

## SURAT TUGAS

Nomor: 17-R/UNTAR/Pengabdian/II/2023

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

MIHARNI TJOKROSAPUTRO, S.E., M.M., Dr.

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan data sebagai berikut:

Judul : UPAYA PENGENALAN MANAJEMEN PEMASARAN PADA SISWA SMA LAMAHOLOT, JAKARTA  
Mitra : SMA LAMAHOLOT, JAKARTA  
Periode : Vol. 2 No. 1 (2022): PROSIDING SENAPENMAS  
URL Repository : <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSENAPENMAS/article/view/21038>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

15 Februari 2023

Rektor



**Prof. Dr. Ir. AGUSTINUS PURNA IRAWAN**

Print Security : 500163ffd824129adeb5dd5b4f8856cb

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

### Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

### Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

## UPAYA PENGENALAN MANAJEMEN PEMASARAN PADA SISWA SMA LAMAHOLOT, JAKARTA

Miharni Tjokrosaputro<sup>1</sup>, Imanuel Yoreen Pandhito<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Surel: [miharnit@fe.untar.ac.id](mailto:miharnit@fe.untar.ac.id)

### ABSTRACT

*Marketing management is a science that may be applied to various sectors. The field of marketing is regarded as one of the business world's spearheads. As a result, high school students should be introduced to marketing management as early as possible so that they comprehend the necessity of marketing management early on. This voluntary work project will teach Lamaholot High School students in Jakarta about marketing management. The counseling method was employed in this activity. This event was implemented via Google Meets in April of 2022. This community service project aims to introduce Lamaholot High School students to marketing management through counseling. We hope to make it easier for students to become entrepreneurs when they graduate from high school by introducing marketing management.*

**Keywords:** Briefing, Management, Marketing, High School Student

### ABSTRAK

Manajemen Pemasaran adalah salah satu rumpun ilmu yang dapat berguna bagi semua bidang. Pada dunia bisnis, bidang pemasaran dikenal sebagai salah satu ujung tombak dunia usaha. Oleh karenanya, pengenalan tentang manajemen pemasaran sebaiknya dapat diperkenalkan sedini mungkin pada siswa SMA, sehingga siswa SMA dapat memahami pentingnya manajemen pemasaran sejak dini. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan manajemen pemasaran kepada siswa SMA Lamaholot, Jakarta. Metode yang dipakai dalam kegiatan ini adalah metode penyuluhan. Pelaksanaan kegiatan ini rencananya akan dilakukan menggunakan Google Meets pada bulan April 2022. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dari penyuluhan sebagai upaya untuk memperkenalkan siswa SMA Lamaholot pada Manajemen Pemasaran di berbagai bidang. Dengan memperkenalkan manajemen pemasaran, diharapkan akan mempermudah siswa ketika mereka menjadi entrepreneur ketika lulus dari SMA.

**Kata Kunci:** Pembekalan, Manajemen, Pemasaran, Siswa\_SMA

## 1. PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memperkenalkan manajemen Pemasaran kepada siswa SMA Lamaholot, Jakarta. Manajemen Pemasaran adalah salah satu rumpun ilmu yang banyak dibutuhkan pada berbagai bidang bisnis, dan terus berkembang dari masa ke masa. Selain itu, manajemen Pemasaran sering disebut menjadi ujung tombak pada dunia usaha (Yosep et al., 2020). Oleh karenanya, penting bagi siswa untuk mengenal Manajemen Pemasaran sedini mungkin.

Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan penyampaian nilai pelanggan yang unggul (Kotler et al., 2019). Setiap jenis usaha membutuhkan manajemen pemasaran untuk menyampaikan produknya kepada konsumen dan bertujuan mendapatkan keuntungan (Kotler & Keller, 2016). Bahkan peran marketing semakin meluas dari waktu ke waktu, dimana salah satu peran pemasaran adalah menciptakan permintaan atas produk/jasa yang ditawarkan (Kotler, 2018). Selain itu, dengan perkembangan zaman dan didorong pandemi Covid-19 yang terjadi belakangan ini, peran pemasaran secara digital makin meningkat (Dunakhe & Panse, 2021). Oleh karenanya, pengenalan manajemen pemasaran juga dibutuhkan bagi siswa SMA yang berniat untuk membuka UMKM setelah lulus SMA.

Pengenalan manajemen pemasaran bagi anak SMA diharapkan dapat menjadi dasar bagi siswa dalam membuat strategi dalam bisnis yang mungkin akan mereka buat di kemudian hari. Hal ini disebabkan karena kemampuan pemasaran terbukti dapat berperan signifikan dalam kemajuan suatu perusahaan (Foroudi et al., 2017). Disamping itu, jika para siswa berniat menjadi entrepreneurs, maka peran manajemen pemasaran sangat dibutuhkan bagi kemajuan bisnis (Asheq & Hossain, 2019). Demikian pula, jika para siswa berniat meneruskan usaha dari keluarganya (Mura, 2020).

Adapun mitra dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah SMA Lamaholot, Kembangan, Jakarta Barat. Saat ini SMA Lamaholot terakreditasi B, dengan jumlah Siswa SMA Lamaholot adalah 61 anak, dengan rincian jumlah siswa kelas X IPA : 11 siswa; X IPS : 13 siswa; XI IPA : 9 siswa; XI IPS : 12 siswa; XII IPS : 16 siswa. Berdasarkan pembicaraan dengan kepala sekolah (bp. Darlen), dengan adanya pengenalan manajemen pemasaran bagi siswa SMA Lamaholot, maka diharapkan dapat menjadi bekal bagi para siswa untuk lebih memahami tentang ilmu bisnis, dan bisa memberikan gambaran untuk siswa-siswi yang berminat akan meneruskan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas. Selain itu, pengetahuan yang didapat bisa dipraktikkan oleh para siswa secara mandiri apabila siswa hendak mencoba berbisnis. Oleh karenanya, beliau berharap tim PKM dari Untar dapat memberikan penyuluhan tentang pengenalan manajemen pemasaran kepada siswa – siswi di SMA Lamaholot.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka pengabdian kepada masyarakat yang diusulkan adalah pembekalan tentang pengenalan manajemen pemasaran untuk anak SMA Lamaholot, Jakarta.

### **Permasalahan Mitra**

Berdasarkan pembicaraan dengan SMA Lamaholot, dapat disimpulkan bahwa ada dua masalah yang dialami mitra pengabdian kepada masyarakat yang dapat dibantu oleh tim PKM dari FEB Universitas Tarumanagara. Masalah yang pertama adalah memberi pengenalan tentang Manajemen Pemasaran bagi para siswa SMA Lamaholot yang akan melanjutkan ke perguruan tinggi, khususnya yang akan melanjutkan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Diharapkan dengan penjelasan dari tim PKM Universitas Tarumanagara akan membantu para siswa untuk mendapatkan kejelasan tentang jurusan manajemen di Perguruan Tinggi. Secara khusus, kami akan memperkenalkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) secara lebih detail, mengingat fakultas ekonomi dan bisnis adalah fakultas yang memiliki lulusan yang banyak dibutuhkan dunia kerja.

Permasalahan yang kedua adalah memberi bekal kepada para siswa tentang pentingnya manajemen pemasaran sedini mungkin. Hal ini penting dilakukan mengingat beberapa dari siswa berminat untuk melanjutkan studi sambil memiliki usaha. Berdasarkan pembicaraan dengan pihak sekolah, para siswa belum memiliki gambaran tentang manajemen pemasaran. Dengan adanya tim PKM dari Universitas Tarumanagara, diharapkan para siswa dapat sedikit mengenal tentang pentingnya manajemen pemasaran dalam berbisnis, mengingat manajemen pemasaran adalah ujung tombak dalam suatu usaha.

Berdasarkan pembicaraan tentang permasalahan mitra tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat tentang pengenalan Manajemen Pemasaran kepada siswa SMA Lamaholot penting untuk dilakukan.

### **Solusi Permasalahan**

Berdasarkan analisis situasi pada Bab I, maka solusi yang ditawarkan pada kegiatan PKM ini adalah upaya pengenalan manajemen pemasaran bagi siswa-siswa SMA Lamaholot. Pengenalan manajemen pemasaran ini diberikan berupa penyuluhan selama sehari untuk anak SMA Lamaholot di Jakbar, yang akan disampaikan oleh tim PKM FEB yang disertai dengan

tanya jawab dengan siswa-siswa yang menjadi peserta. Berbagai topik dikemukakan agar siswa-siswa memperoleh gambaran tentang manajemen pemasaran secara umum. Selain itu, anak-anak SMA tersebut akan diberi penjelasan tentang fakultas ekonomi dan bisnis sebagai payung dari rumpun ilmu manajemen pemasaran.

Dengan memberikan upaya pengenalan tentang manajemen pemasaran kepada siswa Lamaholot kelas XI, diharapkan para siswa dapat sedikit memahami tentang manajemen pemasaran dan bagi siswa yang melanjutkan ke Fakultas Ekonomi dapat lebih mudah menentukan pilihan.

## **2. METODE PELAKSANAAN PKM**

Metode yang dipakai dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah metode penyuluhan pembekalan pengenalan manajemen pemasaran bagi anak SMA Lamaholot di Jakarta Barat. Hal ini digunakan untuk memberikan gambaran kepada anak SMA tentang manajemen pemasaran. Selain itu, anak-anak SMA tersebut dapat memahami tentang manajemen pemasaran dan dapat mempraktekkan secara mandiri dalam kehidupan mereka.

Materi yang akan diberikan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat terdiri dari:

1. Pengenalan tentang Manajemen
2. Pengenalan tentang Manajemen Pemasaran
3. Pengenalan tentang Bauran Pemasaran

Rencana kegiatan yang diusulkan akan dilaksanakan melalui Google Meets pada waktu yang telah ditentukan, dengan diikuti oleh kelas XI. Kegiatan ini dilakukan pada bulan April 2022 selama satu hari yang dimulai dengan acara pembukaan, pembagian materi, penjelasan isi materi, dan tanya jawab.

Partisipasi mitra dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memberikan waktu dan tempat kepada kami tim pengusul agar siswa-siswa SMA Lamaholot mendapatkan pengenalan tentang manajemen pemasaran dalam kehidupan sehari-hari, serta dapat memiliki gambaran tentang mata kuliah yang diajarkan di Universitas terutama tentang fakultas ekonomi dan bisnis.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini didukung penuh oleh perguruan tinggi Universitas Tarumanagara melalui dana yang diberikan kepada tim pengusul PKM. Tim pengusul adalah tim yang telah memperoleh sertifikasi dosen, sehingga setiap semester pasti akan melakukan Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya adalah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Adapun materi PKM bersumber dari buku manajemen Pemasaran (Kotler & Keller, 2016) dengan penyederhanaan agar siswa lebih mudah memahami materi yang diberikan.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Kegiatan PKM dilaksanakan pada hari Senin, tanggal 21 April 2022, pada pukul 09.30 – 10.30 melalui aplikasi Google Meets. Total peserta dalam acara tersebut adalah 21 siswa SMA Lamaholot kelas 11 dan 12. Tahapan kegiatan PKM Bagi Siswa SMA Lamaholot ini terbagi menjadi 3 tahap, yaitu: (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap pelaporan. Gambaran secara rinci untuk masing-masing tahapan akan diuraikan dalam paparan berikut ini:

Tahap persiapan dimulai pada bulan Februari 2021, dimana tim penulis mengawali kegiatan persiapan kegiatan PKM dengan penyusunan proposal dan melakukan identifikasi masalah pada mitra. Untuk itu, penulis menghubungi kepala Sekolah SMA Lamaholot (Bp. Darlen Manurung M.Kom.) dan melakukan wawancara untuk menemukan kebutuhan mitra.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dan setelah proses identifikasi masalah selesai, maka masalah dirumuskan dalam proposal PKM. Setelah itu, proposal kegiatan tersebut disampaikan kepada pihak mitra dengan judul kegiatan “Pengenalan Manajemen Pemasaran

kepada siswa SMA Lamaholot Bagi Siswa SMA Lamaholot”. Beberapa hari kemudian penulis mendapatkan surat pernyataan kesediaan yang ditandatangani oleh Kepala Sekolah SMA Lamaholot

Penyusunan materi pelatihan yang akan diberikan kepada para peserta pelatihan dibuat sejak bulan Maret 2022. Materi pelatihan yang disusun terdiri dari:

1. Perkenalan
2. Apa itu Manajemen
3. Apa itu manajemen pemasaran
4. Pentingnya manajemen Pemasaran bagi Siswa SMA
5. Tanya jawab
6. Penutup.

Adapun perlengkapan penunjang yang dipersiapkan oleh tim antara lain materi pelatihan dan pemberian dana untuk keperluan internal SMA Lamaholot dalam persiapan kelas offline, misalnya thermogun, dll.

Adapun susunan acara pada saat berlangsungnya kegiatan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.**

Susunan Acara Kegiatan Pemberian Motivasi Kuliah bagi siswa SMA Lamaholot

Waktu	Materi
09.30 – 09.35	- Pembukaan dan Doa oleh Guru SMA Lamaholot.
09.35 – 09.40	- Perkenalan dari tim PKM FEB Untar
09.40 - 10.30	- Penyampaian Materi
10.30 – 10.45	- Tanya Jawab

Acara berjalan lancar, dan siswa-siswi SMA Lamaholot menanggapi dengan antusias dengan beberapa pertanyaan. Adapun pertanyaan yang diajukan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2.**

Pertanyaan siswa dan Guru dari SMA Lamaholot

No	Penanya	Kelas	Pertanyaan	Jawaban
1	Aiyuko	11 IPA	Mengapa di dalam marketing harus ada strategi pemasaran agar bisa berhasil ?	Agar pemasaran yang dilakukan tepat sasaran
2	Bp. Darlen (Kepsek)		4 konsep 4 element Pada product, price, place, promotion , bagaimana agar bisa menjadi personal yang baik pada tahap pemasaran agar bisa sukses dalam marketing ? Orang perlu jadi perhatian dalam pemasaran	Terdapat 7P bagi pemasaran jasa, yang mencakup “People” sebagai salah 1 elemennya.
3	Benedictus	11	Apa yang harus dilakukan pada saat sidang skripsi	Presentasi dan menjawab pertanyaan.

**Gambar 1.**  
Foto screenshot kegiatan PKM



**Tabel 3.**  
Hasil Pengukuran Kegiatan PKM bagi anak SMA Lamaholot

	<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban terbanyak</b>	<b>Prosentase</b>
2	Kelas	11	81,8%
4	Penyampaian materi:	Sangat baik	72,7%
5	Materi Seminar:	Sangat berguna	77,4%
6	Apakah anda sudah mengetahui tentang Manajemen Pemasaran?	Sangat jelas	40,9%
7	Apakah anda sudah mengetahui tentang pentingnya Manajemen Pemasaran?	Sangat Jelas	45,5%
8	Apabila tim dari FEB Untar ingin berbagi tentang hal-hal lain, apakah bp/ibu dan adik-adik bersedia ambil bagian?	Bersedia	90,9%
9	Apakah anda tertarik untuk melanjutkan studi ke Universitas Tarumanagara, Jakarta?	Ya	45,2%

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan PKM berupa “Pengenalan Manajemen Pemasaran kepada siswa SMA Lamaholot Bagi Siswa SMA Lamaholot” perlu dilakukan agar siswa SMA Lamaholot dapat mengetahui tentang apa itu manajemen, manajemen pemasaran dan pentingnya pemasaran. Adapun hasil kuesioner menunjukkan bahwa siswa dapat memahami pengenalan manajemen pemasaran dengan sangat baik.

Masukan dan saran yang dapat diberikan sebagai bahan perbaikan, antara lain: (1) Pelaksanaan kegiatan PKM sebaiknya dilaksanakan di awal semester, sehingga para siswa memiliki waktu lebih banyak. (2) Kegiatan terlalu singkat, dan secara online membuat para siswa tidak bisa sepenuhnya berkonsentrasi pada acara ini karena satu dan lain hal.

### Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana PKM mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kontribusi dana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dan SMA Lamaholot yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

### REFERENSI

- Asheq, A. Al, & Hossain, M. (2019). SME performance: impact of market, customer and brand orientation. *Academy of Marketing Studies Journal*, 23(1), 1–9.
- Dunakhe, K., & Panse, C. (2021). Impact of digital marketing – a bibliometric review. *International Journal of Innovation Science*. <https://doi.org/10.1108/IJIS-11-2020-0263/FULL/XML>
- Foroudi, P., Gupta, S., Nazarian, A., & Duda, M. (2017). Digital technology and marketing management capability: achieving growth in SMEs. *Qualitative Market Research*, 20(2), 230–246. <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2017-0014/FULL/XML>
- Kotler, P. (2018). Why broadened marketing has enriched marketing. *AMS Review 2018 8:1*, 8(1), 20–22. <https://doi.org/10.1007/S13162-018-0112-4>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). Marketing Management: 4th European Edition - Philip Kotler, Kevin Keller, Mairead Brady, Malcolm Goodman, Torben Hansen - Google Books. In *Pearson UK (4th Europe)*. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-\\_2hDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT35&dq=Kotler,+P.,+%26+Keller,+K.+L.+\(2016\).+Marketing+Management.+&ots=zfoVV9HuVT&sig=Z6a8Dsh1d8ppB9Ef75LVt1cnH4k&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Kotler%2C P.%2C %26 Keller%2C K. L. \(2016\). Ma](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-_2hDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT35&dq=Kotler,+P.,+%26+Keller,+K.+L.+(2016).+Marketing+Management.+&ots=zfoVV9HuVT&sig=Z6a8Dsh1d8ppB9Ef75LVt1cnH4k&redir_esc=y#v=onepage&q=Kotler%2C P.%2C %26 Keller%2C K. L. (2016). Ma)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition. In *Global Edition*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Mura, L. (2020). Marketing Management of Family Businesses: Results of Empirical Study. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 8(2), 56–66. <https://doi.org/10.37335/ijek.v8i2.118>
- Yosep, M. A., Sudaryo, Y., Kusumawardani, A., & Limakrisna, N. (2020). IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING TO INCREASE SATISFACTION AND IMPACT ON THE IMAGE OF BANKING PT BANK CENTRAL ASIA TBK. *Journal of Accounting and Finance Management*, 1(1), 37–43. <https://doi.org/10.38035/JAFM.V1I1.10>