

## **SOSIALISASI PENGEMBANGAN PELATIHAN KERJA DENGAN METODE PENETAPAN HARGA DI ERA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA SISWASISWI SMK 17 CILEGON**

**Maulana<sup>1\*</sup>, Sela Novitasari<sup>2</sup>, Ahmad Ghoni<sup>3</sup>, Rizki Rahayu Pratama<sup>4</sup>, Dwi Wulan Lestari<sup>5</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang*

*\*E-mail: [dosen03031@unpam.ac.id](mailto:dosen03031@unpam.ac.id)*

### **ABSTRAK**

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran ataupun promosi melalui media internet ataupun digital secara online. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan pemahaman mengenai peran digital marketing dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Melalui pengabdian kepada masyarakat di SMK 17 CILEGON Pandeglang ini memberikan pemahaman kepada Siswa/Siswi untuk mengkaji dalam terkait meningkatkan penjualan di era digital marketing saat ini. Dikarenakan masih pemula, pemasaran yang dilakukan belum maksimal yaitu menjual produknya kepada para konsumen yang ada di wilayah sekitarnya saja, sehingga belum dapat menarik konsumen secara lebih luas. Hal inilah yang menjadi tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu untuk memberikan pemahaman mengenai digital marketing dalam memasarkan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi: Peningkatan Pemahaman: Siswa memahami peran dan manfaat digital marketing dalam meningkatkan penjualan. Penerapan Strategi: Siswa mampu merancang strategi digital marketing sederhana untuk memasarkan produk lokal. Peningkatan Kesejahteraan: Dengan aplikasi digital marketing, diharapkan produk UMKM dapat menarik konsumen lebih luas, yang secara tidak langsung berdampak pada kesejahteraan masyarakat sekitar. Namun, karena siswa masih berada di tahap awal, implementasi digital marketing perlu didukung oleh pelatihan lanjutan agar mampu mencapai hasil yang optimal.

Kata kunci: pelatihan Kerja, Penetapan Harga, Meningkatkan Penjualan

### **ABSTRACT**

Digital marketing is a marketing or promotional activity through the internet or digital media online. The purpose of this community service activity is to provide an understanding of the role of digital marketing in efforts to increase sales of MSME products that have an impact on community welfare. Through community service at SMK 17 CILEGON Pandeglang, it provides an understanding to students to study in relation to increasing sales in the current digital marketing era. Because they are still beginners, the marketing carried out has not been maximized, namely selling their products to consumers in the surrounding area only, so they have not been able to attract consumers more widely. This is the purpose of this community service activity, namely to provide an understanding of digital marketing in marketing so that it can increase product sales. The expected results of this activity include: Increased Understanding: Students understand the role and benefits of digital marketing in increasing sales. Implementation of Strategy: Students are able to design simple digital marketing strategies to market local products. Increased Welfare: With the application of digital marketing, it is hoped that MSME products can attract consumers more widely, which indirectly has an impact on the welfare of the surrounding community. However, since students are still in the early stages, the implementation of digital marketing needs to be supported by further training in order to achieve optimal results.

Keywords : : Job training, Pricing, Increasing Sales.

## **PENDAHULUAN**

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran atau promosi melalui media internet secara online. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang peran digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di SMK 17 Cilegon Pandeglang dan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada siswa mengenai strategi pemasaran di era digital saat ini.

Saat ini, banyak UMKM yang masih berada pada tahap awal dalam memanfaatkan digital marketing. Pemasaran produk masih terbatas pada wilayah sekitar sehingga belum dapat menarik konsumen dalam skala yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pemahaman siswa agar mampu merancang strategi digital marketing sederhana yang efektif untuk memasarkan produk lokal secara lebih optimal. Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan dapat memahami peran dan manfaat digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk lokal serta mampu menerapkan strategi yang sesuai.

Hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup tiga hal utama. Pertama, peningkatan pemahaman siswa tentang peran dan manfaat digital marketing dalam meningkatkan penjualan. Kedua, kemampuan siswa dalam merancang strategi digital marketing sederhana untuk produk lokal. Ketiga, peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penerapan digital marketing yang mampu menarik konsumen lebih luas dan mendukung pertumbuhan UMKM.

Meskipun kegiatan ini memberikan pemahaman dasar tentang digital marketing, siswa masih berada di tahap awal sehingga perlu adanya dukungan pelatihan lanjutan agar strategi pemasaran yang diterapkan dapat lebih optimal. Dengan pelatihan lanjutan, siswa akan memiliki keterampilan yang lebih mendalam dalam memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk secara efektif. Harapannya, penerapan digital marketing yang baik dapat membantu meningkatkan penjualan produk UMKM dan mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar.

## **METODE**

Metode kegiatan yang digunakan terhadap siswa SMK adalah berupa metode penetapan harga di era digital, selanjutnya para siswa akan diberikan sesi tanya jawab tentang masalah yang dihadapi baik sifatnya pribadi maupun umum. Program Pengabdian Kepada Masyarakat di SMK 17 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.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

Hasil kegiatan PKM secara garis besar adalah dapat memberikan pemahaman Pelatihan Kerja Dengan Metode Penetapan Harga Di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Siswa/Siswi Smk 17 Cilegon Kegiatan secara garis besar bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang **Pelatihan Kerja Dengan Metode Penetapan Harga Di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan**. Kegiatan ini berhasil memberikan wawasan kepada siswa dan siswi mengenai pelatihan kerja dengan cara siswa/siswi mengetahui bagaimana metode penetapan harga di era digital ketika sudah lulus nanti atau saat ini sedang di jalankan melalui bisnis digital

### 4.2 Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, meliputi:

- a) **Sosialisasi Awal:** Memberikan pengenalan mengenai pentingnya pelatihan kerja
- b) **Penyampaian Materi:** Meliputi pemanfaatan media sosial, bisnis digital salah satunya metode penetapan harga yang di kembangkan.
- c) **Simulasi dan Praktik Langsung:** Peserta diajak untuk membuat tools penetapan harga, serta menyusun strategi pemasaran digital
- d) **Evaluasi Kegiatan:** Mengukur pemahaman peserta melalui diskusi dan penugasan.

Selain itu Kegiatan ini memberikan beberapa manfaat, di antaranya:

- **Peningkatan Pemahaman:** Siswa memperoleh wawasan baru mengenai cara memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pemasaran produk.
- **Keterampilan pelatihan kerja:** Peserta memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi bagaimana pelatihan kerja yang tepat
- **Memahami penetapan harga:** Siswa termotivasi untuk mulai mengetahui bagaimana metode penetapan harga yang tepat.

### 4.3 Pembahasan

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 35 orang Siswa/i Smk 17 Cilegon. Untuk lokasi kegiatan dilaksanakan di Smk 17 Cilegon, Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh 2 (dua) orang dosen dan 2 (dua) mahasiswa/i Universitas Pamulang PSDKU Serang.



Kegiatan (PKM) yang berfokus pada Sosialisasi Pengembangan Pelatihan Kerja Dengan Metode Penetapan Harga Di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Siswa/Siswi Smk 17 Cilegon merupakan salah satu langkah strategis untuk mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan era digital. Pembahasan kegiatan ini meliputi analisis terhadap pelaksanaan, hasil, dan dampaknya pada siswa dan siswi yang menjadi peserta. Peningkatan akses teknologi dan penggunaan internet memberikan peluang besar dalam dunia bisnis. Namun, keterbatasan pemahaman siswa tentang pelatihan kerja menjadi kendala dalam menetapkan harga yang mereka hasilkan. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk:

- a. Membekali siswa dengan keterampilan pelatihan kerja setelah lulus
- b. Meningkatkan dalam memahami metode penetapan harga
- c. Menanamkan mindset siswa/siswi dalam pelatihan kerja

#### 4.4. Bidang Pelatihan Kerja Populer di Era Sekarang

Bidang	Keterampilan
Digital Marketing	Sosial media, SEO, iklan online
Kuliner	Teknik memasak, pengemasan, branding produk
Fashion	Menjahit, desain busana, pemasaran
Teknologi	Microsoft Office, coding, desain UI/UX
UMKM	Pembukuan, strategi harga, promosi digital

#### 4.5 Praktik Langsung

##### Metode Penetapan Harga

###### a. Cost-Based Pricing

Harga ditentukan berdasarkan total biaya produksi + margin keuntungan.

Contoh: Biaya total Rp50.000 + Margin 30% → Harga jual = Rp65.000

###### b. Value-Based Pricing

Harga berdasarkan **nilai yang dirasakan oleh konsumen**. Cocok untuk produk unik atau premium.

Contoh: Produk handmade, produk lokal berkualitas tinggi

###### c. Competitive Pricing

Harga mengikuti atau menyesuaikan dengan harga pesaing, terutama di marketplace.

Contoh: Harga kompetitor Rp45.000 → kita buat Rp44.000 atau tawarkan bonus.

###### d. Psychological Pricing

Harga dibuat terlihat lebih menarik secara psikologis.

Contoh: Rp99.000 lebih menarik daripada Rp100.000

#### **e. Dynamic Pricing (Penetapan Harga Dinamis)**

Harga disesuaikan berdasarkan permintaan, waktu, atau perilaku konsumen.

Contoh: Harga naik saat stok menipis atau diskon saat flash sale.

#### **4.5 Hasil yang Dicapai**

- a. Peningkatan Pengetahuan: Siswa memahami konsep dasar dan teknik pemasaran digital.
- b. Keterampilan Praktis: Peserta dapat membuat konten digital dan menggunakan platform pemasaran.
- c. Motivasi Berwirausaha: Siswa termotivasi untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam bisnis kecil mereka.

#### **4.6 Hasil dan Evaluasi Pelatihan**

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap:

- Strategi penetapan harga yang sesuai dengan target pasar digital.
- Kemampuan menganalisis harga pesaing.
- Keterampilan menyusun harga jual berdasarkan struktur biaya dan nilai produk.

Sebagian besar peserta menyatakan pelatihan ini membantu mereka:

- Menentukan harga jual yang kompetitif
- Mengerti pentingnya diskon, bundling, dan strategi harga promosi
- Siap menerapkan strategi harga dalam bisnis digital masing-masing

menyajikan hasil penelitian yang diperoleh secara sistematis dan objektif. Hasil dapat didukung dengan tabel, grafik, atau gambar jika diperlukan untuk memperkuat penjelasan. Pada bagian ini, penulis juga harus membandingkan hasil yang diperoleh dengan teori atau hasil penelitian terdahulu guna memberikan interpretasi yang lebih komprehensif. Penulisan harus jelas, ringkas, dan menghindari pengulangan informasi.

**Tabel 3.1**  
**Hari Pertama Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

WAKTU	KEGIATAN	KETERANGAN
08.00-08.30	Registrasi Peserta	Panitia
08.30-08.40	Pembukaan Acara	Mahasiswa
08.40-09.00	Pembacaan Ayat Suci Alquran	Ahmad Ghoni, S.E., M.M
09.00-09.30	Sambutan Kepala Sekolah	H. Nanay Sunanda, S.E., M.Pd
09.30-10.00	Sambutan Kaprodi	Indar Riyanto, S.Kom., M.M.
10.00-11.00	Materi I	Maulana, S.E., M.M.
11.00-11.30	Sesi Diskusi/Tanya Jawab	Maulana, S.E., M.M.
11.30-11.45	Penutup	Mahasiswa







**Gambar Kegiatan Pelaksanaan PkM SMK 17 Cilegon**



## KESIMPULAN

Kesimpulan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Sosialisasi Pengembangan Pelatihan Kerja Dengan Metode Penetapan Harga Di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Siswa/Siswi Smk 17 Cilegon berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya digital marketing dalam mendukung usaha berbasis teknologi. Beberapa poin utama yang dapat disimpulkan adalah:

### 1. Pemahaman Dasar

Pelatihan kerja dengan metode penetapan harga di era digital terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan kesiapan peserta dalam menyusun strategi harga yang efektif untuk meningkatkan penjualan.

**Rekomendasi:** Pelatihan ini dapat diulang secara berkala dengan tambahan materi seperti fotografi produk, copywriting, dan penggunaan e-commerce tools untuk mendukung peningkatan penjualan secara menyeluruh. Peserta berhasil memahami konsep digital marketing, termasuk strategi pemasaran melalui media digital seperti media sosial dan e-commerce.

### 2. Keterampilan Praktis

Kegiatan ini membekali siswa dengan keterampilan teknis, seperti membuat konten pemasaran, mengelola platform digital, dan menyusun strategi pemasaran berbasis target pasar.

3. **Penetapan harga** merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran digital yang secara langsung memengaruhi tingkat penjualan, terutama di era persaingan terbuka melalui platform online.
4. Peserta pelatihan telah mendapatkan **pemahaman dan keterampilan praktis** mengenai berbagai metode penetapan harga, seperti cost-based, value-based, competitive pricing, hingga teknik promosi harga.
5. Melalui simulasi dan studi kasus, peserta mampu **menganalisis harga pesaing dan menentukan strategi harga** yang sesuai untuk produk atau jasa mereka

## DAFTAR PUSTAKA

- Alcisel, S., Suherman, G., Syahputra, J., & Nasution, K. (2024). Pelatihan Pemasaran Produk Secara Online Berbasis Marketplace Bagi Siswa/i Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen Di Era Digital 5.0 di SMK Negeri 2 Kutacane..
- Ashoer, et al. (2019). *Modal Kreativitas dalam Membangun Usaha di Era Digital*. Bandung: Penerbit ITB.
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2021). *Modul Pelatihan Berbasis Kompetensi: Strategi Penjualan dan Penetapan Harga di Era Digital*. Jakarta: Kemnaker RI.
- Kewirausahaan untuk Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan. Medan: Universitas Sumatera Utara Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kusnandar, V. B. (2022). *Strategi Penetapan Harga Produk di Era Digital untuk UMKM*. Jakarta: Pustaka Digital Indonesia.
- Kusumastuti, A. D., Mutiasari, A. I., Cahyani, R. R., Amaraningtyas, A. E., & Anggraeni Putri, A. J. (2024). Edukasi Metode Penetapan Harga Jual pada Hasil Produk Kreatif Sebagai Latihan Berwirausaha Siswa SMK Sahid Surakarta.
- Laily, N., Sulikah, S., Herdiani, A., Ardhani, L., Devi, E. R., & Wulansuci, R. (2023). Pelatihan Penerapan Cost-Plus Pricing Untuk Menciptakan Harga Produk Yang Kompetitif Dan Digitalisasi Pemasaran Bagi UMKM.
- Siregar, H. (2020). *Digital Marketing untuk UMKM*. Bandung: CV Widina Bhakti Persada.
- Siswanto & Gusneli. (2021). *Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan: Kunci Keberhasilan dalam Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2004). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suratman & Palupi. (2019). *Langkah-langkah Membangun Bisnis yang Sukses dari Nol*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tahirs & Rambulangi. (2020). *Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran bagi UMKM*. Makassar:
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.