

PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN PADA SISWA SMK PGRI CITEUREUP KABUPATEN BOGOR

Syamsudin Baharsyah¹, Rico Septia B², Nurhasan³, Hasanudin⁴, Rizky Muyasar⁵,
Tugiman⁶, Dewi Marini Umi Atmaja⁷, Arif Rahman Hakim⁸.

¹ Fakultas Ilmu Sosial dan Teknologi, Program Studi Manajemen Ritel,
Universitas Medika Suherman, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

² Fakultas Ilmu Sosial dan Teknologi, Program Studi Bisnis Digital,
Universitas Medika Suherman, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

syamsudinbaharsyah865@gmail.com¹, ricoseptia2@gmail.com², hasandhega71@mail.com³,
hasanudinums88@gmail.com⁴, rizkymuyasar@gmail.com⁵, tugiman0311@gmail.com⁶,
dewimariniumiarmaja@medikasuherman.ac.id⁷, arifrahmanarh@medikasuherman.ac.id⁸,

Abstract

This community service activity is to facilitate and provide education to students of SMK PGRI CITEUREUP Bogor Regency regarding knowledge of digital marketing and entrepreneurial management. The problems experienced by partners in this community service activity are: The first problem is related to the lack of understanding of digital marketing and e-commerce website development among students. The second problem is related to knowledge of good entrepreneurial management in a business organization. The method applied is to start with a Pre-Test, then presentation of material, Q&A discussion and evaluation with a Post-Test. This Community Service activity was carried out on May 2-3, 2024, attended by 97 participants. The material on digital marketing and e-commerce website development aims to increase awareness and understanding of digital marketing and e-commerce website development among students of SMK PGRI CITEUREUP Bogor Regency and improve the skills, knowledge and creativity of students of SMK PGRI CITEUREUP Bogor Regency related to entrepreneurial management. The results of this Community Service activity are an increase in participants' insight and stimulate motivation to always think innovatively and creatively in entrepreneurship compared to before participating in the training.

Keywords: Digital Marketing, Development, Website, E Commerce, Entrepreneurship Management.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini adalah untuk memfasilitasi dan memberikan edukasi kepada para siswa-siswi SMK PGRI CITEUREUP Kabupaten Bogor seputar dengan pengetahuan tentang *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan. Permasalahan yang dialami oleh mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah: Permasalahan yang pertama terkait dengan kurang memahami *digital marketing* dan pengembangan *website e commerce* pada para siswa. permasalahan yang kedua yaitu terkait pengetahuan manajemen kewirausahaan yang baik pada suatu organisasi bisnis. Metode yang diterapkan adalah diawali dengan *Pre-Test*, kemudian presentasi materi, diskusi tanya jawab dan evaluasi dengan *Post-Test*. Kegiatan PkM ini dilaksanakan pada tanggal 2-3 Mei 2024, diikuti 97 peserta. Materi mengenai *digital marketing* dan pengembangan *website e commerce* dengan tujuan agar kesadaran dan pemahaman terkait *digital marketing* dan pengembangan

website e commerce pada siswa SMK PGRI CITEUREUP Kabupaten Bogor dan meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan kreativitas siswa SMK PGRI CITEUREUP Kabupaten Bogor terkait dengan manajemen kewirausahaan. Hasil kegiatan PkM ini adalah adanya peningkatan wawasan peserta dan merangsang motivasi untuk selalu berpikir inovatif dan kreatif dalam berwirausaha dibanding sebelum mengikuti pelatihan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pengembangan, Website, E-Commerce, Manajemen Kewirausahaan.

A. PENDAHULUAN

Marketing atau pemasaran barang dan jasa pada zaman sekarang merupakan hasil dari proses perjalanan atau perkembangan yang sangat panjang. Kegiatan *marketing* pada awal sejarahnya dilakukan dengan cara pertukaran atau biasa disebut dengan barter dan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Peningkatan kegiatan ekonomi pasca revolusi industri, menimbulkan masalah dalam proses perdagangan. Persaingan dan kompleksitas distribusi yang terjadi pasca revolusi. Kegiatan *marketing* pada dasarnya telah muncul bersama dengan kegiatan bisnis. Konsep *marketing* merupakan sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan syarat bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan (William J Stanton, 2000). Konsep dasar *marketing* sendiri dapat dikatakan sebagai hubungan yang terjadi antara penjual dan pembeli untuk memenuhi *human needs* maupun *human wants*, meskipun seperti yang kita ketahui bersama bahwa dalam implementasinya untuk memenuhi hal tersebut bukanlah sesuatu yang mudah.

Digital marketing adalah penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk mencapai tujuan pemasaran (Dave Chaffey, 2016). Perkembangan zaman yang semakin maju secara tidak langsung mengubah *landscape marketing*, yang diakibatkan oleh kondisi perusahaan-perusahaan yang tidak lagi mengendalikan seluruh faktor produksi, keinginan konsumen yang semakin kompleks dan tingkat persaingan bisnis yang terus meningkat. Orientasi pemasaran yang awalnya bertujuan untuk mendapatkan pelanggan

berubah menjadi kegiatan yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan atau pangsa pasar, meskipun upaya untuk meningkatkan pangsa pasar juga tidak kalah pentingnya. Kegiatan *marketing* mulai dianggap sebagai hubungan antara produsen dan konsumen, tidak hanya sekedar transaksi semata.

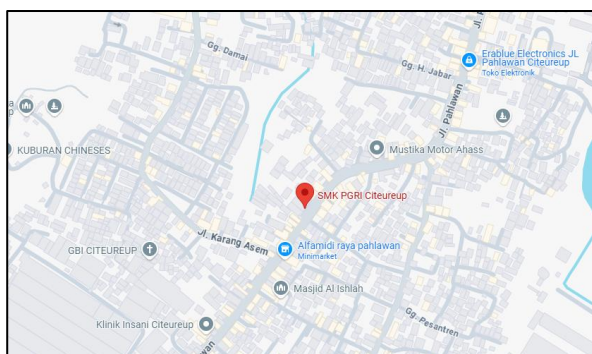
Beberapa hambatan yang sering kali muncul dan dialami oleh para pelaku bisnis diantaranya adalah: 1) Permasalahan Sumber Daya Manusia; 2) Akses Teknologi, adalah terbatasnya kemampuan dan pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi serta *platform* digital; 3) Strategi bisnis; 4) Permodalan; 5) Penerapan Strategi *Digital Marketing*; 6) Nilai ekonominya kurang kompetitif di pasaran. 7) Kapasitas produksinya masih kurang dan keterbatasan jaringan pemasaran yang masih sederhana (Dahlan, 2017).

Adapun permasalahan yang dialami oleh mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah: Permasalahan yang pertama terkait dengan kurang memahami *digital marketing* dan pengembangan *website e commerce* pada para siswa. permasalahan yang kedua yaitu terkait dengan kegiatan pengetahuan manajemen kewirausahaan yang baik pada suatu organisasi bisnis. Dari gambaran kendala diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan seputar *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan pada para siswa-siswi SMK PGRI CITEUREUP Kabupaten Bogor masih belum memahami secara mendalam dan pemanfaatan teknologi komunikasi, informasi serta manajemen kewirausahaan pada organisasi bisnis

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tim pengabdian mencoba mengajukan solusi agar

bisa menyelesaikan permasalahan tersebut diatas. Solusi dimaksud yaitu dengan memberikan edukasi dan pelatihan serta pendampingan yang intens terkait dengan *digital marketing*, pengembangan *website e commerce* dan manajemen kewirausahaan. Kegiatan pengabdian ini adalah untuk memfasilitasi dan memberikan edukasi kepada para siswa-siswi SMK PGRI CITEUREUP Kabupaten Bogor seputar dengan pengetahuan tentang *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan.

Adapun kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah untuk memfasilitasi dan memberikan edukasi kepada para siswa-siswi SMK PGRI CITEUREUP Kabupaten Bogor, terkait *digital marketing*, pengembangan *website e commerce* dan meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan kreativitas manajemen keirausahaan, serta melaksanakan program dari perguruan tinggi terkait dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan Pengabdian

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Adapun dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, pengabdi menggunakan metode ceramah dalam penyampaian materi pelatihan dan pendampingan langsung kepada para peserta pelatihan dari para siswa-sisw SMK PGRI Citeureup - Bogor. Untuk menjalankan program PkM ini, pengabdi membagi kegiatan ini menjadi beberapa tahap, yaitu sebagai berikut:

- Tahap persiapan: Yakni dimulai dari pra survei seperti identifikasi masalah dan kebutuhan mitra, pembentukan tim

disesuaikan dengan kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra, pembuatan proposal dan diajukan kepada LPPM untuk menyediakan dana dan menyelesaikan solusi permasalahan mitra, koordinasi tim dan mitra PkM, persiapan bahan dan alat pelatihan seperti penyewa, pembelian alat dan pembuatan materi pelatihan.

- Tahap pelaksanaan: Yakni dilakukan kegiatan sosialisasi pelatihan dan pendampingan kepada para peserta kegiatan, kemudian diskusi dan tanya jawab dengan peserta, kegiatan ini dilakukan selama dua hari berturut-turut yaitu pada tanggal 02-03 Mei 2024.
- Tahap evaluasi: tahap ini dilakukan dengan membandingkan pengetahuan dan kondisi mitra sebelum dan sesudah dilaksanakan pelatihan yaitu dengan melakukan *Pre-Test* dan *Post-Test* kemudian hasil dapat dilihat dengan adanya perubahan positif maupun negatif dari mitra terkait pengetahuan terkait *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan dari seluruh peserta kegiatan.
- Tahap pelaporan: Yakni penyusunan laporan yang dilaksanakan sebagai bentuk penyelesaian tugas dan tanggungjawab atas terlaksananya program PkM, selanjutnya dilakukan publikasi agar hasilnya dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas.



Gambar 2. Spanduk Pelaksanaan PkM

Pre-Test & Post Test

Kegiatan *Pre-Test* dilakukan sebelum penyampaian materi oleh pelaksana Pengabdian dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan yang dimiliki oleh peserta kegiatan terkait dengan materi yang

akan disampaikan. Peserta diberikan lembar kertas yang berisikan beberapa pertanyaan *Pre-Test*. Peserta diminta untuk menjawab semua soal yang temanya terkait dengan materi yang akan disampaikan oleh pemateri.

Kegiatan Post-Test dilakukan sesudah penyampaian materi oleh tim pelaksana Pengabdian dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana peningkatan pengetahuan dan pemahaman yang sudah diketahui oleh para peserta kegiatan terkait dengan materi yang telah disampaikan. Peserta kegiatan diberikan lembar kertas yang berisikan tentang beberapa pertanyaan *Post-Test*. Peserta diminta untuk menjawab semua pertanyaan yang temanya terkait dengan materi yang telah disampaikan. Selanjutnya hasil nilai ditarik suatu kesimpulan dan dideskripsikan.

Tabel 1. Soal Pre Test & Post Test

No	Pertanyaan Pre Test & Post-Test
1	Coba anda jelaskan apa yang dimaksud dengan <i>digital marketing</i> ?
2	Jelaskan apa dampak dari <i>digital marketing</i> bagi dunia bisnis! Manfaat apa yang bisa diperoleh pelaku
3	bisnis dengan menggunakan <i>digital marketing</i> ? Peran apa yang bisa dimaksimalkan oleh
4	pelaku bisnis dengan hadirnya <i>digital marketing</i> ? Sebutkan salah satu jenis digital
5	marketing yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis di era sekarang ini?
6	Apa yang saudara ketahui tentang <i>website</i> ?
7	Apa yang saudara pahami terkait dengan <i>e commerce</i> ? Perkembangan <i>e commerce</i> yang cukup
8	pesat di era saat ini berpengaruh positif terhadap bisnis. Jelaskan pengaruh positif dimaksud!
9	Sebutkan beberapa <i>platform e commerce</i> yang ada saat ini!
10	Di era perkembangan digital seperti sekarang ini memungkinkan siapapun

memiliki bisnis yang kompetitif *platform e commerce* salah satu solusinya.

Apakah anda setuju atau tidak setuju dengan pernyataan tersebut? Berikan alasannya!

Konten promosi menjadi hal yang sangat penting melakukan iklan di media sosial, dikarenakan?

Salah satu strategi promosi kekinian adalah dengan memanfaatkan teknologi digital komunikasi seperti beriklan di media sosial. Saat ini media sosial apa yang paling digemari oleh publik?

Dengan kemajuan teknologi seperti saat ini media sosial menjadi pilihan utama pelaku bisnis dalam upaya meningkatkan penjualan. Bagaimana caranya?

Apa yang dimaksud dengan manajemen, dan kewirausahaan jelaskan!

Menurut Anda apa yang harus dilakukan oleh pemerintah dalam upayanya meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia.....

Jelaskan manfaat yang bisa didapatkan oleh pelaku bisnis dengan menerapkan manajemen kewirausahaan yang baik.....

Trust atau kepercayaan adalah modal dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Jelaskan!

Peran apa saja yang bisa dilakukan oleh pelaku wirausaha dalam perekonomian Indonesia.....

Bagaimana cara menumbuhkan kembangkan kewirausahaan di Indonesia?

Sikap dan kepribadian yang seperti apa yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha?

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dimulai dengan pelaksanaan *Pre-Test* terlebih dahulu, dimana para peserta kegiatan diberikan sejumlah pertanyaan, ini dilakukan pada saat sebelum berlangsungnya penyampaian materi dengan tujuan untuk melihat sejauh mana pengetahuan atau pemahaman para peserta terhadap bahan materi yang akan diberikan sudah di kuasai

oleh para peserta kegiatan. Setelah kegiatan *Pre-Test* dilaksanakan, kemudian tim pengabdian melakukan pemberian materi berupa ceramah serta praktik yang dilaksanakan dengan metode tatap muka. Adapun bentuk kegiatan dalam acara tersebut adalah:

1. Ceramah/Presentasi materi

Para pemateri memberikan ceramah atau pemaparan materi berisi penyuluhan yang disampaikan terkait dengan bagaimana cara membangun motivasi, kreatifitas dan menggali potensi diri para peserta kegiatan dalam hal pengetahuannya terhadap digital marketing dan manajemen kewirausahaan.

2. Tanya Jawab.

Setelah selesai pemaparan materi, kemudian dibuka sesi tanya-jawab dengan para peserta kegiatan yang mana masing-masing peserta kegiatan diberikan kesempatan untuk bertanya setelah memperoleh penjelasan materi dari pemateri, sehingga para peserta bisa mendapatkan informasi secara akurat dan lengkap.

3. Diskusi.

Selanjutnya para peserta juga diberi kesempatan untuk berdiskusi dengan pemateri terkait dengan studi kasus pada peserta kegiatan sebagai siswa-siswi SMK PGRI Citeureup berkaitan dengan kegiatan PkM saat ini. Dalam diskusi yang berlangsung, para peserta dipersilahkan untuk berbagi pengalaman tentang usahanya baik dengan pemateri ataupun peserta kegiatan lainnya, sehingga para peserta dapat memperoleh masukan serta informasi yang lebih luas.

Berikut ini adalah beberapa gambaran tentang materi yang disampaikan kepada para peserta kegiatan diantaranya adalah sebagai berikut: (1) Mengetahui pengetahuan tentang *digital marketing* bagi kalangan pelajar; (2) Perkembangan bisnis seputar *e commerce*; (3) pengetahuan tentang manajemen organisasi perusahaan; (4) Kewirausahaan yang berbasis digital; dan (5) Komitmen pelajar memulai berwirausaha.



Gambar 3. Sosialisasi Program PkM

Sesaat setelah tim pengabdian menyampaikan semua materi kepada para peserta kegiatan, berikutnya adalah diberikan *Post-Test*, yang mana *Post-Test* ini merupakan tindak lanjut dari *Pre-Test* yang dilakukan sebelum pemberian materi. Adapun tujuan dari dilakukannya *Post-Test* yakni untuk menilai sejauh mana tingkat pengetahuan para peserta kegiatan atas materi yang telah disampaikan bisa diserap oleh peserta kegiatan. Hasil *Post-Test* ini bisa dijadikan sebagai indikator keberhasilan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, sehingga tim pelaksana pengabdian dapat menilai sejauhmana peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta kegiatan setelah mengikuti kegiatan ini. Sebanyak 97 (sembilan puluh tujuh) orang peserta kegiatan yang merupakan para siswa-siswi SMK PGRI Citeureup - Bogor, yang menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini semuanya telah menuntaskan kegiatan *Pre-Test* dan *Post-Test*. Tim pengabdian dalam kegiatan tersebut telah memberikan sebanyak 20 (dua puluh) soal dalam bentuk pertanyaan dan soal yang diberikan pada waktu *Pre-Test* sama dengan

soal pada waktu *Post-Test*. Adapun hasil dari kedua kegiatan tersebut akan dibahas dan dibandingkan untuk diketahui hasil atau nilai akhir yang diperoleh para peserta.



Gambar 4. Sosialisasi Program Kegiatan PkM & Penyerahan Hadiah

Sesaat setelah tim pengabdian menyampaikan semua materi kepada para peserta kegiatan, berikutnya adalah diberikan *Post-Test*, yang mana *Post-Test* ini merupakan tindak lanjut dari *Pre-Test* yang dilakukan sebelum pemberian materi. Adapun tujuan dari dilakukannya *Post-Test* yakni untuk menilai sejauh mana tingkat pengetahuan para peserta kegiatan atas materi yang telah disampaikan bisa diserap oleh peserta kegiatan. Hasil *Post-Test* ini bisa dijadikan sebagai indikator keberhasilan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, sehingga tim pelaksana pengabdian dapat menilai sejauhmana peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta kegiatan setelah mengikuti kegiatan ini. Sebanyak 97 (sembilan puluh tujuh) orang peserta kegiatan

yang merupakan para pelaku usaha UMKM yang terdiri dari beragam jenis usaha, yang menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini semuanya telah menuntaskan kegiatan *Pre-Test* dan *Post-Test*. Tim pengabdian dalam kegiatan tersebut telah memberikan sebanyak 20 (dua puluh) soal dalam bentuk pertanyaan dan soal yang diberikan pada waktu *Pre-Test* sama dengan soal pada waktu *Post-Test*. Adapun hasil dari kedua kegiatan tersebut akan dibahas dan dibandingkan untuk diketahui hasil atau nilai akhir yang diperoleh para peserta.

Perbandingan Hasil Nilai *Pre-Test* dan *Post-Test*

Berikut ini adalah nilai hasil perbandingan nilai *Pre-Test* dan *Post-Test* yang diraih oleh setiap peserta kegiatan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat, sebagaimana tergambar dalam tabel 1 hasil perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test* sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test*

Peserta	Point <i>Pre-Test</i>	Point <i>Post-Test</i>	Peningkatan	Persentase 100% : 20 = 5%
P-1	7	17	10	50%
P-2	9	18	9	45%
P-3	5	15	10	50%
P-4	8	18	10	50%
P-5	11	19	8	40%
P-6	7	17	10	50%
P-7	9	19	10	50%
P-8	5	17	12	60%
P-9	9	16	7	35%
P-10	11	17	6	30%
P-11	6	12	6	30%
P-12	6	15	9	45%
P-13	4	14	10	50%
P-14	4	13	9	45%
P-15	7	17	10	50%
P-16	9	16	7	35%
P-17	3	11	8	40%
P-18	5	15	10	50%
P-19	8	18	10	50%
P-20	11	20	9	45%
P-21	11	19	8	40%

P-22	7	17	10	50%	P-75	8	17	9	45%
P-23	6	11	5	25%	P-76	7	16	9	45%
P-24	3	13	10	50%	P-77	9	19	10	50%
P-25	7	17	10	50%	P-78	5	15	10	50%
P-26	5	15	10	50%	P-79	9	19	10	50%
P-27	7	12	5	25%	P-80	11	19	8	40%
P-28	7	17	10	50%	P-81	6	16	10	50%
P-29	7	18	11	55%	P-82	6	16	10	50%
P-30	4	14	10	50%	P-83	4	12	8	40%
P-31	8	18	10	50%	P-84	4	14	10	50%
P-32	11	19	8	40%	P-85	7	15	8	40%
P-33	7	17	10	50%	P-86	9	19	10	50%
P-34	8	18	10	50%	P-87	11	17	6	30%
P-35	11	17	6	30%	P-88	7	17	10	50%
P-36	11	16	5	25%	P-89	9	18	9	45%
P-37	7	15	8	40%	P-90	5	11	6	30%
P-38	6	16	10	50%	P-91	9	18	9	45%
P-39	3	12	9	45%	P-92	11	16	5	25%
P-40	5	15	10	50%	P-93	6	17	11	55%
P-41	5	14	9	45%	P-94	6	15	9	45%
P-42	7	17	10	50%	P-95	11	19	8	40%
P-43	8	15	7	35%	P-96	7	17	10	50%
P-44	6	12	6	30%	P-97	9	19	9	45%
P-45	6	16	10	50%	P-82	5	16	11	55%
P-46	4	14	10	50%	P-83	7	14	7	35%
P-47	4	16	12	60%	P-84	7	12	5	25%
P-48	7	17	10	50%	P-85	7	16	9	45%
P-49	5	15	10	50%	P-86	4	14	10	50%
P-50	9	18	9	45%	P-87	8	18	10	50%
P-51	5	16	11	55%	P-88	11	19	8	40%
P-52	7	14	7	35%	P-89	7	17	7	35%
P-53	7	12	5	25%	P-90	8	18	10	50%
P-54	7	16	9	45%	P-91	9	19	10	50%
P-55	4	14	10	50%	P-92	3	13	10	50%
P-56	8	18	10	50%	P-93	5	15	10	50%
P-57	11	19	8	40%	P-94	9	18	9	45%
P-58	7	17	10	50%	P-95	4	14	10	50%
P-59	8	18	10	50%	P-96	7	15	8	40%
P-60	9	19	10	50%	P-97	3	11	8	40%
P-61	3	13	10	50%					
P-62	5	15	10	50%					
P-63	9	18	9	45%					
P-64	4	14	10	50%					
P-65	7	15	8	40%					
P-66	3	11	8	40%					
P-67	7	16	9	45%					
P-68	5	15	10	50%					
P-69	7	15	10	50%					
P-70	7	18	11	55%					
P-71	3	13	10	50%					
P-72	12	20	8	40%					
P-73	10	18	8	40%					
P-74	5	15	10	50%					

Berdasarkan hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* yang ditunjukkan oleh tabel 1 diatas, yaitu adanya perubahan perolehan nilai yang cukup bervariasi antara nilai *Pre-Test* dan *Post-Test* yang telah dilakukan. Dapat dijabarkan bahwa hasil nilai yang diperoleh peserta kegiatan dari hasil *Post-Test* ternyata lebih besar dari hasil nilai *Pre-Test*. Kondisi ini tentunya dapat menggambarkan bahwa penyampaian materi yang telah diberikan dalam kegiatan pengabdian ini bisa diterima dan dapat dimengerti dengan baik oleh para peserta dalam kegiatan pengabdian ini.

Secara umum sebagian besar peserta kegiatan pengabdian ini memperoleh peningkatan pengetahuan terkait *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan menjadi lebih baik, setelah menerima materi dalam kegiatan pengabdian ini. Beberapa peserta kegiatan mendapatkan peningkatan pengetahuan yang cukup signifikan hingga mencapai 12 point atau setara dengan nilai 60% dibandingkan dengan sebelum mengikuti kegiatan. Berdasarkan perbandingan hasil nilai yang ditampilkan pada tabel 1 diatas, maka tim pengabdian dapat menyimpulkan bahwa "Adanya kegiatan pengabdian ini dapat menambah pengetahuan dan kemampuan mengenai *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan yang baik dalam mengelola usaha sehingga dapat mendongkrak omset penjualan.

D. PENUTUP

Simpulan

Hasil dari pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini tim pengabdian menyampaikan presentasi materi serta pendampingan kepada seluruh peserta kegiatan. Yang menjadi fokus tim pengabdian adalah terkait *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan dalam rangka untuk meningkatkan omset penjualan. Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa "Adanya kegiatan pengabdian ini secara umum sebagian besar peserta kegiatan memperoleh peningkatan pengetahuan terkait *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan menjadi lebih baik, setelah menerima materi dalam kegiatan pengabdian ini. Pelatihan yang diberikan dianggap sangat penting, respon positif peserta ditunjukan dalam kegiatan pengabdian ini dan peserta merasa puas dengan pelatihan yang diberikan. Pasca mengikuti kegiatan ini, para peserta kegiatan merasa terbantu baik secara teknis penggunaan dan pemahaman terkait terkait *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan pada suatu bisnis.

Saran

Atas dasar pelaksanaan kegiatan Pengabdian ini, harapan sekaligus saran tim pengabdian, bahwa kegiatan pengabdian seperti ini tidak berhenti sampai disini saja, tetapi bisa diteruskan pada periode berikutnya dengan berbagai kegiatan yang serupa. Selain diperuntukan untuk siswa di sekolah juga masyarakat umum lainnya bisa terus menambah ilmu pengetahuan dan keahliannya dengan mengikuti kegiatan-kegiatan lain seperti seminar, webinar, pelatihan dan pembinaan mengenai *digital marketing* dan manajemen kewirausahaan untuk dapat merangsang kreatifitas, motivasi dan inovasi, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan usahanya.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) FISTEK Universitas Medika Suherman, secara khusus menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada pihak sekolah SMK PGRI Citeureup – Bogor, yang sudah memberikan ijin dan bekerjasama sehingga kegiatan PkM ini bisa terlaksana dengan baik, serta semua pihak (tim Dosen, Mahasiswa) dan lainnya yang sudah berkontribusi mensukseskan kegiatan ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Dahlan, M. (2017). Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 81–86. <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612/7949>
- Dave Chaffey, F. E.-C. (2016). *Digital Marketing* (6th ed.). Pearson.
- William J Stanton. (2000). *Prinsip Pemasaran* (Jilid 1 Ce). Erlangga.
- Dina Affiani Ika R, Siti Fitriana, Agus Setiawan. 2018. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Kewirausahaan Siswa Kelas XI di SMK Texmaco Pemalang." *Universitas PGRI Semarang* 5(1): 47–55.

- Hanim, Siti Aisyah, and Universitas Malikussaleh. 2022. "Sosialisasi Motivasi Kewirausahaan Dan Peluang Bisnis Online Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Kecamatan Medan Denai Bekerja Sama Dengan PT HNI AC Isnaini Medan." *JPPMI Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia* 1(4): 85–92.
- Nurdin, Ismail and Hartati, Sri. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. ed. S.HI Lutfiah. Surabaya: Media Sahabat Surabaya.
- AMIRULLAH. (2022). Pengaruh Motivasi dan Kedisiplinan Kerja Terhadap Kinerja Guru di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Belinyu Kabupaten Bangka. *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 2(2), 67–75.
- Dr. H. A. Rusdiana, Drs., M. M. (2018). *Kewirausahaan Teori Dan Praktik* (Cetakan ke). CV. PUSTAKA SETIA.
- Pandji Anoraga, S.E., M.M & H. Djoko Sudantoko, S.Sos., M. . (2002). *Koperasi, Kewirausahaan, Dan Usaha Kecil*. Rineka Cipta.
- Sentot Harman Glendoh. (1945). Fungsi Pengawasan dalam Penyelenggaraan Manajemen Korporasi. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 2(1), 43–56.
- Syamsuddin. (2017). Penerapan Fungsi-fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *JURNAL IDAARAH*, 1(1), 3–4.
- Drs. Syafaruddin Alwi, M. . (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Strategi Keunggulan Kompetitif* (cetakan 1). BPFE.
- Hariyani, K. (2017). Pengaruh Pengawasan Manajer dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Hotel Alpha Pekanbaru). *JOM FISIP*, 4(2), 1–12.
- Larasati, I. (2020). Evaluasi Penggunaan Website Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan Menggunakan Metode Usability Testing. *Computatio: Journal of Computer Science and Information Systems*, 4(1), 68–77.
- Malayu S.P. Hasibuan. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Ed. rev.,). Bumi Aksara.