

PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN KEMAMPUAN SISWA DI ERA DIGITAL TERKAIT EQUITAS PELANGGAN PADA SISWA /SISWI SMA NEGERI 1 KIBIN

Sela Novitasari^{1*}, Iis Noviyanti², Meili Bugis³ Dwi Wulan Lestari⁴ Rizki Rahayu Pratama⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

**E-mail: dosen10128@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertajuk kolaborasi sumber daya manusia dengan pemasaran di dalam perencanaan dan pengembangan SDM Dalam menghadapi era digital, siswa SMA perlu dibekali dengan keterampilan perencanaan pengembangan SDM yang relevan, termasuk pemahaman tentang ekuitas pelanggan dalam dunia bisnis dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan keterampilan siswa/i SMA Negeri 1 Kibin dalam memahami konsep ekuitas pelanggan serta strategi digital yang mendukung pengembangannya. Kegiatan ini mencakup beberapa aspek utama Pengenalan Ekuitas Pelanggan Konsep dasar ekuitas pelanggan dan pentingnya dalam dunia bisnis. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dan nilai pelanggan. Pemanfaatan Digitalisasi dalam Pengembangan Ekuitas Pelanggan Strategi pemasaran digital bagi generasi muda. Penggunaan media sosial dan e-commerce dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Pelatihan Keterampilan Praktis Simulasi pembuatan strategi digital marketing sederhana Analisis tren digital dalam membangun brand awareness. Hasil Akhir dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Peningkatan Pemahaman tentang Ekuitas Pelanggan Siswa memahami konsep ekuitas pelanggan dan bagaimana membangun loyalitas pelanggan dalam dunia bisnis digital. Kesiapan Siswa dalam Menghadapi Dunia Kerja dan Wirausaha Siswa memiliki mindset kewirausahaan dan pemahaman tentang pentingnya kepuasan pelanggan dalam bisnis. Siswa siap beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam dunia kerja maupun usaha mandiri.

Keywords : Perencanaan Pengembangan Kemampuan, Era Digital, Ekuitas Pelanggan

ABSTRACT

This community service is entitled collaboration of human resources with marketing in HR planning and development In facing the digital era, high school students need to be equipped with relevant HR development planning skills, including an understanding of customer equity in the business world and digital marketing. This community service activity aims to improve the insight and skills of students of SMA Negeri 1 Kibin in understanding the concept of customer equity and digital strategies that support its development. This activity covers several main aspects Introduction to Customer Equity The basic concept of customer equity and its importance in the business world. Factors that influence customer loyalty and value. Utilization of Digitalization in Customer Equity Development Digital marketing strategies for the younger generation. Use of social media and e-commerce in building relationships with customers. Practical Skills Training Simulation of creating a simple digital marketing strategy Analysis of digital trends in building brand awareness. The Final Results of this Community Service Activity are Increased Understanding of Customer Equity Students understand the concept of customer equity and how to build customer loyalty in the digital business world. Student Readiness in Facing the World of Work and Entrepreneurship Students have an entrepreneurial mindset and an understanding of the importance of customer satisfaction in business. Students are ready to adapt to technological developments in the world of work and independent businesses.

Keywords : Capacity Development Planning, Digital Era, Customer Equity

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk ekonomi dan bisnis. Dalam era digital ini, kemampuan untuk memahami dan mengelola ekuitas pelanggan menjadi aspek yang sangat penting, terutama bagi mereka yang ingin berwirausaha atau berkarier di industri berbasis digital. SMA Negeri 1 Kibin, sebagai institusi pendidikan, memiliki peran strategis dalam membekali siswa dengan keterampilan yang relevan agar dapat bersaing di dunia kerja dan bisnis yang semakin kompetitif.

Saat ini, banyak siswa memiliki minat dalam dunia kewirausahaan, terutama yang berbasis digital seperti usaha online, digital marketing, dan bisnis berbasis media sosial. Namun, pemahaman mereka mengenai konsep ekuitas pelanggan, yaitu bagaimana membangun, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan, masih terbatas. Padahal, ekuitas pelanggan adalah salah satu faktor utama dalam keberhasilan bisnis di era digital.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam dan pelatihan keterampilan praktis kepada siswa/i SMA Negeri 1 Kibin terkait strategi pemasaran digital dan manajemen ekuitas pelanggan. Dengan demikian, para siswa dapat lebih siap menghadapi tantangan ekonomi digital dan memiliki bekal yang cukup untuk terjun ke dunia usaha produktif setelah menyelesaikan pendidikan mereka.

Bagi generasi muda, khususnya siswa SMA yang sedang dalam masa pembentukan wawasan dan keterampilan, pemahaman tentang ekuitas pelanggan menjadi penting. Banyak dari mereka yang memiliki minat berwirausaha, terutama dalam bisnis berbasis digital seperti toko online, jasa digital marketing, hingga personal branding di media sosial. Namun, masih banyak siswa yang belum memahami bagaimana membangun dan mempertahankan ekuitas pelanggan untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan. Di era digital saat ini, ekuitas pelanggan menjadi faktor utama yang menentukan keberlanjutan dan daya saing suatu bisnis. Perusahaan atau individu yang mampu memahami dan menerapkan strategi untuk membangun serta mempertahankan ekuitas pelanggan akan memiliki peluang lebih besar dalam mencapai kesuksesan jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi generasi muda, termasuk siswa SMA, untuk memahami konsep ini serta menguasai keterampilan digital guna meningkatkan daya saing mereka di dunia usaha dan kerja.

Beberapa permasalahan utama yang menjadi fokus dalam kegiatan ini meliputi:

1. Kurangnya pemahaman siswa terkait ekuitas pelanggan dalam bisnis digital.
2. Rendahnya pemanfaatan strategi pemasaran digital di kalangan siswa untuk mengembangkan usaha atau personal branding.
3. Minimnya keterampilan teknis siswa dalam menggunakan media sosial dan platform digital untuk membangun ekuitas pelanggan.
4. Perlunya penguatan mindset kewirausahaan digital bagi siswa agar mereka lebih siap dalam menghadapi tantangan ekonomi produktif di era digital.

Adapun Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Memberikan pemahaman teoritis tentang konsep ekuitas pelanggan dan strategi pemasaran digital.
2. Melatih siswa dalam menerapkan strategi digital marketing untuk membangun dan mempertahankan ekuitas pelanggan.
3. Membantu siswa mengembangkan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan bisnis.
4. Mendorong siswa untuk mengembangkan pola pikir kewirausahaan berbasis digital sehingga mereka lebih siap menghadapi persaingan ekonomi global.

SMA Negeri 1 Kibin merupakan salah satu institusi pendidikan yang memiliki potensi besar dalam mencetak generasi yang siap menghadapi tantangan digital. Namun, dalam pengamatan awal, masih terdapat beberapa kendala, seperti: Kurangnya pemahaman siswa mengenai pentingnya ekuitas pelanggan dalam dunia bisnis digital, Minimnya keterampilan dalam menggunakan strategi pemasaran digital untuk membangun hubungan dengan pelanggan, Kurangnya kesadaran akan peluang ekonomi digital yang dapat dimanfaatkan oleh siswa sebagai bekal di masa depan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu adanya program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan siswa dalam bidang **ekuitas pelanggan dan pemasaran digital**. Program ini akan memberikan pelatihan kepada siswa agar mereka dapat mengembangkan strategi bisnis yang efektif di era digital, baik untuk keperluan wirausaha maupun persiapan karier di dunia profesional. Agar mitra yang sebelumnya tidak produktif secara ekonomi atau sosial dapat berkembang, diperlukan strategi yang tepat.

METODE

Metode yang di gunakan adalah metode ceramah dan diskusi serta tanya jawab dengan pemamparan materi dan teori yang di sampaikan oleh narasumber. Metode kegiatan yang digunakan kepada SMA Negeri 1 Kibin terhadap Tim Panitia di Sekolah adalah berupa seminar dan pendampingan, selanjutnya mereka akan diberikan sesi tanya jawab tentang pengembangan kemampuan kerja di era digital terkait equitas pelanggan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat di SMA Negeri 1 Kibin dibagi menjadi 3 tahap yaitu tahap pertama persiapan yaitu survei lapangan, tahap kedua pelaksanaan yaitu pemberian materi dan pelatihan , tahap ketiga evaluasi. Berikut adalah bagan alur dari setiap rangkaian kegiatan.



Gambar 3.2 Kegiatan saat PkM Berlangsung

1) Tahap Persiapan

Adapun tahap-tahap yang kami lakukan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi :

- a. Survei awal, pada tahap ini dilakukan survei ke lokasi Sekolah SMA Negeri 1 Kibin Jl. Raya Serang Jakarta Km. 20, Mundu, Kibin, Tambak, Kec. Kibin, Kabupaten Serang, Banten 42185 Setelah survei maka ditetapkan waktu pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan
- b. Penyusunan bahan/materi pelatihan yang meliputi: pemaparan presentasi Tentang Perencanaan Dan Pengembangan Kemampuan Siswa Di Era Digital Terkait Equitas Pelanggan Pada Siswa Siswi Sma Negeri 1 Kibin

2) Tahap Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjalan dari tanggal 29 -30 April 2025 Keseluruhan program PKM ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Kibin yang berada Jl. Raya Serang Jakarta Km. 20, Mundu, Kibin, Tambak, Kec. Kibin, Kabupaten Serang, Banten 42185. Kegiatan pengabdian ini dikemas dalam bentuk workshop. Untuk memberikan solusi terhadap permasalahan di atas maka alternatif tindakan meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

Ceramah Materi Pelatihan yang terdiri dari :Pentingnya Pengembangan Kemampuan Siswa Di Era Digital Terkait Equitas Pelanggan bagi Siswa/Siswi SMA Negeri 1 Kibin, sehingga menjadi kesiapan siswa/i dalam menghadapi setelah lulus sekolah nanti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PKM secara garis besar adalah dapat memberikan pemahaman Perencanaan Dan Pengembangan Kemampuan Siswa Di Era Digital Terkait Equitas Pelanggan Pada Siswa Siswi Sma Negeri 1 Kibin. Kegiatan (PKM) yang dilaksanakan di SMA Negeri 1 Kibin secara garis besar bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang **pemahaman Perencanaan Dan Pengembangan Kemampuan Siswa Di Era Digital Terkait Equitas Pelanggan**. Kegiatan ini berhasil memberikan wawasan kepada siswa dan siswi mengenai perencanaan dan pengembangan siswa dalam menghadapi persaingan yang ketat di era digital saat ini dalam menghadapi dunia kerja atau setelah lulus nanti.

Kegiatan PKM yang dilaksanakan secara tatap muka berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan dilaksanakan dengan cara metode ceramah, diskusi dan tanya jawab. Kegiatan ini dilaksanakan dengan jangka waktu dua hari. Peserta kegiatan berjumlah 100 orang siswa dan siswi SMA Negeri 1 Kibin. Untuk lokasi kegiatan dilaksanakan di SMA Negeri 1 Kibin, Pelaksanaan kegiatan PKM ini di lakukan oleh 2 (dua) orang dosen dan 2 (dua) mahasiswa/i Universitas Pamulang PSDKU Serang.



Gambar 1 : Sosialisasi Siswa/siswi SMA Negeri 1 Kibin

a) Tahap Pertama

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode ini dipilih untuk menganalisis efektivitas pelatihan pengelolaan SDM di era digital dalam meningkatkan pemahaman siswa

terhadap brand equity serta kesiapan mereka dalam bidang pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner guna memperoleh data yang lebih terukur mengenai tingkat pemahaman siswa sebelum dan sesudah pelatihan.

b) Tahap Kedua

Lokasi dan Waktu Penelitian Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 1 Kibin, yang dipilih karena sekolah ini memiliki program pengembangan keterampilan siswa dalam bidang pemasaran. Penelitian berlangsung selama (2 hari pada 14-15 Mei 2025) mencakup tahapan perencanaan, pelaksanaan pelatihan, serta evaluasi hasil pelatihan.

c) Tahapan Ketiga

Populasi dan Sampel

- a. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Negeri 1 Kibin yang tertarik atau memiliki keterlibatan dalam bidang pemasaran.
- b. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu siswa kelas (kelas yang menjadi target, misalnya kelas XI jurusan Ekonomi) yang mengikuti pelatihan pengelolaan SDM di era digital.
- c. Jumlah sampel yang digunakan adalah (jumlah siswa, misalnya 3 kelas Siswa/i jurusan Ekonomi) yang dianggap mewakili populasi penelitian.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) **perencanaan dan pengembangan kemampuan siswa di era digital dalam kaitannya dengan equitas pelanggan pada siswa-siswi SMA Negeri 1 Kibin** berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya perencanaan dan pengembangan kemampuan siswa di era digital dalam mendukung equitas pelanggan. Beberapa poin utama yang dapat disimpulkan adalah:

1. Kemampuan digital siswa perlu dikembangkan secara menyeluruh. Di era digital, siswa harus memiliki literasi digital yang kuat, termasuk kemampuan berpikir kritis, komunikasi daring yang efektif, serta keterampilan menggunakan teknologi informasi dalam pembelajaran.
2. Equitas pelanggan menjadi konsep penting dalam pendidikan digital. Equitas pelanggan dalam konteks siswa berarti memberikan layanan pendidikan yang adil, setara, dan sesuai kebutuhan masing-masing siswa. Ini mencakup akses

terhadap teknologi, materi pembelajaran yang relevan, serta pendampingan yang personal.

3. Terdapat ketimpangan dalam akses dan pemanfaatan teknologi. Di SMA Negeri 1 Kibin, masih ditemukan kesenjangan antara siswa dalam hal akses internet, perangkat digital, dan dukungan keluarga dalam pembelajaran daring.
4. Peran sekolah dan guru sangat vital.
Guru tidak hanya sebagai pengajar, tetapi juga fasilitator dan penghubung antara teknologi dan proses belajar. Sekolah harus merancang perencanaan yang adaptif terhadap kebutuhan siswa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Hargreaves, A., & Fullan, M. (2012). *Professional Capital: Transforming Teaching in Every School*. Teachers College Press.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2020). *Strategi Pembelajaran Jarak Jauh pada Masa Pandemi COVID-19*.
<https://www.kemdikbud.go.id/>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
<https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-25). Alfabeta.
- Suryani, A. (2021). Pengembangan Kompetensi Digital Guru dan Siswa di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Digital*, 3(1), 10–19.
- Tilaar, H. A. R. (2009). *Kebijakan Pendidikan: Peran Masyarakat dalam Pengembangan Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Wibowo, S. (2020). Konsep Equitas Pelanggan dalam Layanan Pendidikan Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan Indonesia*, 4(2), 45–58.
- World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*
<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>
- Yamin, M. (2013). *Strategi Pembelajaran Berbasis Kompetensi*. Gaung Persada Press.