

EDUKASI MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN SOFT SKILLS SISWA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING

Alisah¹, Bela Puspita², Nila Khayriyah³, Lailatul Hasanah⁴, Bambang Permadi⁵, Harry Triana⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

**E-mail:pitralysaa@gmail.com*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupaya mengatasi kurangnya pemahaman dan motivasi siswa SMAN 1 Jawilan dalam bidang manajemen pemasaran dan pengembangan soft skill. Karena kedua hal ini sangat penting untuk bersaing di dunia kerja saat ini, program ini bertujuan membekali siswa dengan dasar-dasar pemasaran, meningkatkan semangat kewirausahaan, menumbuhkan pemikiran kreatif, serta melatih kerja sama tim dan pemecahan masalah. Melalui diskusi, studi kasus, dan simulasi pada 29 Mei 2025, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan antusiasme siswa, terutama dalam hal kepercayaan diri berkomunikasi dan berkolaborasi. Ke depannya, program ini menyarankan agar materi diintegrasikan lebih dalam ke kurikulum, sekolah berkolaborasi dengan industri, akses teknologi digital ditingkatkan, siswa didorong ikut kompetisi, dan program tindak lanjut alumni dibuat untuk memastikan siswa memiliki daya saing yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Soft Skill Dan Daya Saing

ABSTRACT

This community service activity seeks to address the lack of understanding and motivation of SMAN 1 Jawilan students in the fields of marketing management and soft skills development. Because these two things are very important to compete in today's workforce, this program aims to equip students with the basics of marketing, increase entrepreneurial spirit, foster creative thinking, and train teamwork and problem solving. Through discussions, case studies, and simulations on May 29, 2025, this activity succeeded in increasing students' understanding and enthusiasm, especially in terms of confidence in communicating and collaborating. In the future, this program recommends that materials be integrated more deeply into the curriculum, schools collaborate with industry, access to digital technology be increased, students are encouraged to participate in competitions, and alumni follow-up programs are created to ensure students have sustainable competitiveness.

Keywords: Marketing Management, Soft Skills, and Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang dinamis dan kompetitif di era globalisasi, manajemen pemasaran dan pengembangan soft skill sangatlah krusial untuk mempersiapkan generasi muda. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi perubahan ekonomi, pemahaman akan strategi

pemasaran yang efektif menjadi semakin penting bagi individu maupun organisasi. Disamping itu, kemampuan berkomunikasi, berfikir kritis, kolaborasi, dan kreativitas merupakan penentut keberhasilan seseorang dalam berbagai aspek kehidupan.

SMAN 1 Jawilan adalah sekolah menengah atas negeri yang berlokasi di Jalan Perum Taman Sejahtera, Desa/Kelurahan Jawilan, Kecamatan Jawilan, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, dengan kode pos 42177. Sekolah ini memiliki status sebagai sekolah negeri dan berada di bawah kepemilikan pemerintah daerah. Kepala sekolah saat ini adalah Satiri.

SMAN 1 Jawilan, sebagai lembaga pendidik, memiliki komitmen untuk menghasilkan lulusan berkualitas dan berdaya saing tinggi. Oleh karna itu, sekolah ini memegang peran vital dalam menanamkan konsep manajemen pemasaran dan soft skill kepada siswaanya. Namun demikian, banyak siswa yang belum memahami sepenuhnya pentingnya kedua konsep tersebut dan bagaimana mengintegrasikannya dalam kehidupan sehari hari kurang nya materi pelajaran yang berfokus pada aplikasi praktis pemasaran serta rendahnya motivasi untuk mengembangkan soft skill menjadi kendala tersendiri.

Manajemen pemasaran, khususnya di era digital memiliki peran krusial bagi setiap perusahaan atau organisasi, baik penyedia produk atau jasa. Adapaun untuk fungsinya untuk menganalisis, merancang, dan mengukur strategi pemasaran. Di era digital saat, manajemen pemasaran tdk dapat di pisahkan dari pemasaran digital, yaitu strategi promosi produk atau jasa melalui berbagai platform online dan internet. Pemasaran digital menwarkan metode yang efektif dan ekonomis. (ilmi, 2023)

Pengabdian ini berfokus pada pengembangan soft skil dan hard skill untuk siswa. Di era globalisasi, dunia kerja menuntut sumberdaya manusia yang berdaya saing tinggi, adatif, antisipatif, cepat belajar, terampil, dan mudah beradaptasi

dengan teknologi baru. Oleh karna itu, tenaga kerja yang dibutuhkan pasar harus memiliki kemampuan soft skill dan hard skill yang kuat. (Widantaro, 2012).

Oleh karena itu, pemberian bekal pengetahuan mengenai manajemen pemasaran sejak dini akan memberikan manfaat besar bagi siswa. Mereka tidak hanya akan menguasai dasar dasar pemasaran, tetapi juga mampu membangun usaha yang berkelanjutan. Selain itu, mengembangkan soft skill akan membekali siswa dengan kemampuan beradaptasi, berinovasi, dan memecahkan masalah di masa depan, sehingga mereka menjadi individu yang mandiri, tangguh, dan berwawasan

Selain itu, peran guru dalam memfasilitasi pengembangan soft skill perlu ditingkatkan. Banyak guru mungkin belum menerima pelatihan yang cukup mengenai metode inovatif untuk menstimulasi soft skill siswa, seperti teknik coaching atau mentoring. Kurangnya pemahaman akan krusialnya soft skill ini dapat menyebabkan pembelajaran yang cenderung satu arah dan kurang mendorong partisipasi aktif siswa dalam mengembangkan diri. Oleh karena itu, program yang dibutuhkan tidak hanya menargetkan siswa, tetapi juga menyediakan dukungan dan pelatihan bagi para pendidik.

Keterbatasan akses terhadap role model, baik dari kalangan wirausahawan maupun profesional pemasaran, juga menjadi penghalang. Siswa sering kali tidak punya gambaran jelas tentang bagaimana konsep yang mereka pelajari diterapkan dalam praktik nyata. Mengundang praktisi atau pengusaha sukses untuk berbagi pengalaman bisa memberikan inspirasi dan panduan langsung yang sangat berharga. Ini akan membantu siswa memahami relevansi materi pembelajaran mereka dengan peluang karier di masa depan.

Keterlibatan orang tua dalam mendukung pengembangan soft skill dan minat anak juga belum maksimal. Banyak orang tua cenderung lebih memprioritaskan pencapaian akademik anak, dan kurang memahami pentingnya soft skill seperti kemandirian, tanggung jawab, atau inisiatif. Mengadakan program yang melibatkan orang tua, seperti seminar atau lokakarya, dapat membantu menyatukan pandangan dan menciptakan ekosistem dukungan yang menyeluruh bagi siswa, baik di lingkungan sekolah maupun rumah agar orang tua lebih

paham secara mendalam terkait skill dan minat anaknya. Seringkali, sistem pendidikan kurang memperhatikan pentingnya membangun koneksi dan bekerja sama. Penting bagi siswa untuk terbiasa berinteraksi dengan pihak di luar sekolah, termasuk pelaku usaha kecil menengah (UKM) atau komunitas digital. Saat ini, minimnya platform bagi mereka untuk berjejaring dan menerapkan ide pemasaran secara langsung bisa menghambat pertumbuhan potensi kewirausahaan. Oleh karena itu, menyediakan kesempatan seperti kunjungan ke industri, atau proyek kolaborasi dengan bisnis lokal akan sangat berharga untuk memperkaya pengalaman praktis siswa.

Selain itu, Pengukuran dan Evaluasi Berkelanjutan pada sistem pendidikan belum mengintegrasikan dengan baik penilaian dan umpan balik yang konsisten terhadap pengembangan soft skill dan pemahaman pemasaran siswa. Tanpa metode evaluasi yang jelas, akan sulit menentukan tingkat kemajuan siswa dan efektivitas program yang telah dilaksanakan. Diperlukan alat ukur yang tidak hanya menilai pengetahuan teoritis, tetapi juga kemampuan aplikasi, kreativitas, dan kolaborasi siswa. Dengan demikian, program dapat disesuaikan lebih tepat dengan kebutuhan dan perkembangan siswa.

METODE

Sebagai langkah awal penerapan program ini, survei pendahuluan dilakukan di lokasi mitra. Survei tersebut menyelidiki kesediaan mitra untuk bekerja sama dengan tim yang membuat proposal dan menjelaskan masalah mitra, mengidentifikasi solusi umum yang layak, waktu pelaksanaan dan kriteria siswa yang berpartisipasi dalam program aksi.

Sasaran kegiatan ini adalah SMA Negeri 1 Jawilan yang merupakan salah satu SMA di Jawilan, menyadari bahwa sekolah ini sangat tepat memberikan pengetahuan tentang pemasaran, soft skill dan keterampilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini di Laksanakan pada hari Selasa, 29 Mei 2025 yang bertempat di SMA Negri 1 Jawilan. Peserta dalam kegiatan ini adalah siswa/i kelas 10 dan 11. Proses pembelajaran yang dilakukan

dengan berbagai cara, baik secara formal maupun informal, dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan dan mengembangkan potensi yang ada.



Gambar 1. Foto Bersama Siswa/i

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan sukses, terlihat dari semangat para siswa siswi SMAN 1 Jawilan saat mengikuti kegiatan dalam bentuk seminar. Untuk menambah semangat, tim pengabdian masyarakat juga menyediakan hadiah menarik bagi siswa/i yang beruntung. Tim berharap kegiatan semacam ini dapat terus berlanjut di masa depan untuk membekali para siswa ketika mereka nanti terjun ke masyarakat.

Dalam seminar ini, kami menyajikan dasar-dasar manajemen pemasaran, yang meliputi pentingnya riset pasar, segmentasi, penentuan target pasar, serta strategi branding sederhana. Kami juga sangat berfokus pada pengembangan soft skill seperti komunikasi efektif, kerja sama tim, berpikir kritis, dan kreativitas. Untuk memastikan siswa memahami materi secara menyeluruh dan terlibat aktif, penyampaian dilakukan secara interaktif melalui diskusi kelompok, studi kasus singkat, dan sesi tanya jawab.

Antusiasme siswa terlihat jelas dari respons positif mereka selama sesi interaktif. Banyak yang mengajukan pertanyaan relevan, membagikan ide-ide

kreatif, dan aktif berpartisipasi dalam simulasi kecil. Ini menunjukkan peningkatan minat dan kesadaran mereka terhadap pentingnya manajemen pemasaran dan soft skill untuk persiapan masa depan. Lingkungan belajar yang mendukung, ditambah adanya hadiah sebagai bentuk apresiasi, turut memicu semangat belajar siswa.

Keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari persiapan matang tim pengabdian dan dukungan penuh dari pihak sekolah. Kolaborasi yang solid antara tim pengabdi dan guru-guru SMAN 1 Jawilan memungkinkan pelaksanaan acara berjalan lancar dan efektif. Harapannya, kegiatan serupa di masa mendatang dapat memperluas cakupan materi, melibatkan lebih banyak praktisi, dan mengembangkan program tindak lanjut yang berkelanjutan untuk memastikan siswa memiliki bekal yang mumpuni saat memasuki dunia kerja atau melanjutkan pendidikan.

Salah satu indikator keberhasilan yang signifikan adalah peningkatan kepercayaan diri siswa dalam menyampaikan ide dan berinteraksi dalam kelompok. Sebelumnya, beberapa siswa mungkin ragu untuk berbicara di depan umum, namun setelah sesi komunikasi dan team-building, partisipasi mereka tampak meningkat. Ini adalah modal penting yang akan sangat berguna saat mereka bernegosiasi, presentasi, atau bekerja sama di lingkungan profesional nantinya.

Pengalaman nyata yang siswa peroleh melalui studi kasus dan simulasi juga memberikan gambaran konkret tentang tantangan dan peluang di dunia pemasaran. Mereka tidak hanya memahami teori, tetapi juga merasakan langsung bagaimana keputusan pemasaran dapat memengaruhi hasil.

Program pengabdian masyarakat di sekolah menengah sangat penting untuk menjembatani teori akademik dengan kebutuhan dunia kerja. Seminar yang fokus pada soft skill seperti komunikasi, berpikir kritis, dan kolaborasi terbukti efektif meningkatkan kepercayaan diri dan partisipasi siswa. Metode interaktif, seperti diskusi kelompok dan simulasi, tidak hanya menambah pengetahuan tapi juga memberi pengalaman nyata bagi siswa untuk menerapkan keterampilan tersebut. Antusiasme siswa dalam kegiatan ini menunjukkan bahwa

mereka sadar akan pentingnya kemampuan non-teknis untuk masa depan (Hartono, 2021).



Gambar 2. Foto Pemaparan Materi



Gambar 3. Foto Penyerahan Sertifikat

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menyoroti pentingnya pembekalan manajemen pemasaran dan pengembangan soft skill bagi siswa SMA Negeri 1 Jawilan. Analisis situasi menunjukkan bahwa meskipun manajemen pemasaran dan soft skill krusial dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang dinamis, masih banyak siswa yang belum memiliki pemahaman mendalam serta motivasi yang cukup untuk mengaplikasikan konsep-konsep ini. Oleh karena itu, program ini dirancang untuk mengatasi kesenjangan kompetensi tersebut dengan tujuan membekali siswa dengan pengetahuan dasar manajemen pemasaran, meningkatkan motivasi kewirausahaan, mengembangkan pola pikir

kreatif, serta melatih keterampilan kerja sama tim dan pemecahan masalah. Melalui pendekatan praktis seperti proyek berbasis pembelajaran, studi kasus, simulasi bisnis, dan ekstrakurikuler, diharapkan lulusan memiliki daya saing yang tinggi dan siap menghadapi dinamika pasar kerja serta beradaptasi dengan perubahan.

SARAN

Untuk memaksimalkan dampak positif dari program ini dan memastikan keberlanjutan manfaatnya, disarankan beberapa langkah ke depan. Pertama, pihak sekolah dapat mengintegrasikan materi manajemen pemasaran dan pengembangan soft skill secara lebih mendalam ke dalam kurikulum reguler, tidak hanya melalui kegiatan pengabdian masyarakat sesekali. Ini dapat dilakukan dengan memperkaya mata pelajaran yang ada atau mengembangkan mata pelajaran pilihan yang relevan. Kedua, perlu adanya kolaborasi yang lebih erat dengan dunia usaha dan industri lokal sehingga mereka dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam konteks yang sesungguhnya. Terakhir, evaluasi berkala terhadap efektivitas program dan adaptasi kurikulum berdasarkan umpan balik dari siswa, dan pihak industri sangat penting untuk memastikan relevansi dan kualitas pembekalan yang diberikan agar siswa dapat terus berdaya saing di masa depan.

Untuk memastikan program berjalan efektif dan berkelanjutan, sekolah sebaiknya membentuk unit atau tim khusus pengembangan kurikulum yang fokus pada integrasi soft skill dan kompetensi pemasaran. Tim ini akan bertugas menyusun modul ajar inovatif, mencari narasumber dari industri, dan memfasilitasi proyek berbasis masalah yang menantang siswa. Adanya tim berdedikasi ini akan membuat implementasi dan pengembangan program lebih terstruktur, sehingga siswa bisa mendapatkan pengalaman belajar yang optimal.

Peningkatan akses ke teknologi digital dan fasilitas pendukung juga sangat penting. Mengingat pesatnya perkembangan pemasaran digital, SMAN 1 Jawilan perlu berinvestasi pada infrastruktur memadai, seperti laboratorium komputer dengan perangkat lunak desain grafis dan analisis data sederhana, serta akses internet yang stabil. Hal ini akan memungkinkan siswa untuk praktik langsung

dalam pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, atau simulasi e-commerce, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan ekonomi digital.

Sekolah juga disarankan untuk secara aktif mendorong siswa berpartisipasi dalam berbagai kompetisi di luar sekolah yang berkaitan dengan pemasaran dan kewirausahaan. Contohnya, lomba ide bisnis, kompetisi pemasaran digital, atau startup challenge. Melalui kompetisi ini, siswa akan memperoleh pengalaman berharga dalam menguji ide, berinteraksi dengan juri/investor, dan bersaing secara sehat, yang secara signifikan akan mengasah soft skill dan jiwa kompetitif mereka. Terakhir, dibutuhkan program tindak lanjut (follow-up) yang terstruktur bagi alumni. Sekolah bisa membuat basis data alumni yang terlibat dalam program ini dan memantau perkembangan mereka diperguruan tinggi atau dunia kerja. Jaringan alumni ini dapat dimanfaatkan untuk sesi berbagi pengalaman, mentorship, atau bahkan kesempatan magang bagi siswa yang lebih muda. Masukan dari alumni juga akan menjadi informasi berharga untuk terus menyempurnakan program dan memastikan relevansinya dengan tuntutan karier yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran.
- Hartono, P. (2021). Penerapan Konsep Pemasaran Dasar untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 50-59.)
- Ilmi, I., & Nukhbatillah, I. A. (2023). Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Melalui Digital MAarketing Produk Produk Unggulan SMAN 1 Langkap Lancar. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*, 5(1), 105-116.
- Lubis, A. H. (2020). Desain Sistem Penilaian Soft Skills dalam Kurikulum Pendidikan Tinggi. *Jurnal Pendidikan & Kebudayaan*, 26(1), 89- 102.)
- Mulyani, S. (2020). Peran Soft Skills dalam Meningkatkan Daya Saing Lulusan Perguruan Tinggi di Era Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 12-20.)

- Said, M., Alaidrus, A. J., & Badrun, B. (2024). Pengembangan Sumber Daya Manusia: Meningkatkan Soft Skill Siswa Untuk Kesiapan Dunia Kerja. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(3), 1923-1929.
- Saputri, D. I., & Pratiwi, N. P. (2023). Peran Pembelajaran Kewirausahaan dalam Meningkatkan Soft Skill Siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 45-56.)
- Widarto, W., Pardjono, P., & Widodo, N. (2012). Pengembangan model pembelajaran soft skills dan hard skills untuk siswa SMK. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, (3).
- Yanny, A., & Hutabarat, S. A. (2024). Edukasi Enterpreneurship dalam Mengembangkan Soft Skill Siswa-Siswi SMU Negeri 14 Medan. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 3(01), 7-11.
- Yuniarti, S. (2018). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan BisnisIslam*.