

Peningkatan Keterampilan Kewirausahaan melalui Pelatihan Pemasaran Digital Produk Daur Ulang di SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur

Donant Alananto Iskandar^{1*}, Ignatius Ario Sumbogo², Maulana Malik Muhammad³, Anjar Dwi Astono⁴, Boas Nathanael Evelinus⁵, Fathan Silmi Raihan⁶, Andhika Putra Nugraha⁷, Audrey Augustine Suprianto⁸, Jasinta Octora⁹, & Striwicessa Senjaya¹⁰

¹²⁴⁵⁶⁷⁸⁹¹⁰Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Universitas Kalbis

³Universitas Pradita

*Email Korespondensi: diskan01@gmail.com

ABSTRACT

Digital marketing is a promotional strategy using digital media that significantly enhances students' entrepreneurial skills. A lack of practical skills, including product marketing, often causes high unemployment among high school graduates. This training aimed to equip students of SMA Santo Yoseph, Cakung, East Jakarta, with knowledge and skills in digital marketing. The method used was a participatory training approach, beginning with initial observation and coordination with the school, then the material presentation and hands-on practice. Students were divided into groups to create social media accounts, design promotional content, and upload recycled products to digital platforms. Facilitators provided technical guidance throughout the practical sessions. The activity concluded with evaluation and discussion sessions to assess students' understanding and the impact of the training. Previously, students had learned how to transform used materials into finished products but could not market them. Through this training, it is expected that students will develop an entrepreneurial spirit and be able to utilize digital media as a marketing tool.

Keywords

Digital Marketing,
Recycle Product,
Entrepreneur, Social
Media



BERDAYA : Jurnal
Pendidikan dan
Pengabdian Kepada
Masyarakat
Vol 7, No.2, 2025, pp.
323 - 332
eISSN 2721-6381

Article History

Received : 4/17/2025 / Accepted : 6/3/2025/ First Published: : 6/11/2025

To cite this article

Iskandar, D. A., Sumbogo, I. A., Muhammad, M. M., Astono, A. D., Evelinus, B. N., Raihan, F. S., Nugraha, A. P., Suprianto, A. A., Octora, J., & Senjaya, S. (2025). Peningkatan Keterampilan Kewirausahaan melalui Pelatihan Pemasaran Digital Produk Daur Ulang di SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 323-332. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v7i2.1623>



© The Author(s)2025

This open access article is distributed under a Creative Commons
Attribution (CC-BY) 4.0 license

ABSTRAK

Pemasaran digital merupakan strategi promosi melalui media digital yang berperan penting dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan siswa. Tingginya angka pengangguran lulusan SMA sering kali disebabkan oleh kurangnya keterampilan praktis, termasuk dalam memasarkan produk. Kegiatan pelatihan ini bertujuan membekali siswa SMA Santo Yoseph, Cakung, Jakarta Timur, dengan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif, dimulai dari observasi dan koordinasi dengan sekolah, dilanjutkan dengan pemaparan materi dan praktik langsung. Siswa dibagi dalam kelompok untuk membuat akun media sosial, mendesain konten promosi, dan mengunggah produk daur ulang ke platform digital. Fasilitator memberikan pendampingan teknis selama praktik berlangsung. Kegiatan diakhiri dengan evaluasi dan diskusi untuk mengukur pemahaman dan dampak pelatihan. Sebelumnya, siswa telah memiliki keterampilan mengolah barang bekas menjadi produk jadi, namun belum memahami cara memasarkan secara digital. Melalui pelatihan ini, diharapkan siswa mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk.

Profil Penulis

Donant Alananto Iskandar,
Ignatius Ario Sumbogo, Anjar
Dwi Astono, Boas Nathanael
Evelinus, Fathan Silmi Raihan,
Andhika Putra Nugraha, Audrey
Augustine Suprianto, Jasinta
Octora, Striwicessa Senjaya
Fakultas Bisnis dan Komunikasi,
Universitas Kalbis, Jakarta,
Indonesia

Maulana Malik Muhammad
Universitas Pradita, Tangerang,
Indonesia

Corresponding Author:
diskan01@gmail.com

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Daur Ulang Produk,
Wirausaha, Media Sosial

Reviewing Editor
Maya Mustika

PENDAHULUAN

Revolusi industri 5.0 yang sedang berlangsung tidak hanya mengubah bentuk interaksi sosial dan interaksi bisnis saja, tetapi juga memicu kompetisi dunia usaha yang semakin sengit. Berbagai dimensi usaha bisnis meningkat pesat, mulai dari kecepatan inovasi produk, semakin ringkasnya rantai produksi, semakin luasnya dimensi pemasaran, hingga semakin mudahnya interaksi antara produsen dan konsumen. Semua itu disebabkan oleh revolusi teknologi informasi dan komunikasi, khususnya teknologi digital. Bisa dibilang, di era Masyarakat 5.0 ini, semua anggota masyarakat, termasuk remaja, diharapkan dapat hidup berdampingan dengan teknologi, menguasainya, dan memanfaatkannya secara efektif. Salah satu kemajuan teknologi yang signifikan telah muncul di bidang pemasaran digital (Paserkab, 2022). Pemasaran digital mengacu pada praktik mempromosikan produk dan layanan melalui saluran digital, seperti komputer, ponsel, telepon pintar, dan media digital

lainnya. Pemasaran digital memainkan peran penting dalam meningkatkan keterampilan berwirausaha dengan memanfaatkan platform digital (Munarsih *et al.*, 2022).

Di sisi lain, masa remaja merupakan fase yang ideal untuk mendapatkan wawasan dan pengetahuan dalam berwirausaha. Remaja dapat didefinisikan sebagai individu yang berusia di antara 13-18 tahun. Remaja merupakan pengguna internet yang cukup besar. Menurut We Are Social, per Januari 2023, 77% penduduk Indonesia (atau 212,9 juta jiwa) memiliki akses internet. Di antara mereka, individu berusia 13-18 tahun menyumbang 12,15%, sedangkan mereka yang berusia 55 tahun ke atas menyumbang 7,19% (Karim *et al.*, 2022). Lebih lanjut, remaja terutama menggunakan internet untuk media sosial, yang menghadirkan peluang signifikan untuk pemasaran digital. Media sosial memungkinkan wirausahawan muda untuk menjangkau pelanggan kapan saja, di mana saja, selama mereka memiliki koneksi internet. Media sosial juga menyediakan platform yang efisien untuk memamerkan gambar produk dan video promosi (Kemp, 2023).

Dalam konteks remaja yang melek pada dunia digital dan platform sosial media tersebut, dibutuhkan pelatihan tersendiri untuk menyiapkan mereka agar lebih produktif dalam bermedia sosial dan berselancar di dunia digital. Agar tidak semata-mata menjadi objek atau konsumen belaka, melainkan dapat menjadi pelaku bisnis yang memanfaatkan keterampilan digital yang mereka miliki. Untuk itulah, maka sasaran utama kegiatan pelatihan digital adalah kaum remaja yang dalam hal ini mayoritas dari mereka adalah siswa sekolah menengah, khususnya sekolah menengah atas (SMA). Dengan bekal kefasihan teknologis yang mereka miliki, maka siswa sekolah menengah secara khusus perlu mempelajari keterampilan pemasaran, yang dapat meningkatkan keterampilan keras dan lunak mereka. Keterampilan keras ini mengacu pada kemampuan teknis yang penting dalam dunia profesional. Dalam pemasaran digital, siswa dapat mengembangkan keterampilan seperti manajemen media sosial, penulisan konten, copywriting, pemeliharaan situs web, dan desain. Sementara, keterampilan lunak adalah kemampuan interpersonal dan strategis yang mendukung kesuksesan profesional. Melalui pelatihan pemasaran digital, siswa dapat memperkuat kepemimpinan, pemikiran kritis, perencanaan strategis, dan keterampilan komunikasi mereka (Karim *et al.*, 2022).

Mitra sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah SMA Santo Yoseph Cakung, yang beralamat di Jl. Menteng Prima No.2, Ujung Menteng, Cakung, Jakarta Timur. SMA ini berada di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, namun sekian lama sekolah tersebut belum menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa. Saat ini, pelatihan tersebut lebih banyak diberikan kepada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan asumsi mereka akan langsung memasuki dunia kerja. Hal ini dapat menimbulkan kesenjangan, di mana siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) kehilangan keterampilan berharga yang dapat mempersiapkan mereka untuk peluang bisnis dan karier di masa depan.

Mengingat pentingnya pemasaran digital di era saat ini, penting untuk memperkenalkan Pelatihan Pemasaran Digital di SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur. Inisiatif ini akan memberdayakan siswa dengan keterampilan kewirausahaan yang relevan, mempersiapkan mereka untuk masa depan yang lebih kompetitif dalam bisnis dan teknologi.

Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan ini terutama adalah siswa SMA, khususnya SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur, yang membutuhkan pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha mereka. Dengan membekali siswa dengan hard skill dan soft skill dalam pemasaran digital, mereka dapat lebih siap menghadapi peluang bisnis dan karier di masa depan di era digital.

Hard skill adalah kemampuan teknis dan spesifik yang dapat dipelajari dan diukur, seperti pengoperasian perangkat lunak, penguasaan alat tertentu, atau keterampilan praktis lainnya yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas pekerjaan (Saks & Haccoun, 2016). Sementara itu, soft skill mencakup kemampuan interpersonal dan karakter pribadi yang mendukung efektivitas kerja, seperti komunikasi, kepemimpinan, dan pemecahan masalah, yang sangat dihargai di lingkungan profesional karena mempengaruhi cara seseorang berinteraksi dan bekerja sama dengan orang lain (Robles, 2012).

Selain itu, inisiatif ini juga menyasar pendidik, administrator sekolah, dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, karena mereka memegang peranan penting dalam mengintegrasikan pelatihan pemasaran digital ke dalam kurikulum. Mengingat remaja merupakan salah satu pengguna internet paling aktif, program ini bertujuan untuk membantu mereka memanfaatkan media sosial dan platform digital secara efektif untuk berwirausaha, memastikan mereka tidak hanya menjadi konsumen tetapi juga kreator dalam ekonomi digital.

Masalah yang ingin dipecahkan

Masalah utama yang ingin dipecahkan melalui kegiatan ini adalah minimnya pelatihan pemasaran digital bagi siswa Sekolah Menengah Atas (SMA), khususnya di SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur. Saat ini, pendidikan pemasaran digital lebih banyak diberikan kepada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan asumsi bahwa mereka akan segera memasuki dunia kerja. Hal ini menyebabkan siswa SMA kurang memiliki pemahaman yang memadai tentang keterampilan kewirausahaan dan pemasaran digital yang penting, yang semakin penting di era persaingan teknologi saat ini.

Dengan melaksanakan Pelatihan Pemasaran Digital, inisiatif ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan dalam pendidikan kewirausahaan, membekali siswa SMA dengan keterampilan teknis (*hard skill*) seperti manajemen media sosial, pembuatan konten, dan pemeliharaan situs web dan keterampilan strategis (*soft skill*) seperti kepemimpinan, berpikir kritis, dan komunikasi. Hal ini akan memberdayakan mereka untuk memanfaatkan platform digital demi peluang bisnis dan pertumbuhan profesional di masa depan.

MATERI DAN METODE

Materi

Pelatihan Pemasaran Digital di SMA Santo Yoseph Cakung mencakup seperangkat materi yang komprehensif yang mencakup keterampilan teknis (*hard skills*) dan keterampilan strategis (*soft skills*) untuk membekali siswa dengan pengetahuan yang diperlukan untuk berwirausaha di era digital. Materi yang khusus disiapkan berfokus pada bidang pemasaran digital.

Metode

Guna memaksimalkan pelatihan pemasaran digital ini, tim pelaksana PKM menggunakan metode pembelajaran kelas, dengan pendekatan ceramah, presentasi, pengukuran dampak dan evaluasi. Metode ini dipilih karena memiliki efektivitas dalam penyerapan materi oleh siswa SMA.

Dalam rangkaian metode tersebut, kegiatan pelatihan menyampaikan rangkaian materi yang disusun secara sistematis, dengan diawali Pengantar Pemasaran Digital, di mana siswa akan mempelajari dasar-dasar pemasaran digital, pentingnya pemasaran digital dalam Masyarakat 5.0, dan perbedaan antara pemasaran tradisional dan digital. Pengetahuan dasar ini akan membantu siswa memahami lanskap bisnis yang terus berkembang dan peran platform digital dalam strategi pemasaran modern.

Komponen penting dari pelatihan ini adalah Pemasaran Media Sosial, karena platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube mendominasi interaksi digital di kalangan remaja. Siswa akan belajar cara membuat konten yang menarik, mengembangkan audiens mereka, dan memanfaatkan alat otomatisasi seperti Meta Business Suite atau Hootsuite untuk mengelola kehadiran media sosial mereka secara efektif. Di samping itu, Pembuatan Konten dan Penulisan Naskah akan mengajarkan siswa cara menulis postingan yang menarik, mengoptimalkan konten untuk mesin pencari (SEO), dan mendesain materi promosi menggunakan alat seperti Canva. Selain itu, keterampilan membuat konten video akan diperkenalkan menggunakan perangkat lunak yang mudah digunakan untuk pemula seperti CapCut atau Adobe Premiere Rush.

Aspek penting lain dari pemasaran digital adalah Dasar-Dasar Situs Web dan *E-Commerce*, di mana siswa akan mempelajari cara membuat situs web sederhana menggunakan platform seperti WordPress dan Wix. Mereka juga akan memperoleh wawasan tentang pengelolaan toko online melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Instagram Shop. Memahami pengalaman pengguna (UX) dan halaman arahan yang efektif akan membantu siswa membangun kehadiran online yang kuat untuk bisnis mereka.

Pelatihan ini juga mencakup Periklanan dan Analisis Digital, di mana siswa akan mempelajari dasar-dasar iklan berbayar melalui platform seperti Iklan Facebook, Iklan Instagram, dan Iklan Google. Mereka juga akan diperkenalkan dengan alat analisis data seperti Google Analytics dan wawasan media sosial untuk melacak kinerja kampanye pemasaran mereka dan mengoptimalkan strategi mereka.

Di luar keterampilan teknis, siswa perlu mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan keterampilan nonteknis, termasuk strategi pencitraan merek, pemikiran kritis, pemecahan masalah, dan komunikasi yang efektif. Literasi keuangan juga akan diperkenalkan untuk membantu siswa mengelola bisnis masa depan mereka dengan lebih efisien.

Terakhir, pelatihan harus mencakup Implementasi Praktis dan Studi Kasus, di mana siswa akan menerapkan pengetahuan mereka dengan membuat kampanye pemasaran sederhana, menganalisis strategi pemasaran digital di dunia nyata, dan mengembangkan proyek kelompok yang berfokus pada rencana pemasaran media sosial. Pendekatan langsung ini akan memastikan bahwa siswa memperoleh pengetahuan teoritis dan pengalaman praktis, mempersiapkan mereka untuk kewirausahaan digital di dunia nyata.

Pelatihan terstruktur ini akan memberdayakan siswa sekolah menengah dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk berkembang dalam ekonomi digital, menjadikan mereka bukan hanya konsumen tetapi juga kreator dan wirausahawan di pasar daring.

Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada hari Jumat, 11 April 2025, bertempat di SMA Santo Yoseph yang berlokasi di Perumahan Metland Menteng Blok F4, Ujung Menteng, Cakung, Jakarta Timur.

Tabel 1.

Susunan Acara Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Waktu	Acara
13.00 – 13.30	Pembukaan oleh Ketua Pengabdian Kepada Masyarakat
13.30 – 14.15	Persiapan materi dan <i>Ice Breaking</i>
14.15 – 15.00	Sesi I : Pemberian Materi 1 dengan metode diskusi
15.00 – 15.45	Sesi II : Pemberian materi 2 dengan metode diskusi
15.45 – 16.00	Sesi Tanya jawab dan hasil pengukuran administrasi dan dokumentasi

HASIL DAN EVALUASI

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini merupakan bagian dari program P3M Universitas Kalbis, Jakarta Timur, yang dilaksanakan setiap semester. Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Kompetensi Siswa dalam Berwirausaha di SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur, dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap persiapan mencakup pengurusan izin resmi kepada Kepala Sekolah SMA Santo Yoseph Cakung, survei lapangan untuk menilai ketersediaan sarana dan prasarana pelatihan, serta perencanaan kegiatan yang meliputi penetapan jadwal, jumlah peserta, dan penyusunan materi pelatihan agar sesi dapat berjalan lancar dan efektif.



Gambar 1.
Pemaparan Materi

Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Jumat, 11 April 2025, pukul 13.00 hingga 16.00 WIB, dengan fokus pada strategi pemasaran digital untuk kewirausahaan, khususnya penjualan produk daur ulang secara daring. Kegiatan ini bertujuan membekali siswa dengan pengetahuan pemasaran digital dan keterampilan kewirausahaan yang penting, guna mempersiapkan mereka menghadapi pendidikan tinggi dan peluang karier di masa depan. Sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat LPPM Universitas Dinamika Bangsa, pelatihan diawali dengan *pre-test*, kemudian dilanjutkan dengan sesi mendalam yang dipandu instruktur melalui penjelasan materi, diskusi, dan sesi tanya jawab, serta diakhiri dengan *post-test* untuk mengevaluasi hasil belajar peserta. Lebih dari 100 siswa SMA Santo Yoseph Cakung berpartisipasi dalam kegiatan ini, dengan metode pelatihan yang meliputi presentasi menggunakan proyektor LCD, diskusi interaktif, dan sesi tanya jawab. Untuk meningkatkan antusiasme, hadiah diberikan kepada siswa yang mampu menjawab pertanyaan dengan benar, sehingga sesi menjadi lebih menarik dan interaktif. Inisiatif ini sangat penting dalam memberdayakan siswa dengan keterampilan pemasaran digital, sehingga mereka dapat mengeksplorasi peluang kewirausahaan dan beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital yang terus berkembang.



Gambar 2.
Sesi Tanya Jawab

Evaluasi Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, siswa-siswi SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam menambah wawasan dan pengetahuan tentang digital marketing. Mereka sangat bersemangat untuk memahami konsep pemasaran digital dan bagaimana cara memanfaatkannya untuk meningkatkan potensi bisnis di era digital. Selama pelatihan, peserta aktif berdiskusi, mengajukan pertanyaan, dan berbagi pandangan mengenai peluang usaha yang dapat mereka jalankan dengan bantuan teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa para siswa memiliki minat yang besar dalam mengembangkan keterampilan di bidang pemasaran digital, yang dapat menjadi bekal penting untuk masa depan mereka.

Indikator keberhasilan dalam pelatihan ini dapat dilihat dari antusiasme mitra aktif dalam mengikuti pelatihan, serta interaksi dan keaktifan mitra dalam sesi diskusi tanya jawab yang

dilaksanakan dalam pelatihan ini. Pengukuran keberhasilan dengan menggunakan indikator survei kuesioner kepuasan peserta PKM dihasilkan informasi 100% peserta menyatakan kepuasan dan manfaat atas pelaksanaan kegiatan PKM. Dari 10 poin evaluasi reflektif terhadap kegiatan, seluruhnya cukup berpengaruh dalam pembangunan pemahaman dan pengetahuan peserta.

Kegiatan pengabdian ini juga mendapat respon positif dari para peserta, yang menganggap bahwa materi yang disampaikan sangat relevan dan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi mereka yang ingin mulai berwirausaha. Dengan adanya pelatihan ini, siswa-siswi menjadi lebih percaya diri dalam memahami strategi pemasaran digital, mulai dari manajemen media sosial, pembuatan konten, hingga pemanfaatan platform e-commerce. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong mereka untuk lebih kreatif dan inovatif dalam melihat peluang bisnis yang ada di sekitar mereka, sehingga dapat mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.

Tabel 2.

Aktivitas Kegiatan

Pembicara	Materi	Jam
Donant Alananto Iskandar	Pembukaan: Motivasi Wirausaha Digital dan <i>Green Marketing</i>	13.00 – 13.30
Ignatius Ario Sumbogo, Boas & Fathan	Pemasaran Digital dan Konvensional	13.30 – 14.15
Anjar Dwi Astono, Andhika & Audrey	Menjadi Wirausaha dalam era Digital	14.15 – 15.00
Vina Meliana, Jasinta & Striwicessa	Pemasaran Produk Daur Ulang Melalui Platform Digital	15.00 - 15.45
Donant Alananto Iskandar	Penutup, Kesimpulan dan Rekomendasi	15.45 – 16.00

SIMPULAN

Di era Society 5.0 yang sangat dipengaruhi oleh teknologi, keterampilan pemasaran digital menjadi sangat penting untuk dikembangkan, terutama bagi siswa SMA yang selama ini kurang mendapat pelatihan terstruktur dalam bidang ini. Mengintegrasikan pendidikan pemasaran digital di sekolah menengah atas seperti SMA Santo Yoseph Cakung dapat memberdayakan siswa dengan kemampuan teknis dan strategi yang diperlukan untuk memanfaatkan platform digital dan media sosial secara optimal.

Melalui pelatihan ini, siswa SMA Santo Yoseph Cakung mampu menguasai keterampilan pemasaran digital yang meliputi pembuatan konten promosi, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, dan strategi penjualan produk secara daring. Dengan bekal tersebut, siswa lebih siap untuk mengembangkan potensi kewirausahaan serta menghadapi tantangan dan peluang dalam ekonomi digital di masa depan.

Saran Kegiatan Lanjutan

Berdasarkan antusiasme dan respon positif dari siswa SMA Santo Yoseph Cakung, Jakarta Timur, direkomendasikan agar pelatihan pemasaran digital serupa diadakan secara berkala untuk lebih meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Sesi pelatihan selanjutnya dapat difokuskan pada aspek yang lebih praktis, seperti lokakarya langsung tentang pemasaran media sosial, strategi pemasaran afiliasi, dan teknik pembuatan konten.

Selain itu, membangun program bimbingan atau kolaborasi dengan para profesional pemasaran digital dapat memberi siswa wawasan dunia nyata dan peluang jaringan. Sekolah juga harus mempertimbangkan untuk mengintegrasikan konsep pemasaran digital ke dalam kurikulum untuk memastikan siswa dipersiapkan dengan baik untuk peluang kewirausahaan di masa depan. Dengan terus mendukung siswa dalam memperoleh keahlian pemasaran digital, mereka dapat memaksimalkan potensi mereka dan menciptakan bisnis yang berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Kepala Sekolah, Guru, Staf, Siswa dan Siswi SMA Santo Yoseph, Himan Universitas Kalbis, Kaprodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Kalbis, Koordinator P3M Universitas Kalbis serta semua mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2023 dan 2024 yang ikut berpartisipasi dalam acara ini.

REFERENSI

- Karim, A., Kusmanto, K., Nasution, M. B. K., & Suryadi, S. (2022). Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa SMK Negeri 1 Rantauprapat. In *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*. 3(2), 115–119.
- Kemp, S. (2023). *The Changing World of Digital in 2023*.
- Paserkab. (2022). *Media Online di Era Revolusi Industry 4.0 Dan Society 5.0 Serta Peran Humas Dalam Menyajikan Informasi*.
- Robles, M. M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453–465. <https://doi.org/10.1177/1080569912460400>
- Saks, A. M., & Haccoun, R. R. (2016). *Managing performance through training and development (7th ed.)*. Nelson Education.
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan digital marketing dalam meningkatkan kompetensi siswa untuk berwirausaha pada SMK Muhammadiyah Parung - Bogor. *JPDL (Jurnal Pengabdian Dharma Laksana)*, 3(1). <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i1.6275>

FUNDING

Universitas Kalbis

COMPETING INTERESTS

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.