
PENINGKATAN PEMAHAMAN PEMASARAN MODAL CHATTING SISWA SMA MATHLA'UL ANWAR BATUJAYA KARAWANG

Oleh :

Dahlia Amanda Putri¹

Retno Wulandari²

Sartika Oprasia Adiasa³

Tsamrotul Fuadah⁴

Ririn Uke Saraswati⁵

Suripto Moh. Zulkifli⁶

Sarmin⁷

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekadharma Indonesia

Alamat : Sukaraya, Kec. Karangbahagia, Kab. Bekasi, Jawa Barat (17530).

Korespondensi Penulis : ririnukesaras@gmail.com

Abstract. *The development of information technology has given rise to E-Commerce, namely the process of buying and selling products, services and information carried out electronically using computer networks and the network used is the internet network. The digital revolution has changed the way consumers interact with brands and products. Technological developments such as social media, e-commerce, and data analytics have a significant impact on marketing strategies. This seminar will discuss how companies can utilize this technology to achieve the best results. Modern consumers have changing preferences and needs. Understanding consumer behavior, preferences, and trends is important for designing effective marketing strategies. Chatting is a way of communication used to share information, thoughts and opinions, this communication can occur between two people or even a group of people. Students who interact through*

PENINGKATAN PEMAHAMAN PEMASARAN MODAL CHATting SISWA SMA MATHLA'UL ANWAR BATUJAYA KARAWANG

social media networks develop an interest in knowing the ins and outs of chat capital marketing. By understanding how marketing chat capital works, students can increase their social media knowledge and enable them to apply marketing skills, changing their thoughts and actions. This journal aims to describe the increased understanding of chat capital marketing among Mathla'ul Anwar Karawang High School students and analyze how they can use social media to master marketing skills. The method used in Community Service (PKM) is in the form of a seminar. A student must be able to design and implement effective learning. Effective learning can be seen from the students' responses in seminar activities. Through this seminar activity, there is an increase in ability and motivation for students at Mathla'ul Anwar Batujaya High School in terms of maximizing digitalization. The place for implementing this community service project is located at Mathla'ul Anwar Batujaya High School which is located at Batujaya KM.2 Telukambulu, Batujaya Karawang post code 41354.

Keywords: *Marketing Understanding, Chatting Capital, Student, Mathla'ul Anwar High School, Batujaya Karawang.*

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi terjadi memunculkan *e-commerce* yaitu proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer dan jaringan yang digunakan adalah jaringan internet. Revolusi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan merek dan produk. Perkembangan teknologi seperti media sosial, *e-commerce*, dan analisis data memiliki dampak signifikan pada strategi pemasaran. Seminar ini akan membahas bagaimana siswa dapat memanfaatkan teknologi ini untuk mencapai hasil terbaik. Konsumen modern memiliki preferensi dan kebutuhan yang berubah-ubah. Memahami perilaku konsumen, preferensi, dan tren adalah penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. *Chatting* adalah salah satu cara komunikasi yang digunakan untuk berbagi informasi, pikiran, dan pendapat, komunikasi ini dapat terjadi antara dua orang atau bahkan sekelompok orang. Para siswa-siswi yang berinteraksi melalui jaringan media sosial mengembangkan minat untuk mengetahui seluk-beluk dari

pemasaran modal *chatting*. Dengan memahami bagaimana pemasaran modal *chatting* berfungsi, siswa dapat meningkatkan pengetahuan dan mengaktifkan media sosial mereka untuk menerapkan keterampilan pemasaran, mengubah pikiran dan tindakan mereka. Jurnal ini bertujuan untuk menggambarkan peningkatan pemahaman pemasaran modal *chatting* di antara siswa SMA Mathla'ul Anwar Karawang serta menganalisis bagaimana mereka bisa menggunakan media sosial untuk menguasai keterampilan pemasaran. Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berupa seminar. Seorang siswa-siswi harus mampu merancang dan melaksanakan pembelajaran yang efektif, pembelajaran yang efektif terlihat dari respon siswa-siswi dalam kegiatan seminar. Melalui kegiatan seminar ini, ada peningkatan kemampuan dan motivasi pada siswa-siswi di SMA Mathla'ul Anwar Batujaya dalam hal memaksimalkan tentang digitalisasi. Tempat pelaksanaan proyek pengabdian kepada masyarakat ini terletak di SMA Mathla'ul Anwar Batujaya yang beralamat di Jalan Raya Batujaya KM.2 Telukambulu, Batujaya Karawang 41354.

Kata kunci: Pemahaman Pemasaran, Modal *Chatting*, Siswa, SMA Mathla'ul Anwar, Batujaya Karawang.

LATAR BELAKANG

Di era digital ini perkembangan teknologi terjadi sebuah evolusi pada teknologi media, sebut saja new media atau orang juga sering menyebutnya media online atau orang lebih akrab lagi menyebutnya istilah internet, media ini tentunya sudah tidak asing lagi di telinga. Media ini juga disebut-sebut sebagai media yang sampai saat ini belum ada yang menandingi pertumbuhan jumlah penggunaannya. Di negara maju, *new media* mengalahkan berbagai media sebelumnya telah dijadikan sumber referensi dalam mendapatkan informasi.

Peningkatan pemahaman tentang pemasaran modal *chatting* telah menjadi topik yang menarik bagi siswa SMA Mathla'ul Anwar Batujaya Karawang. *Chatting* adalah salah satu cara komunikasi yang digunakan untuk berbagi informasi, pikiran, dan pendapat, komunikasi ini dapat terjadi antara dua orang atau bahkan sekelompok orang. Para siswa yang berinteraksi melalui jaringan media sosial mengembangkan minat untuk

PENINGKATAN PEMAHAMAN PEMASARAN MODAL CHATTING SISWA SMA MATHLA'UL ANWAR BATUJAYA KARAWANG

mengetahui seluk-beluk dari pemasaran modal *chatting*. Dengan memahami bagaimana pemasaran modal *chatting* berfungsi, siswa dapat meningkatkan pengetahuan dan mengaktifkan media sosial mereka untuk menerapkan ketrampilan pemasaran, mengubah pikiran dan tindakan mereka. Jurnal ini bertujuan untuk menggambarkan peningkatan pemahaman pemasaran modal *chatting* di antara siswa SMA Mathla'ul Anwar Karawang serta menganalisis bagaimana mereka bisa menggunakan media sosial untuk menguasai keterampilan pemasaran.

Istilah *new media* muncul pada akhir abad 20, istilah ini digunakan untuk menyebut media jenis baru yang menggabungkan antara kontroversial dengan media internet. Dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini *new media* diramaikan oleh fenomena munculnya situs jejaring pertemanan yang dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia. Perkembangan teknologi informasi terjadi memunculkan *e-commerce* yaitu proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer dan jaringan yang digunakan adalah jaringan internet (Morissan, 2010:336).

SMA Mathla'ul Anwar Batujaya adalah Sekolah Menengah Atas yang dimana setiap kelas mendapatkan pelajaran kewirausahaan. Namun Kesiswaan menjelaskan bahwa kewirausahaan yang diberikan kepada siswa hanya sebatas dasarnya saja dan Guru kewirausahaan belum mengajarkan mengenai pemasaran. Sehingga melalui peningkatan pemahaman materi pemasaran ini siswa diharapkan dapat memahami konsep pemasaran modal *chatting* dan mampu menghasilkan suatu *closing* produk/jasa yang mampu menambah kemampuan marketing para siswa.

Berdasarkan hasil survei siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya banyak yang minat melakukan pemasaran dengan bermodalkan *chatting*.

METODE PENELITIAN

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan di SMA Mathla'ul Anwar Batujaya Kabupaten Karawang yang dihadiri oleh siswa-siswi terbaik pilihan, baik putra maupun putri dari berbagai kelas. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mencapai tujuan dan target yang diharapkan adalah sebagai berikut .:

- a. Penyampaian Materi (Narasumber). Narasumber akan membarikan pemaparan materi atau pemahanam dalam bentuk dari power point kepada peserta yang terdiri dari siswa SMA Mathla'ul Anwar Batujaya yang bertemakan “Peningkatan Pemahaman Pemasaran Modal Chatting bagi Siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya”
- b. Simulasi Narasumber akan memberikan pemaparan atau pemahaman dalam bentuk contoh implementasi lapangan, sehingga peserta pengabdian masyarakat akan lebih peduli lagi dalam menambah pengetahuan, wawasan yang ada di lingkungan dan sekitar kita tentang ilmu pengetahuan pemasaran modal *chatting*.
- c. Diskusi. Narasumber akan memberi kesempatan untuk peserta bertanya yang berhubungan peningkatan pemahaman Pemasaran modal *chatting* bagi Siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya.

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini dapat digambarkan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- A. **Tahap Persiapan.** Sebelum kegiatan dilaksanakan, maka dilakukan persiapan sebagai berikut :
 1. Menentukan waktu pelaksaan dan lama kegiatan pengabdian masyarakat.
 2. Melakukan koordinasi dengan unit pelayanan teknis tempat kelas untuk izin pelaksanaan kegiatan PKM ini.
 3. Melakukan sosialisasi kepada mitra tentang jadwal pelaksanaan dan mekanisme kegiatan PKM tentang peningkatan pemahaman pemasaran modal *chatting*.
 4. Pengumpulan data dengan quesioner untuk mendapatkan *feedback* dari peserta seminar.
 5. Dalam tahap persiapan, kami sangat dibantu oleh dosen pembimbing dan teman-teman seperjuangan.
- B. **Tahap Pelaksanaan.** Tahap Pelaksanaan yaitu tahap memberikan atau

PENINGKATAN PEMAHAMAN PEMASARAN MODAL CHATTING SISWA SMA MATHLA'UL ANWAR BATUJAYA KARAWANG

pemaparan materi dalam sosialisasi tentang pemahaman pemasaran modal *chatting*. Pada kegiatan ini peserta akan diberikan sebagai berikut :

1. Pemaparan atau pemahaman yang diberikan oleh narasumber tentang pemahaman pemasaran modal *chatting*.
2. Pemaparan dan pemahaman pengetahuan dan wawasan cara menggunakan platform dengan modal *chatting*.
3. Pemaparan atau pemahaman tentang dampak dengan adanya penerapan *platform* pemasaran modal *chatting* bagi penjual pasar tradisional.
4. Pada pelaksanaan kami memberikan beberapa hiburan dengan cara memainkan games bersama siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya dan memberikan *doorprize* ke beberapa siswa-siswi.
5. Dalam pelaksanaan kami juga sudah mempersiapkan dengan matang narasumber yang sudah berkompeten dalam bidangnya, sehingga siswa-siswi dapat mudah memahami apa yang disampaikan oleh narasumber.
6. Setelah kegiatan peserta seminar diberikan *form* pengisian *feedback* untuk mengetahui manfaat dan sejauh mana peserta seminar memahami materi yang telah disampaikan

C. **Tahap laporan Pelaksanaan.** Tahap laporan dilakukan dengan mencatat semua pelaksanaan dan dokumentasikan semua kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang selanjutnya dibuatkan laporan akhir dan iuran publikasi web dan publikasi jurnal.

D. **Tahap Evaluasi,** setelah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat kami melakukan berbagai evaluasi agar dapat melaksanakan kegiatan yang lebih baik lagi. Dalam tahap evaluasi ini kami mendapatkan beberapa masukan dan dukungan dari tempat pelaksanaan kegiatan seminar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

- Peserta siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya Karawang, Jl. Raya Batujaya KM 2 Telukambulu, Batujaya, Karawang, Jawa Barat telah memahami tentang pemasaran modal *chatting*.
- Peserta siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya Karawang, Jl. Raya Batujaya KM 2 Telukambulu, Batujaya, Karawang, Jawa Barat telah mendapatkan ilmu pengetahuan informasi seputar pemasaran modal *chatting* yang saat ini sedang berkembang dalam pemasaran.
- Dalam era digitalisasi saat ini kita harus mengikuti perkembangan zaman yang positif dalam segi apapun. Dengan digitalisasi dalam segi pembelajaran sangat penting untuk kita semua, khususnya siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya.
- Hasil dari kegiatan seminar pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa hampir semua siswa-siswi berminat untuk berwirausaha lewat digitalisasi. Mayoritas siswa-siswi menyatakan bahwamereka sudah melakukan pemasaran lewat sosial media dan hasilnya sangat efisien.
- Setelah mengikuti kegiatan seminar pengabdian kepada masyarakat seluruh peserta mendapatkan e-sertifikat.

Diskusi dan *feedback* kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) oleh Dosen dan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekadharma Indonesia ini dilakukan setelah kegiatan selesai. Indikator keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari peserta yang hadir cukup aktif dan respon positif pada saat kegiatan berjalan dari awal sampai selesai dan banyaknya antusias yang bertanya pada sesi diskusi dari siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya, Karawang, Jawa Barat, yaitu peserta bertanya untuk lebih memahami konsep pemasaran dari tema pemasaran modal *chatting* dan secara garis besar pemateri menyampaikan pentingnya mengetahui tentang pemasaran modal *chatting* dengan simulasi berbagi contoh yang sudah diterapkan atau berkembang saat ini.

PENINGKATAN PEMAHAMAN PEMASARAN MODAL CHATTING SISWA SMA MATHLA'UL ANWAR BATUJAYA KARAWANG



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan seminar kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat ditarik bahwa siswa-siswi SMA Matha'ul Anwar Batujaya telah mendapatkan pemahaman dan wawasan dari sosialisasi peningkatan pemahaman pemasaran modal *chatting* pada perkembangan pemasaran. Dengan kemajuan teknologi internet di era digital dan era masyarakat saat ini, siswa-siswi dapat memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang yaitu dengan melakukan pemasaran digital lewat berbagai macam media sosial. Siswa-siswa SMA Mathla'ul Anwar Batujaya telah mendapat pemahaman dan wawasan dari kegiatan seminar pengabdian kepada masyarakat pada perkembangan di era digital dan era masyarakat.

Hasil studi ini menunjukkan bahwa pemahaman pemasaran modal *chatting* di antara siswa-siswi SMA Mathla'ul Anwar Batujaya Karawang telah meningkat seiring dengan banyaknya aktivitas pelajar tersebut. Pelajar mengakui bahwa mereka mampu memanfaatkan modal *chatting* untuk meningkatkan kemampuan sosial, kerjasama,

komunikasi, dan berkolaborasi serta memahami lebih dalam tentang wawasan dan cara bergerak di lingkungan mereka.

Berdasarkan hasil studi ini, ada beberapa saran yang bisa diberikan kepada para pelajar untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang modal *chatting*. Pertama, para pelajar harus memahami dengan baik cara kerja modal chatting. Kedua, para pelajar harus menyempurnakan skil komunikasinya agar mereka dapat melakukan diskusi yang bermutu. Ketiga, para pelajar harus meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat presentasi yang berkualitas agar dapat lebih mudah dikomunikasikan kepada orang lain.

Lampiran Dokumentasi Kegiatan

Foto Bersama Narasumber dan Pihak Sekolah



Foto Bersama Peserta Seminar



DAFTAR REFERENSI

Alyusi, S. D. (2019). Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial. Prenada Media

Dewi, R. S. (2022). LKP: Strategi Promosi Melalui Media Sosial guna Meningkatkan Profitabilitas pada Kemayu Academy Surabaya (*Doctoral dissertation*, Universitas Dinamika).

Eska, J., Hidayatullah, H., & Sari, A. N. (2023). Peningkatan Pemahaman Teknologi Internet Of Thing Bagi Siswa Sma Negeri 1 Talamau. Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat, 3(2), 85-90.

Hestia, C., & Gunawan, C. (2021). *The use of social media for marketing activities in marketing the products of the mokko factory in the city of Sukabumi*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS), 1(3), 190-196.

PENINGKATAN PEMAHAMAN PEMASARAN MODAL *CHATTING* SISWA SMA MATHLA'UL ANWAR BATUJAYA KARAWANG

Mertasari, N. M. S., Candiasa, I. M., & Purwa, I. B. G. Media Sosial Sebagai Media Pendidikan Karakter Terpadu.

Morissan, 2010:336. Peningkatan Pemahaman Pemasaran Modal *Chatting* di publikasikan oleh Google.

Nuryani, L. Z., Arcana, I. N., & Taufiq, I. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Instagram Pada Sub Bahasan Fungsi Sepotong–Sepotong untuk Siswa SMA. Jurnal Ilmiah Profesi Guru (JIPG), 2(1), 61-67.

Sutono, E., Hidayah, N., & Sutriyatna, E. (2023). Meningkatkan Pemahaman Teknologi *Internet of Things* Siswa SMK Pustek Serpong. Publikasi Jurnal Abdi, 1 (6), 636-639.