



PEMBERDAYAAN SISWA MELALUI MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK UMKM LOKAL SEBAGAI WUJUD BELA NEGARA DI SMKS KATOLIK KEFAMENANU KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA

No	Penulis	Email
1	Adriana Kolo	adrianakollo623@gmail.com
2	Emanuel Tati Taena	emantaena16@gmail.com
3	Margareta Diana Pangastuti	pangastutidiana7@gmail.com
4	Bernadus Ghawa Rado	bernadrado@unimor.ac.id
5	Yuliati Sengkoen	sengkoenyuliati24@gmail.com

^{1,2,3} Universitas Timor

 adrianakollo623@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan peserta didik merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kompetensi, karakter, dan rasa cinta tanah air. Salah satu bentuk pemberdayaan tersebut dapat dilakukan melalui keterlibatan siswa dalam kegiatan manajemen pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses pemberdayaan siswa melalui manajemen pemasaran produk UMKM lokal sebagai implementasi nilai-nilai bela negara di SMKS Katolik Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap kepala sekolah, guru kewirausahaan, pelaku UMKM, serta siswa. Analisis data menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam proses pemasaran produk UMKM mampu meningkatkan kemampuan komunikasi, pemasaran digital, kreativitas, kepemimpinan, kerja sama, serta tanggung jawab. Selain itu, kegiatan tersebut menumbuhkan kesadaran bela negara melalui upaya mencintai produk lokal, memperkuat perekonomian masyarakat, serta meningkatkan kepedulian terhadap potensi daerah. Program ini menjadi salah satu bentuk pembelajaran kontekstual yang mampu mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan dengan pendidikan karakter dan bela negara.

Kata Kunci: Pemberdayaan Siswa, Manajemen Pemasaran, UMKM Lokal, Bela Negara, Pendidikan Kewirausahaan.



©2026. Diterbitkan oleh Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat (JUPEMAS). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi BY-NC <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

1. Pendahuluan

Pendidikan memiliki peranan penting dalam membentuk generasi muda yang tidak hanya unggul dalam bidang akademik, tetapi juga memiliki karakter, keterampilan, dan rasa tanggung jawab terhadap bangsa dan negara. Salah satu tantangan pendidikan saat ini adalah bagaimana menghasilkan lulusan yang mampu bersaing di dunia kerja sekaligus memiliki kepedulian terhadap pembangunan ekonomi daerah. Oleh karena itu, sekolah kejuruan dituntut untuk menyelenggarakan pembelajaran yang tidak hanya berorientasi pada teori, tetapi juga memberikan pengalaman nyata kepada peserta didik melalui berbagai kegiatan yang bersifat aplikatif.

Pemberdayaan siswa merupakan proses memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan kemampuan, potensi, kreativitas, dan kemandirian melalui berbagai aktivitas pembelajaran. Dalam konteks sekolah menengah kejuruan, pemberdayaan dapat dilakukan melalui keterlibatan langsung siswa dalam kegiatan kewirausahaan, khususnya dalam manajemen pemasaran produk UMKM lokal. Kegiatan tersebut menjadi media pembelajaran yang mampu meningkatkan kompetensi vokasional sekaligus menanamkan karakter kerja keras, tanggung jawab, disiplin, dan jiwa kepemimpinan (Prasetyo, 2022).

Kabupaten Timor Tengah Utara memiliki berbagai produk unggulan UMKM seperti tenun ikat, makanan olahan lokal, kopi, madu, kerajinan tangan, serta berbagai produk berbasis potensi daerah. Namun demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran, terutama pemanfaatan media digital dan strategi promosi yang efektif. Kondisi ini membuka peluang bagi sekolah untuk menjalin kemitraan dengan pelaku UMKM melalui keterlibatan siswa dalam kegiatan pemasaran produk.

Kegiatan pemasaran produk UMKM oleh siswa bukan sekadar praktik kewirausahaan, tetapi juga merupakan implementasi nilai-nilai bela negara. Bela negara tidak hanya diwujudkan melalui aspek pertahanan dan keamanan, melainkan juga melalui kontribusi nyata dalam memperkuat perekonomian nasional, mencintai produk dalam negeri, menjaga identitas budaya lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan membantu memasarkan produk UMKM lokal, siswa telah berpartisipasi dalam memperkuat ekonomi masyarakat sebagai bagian dari ketahanan nasional (Suryana, 2022).

SMKS Katolik Kefamenanu sebagai salah satu sekolah kejuruan di Kabupaten Timor Tengah Utara memiliki potensi besar dalam mengembangkan program pemberdayaan siswa berbasis kewirausahaan. Melalui kolaborasi antara sekolah dan pelaku UMKM, siswa memperoleh pengalaman belajar secara langsung mengenai strategi pemasaran, pelayanan konsumen, promosi digital, pengemasan produk, hingga penyusunan laporan penjualan. Pengalaman tersebut diharapkan mampu meningkatkan kompetensi profesional sekaligus membentuk karakter bela negara.

Penelitian mengenai pemberdayaan siswa melalui manajemen pemasaran produk UMKM lokal masih relatif terbatas, khususnya yang mengaitkan kegiatan kewirausahaan dengan implementasi nilai-nilai bela negara. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan gambaran mengenai bentuk pemberdayaan siswa yang efektif dalam mendukung penguatan karakter sekaligus peningkatan kompetensi kewirausahaan di sekolah menengah kejuruan.

2. Metode

Dalam melaksanakan pengabdian pada masyarakat metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian dilaksanakan di SMKS Katolik Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara,

Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut memiliki potensi dalam pengembangan pendidikan vokasi yang terintegrasi dengan kegiatan kewirausahaan dan kerja sama dengan pelaku UMKM lokal. Fokus penelitian diarahkan pada proses pemberdayaan siswa melalui manajemen pemasaran produk UMKM lokal sebagai implementasi nilai-nilai bela negara. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap kepala sekolah, guru kewirausahaan, pelaku UMKM, serta siswa. Analisis data menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan (Sugiyono, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemberdayaan siswa melalui manajemen pemasaran produk UMKM lokal di SMKS Katolik Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara sebagai salah satu bentuk implementasi nilai-nilai bela negara. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan kepala sekolah, guru produktif, guru kewirausahaan, pelaku UMKM mitra, dan siswa, serta dokumentasi kegiatan sekolah. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, ditemukan empat tema utama, yaitu: (1) perencanaan pemberdayaan siswa, (2) implementasi manajemen pemasaran produk UMKM lokal, (3) dampak pemberdayaan terhadap kompetensi siswa, dan (4) implementasi nilai-nilai bela negara melalui kegiatan pemasaran produk lokal

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemberdayaan siswa melalui manajemen pemasaran produk UMKM lokal di SMKS Katolik Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara sebagai salah satu bentuk implementasi nilai-nilai bela negara. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan kepala sekolah, guru produktif, guru kewirausahaan, pelaku UMKM mitra, dan siswa, serta dokumentasi kegiatan sekolah.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, ditemukan empat tema utama, yaitu: (1) perencanaan pemberdayaan siswa, (2) implementasi manajemen pemasaran produk UMKM lokal, (3) dampak pemberdayaan terhadap kompetensi siswa, dan (4) implementasi nilai-nilai bela negara melalui kegiatan pemasaran produk lokal.

Perencanaan Program Pemberdayaan Siswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan siswa diawali dengan penyusunan program sekolah yang mengintegrasikan pembelajaran kewirausahaan dengan potensi ekonomi lokal Kabupaten Timor Tengah Utara. Sekolah bekerja sama dengan beberapa pelaku UMKM sebagai mitra pembelajaran sehingga siswa memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola produk lokal. Guru menyusun perangkat pembelajaran berbasis proyek

(Project-Based Learning) yang memungkinkan siswa mempelajari seluruh proses pemasaran, mulai dari mengenali kebutuhan pasar, menentukan target konsumen, membuat strategi promosi, hingga melakukan evaluasi hasil penjualan. Produk yang dipasarkan antara lain makanan olahan khas daerah, kerajinan tangan, tenun ikat, produk pertanian, dan hasil olahan peternakan. Perencanaan tersebut menunjukkan bahwa sekolah tidak hanya berorientasi pada pencapaian kompetensi akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter kewirausahaan, kepemimpinan, tanggung jawab, dan kecintaan terhadap produk lokal.

Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Lokal

Pelaksanaan pemberdayaan dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan.

a. Analisis Produk.

Siswa bersama guru melakukan identifikasi terhadap keunggulan produk UMKM lokal yang memiliki nilai jual. Mereka mempelajari kualitas produk, kemasan, harga, serta kebutuhan pasar sehingga mampu memahami karakteristik konsumen.

b. Pengemasan Produk.

Siswa dilibatkan dalam memperbaiki tampilan produk melalui desain kemasan yang lebih menarik. Kemasan dibuat lebih modern dengan mencantumkan identitas produk, komposisi, tanggal produksi, serta informasi produsen.

c. Promosi Produk.

Promosi dilakukan secara langsung maupun digital. Media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran digital. Selain itu siswa mengikuti bazar sekolah, pameran kewirausahaan, dan kegiatan masyarakat sebagai media promosi produk.

d. Distribusi Produk.

Produk dipasarkan kepada warga sekolah, masyarakat sekitar, serta konsumen melalui sistem pemesanan daring maupun penjualan langsung. Kegiatan ini memberikan pengalaman nyata kepada siswa dalam menghadapi konsumen.

e. Evaluasi.

Guru bersama siswa mengevaluasi hasil penjualan, efektivitas promosi, serta hambatan yang dihadapi selama proses pemasaran. Evaluasi menjadi dasar penyempurnaan strategi pemasaran berikutnya.

Dampak Program terhadap Pemberdayaan Siswa

Hasil wawancara menunjukkan bahwa program memberikan dampak positif terhadap perkembangan kompetensi siswa.

Pertama, siswa mengalami peningkatan keterampilan komunikasi karena harus berinteraksi langsung dengan konsumen.

Kedua, kemampuan berpikir kreatif meningkat melalui pembuatan desain kemasan dan strategi promosi digital.

Ketiga, kemampuan bekerja sama berkembang karena seluruh proses pemasaran dilakukan secara berkelompok.

Keempat, siswa menjadi lebih percaya diri dalam menawarkan produk kepada masyarakat.

Kelima, muncul jiwa kewirausahaan yang ditunjukkan dengan keberanian mengambil peluang usaha dan menciptakan inovasi produk.

Selain itu, siswa memperoleh pengalaman nyata mengenai pengelolaan usaha sehingga lebih siap menghadapi dunia kerja maupun membuka usaha mandiri setelah lulus.

Implementasi Bela Negara Melalui Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran produk UMKM lokal menjadi media pendidikan bela negara yang bersifat kontekstual. Siswa memahami bahwa mencintai bangsa tidak hanya diwujudkan melalui kegiatan seremonial, tetapi juga melalui upaya mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, mempromosikan produk lokal, menjaga kualitas hasil produksi daerah, serta meningkatkan daya saing UMKM. Kegiatan tersebut menumbuhkan rasa bangga terhadap potensi daerah Kabupaten Timor Tengah Utara sehingga siswa memiliki kepedulian terhadap pembangunan ekonomi lokal.

Pemberdayaan Siswa Melalui Pembelajaran Berbasis Proyek

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan siswa berlangsung melalui pendekatan pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning). Model pembelajaran ini memberikan kesempatan kepada siswa untuk belajar berdasarkan pengalaman nyata sehingga kompetensi yang diperoleh tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga praktis. Keterlibatan siswa secara langsung dalam pemasaran produk UMKM membentuk kemampuan berpikir kritis, komunikasi, kolaborasi, kreativitas, dan pemecahan masalah. Temuan ini sejalan dengan konsep Kurikulum Merdeka yang menekankan pembelajaran kontekstual dan berpusat pada peserta didik. Pemberdayaan tersebut menunjukkan bahwa sekolah telah berhasil mengembangkan lingkungan belajar yang mampu menghubungkan dunia pendidikan dengan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri.

Manajemen Pemasaran Sebagai Sarana Penguatan Kompetensi Kewirausahaan

Pelaksanaan manajemen pemasaran yang meliputi perencanaan, pengemasan, promosi, distribusi, dan evaluasi memberikan pengalaman nyata kepada siswa mengenai proses bisnis. Siswa belajar melakukan segmentasi pasar, mengenali kebutuhan konsumen, menentukan strategi promosi, hingga membangun hubungan dengan pelanggan. Aktivitas tersebut meningkatkan kompetensi kewirausahaan yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan dunia kerja.

Temuan ini mendukung teori Kotler dan Keller, 2021 bahwa keberhasilan pemasaran sangat dipengaruhi oleh kemampuan memahami kebutuhan konsumen dan menciptakan nilai tambah bagi produk. Selain itu, pemanfaatan media digital memperluas jangkauan pemasaran sekaligus meningkatkan literasi digital siswa.

Peran Sekolah dalam Penguatan Ekonomi Lokal

Kemitraan antara sekolah dengan pelaku UMKM menjadi salah satu faktor utama keberhasilan program. Sekolah berperan sebagai fasilitator yang mempertemukan siswa dengan pelaku usaha sehingga terjadi transfer pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan.

Kolaborasi tersebut memberikan manfaat ganda. Bagi siswa, kegiatan menjadi laboratorium pembelajaran kewirausahaan. Bagi pelaku UMKM, pemasaran produk menjadi lebih luas melalui promosi yang dilakukan siswa. Sinergi tersebut menunjukkan bahwa sekolah mampu menjalankan fungsi pendidikan sekaligus fungsi pemberdayaan masyarakat.

Bela Negara Melalui Penguatan Produk Lokal

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah bahwa kegiatan pemasaran produk UMKM lokal merupakan implementasi nyata nilai bela negara. Bela negara dalam konteks pendidikan tidak hanya dimaknai sebagai kesiapan mempertahankan kedaulatan negara secara fisik, tetapi juga sebagai partisipasi aktif dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Dengan mempromosikan produk lokal, siswa ikut menjaga keberlangsungan UMKM, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi ketergantungan terhadap produk luar, serta memperkuat identitas budaya daerah. Melalui kegiatan tersebut tumbuh rasa bangga terhadap produk Indonesia, semangat gotong royong, tanggung jawab sosial, disiplin, serta kepedulian terhadap pembangunan daerah. Nilai-nilai tersebut merupakan bagian penting dari karakter bela negara yang perlu ditanamkan sejak di bangku sekolah.

4. Simpulan

Pemberdayaan siswa melalui manajemen pemasaran produk UMKM lokal di SMKS Katolik Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara merupakan strategi pembelajaran yang mampu mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan, penguatan karakter, dan implementasi nilai-nilai bela negara. Melalui keterlibatan langsung dalam proses pemasaran produk UMKM, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan teknis mengenai pemasaran, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpikir kreatif, komunikasi, kolaborasi, literasi digital, serta jiwa kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan abad ke-21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran yang diterapkan melalui kegiatan perencanaan produk, penentuan harga, promosi, distribusi, hingga pemanfaatan media digital memberikan pengalaman belajar yang kontekstual (*experiential learning*). Kegiatan tersebut meningkatkan rasa percaya diri siswa, kemampuan memecahkan masalah, serta kepedulian terhadap potensi ekonomi daerah.

Dari perspektif bela negara, keterlibatan siswa dalam mempromosikan produk UMKM lokal merupakan bentuk nyata kecintaan terhadap bangsa melalui upaya mendukung perekonomian masyarakat, melestarikan produk unggulan daerah, serta memperkuat kemandirian ekonomi lokal. Dengan demikian, konsep bela negara tidak hanya dipahami sebagai upaya mempertahankan

kedaulatan negara dalam aspek militer, tetapi juga diwujudkan melalui kontribusi aktif dalam pembangunan ekonomi, pemberdayaan masyarakat, dan penguatan produk dalam negeri.

Keberhasilan program dipengaruhi oleh sinergi antara pihak sekolah, guru, pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan masyarakat. Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan sarana pemasaran digital, pengalaman bisnis siswa yang masih minim, serta belum optimalnya jejaring pemasaran, program ini memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan sebagai model pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning) yang mendukung implementasi Kurikulum Merdeka.

Oleh karena itu, sekolah perlu terus memperkuat kemitraan dengan pelaku UMKM, meningkatkan kompetensi digital siswa, memperluas pemasaran melalui platform digital, serta menjadikan kegiatan pemasaran produk lokal sebagai program berkelanjutan yang mampu meningkatkan kompetensi lulusan sekaligus menumbuhkan semangat bela negara melalui penguatan ekonomi lokal.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik Indonesia 2024. BPS.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahun 2023. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). Kurikulum Merdeka. Kemendikbudristek.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). Panduan Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila. Kemendikbudristek.
- Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. (2023). Buku putih pertahanan Indonesia. Kementerian Pertahanan RI.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). Principles of marketing (18th Global ed.). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing management (16th Global ed.). Pearson.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (4th ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, P. E. (2022). Pengembangan UMKM berbasis potensi lokal menuju ekonomi berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(2), 120–135.
- Rangkuti, F. (2021). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2003). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Republik Indonesia. (2019). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional untuk Pertahanan Negara.
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). SAGE Publications.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suryana. (2022). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat, dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran strategik* (Edisi terbaru). Andi