

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Pengenalan dan Pelatihan Strategi Digital Marketing untuk Siswa/i SMKN 2 Jakarta Pusat

DOSEN ABDIMAS

NO	N A M A	KETERANGAN
1.	Dr. Ruwaida, S.Sos, M.Si	Ketua Tim
2.	Dr. Rahayu Endang Suryani, SE, MM	Sekretaris
3.	Dr. Nana Trisnawati, SE, MM	Anggota
4.	Prof. Dr. Ir. Yudi Yulius, MBA	Anggota
5.	Dr. Marhalinda, SE, MM	Anggota
6.	Ir. Rinaldi, MM	Anggota
7.	Ita Renita, SH, MH	Anggota

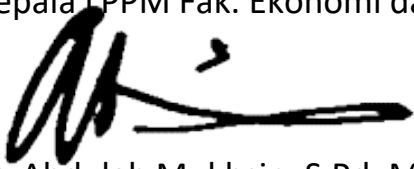
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I
2023

IKHTISAR KEGIATAN DAN HALAMAN PENGESAHAN

1.	Judul	Pengenal dan Pelatihan Strategi Digital Marketing untuk Siswa/i SMKN 2 Jakarta Pusat
2.	Bidang Pengabdian	SOSIO EKONOMI/LINTAS DISIPLIN
3.	Nama Kegiatan PKM	ABDIMAS
4.	Jenis Kegiatan	Luring (<i>Offline</i>)
5.	Tanggal Pelaksanaan	Rabu 26 Juli 2023
6.	Waktu Pelaksanaan	Pukul 12.30 – 16 : 00 WIB
7.	Lokasi Pelaksanaan	Jakarta
8.	Jumlah Peserta	29 Siswa SMKN 2 partisipan
9.	Ketua Pelaksana:	
	Nama Lengkap	Dr. Ruwaida, S.Sos, M.Si
	Jenis Kelamin	Perempuan
	Disiplin Ilmu	Manajemen
	NIDN	1023056902
	Pangkat/Golongan
	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
	Fakultas/Jurusan	Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
	Alamat Kantor	Jl. Diponegoro Kav. 75, Jakarta Psat
10.	Jumlah Tim	6 (enam) orang
	Sekretaris	Dr. Rahayu Endang, SE, MM
	Anggota	Dr. Nana Trisnawati, SE, MM
	Anggota	Prof. Dr. Ir. Yudi Yulius, MBA
	Anggota	Dr. Marhalinda, SE, MM
	Anggota	Ir. Rinaldi, MM
	Anggota	Ita Renita, SH, MH
11.	Lokasi Abdimas	SMKN 2 Gambir Jakarta Pusat.
12.	Meeting Room	Tatap muka / Off Line
13.	Jumlah Biaya	Rp. 6.100.000,-

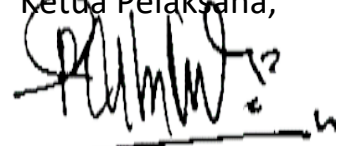
Mengetahui,

Kepala LPPM Fak. Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I



Dr. Abdulah Mukhsin, S.Pd. MM

Ketua Pelaksana,



Dr. Ruwaida, S.Sos, M.Si

Jakarta, 28 Juli 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I



Dr. Marhalinda, SE, MM

Dekan

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillahirrabbi'l'amin, kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul:

Pengenalan dan Pelatihan Strategi Digital Marketing untuk siswa/i SMKN 2 Jakarta Pusat

Kegiatan ini dapat terlaksana atas kerjasama dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu, kami menghaturkan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Marhalinda, SE, MM., Dekan Fakultas Teknik Sipil UPI Y.A.I yang memberikan izin pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.
2. Bapak Dr. Abdulah Mukhsin, S.Pd, MM, Ketua LPPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.
3. Bapak/ Ibu tim kelompok abdimas “Pengenalan Strategi Digital Marketing” yang telah bersedia menjadi narasumber,
4. Rekan-rekan Tim Abdimas UPI Y.A.I yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan ini dengan baik.

Kami berharap semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan kinerja SISWA SMKN 2 Jakarta – Pusat. Semoga Allah SWT memberkahi kegiatan ini dan senantiasa memberikan petunjuk dan rahmat-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Jakarta, Juli 23

Tim Abdimas UPI Y.A.I

RINGKASAN

Sejarah SMK Negeri 2 Jakarta bernama SMEA Negeri Pembina 1 yang didirikan pada bulan Juli 1951 dan mendapat status negeri pada tahun 1954 berdasarkan Surat Keputusan Depdikbud No.3707/BII/54 tertanggal 03 Juli 1954. Kemudian nama SMEA Negeri Pembina 1 berubah menjadi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 2 Jakarta berdasarkan SK Mendikbud No. 0032/O/1997 tertanggal, 07 Maret 1997 Kelompok Bisnis dan Manajemen.

Sebuah kelompok kemudian berubah menjadi Bidang Keahlian pada tahun 1999. Kompetensi keahlian yang terdapat di SMK Negeri 2 Jakarta dengan akreditasinya sebagai berikut:

1. Administrasi Perkantoran / Akreditasi : A
2. Akuntansi / Akreditasi : A
3. Multimedia / Akreditasi : A
4. Pemasaran / Akreditasi : A
5. Rekayasa Perangkat Lunak / Akreditasi : A

Adapun jumlah siswa SMKN Negeri 2 Jakarta pada tahun 2023 adalah sebanyak: 492 siswa dengan perincian jumlah siswa perempuan sebanyak 280 siswi, sedangkan jumlah siswa laki-laki sebanyak 212 siswa. Prestasi yang telah dicapai oleh SMKN 2 Jakarta adalah Juara I Lomba Film Penden Dinas Pariwisata Jakarta 2017, Juara 2 JUMBARA PMI 2017 dan juara Nilai KHS Desember 2017

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.Y berinisiatif untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan maksud untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan berkaitan dengan aspek manajemen, akuntansi, teknologi informasi dan komunikasi dengan membangun citra organisasi kepada lembaga atau organisasi pendidikan . Diharapkan melalui kegiatan ini dapat membantu dalam peningkatan kapasitas lembaga dan organisasi pengelola pendidikan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus ibu Kota Jakarta Nomor 88 Tahun 2017 tentang Standar Pelayanan Minimal Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Mandiri dan tujuan Pasal 2 (1) Penyusunan, penetapan, penerapan dan rencana pencapaian SPM ini dimaksudkan untuk memberikan acuan kepada SMKN Mandiri dalam menerapkan dan merencanakan pencapaian SPM sesuai dengan target yang telah ditetapkan. (2) Penyusunan SPM ini bertujuan untuk:

- a. meningkatkan kualitas pelayanan publik;
- b. memberikan kepastian kepada penerima layanan, dan
- c. memberikan perlindungan kepada pemberi layanan.

Jenis Pelayanan, indikator dan batas waktu pencapaian Pasal 3 (1) Jenis Pelayanan SMKN Mandiri, terdiri dari :

- a. Pelayanan Pendidikan;
- b. Pelayanan Kesiswaan;
- c. Pelayanan Ketatausahaan dan Keuangan; dan
- d. Pelayanan Unit Produksi Teaching Factory.

(2) Jenis Pelayanan SMKN Mandiri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku untuk bidang keahlian pariwisata, bidang keahlian teknologi industri, bidang keahlian bisnis manajemen dan bidang kemaritiman/kelautan.

VISI DAN MISI SMK NEGERI 2 JAKARTA

VISI

”Menjadi SMK Pusat Keunggulan yang menghasilkan Sumber Daya Manusia unggul serta memiliki daya saing tinggi di era global serta berwawasan lingkungan yang berlandaskan iman dan taqwa dalam rangka mewujudkan Profil Pelajar Pancasila”.

MISI

1. Meningkatkan kualitas iman dan takwa seluruh warga sekolah.
2. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang sesuai dengan tantangan global.
3. Bekerjasama dengan dunia usaha dan dunia industri dalam pembelajaran,

- pelatihan dan penyerapan lulusan serta memiliki sertifikat kompetensi.
4. Memberikan pelayanan prima melalui penyelenggaraan pendidikan berkualitas dan berwawasan lingkungan yang asri dan sehat.
 5. Memperkuat pendidikan karakter dalam rangka mewujudkan Profil Pelajar Pancasila.

Adapun tujuan dari Sekolah Menengah Kejuruan adalah mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas mempunyai imtaq, menguasai iptek unggul dalam bahasa asing yang mandiri dan profesionalisme berjiwa wirausaha dan dapat bersaing ditingkat Nasional maupun Internasional, sehingga semuanya ini harus dituangkan di dalam kurikulum. Kurikulum program keahlian pemasaran mengadopsi unit-unit kompetensi yang tercantum dalam Skema sertifikasi KKNI level II, yang dalam penyusunannya melibatkan dunia industri. Oleh sebab itu program keahlian pemasaran ini bertujuan untuk membekali siswa/i sikap dan moral etos kerja, pengetahuan, keterampilan dan teknologi dengan cakupan lingkup dasar-dasar bisnis online dan pemasaran digital.

Berdasarkan uraian di atas, kami Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I bermaksud melaksanakan pengabdian kepada masyarakat melalui pelaksanaan *workshop* yang akan memberikan pemahaman dan pengetahuan terhadap siswa dan siswi SMK Negeri 2 Jakarta tentang pengenalan dan pelatihan strategi digital marketing.

1.2. Tujuan Kegiatan

Kegiatan ini bertujuan untuk:

- a) Memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai komunikasi pemasaran digital
- b) Menginspirasi para siswa/i bagaimana untuk memasarkan produk secara online dengan konten-konten yang menarik
- c) Memberikan skill kepada siswa/i dalam mengkomunikasikan merek dan produk melalui media digital
- d) Mengoptimalkan strategi pemasaran digital yang sudah mereka lakukan

1.3. Manfaat Kegiatan

Kegiatan diharapkan memberikan manfaat bagi siswa agar dapat:

- a. Memahami dan mengetahui strategi pemasaran digital secara efektif dan efisien di erasekarang ini .
- b. Memahami dan mengetahui program-program pemasaran digital di era sekarang ini
- c. Memahami dan mengetahui dalam pembuatan konten-konten yang menarik dan teknik penggunaan layanan layar-layar promosi.

1.4. Target dan Luaran

Target dan luaran kegiatan ini adalah:

- a. Meningkatkan peran universitas dalam memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada siswa SMKN 2 Jakarta Pusat bagai mana membangun sumber daya manusia secara efektif dan efisien.
- b. Dokumen berupa materi presentasi Pelatihan digital marketing

BAB III METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Jadwal Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sesuai dengan sesuai dengan jadwal berikut:

Hari/Tanggal : Senin 26 Juli 2023

Waktu : Pukul 12.30– 16.00 WIB

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Mei	Juni	Penanggungjawab
1.	Persiapan	V		Tim Abdimas
2.	Koordinasi Peserta	V		Tim Abdimas
3.	Identifikasi masalah	V		Tim Abdimas
4.	Penyusunan materi	V	V	Tim Abdimas
5.	Pelaksanaan Abdimas		V	Tim Abdimas
6.	Laporan		V	Tim Abdimas

3.2. Bentuk Pelaksanaan

Kegiatan abdimas ini dilaksanakan secara luring dalam bentuk *workshop*.

3.3. Peserta

Peserta pengabdian masyarakat adalah lembaga atau Siswa SMKN 2 Jakarta Pusat .

3.4. Metode Pelaksanaan

Guna mencapai tujuan yang telah ditentukan, pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- mengidentifikasi masalah guna merumuskan materi yang akan diberikan dan narasumber materitersebut
- menentukan bentuk penyampaian dan pelaksanaan kegiatan.

3.5. Anggaran Biaya

Anggaran biaya pelaksanaan kegiatan abdimas ini sebagai berikut.

No	Uraian	Satuan	Biaya Satuan (Rp)	Kuantitas	Jumlah (Rp)
	Persiapan:				
1.	Konsumsi Pertemuan	Paket	50.000,-	5	250.000,-
2.	Pembuatan Desain Workshop	Paket	200.000,-	1	200.000,-
	Pelaksanaan:				
3.	Paket Workshop	Paket	65.000,-	5	450.000,-
4.	Makan Siang dan Snack	Paket	50.000,-	55	2.750.000,-
5.	Pembuatan Laporan Akhir	Paket	200.000,-	1	200.000,-
6.	Sertifikat	Lembar	15.000,-	150	2.250.000,-
	Total				6.100.000,-

BAB IV
PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1 Pelaksanaan Kegiatan Susunan Acara

No	Waktu	Mata Acara	Personil
1	12.30 – 12.40	Registrasi peserta	Host
2	12.40 – 12.50	Pembukaan	Dr. Ruwaida, S.Sos, M.Si
3	12.50 – 13.00	Opening Speech: Ketua LPPM UPI Y.A.I	Dr. Abdullah Muksin, MM
4	13.00 – 13.30	Sesi 1: Pengenalan tentang pemasaran digital	Dr. Ruwaida, S.Sos, M.Si
5	13.30 – 14.00	Sesi 2: Etika dalam berkomunikasi digital	Dr. Rahayu Endang Suryani, SE, MM
	14.00 – 15.00	Sesi 3: Pelatihan membuat blog untuk memasarkan produk	Ir. Rinaldi, MM Dr. Nana Trisnawati, SE, MM Ita Renita, SH, MH
6	15.00 – 15.45	Diskusi dan Tanya Jawab	Prof.Dr. Ir.Yudi Yulius, MBA Dr. Marhalinda, SE, MM
7	15.45 – 15.55	Closing Speech: Wadek III/Ka. LPPM	Dr. Abdullah Muksin, MM
8	15.55 – 16.00	Penutup dan Foto bersama	Dr . Nana Trisnawati, SE, MM

4.2. Solusi

Solusi yang ditawarkan, antara lain:

1. Meningkatkan kemampuan & membuka wawasan Siswa SMKN 2 Jakarta Pusat
2. Meningkatkan pengetahuan dalam kemampuan siswa SMKN 2 Jakarta Pusat dalam hal sebagai berikut: pemahaman strategi pemasaran digital implementasi dalam prakteknya

BAB V.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema Pengenalan dan Pelatihan Strategi Digital Marketing secara umum dapat berjalan dengan lancar. Pelaksanaan PKM tersebut dilakukan pada siswa SMK Negeri 2 Jakarta. Hasil dari pelaksanaan pelatihan ini siswa SMKN 2 dapat menggunakan dan mengoptimalkan penggunaan aplikasi pemasaran digital dalam memasarkan suatu produk. Peserta siswa/i sangat antusias dalam mengikuti pengenalan dan pelatihan, karena pelatihan yang diberikan sesuai dengan konsentrasi siswa/i yaitu pemasaran.

5.2. Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat ini perlu dilaksanakan secara rutin agar dapat memberikan manfaat dalam rangka meningkatkan kapasitas pendidikan siswa SMKN 2 di Jakarta Pusat dan dalam merespon perkembangan serta tuntutan profesionalisme dalam lapangan kerja setelah tamat sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayesha, Ivonne, (2022) “ Digital Marketing: Tinjauan Konseptual, Penerbit: Global Eksekutif Teknologi, Padang, Sumatera Barat
- Adityagana, D. A., Indrawati, C. D. S., & Rahmanto, A. N. (2018). Pengaruh Praktik Kerja Lapangan dan Efikasi Diri Terhadap Kesiapan Kerja Kelas XII Program Keahlian Administrasi Perkantoran Di SMK Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2016/2017. 2(2).
- Afdal, Sua, M., Syamsu, & Uman. (2014). Bimbingan Karir Kolaboratif dalam PemantapanPerencanaan Karir Siswa SMA. Jurnal Konseling Dan Pendidikan, 2(3), <https://doi.org/10.29210/110000>
- Alfan, M. Z. (2014). Pengaruh Bimbingan Karir dan Lingkungan Sekolah Melalui Motivasi Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XII Kompetensi Keahlian Akuntansi SMK Negeri 2Magelang. 3(1), 114–123.
- Emilyawinri, Rani, I. G., Zola, P., & Abdullah, R. (2018). Kontribusi Minat Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Siswa Pada Dunia Industri Kelas XI Jurusan Teknik Bangunan SMK Negeri2 Bengkulu. 5(1), 1–5.
- Ernawati, P., & Koesdyantho, A. (2013). Pengaruh Layanan Bimbingan Karir Terhadap Minat Berwirausahaan Pada Siswa Kelas X Jurusan Pemasaran SMK Negeri Boyolali Tahun Pelajaran 2011/2012. Jurnal Pemikiran Sosiologi, 9(1). <https://doi.org/10.22146/jps.v4i1.23645>

FOTO KEGIATAN





DIGITAL Marketing



What Is Digital Marketing



Digital marketing adalah suatu cara atau proses untuk memasarkan dan mengenalkan produk, jasa, maupun layanan kepada masyarakat luas dengan bantuan teknologi, sehingga siapa pun bisa tahu apa yang sebenarnya Anda tawarkan atau jasa apa yang Anda sediakan.

Ada beberapa jenis pemasaran digital yang umum digunakan, antara lain:

1. Website dan Search Engine Optimization (SEO)

Website di zaman modern bertindak sebagai identitas daring, maka penting untuk membangun website yang mudah diakses dan memberikan informasi yang dibutuhkan para pelanggan dan calon konsumen potensial.

2. Search Engine Marketing (SEM)

Jika fokus SEO adalah menempatkan website pada hasil pencarian teratas pada pencarian organik saja, SEM menargetkan hasil pencarian teratas baik pada organik maupun pada yang berbayar (iklan).

3. Social Media Marketing

Pemasaran media sosial dapat menjadi alat yang efektif karena dapat menjangkau berbagai kalangan usia dan latar belakang. Fitur-fitur pemasaran yang kini melekat di berbagai media sosial juga menjadi salah satu daya tarik besar untuk dimanfaatkan perusahaan, seperti : Facebook, Instagram, Twitter dan Tiktok

4. Content Marketing

Content marketing atau pemasaran konten adalah salah satu cabang *digital marketing* yang menggunakan berbagai macam konten untuk menjangkau dan berinteraksi dengan target pasar produknya.

Konten yang dimaksud di sini adalah berupa video, artikel, infografis, buku elektronik, dan jenis konten lain yang memberikan nilai manfaat bagi penggunanya

5. Influencer Marketing

Pemasaran yang satu ini telah menjadi tren baru di kalangan bisnis menengah atas untuk meningkatkan citra dan penjualan produknya.

Influencer marketing menggabungkan pemasaran tradisional dengan digital dan mirip dengan sistem *endorsement* menggunakan jasa selebritas.

Memahami Kelebihan dan Kekurangan Strategi Digital Marketing





Kelebihan Strategi Digital Marketing



Pemasaran Lebih Mudah

Pemasaran Lebih Efektif

Pembiayaan lebih rendah

Kemudahan dalam Collecting Data



Kekurangan Strategi Digital Marketing

Iklan digital tidak permanen dan dapat dianggap spam jika terlalu sering tampil dan iklan digital tidak mengenal waktu libur, kita tetap harus memantau dan mempublish konten marketing mengingat persaingan bisnis yang sangat ketat

Membutuhkan Pengalaman dalam Penerapannya



Membutuhkan Passion dan Konsistensi

**Daftar Hadir Peserta SMKN 2 Jakarta
Pada Pelatihan Y.A.I TLC
Rabu, 26 Juli 2023**

No	Nama	Jurusan	Tanda Tangan	No. Telpn
1.	Bepinki Daenatoving	bisnis ritel Pemasaran	Bepi	085774739317
2.	Saraswati	bisnis ritel Pemasaran	Saraswati	085810266305
3.	Dewi Sekar A.	bisnis ritel Pemasaran	Sekar	085852321008
4.	Dewi sagita	bisnis ritel Pemasaran	Dewi	080291602107
5.	Iffah Syakirah	Bisnis Ritel	Iffah	085794407967
6.	Karina Hariva	Bisnis Ritel	Hariva	0851750222567
7.	Shalita. Ramadhani	Bisnis Ritel	Shalita	080224904501
8.	Meranti Putri Wibowo	Bisnis Retail	Meranti	0895321356161
9.	RIZKY ARDIANSYAH	Bisnis Retail	Rizky	085817926745
10.	Muhammad Faisal Hilman Hagi	Bisnis Retail	Faisal	085774706352
11.	Renaldi Ariamsyah	Bisnis Retail	Renaldi	085691586602
12.	Nero Nabawi	Bisnis Retail	Nero	0812 90 17 5348
13.	Caecilia EPPENDI	Bisnis Retail	Caecilia	0846 7583 1269
14.	Della Apriannita	Bisnis Retail	Della	0870 9996 6464
15.	Miranda Amelia	bisnis retail	Miranda	+62 85771409155
16.	Hurufa putri Azizah	Bisnis Retail	Hurufa	087803676076
17.	Ahmad Ibnu Ramadhani	bisnis retail	Ahmad	085882023235
18.	Ananda Rosgha Sapari	bisnis retail	Ananda	080293446524
19.	Hafiz Rashad	Bisnis retail	Hafiz	085714476744
20.	Akbar Tyo Pratama	Bisnis retail	Akbar	081280396682

**Daftar Hadir Peserta SMKN 2 Jakarta
Pada Pelatihan Y.A.I TLC
Rabu, 26 Juli 2023**

No	Nama	Jurusan	Tanda Tangan	No. Telpon
21	GILANGBAHUDDIN.P	Bisnis Ritel		085717957519
22	MUHAMMAD HABIBI	Bisnis ritel		085712986250
23	Urguna Trixie Sudento	Bisnis ritel		08990880262
24	Novi Damayanti	Bisnis ritel		085771532135
25	Ramanda	Bisnis ritel		08589173547
26	Salsabillah	BISNIS RETAIL		085013577054
27	Aysha Nampem Putri	Bisnis Ritel		085880941800
28	NOVA TRI. ANEGRAINI	BISNIS RETAIL		080289830527
29	Hafifa Mutiara	Bisnis ritel		085693432193

