



Pelatihan Penyusunan Rencana Bisnis dan Pemasaran Digital bagi Siswa SMAK 2 Penabur Jakarta

Rita Eka Setianingsih*, Yosef Dema

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Jl. Yos Sudarso Kav 87, Sunter Jakarta 14350 Indonesia

* E-mail korespondensi : rita.eka@kwikkiangie.ac.id

ABSTRACT

This community service activity, titled "Pelatihan Penyusunan Rencana Bisnis dan Pemasaran Digital bagi Siswa SMAK 2 PENABUR Jakarta," aimed to equip high school students with essential entrepreneurial skills and knowledge in digital marketing. Conducted on January 31, 2024, with the participation of 110 students, the program focused on understanding the components of a business plan and the strategic use of digital marketing to enhance entrepreneurial ventures. The training encompassed essential topics like developing business plans, conducting market analysis, and implementing digital marketing strategies, enriched with practical examples and case studies to connect theoretical concepts with real-world application. Students actively engaged in interactive sessions, including a Q&A segment, to ensure comprehensive understanding and application. The outcomes demonstrated increased awareness, confidence, and readiness among students to tackle entrepreneurial challenges in the digital era. This initiative underscores the significance of incorporating entrepreneurial education into high school curricula, laying the groundwork for nurturing creativity, self-reliance, and resilience in the next generation of entrepreneurs. Recommendations include expanding similar training programs, incorporating advanced modules, and establishing mentorship opportunities for sustainable impact.

Keywords:

Business Plan
Digital Marketing
Digital Technology

Penerbit:

LPPM Institut Bisnis dan
Informatika Kwik Kian Gie



This work is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

A. PENDAHULUAN

Di era digital, kemampuan beradaptasi dengan teknologi informasi menjadi hal yang krusial, khususnya bagi generasi muda. Melatih siswa SMA dalam penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital merupakan inisiatif strategis untuk mempersiapkan mereka menghadapi pasar kerja yang semakin kompetitif (Bacigalupo et al., 2016). Dengan memperoleh pemahaman yang kuat tentang perencanaan bisnis dan pemasaran digital, siswa tidak hanya dipersiapkan untuk memulai usaha kewirausahaan tetapi juga memperoleh keterampilan penting yang sangat dihargai di berbagai industri (Gibb, 2003).

Mengajarkan kewirausahaan kepada siswa SMA memberikan dampak positif yang besar, baik untuk perkembangan pribadi mereka maupun untuk masyarakat secara keseluruhan. Melalui pembelajaran kewirausahaan, siswa memperoleh keterampilan penting seperti manajemen

waktu, pengelolaan sumber daya, dan pengaturan keuangan, yang sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari (Kuratko, 2005). Pembelajaran ini juga merangsang kemampuan berpikir kritis dan mendorong mereka untuk menemukan solusi kreatif terhadap berbagai tantangan (Golden, 2023). Selain itu, siswa diajak mengembangkan kreativitas dan kemampuan untuk mengubah ide menjadi rencana yang konkret dan dapat dijalankan (Fayolle & Gailly, 2008). Pendidikan kewirausahaan juga memperkuat kemandirian dan tanggung jawab siswa, membekali mereka dengan ketahanan dalam menghadapi kegagalan dan tantangan (Hisrich et al., 2017). Dengan mengambil tanggung jawab atas keputusan mereka sendiri, siswa belajar untuk beradaptasi dan berkembang, yang mendukung penguatan mental mereka. Kualitas-kualitas ini tidak hanya penting bagi kesuksesan pribadi, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya tenaga kerja yang mampu menghadapi permasalahan kompleks dan beradaptasi dengan dinamika ekonomi yang terus berubah (Lans et al., 2014). Siswa sekolah menengah yang dilatih dalam kewirausahaan dan pemasaran digital memiliki potensi untuk menjadi pencipta lapangan kerja, yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Pemuda yang terdidik dan inovatif dapat membawa ide-ide transformatif ke industri, mengembangkan solusi untuk tantangan yang mendesak dan menumbuhkan ketahanan ekonomi (OECD, 2018). Artikel jurnal ini mengeksplorasi desain dan implementasi program pelatihan dalam penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital untuk siswa SMAK 2 PENABUR Jakarta, yang menekankan perannya dalam mempersiapkan generasi berikutnya untuk kesuksesan kewirausahaan di era digital.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan sebagai pelatihan langsung bagi 110 siswa kelas X dan XI di SMAK 2 PENABUR. Berlangsung di auditorium sekolah pada Rabu, 31 Januari 2024, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan siswa keterampilan dalam menyusun rencana bisnis dan memanfaatkan pemasaran digital. Acara dimulai dengan sesi pembukaan yang dipandu oleh pembawa acara, diikuti oleh sambutan dari konselor pembimbing sekolah, dan dilanjutkan dengan sesi utama pelatihan.

Dalam pelatihan, instruktur mengawali dengan menekankan pentingnya sesi ini untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha siswa. Materi yang disampaikan meliputi komponen-komponen penting dari rencana bisnis, termasuk mendefinisikan tujuan bisnis, mengidentifikasi target pasar, dan menyusun proposisi nilai. Selain itu, instruktur menyoroti relevansi pemasaran digital bagi calon wirausahawan, menjelaskan perannya dalam menjangkau khalayak yang lebih luas dan mempertahankan daya saing dalam lanskap bisnis saat ini.

Untuk meningkatkan pemahaman, instruktur memberikan contoh nyata dari merek- merek sukses yang unggul melalui strategi pemasaran digital yang efektif. Studi kasus yang relevan dengan konteks siswa juga dibagikan, yang menggambarkan bagaimana rencana bisnis yang terstruktur dengan baik dan pendekatan pemasaran yang kreatif berkontribusi pada keberhasilan kewirausahaan. Contoh-contoh praktis ini menjembatani konsep teoritis dengan aplikasi kehidupan nyata, sehingga menciptakan lingkungan belajar yang menarik dan interaktif.

Pada sesi terakhir, siswa didorong untuk berpartisipasi aktif dengan mengajukan pertanyaan tentang pengembangan rencana bisnis dan strategi pemasaran digital. Sesi tanya jawab interaktif ini memastikan bahwa semua peserta memahami konsep sepenuhnya dan dapat menerapkannya dalam skenario praktis. Pendekatan kolaboratif memungkinkan siswa untuk mengklarifikasi keraguan dan memperdalam wawasan mereka, memastikan efektivitas program pelatihan dalam mempersiapkan mereka untuk usaha kewirausahaan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

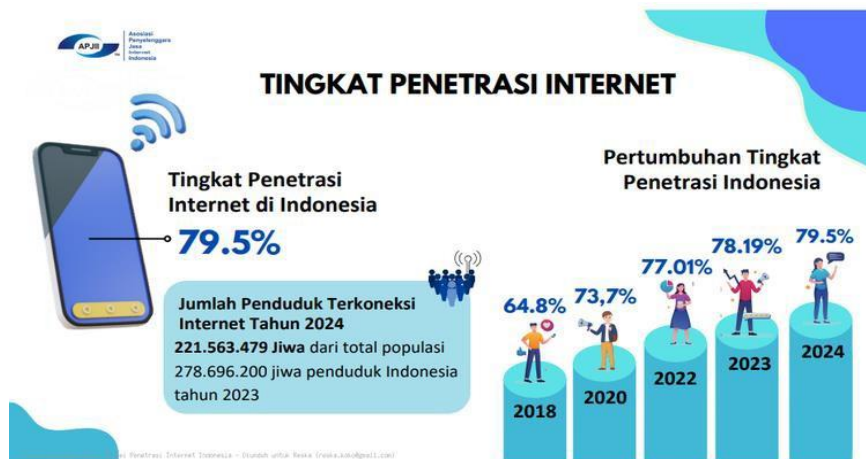
Program pelatihan tentang "Penyusunan Rencana Bisnis dan Pemasaran Digital" menyoroti pentingnya keterampilan ini bagi siswa sekolah menengah dalam mengarungi era digital. Peserta belajar bahwa kemajuan teknologi dan aksesibilitas internet telah mengubah cara bisnis menjangkau konsumen. Transformasi ini memungkinkan bisnis untuk menyampaikan informasi secara efisien dan memperluas jangkauan global mereka, menawarkan wawasan penting kepada siswa tentang praktik bisnis modern (Bacigalupo et al., 2016; OECD, 2018).

Efisiensi biaya pemasaran digital muncul sebagai keuntungan signifikan selama pelatihan. Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, strategi digital memungkinkan bisnis mengurangi biaya promosi sekaligus memanfaatkan alat analitik untuk memantau dan mengoptimalkan kampanye secara real time. Pendekatan ini membekali siswa dengan kemampuan mengelola sumber daya secara efektif, keterampilan penting bagi calon wirausahawan (Chaffey & Smith, 2017; Gibb, 2003).

Aplikasi pemasaran digital dan perencanaan bisnis di dunia nyata ditekankan melalui studi kasus dan contoh. Peserta meneliti strategi pemasaran digital yang berhasil digunakan oleh merek terkemuka dan menganalisis tren pasar. Dengan mengeksplorasi contoh seperti "Kedai Kopi Siswa," rencana bisnis kedai kopi yang berpusat pada siswa, siswa memperoleh wawasan praktis tentang analisis pasar, perencanaan operasional, dan proyeksi keuangan, yang memungkinkan mereka menerapkan pelajaran ini ke usaha mereka (Golden, 2023; Fayolle & Gailly, 2008).

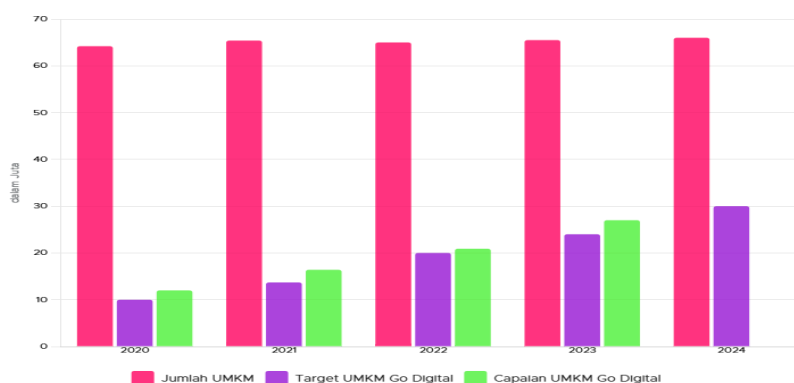
Bagian pemasaran digital dalam pelatihan ini menitikberatkan pada strategi seperti penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran melalui email. Penekanan diberikan pada pentingnya menciptakan konten yang menarik dan memanfaatkan alat digital untuk membangun kesadaran merek serta menjalin hubungan dengan audiens.

Siswa diajak untuk mengeksplorasi pendekatan-pendekatan ini guna memperluas jangkauan serta meningkatkan dampak dari ide-ide kewirausahaan mereka (Kuratko, 2005; Chaffey & Smith, 2017).



Gambar 1: Pengguna internet di Indonesia

Statistik yang disajikan selama pelatihan menegaskan pentingnya pemasaran digital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang berkembang pesat. Sebagai contoh, dengan lebih dari 221 juta pengguna internet pada awal tahun 2024, mayoritas berasal dari Generasi Z, peluang untuk kewirausahaan digital sangatlah besar (APJII, 2024). Selain itu, peningkatan digitalisasi pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) turut disoroti, menggarisbawahi kontribusi penting mereka dalam memperkuat perekonomian nasional sekaligus memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk mengadopsi strategi digital dalam rencana bisnis mereka (Gusmiarti, 2024).



Gambar 2: Jumlah UMKM Go Digital (dalam juta)

Pelatihan ditutup dengan sesi tanya jawab interaktif, di mana para siswa aktif berdiskusi tentang penerapan praktis dari keterampilan yang telah mereka pelajari. Dokumentasi program ini menangkap antusiasme dan keterlibatan para siswa, didukung oleh kolaborasi para guru SMAK 2 PENABUR. Secara keseluruhan, pelatihan ini menunjukkan potensi perencanaan bisnis dan pendidikan pemasaran digital untuk mempersiapkan siswa meraih kesuksesan dalam berwirausaha sekaligus berkontribusi pada tujuan yang lebih luas yaitu mengembangkan ekonomi digital Indonesia (Hisrich et al., 2017; Lans et al., 2014).



Gambar 3: Peserta pelatihan dan bersama para guru SMAK 2 Penabur

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital bagi siswa sekolah menengah atas adalah langkah strategis untuk membekali mereka dengan kemampuan penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan di masa depan. Melalui pemahaman tentang elemen rencana bisnis dan penguasaan strategi pemasaran digital, siswa akan lebih siap bersaing di dunia bisnis yang semakin dinamis. Program pelatihan ini tidak hanya mendorong semangat kewirausahaan, tetapi juga memberikan pengetahuan serta keterampilan praktis yang relevan dengan berbagai bidang kehidupan. Dengan pelatihan ini, siswa diberdayakan untuk menjadi individu yang mandiri, inovatif, dan tangguh, siap menghadapi tantangan masa depan dengan keyakinan diri.

Untuk memaksimalkan dampak pendidikan kewirausahaan, lembaga pendidikan disarankan untuk memasukkan pelatihan penyusunan rencana bisnis dan pemasaran digital ke dalam kurikulum mereka. Program semacam itu harus berfokus pada penyediaan pengalaman langsung dan aplikasi di dunia nyata untuk memperdalam pemahaman siswa. Lebih jauh lagi, kemitraan dengan profesional industri dan wirausahawan dapat meningkatkan pengalaman belajar dengan menawarkan bimbingan dan wawasan praktis. Terakhir, dukungan berkelanjutan melalui sesi tindak lanjut atau kompetisi dapat mendorong siswa untuk

menerapkan pengetahuan mereka dengan cara yang bermakna, menumbuhkan budaya inovasi dan kemandirian. Dengan menerapkan rekomendasi ini, sekolah dapat lebih mempersiapkan siswa untuk menjadi wirausahawan masa depan dan kontributor bagi ekonomi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved from <https://tekno.kompas.com>
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, L. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- Blank, S, Blank, S.G., Dof, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593. <https://doi.org/10.1108/03090590810899838>
- Gibb, A. (2003). In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: Creative destruction, new values, new ways of doing things, and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269. <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00086>
- Golden, B. (2023). Enabling critical thinking development in higher education through the use of a structured planning tool. *Irish Educational Studies*, 42(4), 949–969. <https://doi.org/10.1080/03323315.2023.2258497>
- Gusmiarti, Ira (2024)' '27 juta UMKM telah go digital hingga 2023'<https://data.goodstats.id/statistic/> diakses 20 Desember 2024
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>

- Lans, T., Blok, V., & Wesselink, R. (2014). Learning apart and together: towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education. *Journal of Cleaner Production*, 62, 37-47.
- McKeown, M. (2016). *The Innovation Book: How to Manage Ideas and Execution for Outstanding Results*. FT Publishing International.
- OECD. (2018). *The Future of Education and Skills: Education 2030*. Paris: OECD Publishing.
- Riyanto, Galuh & Pertiwi Wahyunanda (2024), 'Pengguna Internet Indonesia tembus 221 juta, didominasi Gen <https://tekno.kompas.com/read/2024/02/01/09300027/> diakses 15 Desember 2024