BISNIS DIGITAL MELALUI GOOGLE VOE 3 UNTUK
MENINGKATKAN KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA SISWA SMKN 6
REJANG LEBONG**

Riswandha Imawan Lingga¹*, Anggia Syafitri¹, Yayuk Marliza¹, Dina Nellysa², Ryan Octavanie²

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Musi Rawas

²Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas

*Corresponding Author: riswandhaimawanlingga@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian ini dilaksanakan oleh Dosen Program Studi Bisnis Digital Universitas Musi Rawas yang melibatkan siswa dari SMKN 6 Rejang Lebong untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha, khususnya di kalangan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pemanfaatan Google Veo 3 sebagai media pembelajaran bisnis digital bagi siswa SMKN 6 Rejang Lebong. Google Veo 3 merupakan platform berbasis AI yang mampu menghasilkan video promosi secara otomatis hanya dengan instruksi teks. Metode kegiatan dilakukan melalui persiapan, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan siswa dalam membuat konten promosi digital, strategi pemasaran, dan inovasi bisnis.

Kata Kunci: Bisnis Digital, Artificial Intelligence, Google VOE 3.

ABSTRACT

This community service was carried out by Lecturers of the Digital Business Study Program at Musi Rawas University involving students from SMKN 6 Rejang Lebong to improve entrepreneurial skills, especially among Vocational High School (SMK) students. This community service program aims to provide training in the use of Google Veo 3 as a digital business learning medium for SMKN 6 Rejang Lebong students. Google Veo 3 is an AI-based platform capable of producing promotional videos automatically with only text instructions. The activity method is carried out through preparation, training, practice, mentoring, and evaluation. The results show a significant increase in student skills in creating digital promotional content, marketing strategies, and business innovation.

Keywords: Digital Business, Artificial Intelligence, Google VOE 3

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Model bisnis konvensional mulai bergeser ke arah digital yang lebih efisien, dinamis, dan berorientasi pasar global. Hal ini mendorong dunia pendidikan, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Perubahan paradigma bisnis di era digital semakin menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi dari generasi muda. Siswa SMK, sebagai calon wirausahawan, perlu memiliki keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital. Data





dari Kementerian Kominfo (2024) menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan platform digital rata-rata mengalami peningkatan omzet sebesar 70%, dengan demikian, pembekalan siswa SMK melalui pelatihan bisnis digital menjadi sangat relevan.

Dalam konteks kewirausahaan, digitalisasi telah membuka ruang yang lebih luas bagi generasi muda untuk mengembangkan kreativitas, membangun usaha, serta memperluas akses pasar. Platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi berbasis AI telah memberikan peluang bagi siapa saja, termasuk pelajar, untuk memulai bisnis dengan modal relatif kecil namun memiliki potensi jangkauan pasar yang sangat besar. Jika dahulu seorang wirausahawan pemula harus berhadapan dengan berbagai keterbatasan fisik, biaya, dan akses distribusi, maka kini hambatan tersebut dapat diminimalisir melalui pemanfaatan teknologi digital.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan yang menyiapkan peserta didik agar memiliki keterampilan siap kerja sekaligus kemampuan berwirausaha, dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Siswa SMK tidak hanya dipersiapkan untuk menjadi tenaga kerja teknis, tetapi juga diharapkan memiliki kompetensi kewirausahaan agar dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan bisnis digital menjadi salah satu kunci penting yang harus diberikan sejak dini.

SMKN 6 Rejang Lebong sebagai salah satu sekolah kejuruan di Provinsi Bengkulu memiliki peran strategis dalam mencetak lulusan yang kompeten, berdaya saing, dan berkarakter wirausaha. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi digital oleh siswa. Sebagian besar siswa lebih banyak menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan semata, seperti menonton video, bermain gim, atau berinteraksi di platform daring, tanpa memahami potensi besar media digital sebagai sarana bisnis dan promosi usaha. Hal ini menunjukkan perlunya upaya sistematis untuk membekali siswa dengan keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif.

Salah satu teknologi yang dapat digunakan dalam mendukung kegiatan kewirausahaan digital adalah Google Veo 3, sebuah platform kecerdasan buatan yang memungkinkan pengguna untuk menghasilkan konten video promosi dengan kualitas





tinggi, cepat, dan kreatif. Konten video saat ini menjadi salah satu bentuk promosi paling efektif di era digital, karena mampu menarik perhatian audiens lebih baik dibandingkan hanya menggunakan teks atau gambar.

Penggunaan Google Veo 3 memberikan sejumlah keunggulan, antara lain:

1. Efisiensi waktu – siswa dapat menghasilkan konten promosi tanpa harus memiliki keahlian teknis tinggi dalam desain atau videografi.
2. Kreativitas terasah – siswa dapat mengeksplorasi ide-ide promosi yang unik sesuai dengan produk atau jasa yang ingin dipasarkan.
3. Relevansi dengan pasar modern – mayoritas konsumen saat ini lebih tertarik pada promosi berbasis multimedia yang interaktif dan dinamis.
4. Aksesibilitas tinggi – platform dapat digunakan dengan perangkat yang relatif sederhana, sehingga mendukung penerapan di lingkungan sekolah.

Dengan memanfaatkan teknologi seperti Google Veo 3, siswa SMKN 6 Rejang Lebong diharapkan mampu mengubah cara pandang mereka terhadap bisnis digital, dari sekadar konsumen media digital menjadi produsen konten yang produktif dan bernilai ekonomi.

Kerangka Teori

Berdasarkan kajian pustaka, kerangka teori yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:



Gambar 1. Kerangka Teori





METODE PELAKSANAAN

Pengabdian dilaksanakan di Kelurahan Duku Ulu Kecamatan Curup Timur Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Kegiatan dilaksanakan dari tanggal 10 November sampai 15 November 2025. Lokasi kegiatan berada di SMKN 6 Rejang Lebong. Hal pertama yang dilakukan kelompok dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis adalah berkoordinasi dengan Kepala sekolah di SMKN 6 Rejang Lebong, kemudian melakukan identifikasi siswa yang akan dijadikan target pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, dimana siswa dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar siswa tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi juga berperan sebagai subjek yang aktif dalam proses pembelajaran dan praktik kewirausahaan digital.

1. Tahap Pelatihan

Pada tahap ini, peserta diberikan materi mengenai:

- a. Konsep dasar kewirausahaan digital.
- b. Pemanfaatan teknologi terkini, khususnya Google Veo 3, sebagai media untuk membuat konten promosi produk.
- c. Strategi pemasaran digital melalui media sosial.

Pelatihan dilakukan menggunakan metode ceramah, diskusi interaktif, dan simulasi sederhana sehingga siswa lebih mudah memahami materi.

2. Tahap Praktik Pembuatan Konten

Setelah memperoleh pemahaman teoritis, siswa langsung diarahkan untuk mempraktikkan pembuatan konten digital dengan langkah-langkah:

- a. Membuat akun dan mengakses Google Veo 3.
- b. Merancang ide konten promosi produk yang relevan dengan dunia usaha kecil atau produk lokal.
- c. Menghasilkan konten video/visual promosi menggunakan Google Veo 3 sesuai





keaktivitas masing-masing siswa.

Kegiatan praktik ini dilakukan secara berkelompok maupun individu agar siswa terbiasa dengan kerja tim sekaligus mengembangkan kreativitas personal.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peningkatan pengetahuan dan keterampilan siswa. Evaluasi dilakukan melalui:

- Pre-test dan post-test** untuk mengukur peningkatan pemahaman materi.
- Observasi** terhadap hasil karya konten yang dibuat siswa, meliputi aspek kreativitas, kualitas visual, dan relevansi dengan strategi pemasaran.
- Angket** untuk memperoleh umpan balik mengenai pelatihan, meliputi aspek penyampaian materi, manfaat kegiatan, dan kendala yang dihadapi siswa.
- Dokumentasi** berupa foto, video, dan laporan tertulis untuk merekam jalannya kegiatan.

Tahap	Kegiatan	Waktu
Pelatihan	Pengenalan Google Veo 3 dan bisnis digital	Pertemuan ke-1
Praktik	Pembuatan video promosi dengan Veo 3	Pertemuan ke-2
Evaluasi	Tes akhir dan presentasi hasil	Pertemuan ke-3

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Profil Peserta Kegiatan

Pelatihan ini diikuti oleh **35 siswa** dari jurusan Teknik Audio Video (TAV) SMKN 6 Rejang Lebong. Dari jumlah tersebut: 1) 20 siswa berasal dari kelas XI, dan 2) 15 siswa berasal dari kelas XII.





Mayoritas peserta memiliki pemahaman awal mengenai media sosial sebagai sarana hiburan, tetapi belum banyak yang memahami fungsinya sebagai media pemasaran digital. Hal ini menunjukkan perlunya pendampingan khusus dalam pengembangan keterampilan wirausaha berbasis digital.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan sebanyak tiga pertemuan, dengan rincian:

- Pertemuan Pertama: penyampaian materi pengantar kewirausahaan digital dan pengenalan Google Veo 3.
- Pertemuan Kedua: praktik pembuatan akun, simulasi pembuatan konten promosi, serta integrasi ke media sosial.
- Pertemuan Ketiga: presentasi hasil karya siswa, evaluasi, dan diskusi tindak lanjut.

Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama pada saat praktik langsung. Beberapa kelompok siswa bahkan berhasil menghasilkan konten promosi sederhana yang kreatif, seperti iklan produk makanan ringan buatan mereka sendiri.





Gambar 1. Kegiatan Pengabdian di SMKN 6 Rejang Lebong
(Sumber: Dokumentasi Lapangan 2025)

3. Hasil yang Dicapai

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, hasil kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. **Peningkatan Pengetahuan**

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa:

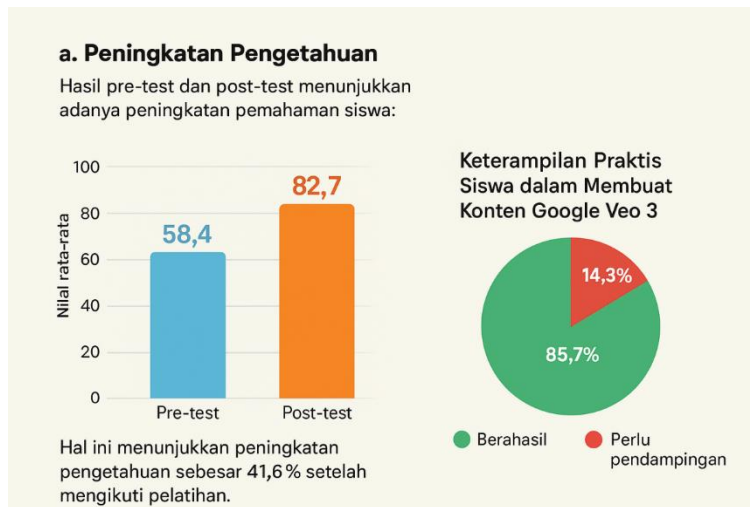
1. Nilai rata-rata pre-test: **58,4**
2. Nilai rata-rata post-test: **82,7**

Hal ini menunjukkan peningkatan pengetahuan sebesar **41,6%** setelah mengikuti pelatihan.

4. **Peningkatan Keterampilan Praktis**

Dari 35 peserta, 30 siswa (85,7%) berhasil membuat konten promosi produk menggunakan Google Veo 3 dengan baik. Sementara itu, 5 siswa (14,3%) masih memerlukan pendampingan lanjutan, terutama dalam hal desain visual dan strategi pemasaran.





5. Hasil Karya Siswa

Siswa menghasilkan berbagai bentuk konten digital, antara lain:

1. Video promosi produk makanan dan minuman lokal,
2. Poster digital untuk produk fashion sederhana,
3. Simulasi iklan layanan melalui media sosial.

Hasil karya ini menjadi portofolio awal yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh siswa.





Pembahasan

Hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa penggunaan Google Veo 3 sebagai media pelatihan sangat relevan untuk meningkatkan keterampilan wirausaha siswa. Beberapa hal yang dapat dibahas lebih lanjut adalah:

1. Relevansi dengan Kebutuhan Siswa: Pelatihan ini sesuai dengan kebutuhan generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi digital. Dengan pembekalan keterampilan digital marketing, siswa lebih percaya diri untuk mulai berwirausaha.
2. Efektivitas Metode Partisipatif: Metode pelatihan berbasis praktik langsung (hands-on training) terbukti efektif meningkatkan keterampilan. Siswa lebih mudah memahami materi melalui pengalaman nyata dibandingkan hanya teori.
3. Kendala yang Dihadapi:
 - a. Beberapa siswa masih kesulitan dalam mengoperasikan fitur-fitur tertentu dari Google Veo 3.
 - b. Keterbatasan jaringan internet di sekolah membuat proses praktik sedikit terhambat.
 - c. Perlu waktu lebih panjang agar siswa dapat menghasilkan konten promosi yang lebih profesional.
4. Manfaat bagi Sekolah: Kegiatan ini memberi dampak positif, yaitu membuka peluang bagi sekolah untuk menjadikan hasil pelatihan sebagai program unggulan jurusan BDP. Selain itu, guru pendamping juga mendapatkan pengetahuan baru untuk diterapkan dalam proses pembelajaran.

Dampak Jangka Panjang

Kegiatan ini berpotensi memberikan manfaat jangka panjang, antara lain:

- a. Siswa memiliki keterampilan praktis yang dapat digunakan untuk membuka usaha mandiri.
- b. Terbentuknya kebiasaan berinovasi dalam menciptakan konten digital.
- c. Meningkatkan daya saing lulusan SMK agar lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja maupun usaha mandiri.





KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Bisnis Digital melalui Google Veo 3 di SMKN 6 Rejang Lebong berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang signifikan. Dari kegiatan ini dapat ditarik beberapa kesimpulan utama, Terdapat peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep kewirausahaan digital dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Nilai rata-rata pre-test yang awalnya 58,4 meningkat menjadi 82,7 pada post-test, yang berarti terjadi peningkatan sebesar 41,6%. Sebanyak 85,7% peserta berhasil membuat konten promosi menggunakan Google Veo 3 dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung (hands-on training) efektif dalam meningkatkan keterampilan siswa.

Manfaat bagi Peserta dan Sekolah Adalah Siswa memiliki keterampilan baru dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha, sementara sekolah memperoleh tambahan strategi pembelajaran inovatif yang dapat diterapkan pada mata pelajaran kewirausahaan dan pemasaran. Potensi Jangka Panjang Adalah Pelatihan ini mampu menumbuhkan kepercayaan diri, kreativitas, dan motivasi siswa untuk berwirausaha, serta membuka peluang pengembangan usaha mandiri di masa depan.

SARAN

Agar hasil kegiatan ini dapat lebih optimal dan berkelanjutan, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain, Bagi Siswa terus mengasah keterampilan digital marketing dengan memperbanyak praktik dan eksplorasi mandiri, membangun portofolio digital yang berisi karya-karya promosi sebagai bekal di dunia kerja maupun usaha mandiri dan membentuk komunitas wirausaha muda di sekolah untuk saling berbagi pengalaman dan motivasi.

Bagi Guru dan Pihak Sekolah menjadikan pelatihan semacam ini sebagai program rutin tahunan agar keterampilan siswa terus terasah, mengintegrasikan materi bisnis digital ke dalam kurikulum kewirausahaan, khususnya dengan memanfaatkan teknologi terkini dan menyediakan fasilitas pendukung seperti jaringan internet yang stabil, perangkat komputer/laptop, dan software yang relevan.

Bagi Peneliti atau Tim Pengabdian Selanjutnya yaitu melakukan pendampingan





lanjutan dengan fokus pada strategi pemasaran digital lanjutan seperti SEO, iklan berbayar, dan analitik pemasaran, mengembangkan kolaborasi dengan dunia usaha/industri agar siswa dapat langsung mengaplikasikan keterampilan dalam dunia nyata dan menyusun modul pelatihan berbasis praktik yang lebih sistematis agar dapat direplikasi di sekolah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2019. *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Aprilianti, D., & Wibowo, H. 2021. Pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran digital UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 85–97.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kolb, D. A. 1984. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Nugroho, A., & Santosa, H. 2022. Peran pendidikan vokasi dalam meningkatkan keterampilan wirausaha digital siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(1), 45–58.
- Philip, K., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Rahayu, T., & Prasetyo, A. 2020. Inovasi digital dalam meningkatkan daya saing wirausaha muda. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 5(3), 112–124.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. 2020. Peran teknologi informasi terhadap pengembangan usaha kecil menengah di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 99–110.
- Wibisono, D., & Putra, R. 2023. Artificial Intelligence dalam pemasaran digital: Peluang dan tantangan. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*, 9(1), 21–34.
- Yuliana, R. 2021. Pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk lokal. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(2), 67–75.

