

Penerapan Marketing Plan Pada Gen Z Diera Digital 4.0

Veta Lidya Delimah Pasaribu, Amanda Febi Lestari, Eunike Bella Adiani, Ghoza Tariza
Maxita, Hendrawan Sunatajaya, Herliyani

Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email :

Veta01889@unpam.ac.id, Amndafebi24@gmail.com, eunikebella6@gmail.com,
ghozamaxita@gmail.com, hendrawansunatajaya@gmail.com, herliyani737@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan dengan tujuan untuk mewujudkan salah satu kewajiban dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Harapan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu untuk mengembangkan kemampuan mengenai bidang *marketing plan* pada siswa SMK Letris Indonesia dimana pemahaman tentang pemasaran menjadi semakin penting bagi siswa di era modern ini. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, diharapkan dapat menjadi peluang bagi siswa-siswi untuk berdiskusi dengan narasumber terkait dengan dasar-dasar hal penting yang harus diperhatikan dalam *marketing* tentang bagaimana bisnis beroperasi, memahami kebutuhan konsumen, dan mengembangkan keterampilan komunikasi yang kuat. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu untuk mewujudkan salah satu kewajiban dari Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan tujuan utama untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai hal-hal penting yang perlu diperhatikan dalam *marketing plan* dimana merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis. Dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan kreatifitas siswa yang nantinya dapat diterapkan dalam dunia kewirausahaan dan UMKM khususnya di lingkungan sekolah. Dan juga pemahaman tentang pemasaran membantu siswa memahami bagaimana produk atau jasa diciptakan, dikemas, dan dipasarkan kepada konsumen.

Metode yang kegiatan yang dilaksanakan yaitu mendatangi langsung lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat di SMK Letris Indonesi. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang diperoleh yakni pengetahuan mengenai apa saja yang harus dipersiapkan dalam *marketing plan* di era digital saat ini dan memahami serta menguasai konsep pemasaran. Ilmu yang didapatkan pada Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini diharapkan mampu memberikan motivasi bagi siswa-siswi untuk terjun dalam bidang kewirausahaan dan mengembangkan inovasi dan kreatifitas, sehingga siswa lebih siap terjun dalam dunia kerja setelah lulus nanti sehingga akan meminimalisir angka peluang pengangguran yang akan terjadi.

Kata kunci : Bisnis, Pemasaran, Kewirausahaan

ABSTRACT

Community Service Activities carried out with the aim of realizing one of the obligations of the Tri Dharma of Higher Education. The hope of implementing this Community Service activity is to develop skills regarding the field of marketing plans for Letris Indonesia Vocational High School students where understanding of marketing is becoming increasingly important for students in this modern era. Through this Community Service activity, it is hoped that it will be an opportunity for students to discuss with speakers related to the basic important things that must be considered in marketing about how businesses operate, understand consumer needs, and develop strong communication skills. The purpose of this Community

Service activity is to realize one of the obligations of the Tri Dharma of Higher Education with the main objective to increase knowledge and insight on important matters that need to be considered in a marketing plan which is one of the important aspects in the business world. With Community Service activities it is hoped that it can contribute to increasing student creativity which can later be applied in the world of entrepreneurship and MSMEs, especially in the school environment. And also an understanding of marketing helps students understand how products or services are created, packaged, and marketed to consumers.

The method used for the activities carried out is to go directly to the Community Service location at Letris Indonesia Vocational School. The results of community service obtained are knowledge of what must be prepared in a marketing plan in today's digital era and understanding and mastering marketing concepts. The knowledge gained in Community Service this time is expected to be able to provide motivation for students to engage in entrepreneurship and develop innovation and creativity, so that students are more prepared to enter the world of work after graduation so that it will minimize the number of opportunities for unemployment that will occur.

Keywords: Bussiness, Marketing, Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis yang tidak dapat diabaikan, bahkan oleh siswa sekalipun. Di era informasi dan persaingan yang semakin ketat ini, memahami dan menguasai konsep pemasaran menjadi keterampilan yang sangat berharga. Pemasaran bukan hanya tentang menjual produk atau jasa, tetapi juga melibatkan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menciptakan hubungan yang kuat dengan mereka.

Bagi siswa, mempelajari pemasaran memiliki manfaat yang signifikan. Pertama, pemahaman tentang pemasaran membantu siswa memahami bagaimana produk atau jasa diciptakan, dikemas, dan dipasarkan kepada konsumen. Ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana suatu produk atau jasa dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengapa pelanggan memilih suatu merek dibandingkan dengan yang lain. Kedua, pemahaman pemasaran juga membantu siswa memahami pentingnya segmen pasar dan penargetan yang tepat. Dalam dunia yang terus berkembang dan berubah dengan cepat, siswa perlu belajar bagaimana mengidentifikasi peluang pasar, menganalisis tren konsumen, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai target audiens mereka.

Selain itu, pemasaran juga melibatkan keterampilan komunikasi yang kuat. Siswa perlu belajar cara menyampaikan pesan pemasaran dengan jelas dan efektif, baik melalui media tradisional maupun digital. Mempelajari pemasaran memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengembangkan keterampilan presentasi, negosiasi, dan kemampuan berkomunikasi secara persuasif, yang merupakan keterampilan yang sangat berharga dalam dunia bisnis dan kehidupan sehari-hari.

Mempelajari pemasaran memberikan siswa pemahaman tentang bagaimana bisnis beroperasi dan menghasilkan pendapatan. Ini membuka peluang bagi siswa untuk memahami bagaimana pengambilan keputusan bisnis dilakukan, termasuk pengelolaan produk, harga, distribusi, dan promosi. Memahami aspek-aspek ini memberikan dasar yang kuat bagi siswa yang tertarik untuk menjadi pengusaha atau bekerja dalam industri pemasaran.

Pemahaman tentang pemasaran menjadi semakin penting bagi siswa di era modern ini. Mempelajari pemasaran memberikan siswa wawasan yang berharga tentang bagaimana bisnis beroperasi, memahami kebutuhan konsumen, dan mengembangkan keterampilan komunikasi yang kuat. Dengan menguasai konsep pemasaran, siswa dapat mempersiapkan diri

dengan baik untuk tantangan dan peluang di dunia bisnis yang kompetitif

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi mitra adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan penyuluhan mengenai *marketing plan* pada siswa-siswi SMK Letris Indonesia?
2. Apakah pelaksanaan penyuluhan mengenai *marketing plan* pada siswa-siswi SMK Letris Indonesia dapat meningkatkan kemampuan dan minat dalam bidang wirausaha?

TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan penyuluhan mengenai *marketing plan* pada siswa-siswi SMK Letris Indonesia.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan penyuluhan mengenai *marketing plan* pada siswa-siswi SMK Letris Indonesia dapat meningkatkan kemampuan dan minat dalam bidang wirausaha..

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Secara ringkas pemasaran bisa diartikan dengan sebagai “meeting needs profitably” yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan (Rahmawati, 2016). Pemasaran dapat dijelaskan sebagai suatu penerapan ilmu manajemen yang mencakup proses pengambilan keputusan yang didasarkan atas konsep pemasaran dan proses manajemen yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan kebijakan,

strategi dan taktik, serta pengendalian (Assauri, 2017). Menurut Fandy Tjiptono pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. William J. Stanton (2001) menyatakan bahwa pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis/usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang/jasa, mempromosikan, mendistribusikan dan memuaskan konsumen. Kotler and Armstrong (2009) dalam Rahmawati (2016) menyebutkan bahwa pemasaran merupakan proses managerial yang orang-orang di dalamnya mendapatkan yang diinginkan melalui penciptaan/ pertukaran produk yang ditawarkan dan nilai produknya kepada orang lain.

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dari perilaku seseorang, dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Dalam konteks bisnis, menurut Thomas W, Zimmerer (1996), "Kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin serta proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar." Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa serta kemakmuran. Tambahan nilai dan kemakmuran ini diciptakan oleh individu wirausaha yang memiliki keberanian untuk menanggung risiko, menghabiskan waktu serta menyediakan berbagai produk barang dan jasa. Barang dan jasa yang dihasilkan oleh wirausaha tidak selalu merupakan barang baru, tetapi harus memiliki nilai baru dan berguna. Baron, Robert A. (2014) mengemukakan bahwa “Kewirausahaan adalah suatu proses yang melibatkan identifikasi peluang, pengembangan ide, pembentukan tim, dan implementasi strategi bisnis.”

METODE PELAKSANAAN

Terdapat beberapa tahap dalam metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Tahap pertama yaitu mengidentifikasi masalah guna merancang dan merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan untuk materi penyuluhan dan pelatihan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Tahap kedua yaitu survei lapangan langsung ke SMK Letris Indonesia. Survei dilakukan dengan wawancara dengan pihak SMK Letris Indonesia oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat guna mengetahui permasalahan dan hambatan yang ada dalam lingkungan SMK Letris Indonesia terkait hal-hal apa saja yang tepat diberikan kepada pihak terkait. Tim pelaksana berdiskusi mengenai tema dan materi yang akan disampaikan, bahan dan alat yang diperlukan, serta persiapan teknis lainnya yang dibutuhkan untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Permasalahan yang ditemukan pada SMK Letris Indonesia adalah kurangnya pengetahuan siswa mengenai apa saja yang perlu diperhatikan dalam *marketing plan*.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan di SMK Letris Indonesia, pada hari Kamis, 20 Juli 2023 pukul 09.00 sampai pukul 12.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada siswa kelas 11 SMK Letris Indonesia. Penyampaian materi menggunakan metode presentasi dengan media Microsoft Power Point dan praktek penerapan *marketing*. Peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 30 orang.

Pihak SMK Letris Indonesia menyediakan ruang kegiatan berupa ruang kelas yang memadai dan nyaman. Hal yang perlu diperhatikan yaitu cara mengatur bangku siswa agar kondusif dan sesuai dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. Untuk menunjang lancarnya pelaksanaan kegiatan ini, diperlukan beberapa alat bantu/media pembelajaran tertentu, yaitu :

1. LCD (Liquid Crystal Display)
2. Proyektor
3. Laptop

4. Spidol
5. White board

Tahap terakhir dalam Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat ini yaitu tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan ini. Pada tahap ini dilakukan diskusi atau tanya jawab tentang apa saja yang masih menjadi hambatan pada siswa sebagai audiens.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membuat siswa-siswi menyadari pentingnya mendalami pemasaran dimana juga dapat mengembangkan keterampilan presentasi, negosiasi, dan kemampuan berkomunikasi secara persuasif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki tujuan bagi sebuah instansi untuk meningkatkan minat usaha pada siswa sehingga memberikan motivasi besar untuk mulai terjun dalam kewirausahaan. Hal ini nantinya dapat menjadi pegangan Ketika lulus sekolah dan memasuki dunia kerja. Sehingga dapat meminimalisir siswa yang lulus dan tidak melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi untuk menjadi pengangguran. Siswa dapat menerapkan apa yang di dapat untuk diimplementasikan.

Pembahasan

Untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini digunakan beberapa metode penyuluhan yaitu sebagai berikut :

Metode Presentasi → Metode yang digunakan dalam penyuluhan ini yaitu penyuluhan dengan memberikan gambaran materi dengan presentasi melalui media proyektor dengan tema “**PENERAPAN MARKETING PLAN PADA GEN Z DI ERA DIGITAL 4.0**”

- a. Metode Diskusi dan Tanya Jawab → Setelah sesi pemberian materi selesai, maka dilanjutkan dengan sesi diskusi dengan tanya jawab. Hasil yang didapatkan adalah masih banyak siswa yang masih awam dengan konsep pemasaran, masih lemahnya

kemampuan komunikasi, dan juga masih kurangnya kemampuan analitis.

- b. Metode Simulasi → Metode simulasi digunakan agar peserta dapat mempraktekkan langsung dari pembahasan materi yang telah didapat. Sehingga apabila peserta mengalami kendala, tim Pengabdian Kepada Masyarakat akan langsung membantu. Metode ini menjadi tolak ukur untuk memantau apakah peserta sudah memahami dari materi yang telah disampaikan oleh pemateri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan positif dari instansi terkait yaitu SMK Letris Indonesia. Kami selaku tim pelaksana berharap dengan adanya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang bermanfaat dalam bidang pemasaran.

Dalam laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan siswa mengenai hal-hal yang mencakup pemasaran masih belum maksimal. Sehingga tidak banyak siswa yang mengetahui mengenai program kerja atau kegiatan yang dilaksanakan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan pemasaran khususnya di era digital saat ini. Hal ini dapat berakibat pada kurangnya siswa untuk *survive* dan berinovasi setelah lulus nanti.

Akhirnya, kami mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dan kami memohon maaf apabila dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini banyak ditemukan kekurangan dan kesalahan.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilakukan, maka kami dari team Mahasiswa Universitas Pamulang memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Perlunya pembelajaran *digital marketing* pada mata pelajaran kewirausahaan pada siswa di SMK Letris Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.
- Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Momprenneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.
- Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Afaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada

Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Program Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul

Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Bararualo, Frans. (2019). Pengantar Bisnis: Prinsip, Konsep, dan Strategi. Jakarta: Universitas Atma Jaya.

Sukirno, Sadono. (2017). Pengantar Bisnis. Jakarta: Kencana.

Dewi, Reski. (2022). Manajemen Pemasaran. Jawa Tengah: Tahta Media Group.

Saefullah, Asep. (2011). Kewirausahaan: Pengelolaan dan Pengembangan Entrepreneurship, IT-Preneurship, Kewirausahaan di Bidang Teknologi Informasi, Teori dan Praktik Pengelolaan Kewirausahaan Dilengkapi dengan Kasus. Yogyakarta: Andi.

Wahyu, Wastam. (2020). Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.

Loyalitas Kreativitas
Abdi Masyarakat Kreatif

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.04,No.02.Juli 2023 Hal.80-85
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com