

## Peningkatan kompetensi digital marketing MGMP pemasaran dalam dimensi penguatan karakter pelajar pancasila

Elen Puspitasari<sup>1\*</sup>, Fatkhul Amin<sup>2</sup>, Alimuddin Rizal<sup>3</sup>, Eddy Nurraharjo<sup>4</sup>, Felix Andreas Sutanto<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia, email: elenpuspita@edu.unisbank.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia, email: fatkhulamin@edu.unisbank.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia, email: ariri@edu.unisbank.ac.id

<sup>4</sup>Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia, email: eddynurraharjo@edu.unisbank.ac.id

<sup>5</sup>Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia, email: felix@edu.unisbank.ac.id

\*Koresponden penulis

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

**Diajukan:** 2023-11-09

**Diterima:** 2024-02-15

**Diterbitkan:** 2024-02-25

#### Keywords:

digital marketing;  
competency; character of  
pancasila students

#### Kata Kunci:

digital marketing;  
kompetensi; karakter pelajar  
pancasila



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2024 Elen Puspitasari,  
Fatkhul Amin, Alimuddin Rizal, Eddy  
Nurraharjo, Felix Andreas Sutanto

### ABSTRACT

The objective of the community empowerment program with the target of partner scheme of the marketing teacher from vocational high school communities (MGMP) in the ex-residency Pekalongan is to provide solutions to their problems by carrying out four activities. First, Training and support in improving the passing of the digital marketing competence test. Second, Achieving equality of teacher qualifications between the learning competences acquired from an education with the required competence standards. Third, Strengthening cooperation in the field of enhancing the capacity of online marketing teachers. Fourth, Implementing the results of evaluation and follow-up of strengthening the character of Pancasila students in eight Vocational high schools in the ex- residency Pekalongan. The results obtained were increased post-test scores of digital marketing competence tests on teachers and students. The output is generated, namely the website mgmp affiliate, social media instagram and TikTok as well as digital marketing learning objectives with the strengthening of student profiles Pancasila. The further action is to develop an innovative approach in digital marketing learning that is student-oriented in strengthening the character of students Pancasila.

### ABSTRAK

Tujuan dari pelaksanaan program pemberdayaan kemitraan masyarakat dengan skema mitra sasaran masyarakat sekolah di lingkungan MGMP Pemasaran se-eks Karesidenan Pekalongan ini adalah untuk memberikan solusi atas permasalahan dengan melakukan empat aktivitas. Pertama, Pelatihan dan pendampingan dalam mencapai kelulusan dalam uji kompetensi Digital Marketing. Kedua, Menentukan sistem kesetaraan kualifikasi guru antara kompetensi pembelajaran yang didapat dari suatu pendidikan dengan standar kompetensi yang dipersyaratkan. Ketiga, Menguatkan kerjasama dalam bidang peningkatan kapasitas guru pemasaran online. Keempat, Melaksanakan hasil evaluasi dan tindak lanjut Penguatan Karakter Pelajar Pancasila di delapan SMK se-eks karesidenan Pekalongan. Hasil yang diperoleh adalah peningkatan skor post-test materi uji kompetensi digital marketing pada guru dan siswa. Luaran yang dihasilkan adalah tersedianya website mgmp pekalongan, media sosial instagram dan tiktok serta alur tujuan pembelajaran digital marketing dengan penguatan profil pelajar Pancasila. Rencana tindak lanjut adalah dengan mengembangkan pendekatan inovatif dalam

*pembelajaran digital marketing yang berorientasi pada siswa dalam penguatan karakter pelajar Pancasila.*

**Cara mensitasi artikel:**

Puspitasari, E., Amin, F., Rizal, A., Nurraharjo, E., & Sutanto, F. A. (2024). Peningkatan kompetensi digital marketing MGMP pemasaran dalam dimensi penguatan karakter pelajar pancasila. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 181–195. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i1.20880>

## PENDAHULUAN

Urgensi dari pelaksanaan program pemberdayaan kemitraan masyarakat dengan skema mitra sasaran masyarakat sekolah di lingkungan MGMP Pemasaran se-eks Karesidenan Pekalongan ini adalah untuk menguatkan upaya pencapaian kompetensi dan karakter sesuai dengan profil pelajar Pancasila yang disusun berdasarkan Standar Kompetensi Lulusan. Penguatan Karakter Pelajar Pancasila menjadi bagian dari keberhasilan dalam menciptakan Sumber Daya Manusia Indonesia yang unggul. Penguatan Karakter Pelajar Pancasila menjadi bagian dari keberhasilan dalam menciptakan Sumber Daya Manusia Indonesia yang unggul. Permasalahan utama MGMP Pemasaran adalah rendahnya tingkat keberhasilan Guru Pemasaran yang lulus uji kompetensi Digital Marketing jenjang 3 berbasis KKNI, yaitu hanya 6 orang dari 30 guru pemasaran se-eks karesidenan Pekalongan, sehingga kualitas pembelajaran yang didapatkan oleh siswa kurang memenuhi standar.

Jumlah Guru MGMP Pemasaran yang lulus uji kompetensi digital marketing sangat rendah, yaitu 20%. Pelajaran Bisnis Online melatih siswa untuk mengenal, mengamati, mempelajari serta mempraktekkan pemasaran secara online yang ditujukan untuk memberikan bekal bagi lulusan dalam menciptakan lapangan kerja pada era revolusi industri 4.0 dan era society 5.0. Perkembangan sosial media, online shop, adsense, blog, marketplace akan semakin membuka peluang bagi siswa untuk mengimplementasikan ilmu pemasaran/bisnis online (Puspitasari et al., 2022; Utami et al., 2022). Siswa yang menguasai dasar dan teknik bisnis online diproyeksikan dapat mengambil peran sebagai produsen, praktisi (pemasar) produk hasil karya sendiri maupun pihak lain. Guru menjadi komponen utama dalam pelajaran Bisnis Online yang mampu melatih siswa menjadi pemasar online yang handal (Rahmidani et al., 2018).

Materi dasar kompetensi kejuruan Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar untuk Program Keahlian, yaitu: Analisa dan riset pasar, Perencanaan pemasaran, Pengelolaan usaha pemasaran, Strategi pemasaran, Pemasaran online, dan Simulasi digital (Andriani & Sa'di, 2021; Astuti, 2021; Taufiq et al., 2023). Guru dituntut mampu menjelaskan dan memberikan pemahaman materi dasar bisnis online dan contoh empiris. Guru memiliki pengalaman dalam praktek bisnis online secara nyata. Guru sebagai fasilitator mempunyai link atau media bisnis online, sehingga yang diajarkan merupakan gambaran praktis, lengkap, jelas dan terstruktur, sehingga siswa akan mampu memahami konsep, praktek dan targetnya adalah dapat melakukan bisnis online secara mandiri (Puspitasari et al., 2022).

Hambatan dalam pembelajaran Bisnis Online adalah siswa sudah memiliki bisnis online, dan perkembangan metode pemasaran yang sangat cepat dibandingkan dengan perubahan kurikulum. Oleh karena itu, diperlukan pengalaman guru dalam melakukan pemasaran di berbagai media sosial. Tidak semua hal yang tercantum didalam RPP sudah dipahami dan dipraktikkan, sehingga guru cenderung mengajarkan sesuai dengan apa yang dipahami dan apa yang pernah dilakukan, sehingga Guru dalam mengajar belum optimal sesuai dengan yang dipersyaratkan oleh RPP (Hasan, 2022). Permasalahan pada Kualitas pembelajaran yang didapatkan oleh siswa belum memenuhi standar.

Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, Berkebinekaan Global, Mandiri, Gotong royong, Berpikir kritis, dan kreatif merupakan kapabilitas, karakter dan kompetensi yang harus dimiliki oleh pelajar Indonesia (Irawati et al., 2022). Kompetensi atas literasi dan numerasi serta kompetensi yang holistik dan global. Peningkatan secara kuantitas dan kualitas kompetensi Digital Marketing sangat diperlukan pada saat ini dan masa yang akan datang (Diarsono & Amin, 2017). Penguatan edukasi dapat dilaksanakan melalui media lain yang lebih inovatif sebagai bagian dari literasi pemanfaatan teknologi informasi untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat (Indriyani et al., 2023).

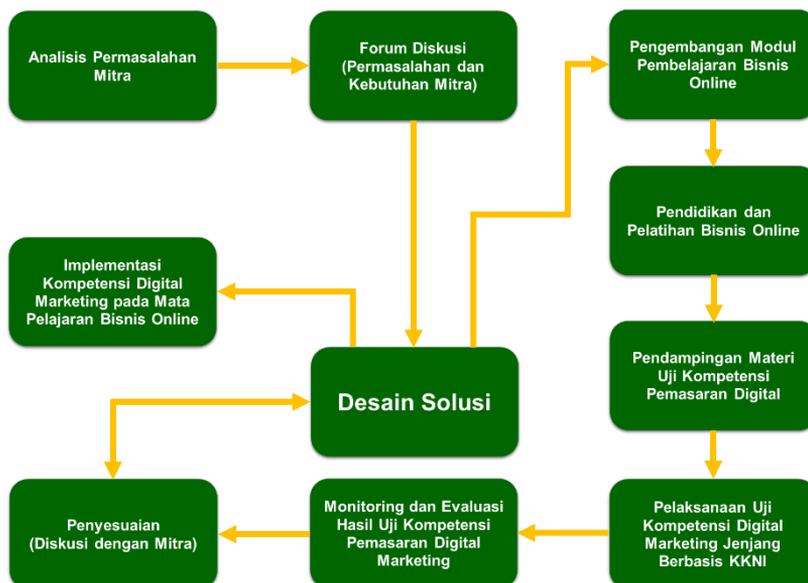
Berdasarkan analisis situasi lapangan dengan keterlibatan langsung mitra, maka permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra dapat diidentifikasi dalam empat prioritas utama. Pertama, peningkatan kompetensi guru melalui pelatihan dan pendampingan Bisnis Online yang ditujukan untuk lulus Uji Kompetensi Digital Marketing pada Tempat Uji Kompetensi yang telah ditetapkan oleh BNSP. Hal ini dikarenakan, terdapat jarak yang lebar antara kompetensi guru pemasaran dengan kompetensi minimal yang ditetapkan oleh BNSP. Kedua, percepatan jumlah guru yang lulus uji sesuai standar BNSP. Prosentase guru yang lulus Uji Kompetensi Digital Marketing dibandingkan dengan jumlah guru baru 20%. Jika dibiarkan kondisi ini, maka siswa akan menjadi pihak yang paling dirugikan.

Oleh karena itu, diperlukan terobosan nyata untuk mengentaskan minimal 70% Guru lulus Uji Kompetensi Digital Marketing. Sebagai *pilot project* adalah guru mata pelajaran pemasaran di eks Karesidenan Pekalongan. Ketiga, pengembangan modul dan materi pembelajaran yang sesuai standar BNSP, sehingga dapat digunakan sebagai bekal dalam menempuh Uji Kompetensi Digital Marketing dan utamanya sebagai acuan dalam melakukan transfer pengetahuan dan keterampilan kepada siswa. Dan keempat, pelaksanaan hasil evaluasi dan tindak lanjut pelaksanaan Projek Penguatan Karakter Pelajar Pancasila (PPKPP) di delapan SMK mitra sekolah untuk menghasilkan SDM unggul dengan kompetensi digital marketing. Kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat antara Tim PKM UNISBANK dengan MGMP se- eks karesidenan Pekalongan sebagai mitra sekolah adalah wujud dan implementasi dari Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang ditujukan untuk memenuhi Indikator Kinerja Utama PT.

## METODE

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat menggunakan metode riset berbasis komunitas (*Community Based Research – CBR/CBPR*), dimana terdapat kolaborasi antara MGMP Pemasaran sebagai komunitas dengan Perguruan Tinggi yang berorientasi aksi dengan *service learning*. CBR ditujukan untuk membangun kemitraan dengan keterlibatan dosen dan mahasiswa dengan guru dan siswa untuk menjawab persoalan dan permasalahan yang riil yang tengah dihadapi oleh MGMP Pemasaran, yaitu peningkatan kompetensi melalui pelatihan dan pendampingan uji kompetensi Digital Marketing Jenjang 3 Berbasis KKNI akan diterapkan dengan metode kaji tindak partisipatif. Bertindak sebagai mitra adalah guru yang tergabung dalam wadah MGMP Pemasaran se-eks Karesidenan Pekalongan. Implementasi metode ini mempertimbangkan adanya tahap kajian masalah dengan melibatkan mitra secara langsung, serta mencari alternatif solusi yang paling tepat dalam mengatasi permasalahan.

Gambar 1 Skema Diagram Metode CBR dengan Desain Solusi (*Service Learning*). Wadah FGD ditujukan untuk membentuk suatu diskusi yang partisipatif antara tim PKM dengan mitra. Diskusi untuk merencanakan langkah yang akan ditempuh, mengevaluasi langkah sebelumnya, serta mengimplementasi perbaikan dalam pelaksanaan PKM. Guru sebagai mitra mengikuti pelatihan dan pendampingan bisnis online dengan dipandu tim PKM dengan mengacu pada kurikulum uji kompetensi Digital Marketing Jenjang 3 Berbasis KKNI.



Gambar 1. Skema diagram metode CBR dengan desain solusi

Model rencana solusi terdiri dari dua kegiatan utama. Pertama, pengembangan modul pelatihan bisnis online yang digunakan sebagai bekal dalam menghadapi uji kompetensi Digital Marketing Jenjang 3 Berbasis KKNI.

Kedua, pelatihan dan pendampingan guru pemasaran, sehingga dapat mengantarkan kelulusan dalam uji kompetensi Digital Marketing.



**Gambar 2.** FGD analisa permasalahan dan kebutuhan mitra

Pelaksanaan FGD dilakukan untuk berdiskusi merumuskan dan merencanakan kegiatan PKM agar bisa memberikan manfaat untuk para guru yang tergabung dalam MGMP PM Pekalongan. Gambar 2 (pelaksanaan tanggal 23 juli 2023) dan Gambar 3 (pelaksanaan tanggal 13 Agustus 2023) menunjukkan FGD antara tim PKM Unisbank dengan Pengurus MGMP Pemasaran Pekalongan. Luaran yang diperoleh dalam PKM ini yang berkaitan dengan peningkatan teknologi dan informasi adalah tersedianya website <https://mgmppmpekalongan.org> untuk mengakses materi dan pelaksanaan pre dan post test.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing adalah salah satu kunci keberhasilan bisnis di industri 4.0. Berbeda dari pemasaran secara konvensional, digital marketing lebih fokus pada strategi membangun hubungan dengan target pasar. Melalui digital marketing, sebuah bisnis (entitas) bisa mengetahui kebutuhan apa yang sebenarnya diinginkan oleh pasar. Materi Pelatihan yang diberikan kepada Guru didasarkan pada kebutuhan materi Uji Kompetensi Digital Marketing.

Materi dapat diakses melalui <https://mgmppmpekalongan.org> Materi Product Knowledge; Guru diberikan materi Teori tentang Product Knowledge dan Praktek membuat Product Knowledge menggunakan contoh usaha yang nyata yang bisa dilakukan. Materi Website; Guru diberikan materi Teori tentang Website dan Praktek membuat website dan mengisi website dengan benar sesuai keinginan pengguna. Materi AIDA; Guru diberikan materi Teori tentang AIDA dan Praktek membuat konten di website dan mengisi website dengan benar sesuai AIDA. Materi Digital Marketing Strategy; Guru diberikan materi Teori tentang Digital Marketing Strategy dan Praktek membuat Digital Marketing Strategy. Materi Analisa Data; Guru diberikan materi Teori tentang Analisa Data dan Praktek Analisa Data. Materi Search Engine Optimization (SEO); Guru diberikan materi Teori tentang SEO dan Praktek membuat konten di website menggunakan teknik SEO.

Materi terkait Digital Marketing melekat dimensi Proyek Penguatan Karakter Pelajar Pancasila (PPKPP). PPKPP berpusat pada siswa berkaitan dengan skema pembelajaran yang mendorong siswa untuk menjadi subjek pembelajaran yang aktif dalam mengelola proses belajarnya secara mandiri (Satria et al., 2022) dalam bentuk FGD interaktif antara Guru dan penugasan pada siswa.



Gambar 3. FGD desain solusi perancangan website MGMPPM

Pelatihan Digital Marketing ke-1 diberikan untuk membekali bapak ibu guru dalam mengajarkan topik kekinian untuk para peserta didiknya. Pada pelaksanaan pelatihan yang pertama pada tanggal 23 Agustus 2023 diberikan materi Product knowledge, analisa data dan website. Gambar 4 saat ketua PKM dalam memberikan sambutan dan penjelasan lengkap tahapan pelaksanaan pelatihan digital marketing.



Gambar 4. Penjelasan tahapan pelaksanaan PKM

Pelatihan Digital Marketing ke-2 diberikan untuk membekali bapak ibu guru dalam mengajarkan topik kekinian untuk para peserta didiknya. Pada pelaksanaan pelatihan yang pertama pada tanggal 24 Agustus 2023 diberikan materi SEO, Digital Marketing Strategy dan AIDA. Gambar 5 menunjukkan Aktivitas peserta guru MGMP PM saat pelatihan.



Gambar 5. Pelaksanaan pelatihan digital marketing ke-1

Elemen Digital marketing meliputi pengantar digital marketing, etika warga internet (internet citizen), analisis data digital, Google Business Profile atau *Google My Business* (GMB), *Search Engine Optimization* (SEO), *Search Engine Marketing* (SEM), social media marketing, dan promosi di marketplace. Peserta didik yang mengikuti kelas digital marketing mampu memahami ruang lingkup digital marketing, memahami etika warga internet (internet citizen), melakukan analisis data digital, mengaplikasikan Google Business Profile atau *Google My Business* (GMB), mengaplikasikan *Search Engine Optimization* (SEO), mengaplikasikan *Search Engine Marketing* (SEM), melakukan promosi di sosial media marketing, dan melakukan promosi di marketplace.

Tabel 1. Kompetensi inti bisnis daring dan pemasaran

Kompetensi Inti 3 (Pengetahuan)	Kompetensi Inti 4 (keterampilan)
Memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi tentang pengetahuan faktual, konseptual, operasional dasar, dan metakognitif sesuai dengan bidang dan lingkup kerja Bisnis Daring dan Pemasaran pada tingkat teknis, spesifik, detil, dan kompleks, berkenaan dengan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dalam konteks pengembangan potensi diri sebagai bagian dari keluarga, sekolah, dunia kerja, warga masyarakat nasional, regional, dan internasional.	Melaksanakan tugas spesifik dengan menggunakan alat, informasi, dan prosedur kerja yang lazim dilakukan serta memecahkan masalah sesuai dengan bidang kerja Bisnis Daring dan Pemasaran Menampilkan kinerja di bawah bimbingan dengan mutu dan kuantitas yang terukur sesuai dengan standar kompetensi kerja. Menunjukkan keterampilan menalar, mengolah, dan menyaji secara efektif, kreatif, produktif, kritis, mandiri, kolaboratif, komunikatif, dan solutif dalam ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah, serta mampu melaksanakan tugas spesifik di bawah pengawasan langsung. Menunjukkan keterampilan mempersepsi, kesiapan, meniru, membiasakan, gerak mahir, menjadikan gerak alami dalam ranah konkret terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah, serta mampu melaksanakan tugas spesifik di bawah pengawasan langsung.

Materi dasar kompetensi kejuruan Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar untuk Program Keahlian, yaitu: Analisa dan riset pasar, Perencanaan pemasaran, Pengelolaan usaha pemasaran, Strategi pemasaran, Pemasaran online, dan Simulasi digital. Guru dituntut mampu menjelaskan dan memberikan pemahaman materi dasar bisnis online dan contoh empiris. Guru memiliki

pengalaman dalam praktek bisnis online secara nyata. Guru sebagai fasilitator mempunyai link atau media bisnis online, sehingga yang diajarkan merupakan gambaran praktis, lengkap, jelas dan terstruktur, sehingga siswa akan mampu memahami konsep, praktek dan targetnya adalah dapat melakukan bisnis online secara mandiri. Materi diberikan oleh praktisi (Gambar 6).



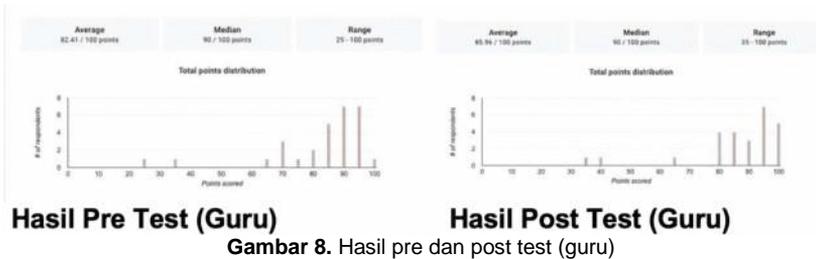
**Gambar 6.** Penyampain materi oleh praktisi

Pelaksanaan Pre-Test pada Gambar 7 sebelum materi pelatihan disampaikan oleh praktisi (pakar). Sedangkan pelaksanaan Post-Test dilaksanakan setelah semua materi diberikan di waktu yang berbeda. Peserta Guru melakukan akses soal (test) melalui <https://mgmppmpekalongan.org/pre-test/> untuk pre test dan post test melalui <https://mgmppmpekalongan.org/post-test/> Hasil post test peserta Guru menunjukkan danya peningkatan penguasaan materi uji kompetensi digital marketing.

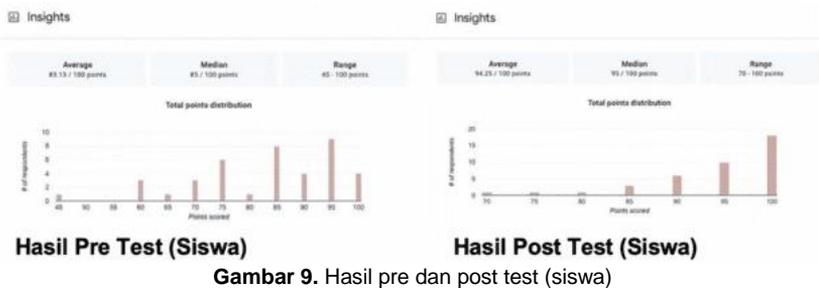


**Gambar 7.** Pelaksanaan pre test

Hasil pre test soal uji kompetensi digital marketing pada Gambar 8 untuk peserta guru menunjukkan skor rata-rata 82.41 meningkat pada skor rata-rata 85.96.



Hasil pre test soal uji kompetensi digital marketing pada Gambar 9 untuk peserta siswa lebih rendah dari skor rata-rata Guru, yaitu sebesar 83.13 dan meningkat menjadi 94.25 saat post test. Hal ini memberikan penguatan bahwa sesi pendampingan dan penguatan yang dilakukan oleh mahasiswa kepada siswa dengan metode tutorial memberikan skor rata-rata yang lebih baik.



Siswa mendapat pendampingan dari enam mahasiswa anggota Tim PKM dalam pendalaman materi yang telah disampaikan oleh pematiri (Gambar 10).



**Gambar 10.** Pendampingan post test (siswa)

Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila merupakan inisiatif yang bertujuan untuk menggali, memahami, dan menerapkan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari para pelajar. Pancasila sebagai dasar negara Indonesia bukan hanya semata-mata sebagai teori, tetapi juga sebagai panduan moral yang harus tercermin dalam sikap, tindakan, dan keputusan setiap individu (Gambar 11).



Gambar 11. Ringkasan dimensi dan elemen profil pelajar pancasila

Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila oleh mahasiswa berfokus pada penguatan karakter siswa, seperti semangat gotong royong, toleransi, integritas, dan tanggung jawab sosial (Gambar 12).



Gambar 12. Tim mahasiswa pendamping PPKPP

Pengisian Dimensi dan Elemen Profil Pelajar Pancasila dikerjakan secara kelompok oleh Guru dengan pendampingan dari Tim PKM menghasilkan Alur Tujuan Pembelajaran yang telah dibingkai dengan PPKP dan materi Uji Kompetensi Digital Marketing (Tabel 2).

Tabel 2. Alur tujuan pembelajaran dan materi UJK digital marketing dalam bingkai PPKPP

Elemen	Capaian Pembelajaran	Profil Pelajar Pancasila	Tujuan Pembelajaran	Materi	Asesmen
Digital Marketing	Peserta didik mampu memahami ruang lingkup digital marketing, memahami etika warga internet (internet citizen), melakukan analisis data digital, mengaplikasikan Google Business Profile atau Google My Business	<ol style="list-style-type: none"> <li>Beriman, bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa, dan Berakhlak Mulia.</li> <li>Kebinekaan global.</li> <li>Bergotong royong.</li> <li>Mandiri.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memahami tentang ruang lingkup digital marketing</li> <li>Memahami etika warga internet (internet citizen)</li> <li>Melakukan analisis data digital.</li> <li>Melakukan promosi di social media marketing</li> </ol>	Konsep digital marketing Ruang lingkup digital marketing Etika warga internet ( <i>internet citizen</i> ) Analisis data digital Mengaplikasikan Google Business Profile Mengaplikasikan	Uji Kompetensi : Memahami konsep digital marketing Memahami ruang lingkup digital marketing Memahami Etika warga internet ( <i>internet citizen</i> ) Menganalisis data digital Mengaplikasikan Google Business

(GMB), mengaplikasikan <i>Search Engine Optimization</i> (SEO), mengaplikasikan <i>Search Engine Marketing</i> (SEM), melakukan promosi di social media marketing dan melakukan promosi di marketplace.	Bernalar kritis. 5. Kreatif.	dan 5. Marketplace 6. Mengaplikasikan Google 7. Business Profile atau Google My Business (GMB)	<i>Search Engine Optimization</i> (SEO) Mengaplikasikan <i>Search Engine Marketing</i> (SEM) Afiliasi pemasaran Promosi pemasaran di <i>social media marketing</i> Promosi pemasaran di marketplace	<i>Profile</i> atau <i>Google My Business</i> (GMB) Mengaplikasikan <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) Mengaplikasikan <i>Search Engine Marketing</i> (SEM) Menerapkan afiliasi pemasaran Melakukan promosi pemasaran di <i>social media marketing</i> Melakukan promosi pemasaran di marketplace Uji Praktik : Siswa menganalisis data digital pelanggan potensial mereka, kemudian mengaplikasikan SEO dan SEM, serta mempromosikannya di sosial media masing- masing siswa dan marketplace
---	---------------------------------	---	---	---

Video kegiatan tersedia pada channel Youtube UNISBANK TV <https://www.youtube.com/watch?v=1QWfnTCmbv8> TikTok dan Instagram mgmppekalongan.



Gambar 13. Pendampingan proyek PKPP digital marketing

Dimensi Beriman, Bertakwa Kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan Berahlak Mulia. Pelajar Indonesia yang beriman, bertakwa kepada Tuhan YME, dan berakhlak mulia adalah pelajar yang berakhlak dalam hubungannya dengan Tuhan Yang Maha Esa. Siswa memahami ajaran agama dan kepercayaannya serta menerapkan pemahaman tersebut dalam kehidupannya sehari-hari. Ada lima elemen kunci beriman, bertakwa kepada Tuhan YME, dan

berakhlak mulia: (a) akhlak beragama; (b) akhlak pribadi; (c) akhlak kepada manusia; (d) akhlak kepada alam; dan (e) akhlak bernegara. Di Akhir Fase (Kelas X-XII, usia 16-18 tahun), siswa menerapkan pemahamannya tentang kualitas atau sifat-sifat Tuhan dalam ritual ibadahnya baik ibadah yang bersifat personal maupun sosial. Memahami struktur organisasi, unsur-unsur utama agama /kepercayaan dalam konteks Indonesia, memahami kontribusi agama/kepercayaan terhadap peradaban dunia. Menyadari bahwa aturan agama dan sosial merupakan aturan yang baik dan menjadi bagian dari diri sehingga bisa menerapkannya secara bijak dan kontekstual.

Dimensi Berkebhinekaan Global. Pelajar Indonesia mempertahankan budaya luhur, lokalitas dan identitasnya, dan tetap berpikiran terbuka dalam berinteraksi dengan budaya lain, sehingga menumbuhkan rasa saling menghargai dan kemungkinan terbentuknya budaya baru yang positif dan tidak bertentangan dengan budaya luhur bangsa. Elemen kunci dari berkebhinekaan global meliputi mengenal dan menghargai budaya, kemampuan komunikasi interkultural dalam berinteraksi dengan sesama, dan refleksi dan tanggung jawab terhadap pengalaman kebhinekaan. Di Akhir Fase (Kelas X-XII, usia 16-18 tahun), siswa menganalisis pengaruh keanggotaan kelompok lokal, regional, nasional, dan global terhadap pembentukan identitas, termasuk identitas dirinya. Mulai menginternalisasi identitas diri sebagai bagian dari budaya bangsa. Menganalisis hubungan antara bahasa, pikiran, dan konteks untuk memahami dan meningkatkan komunikasi antarbudaya yang berbeda-beda.

Dimensi Bergotong Royong. Pelajar Indonesia memiliki kemampuan bergotong-royong, yaitu kemampuan untuk melakukan kegiatan secara bersama-sama dengan suka rela agar kegiatan yang dikerjakan dapat berjalan lancar, mudah dan ringan. Elemen-elemen dari bergotong royong adalah kolaborasi, kepedulian, dan berbagi. Di Akhir Fase (Kelas X-XII, usia 16-18 tahun), siswa membangun tim dan mengelola kerjasama untuk mencapai tujuan bersama sesuai dengan target yang sudah ditentukan. Tanggap terhadap lingkungan sosial sesuai dengan tuntutan peran sosialnya dan berkontribusi sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk menghasilkan keadaan yang lebih baik. Mengupayakan memberi hal yang dianggap penting dan berharga kepada orang-orang yang membutuhkan di masyarakat yang lebih luas (negara, dunia).

Dimensi Mandiri. Pelajar Indonesia merupakan pelajar mandiri, yaitu pelajar yang bertanggung jawab atas proses dan hasil belajarnya. Elemen kunci dari mandiri terdiri dari kesadaran akan diri dan situasi yang dihadapi serta regulasi diri. Di Akhir Fase (Kelas X-XII, usia 16-18 tahun), siswa mengidentifikasi kekuatan dan tantangan-tantangan yang akan dihadapi pada konteks pembelajaran, sosial dan pekerjaan yang akan dipilihnya di masa depan. Mengendalikan dan menyesuaikan emosi yang dirasakannya secara tepat ketika menghadapi situasi yang menantang dan menekan pada konteks belajar, relasi, dan pekerjaan. Menyesuaikan dan mulai menjalankan rencana dan strategi pengembangan dirinya dengan mempertimbangkan minat dan tuntutan pada konteks belajar maupun pekerjaan yang akan dijalannya di masa depan, serta berusaha untuk mengatasi tantangan-tantangan yang ditemui.

Dimensi Bernalar Kritis. Pelajar yang bernalar kritis mampu secara objektif memproses informasi baik kualitatif maupun kuantitatif, membangun keterkaitan antara berbagai informasi, menganalisis informasi, mengevaluasi dan menyimpulkannya. Elemen-elemen dari bernalar kritis adalah memperoleh dan memproses informasi dan gagasan, menganalisis dan mengevaluasi penalaran, merefleksikan pemikiran dan proses berpikir dalam mengambil keputusan. Di Akhir Fase (Kelas X-XII, usia 16-18 tahun), siswa secara kritis mengklarifikasi serta menganalisis gagasan dan informasi yang kompleks dan abstrak dari berbagai sumber. Memprioritaskan suatu gagasan yang paling relevan dari hasil klarifikasi dan analisis. Menganalisis dan mengevaluasi penalaran yang digunakannya dalam menemukan dan mencari solusi serta mengambil keputusan.



**Gambar 14.** Peserta guru MGMP pemasaran

Dimensi Kreatif. Pelajar yang kreatif mampu memodifikasi dan menghasilkan sesuatu yang orisinal, bermakna, bermanfaat, dan berdampak. Elemen kunci dari kreatif terdiri dari menghasilkan gagasan yang orisinal serta menghasilkan karya dan tindakan yang orisinal serta memiliki keluwesan berpikir dalam mencari alternatif solusi permasalahan. Di Akhir Fase (Kelas X-XII, usia 16-18 tahun), siswa menghasilkan gagasan yang beragam untuk mengekspresikan pikiran dan/atau perasaannya, menilai gagasannya, serta memikirkan segala risikonya dengan mempertimbangkan banyak perspektif seperti etika dan nilai kemanusiaan ketika gagasannya direalisasikan. Mengeksplorasi dan mengekspresikan pikiran dan/atau perasaannya dalam bentuk karya dan/atau tindakan, serta mengevaluasinya dan mempertimbangkan dampak dan risikonya bagi diri dan lingkungannya dengan menggunakan berbagai perspektif. Siswa bereksperimen dengan berbagai pilihan secara kreatif untuk memodifikasi gagasan sesuai dengan perubahan situasi.

## **SIMPULAN**

Guru yang memiliki pengetahuan digital marketing dapat membantu meningkatkan visibilitas sekolah. Mereka dapat mempromosikan program-program sekolah, acara, dan prestasi siswa melalui media sosial, situs web

sekolah, atau kampanye periklanan online serta kegiatan kewirausahaan. Pelatihan digital marketing membantu guru mengembangkan keterampilan pribadi yang dapat berguna dalam berbagai aspek kehidupan. Mereka belajar tentang pemasaran online, analisis data, manajemen proyek, dan kreativitas dalam pengembangan konten. Guru yang mahir dalam digital marketing dapat melibatkan siswa dalam proyek-proyek yang melibatkan pemasaran dan promosi. Hal ini akan memberikan kesempatan bagi siswa untuk memahami bagaimana pemasaran bekerja dan mengembangkan keterampilan yang relevan di era digital. Guru dapat mengintegrasikan konsep digital marketing ke dalam kurikulum mereka. Mereka dapat mengajar siswa tentang pemasaran online, analisis data, dan strategi pemasaran yang relevan dengan dunia nyata. Pelatihan digital marketing dalam bingkai Projek Penguatan Profil/Karakter Pelajar Pancasila membantu guru dan siswa untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren digital yang berkarakter. Mereka menjadi lebih terbiasa dan bijak dengan perangkat dan platform online yang dapat digunakan dalam pendidikan.

Meningkatnya kompetensi guru serta standar pembelajaran mata pelajaran Bisnis Online, baik proses pembelajaran di dalam kelas maupun di dalam laboratorium serta praktek di dunia bisnis online secara nyata yang pada akhirnya akan menimbulkan dampak yang sangat berarti dalam peningkatan kompetensi bisnis online dalam diri siswa. Meningkatnya jiwa kewirausahaan guru dan siswa yang pada gilirannya akan SMK/MAK dapat mencetak lulusan SMK sebagai bibit-bibit wirausaha muda yang berkualitas pada bidang entrepreneur sesuai dengan Profil Pelajar Pancasila. Meningkatnya sistem serta standar pembelajaran bisnis online sehingga tujuan dan sasaran pembelajaran dapat dicapai sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan, yang pada gilirannya guru dan siswa dapat lulus dalam uji kompetensi Pemasaran Digital (Digital Marketing). Meningkatnya kualitas dan produktivitas guru dan siswa sebagai praktisi bisnis online, sehingga dapat dijadikan sebagai saran dalam peningkatan taraf ekonomi bagi guru dan siswa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada DRTPM Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah memberikan pendanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahap Kedua Tahun Anggaran 2023; Direktorat Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan Publikasi Universitas Stikubank; MGMP Pemasaran dan siswa SMK Se-eks KaresidePekalongan.nan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Andriani, R., & Sa'di, A. (2021). Pelatihan Strategi Digital Marketing Pada UKM Pukis Klaten. In M. Sulistiyono & R. S. Kharisma (Eds.), *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat* (pp. 371–376). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2744>
- Astuti, I. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan

- Digital pada Toko Kelontong di Masa Pandemi COVID-19. In M. Sulistiyono & R. S. Kharisma (Eds.), *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat* (pp. 186–191). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2713>
- Diartono, D. A., & Amin, F. (2017). Peningkatan Kompetensi Guru Pemasaran Online Kurikulum 2013 Bagi MGMP Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (PENAMAS)*, 1(1), 13–26. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/penamas/article/view/4964>
- Hasan, I. (2022). Peningkatan Kapasitas Guru dalam Pembuatan Learning Management System (LMS) untuk Pembelajaran Daring Menggunakan Google Sites. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 6(1), 103–109. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v6i1.3394>
- Indriyani, S., Hermawan, N. S. A., Riskawati, R., & Yuniarthe, Y. (2023). Penyuluhan Mengenai COVID-19 dan Penyuluhan Bidang Digital Marketing. *ANDASIH Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 24–28. <https://doi.org/10.57084/andasih.v4i1.1135>
- Irawati, D., Iqbal, A. M., Hasanah, A., & Arifin, B. S. (2022). Profil Pelajar Pancasila Sebagai Upaya Mewujudkan Karakter Bangsa. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 1224–1238. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3622>
- Puspitasari, E., Amin, F., Lisiantara, G. A., & Alfasadun. (2022). Alat Pemasaran Media Sosial Youtube bagi Komunitas Guru Tata Niaga Pelaku Bisnis Online. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, 2(2), 109–114. <https://doi.org/10.35315/intimas.v2i2.9030>
- Rahmidani, R., Armiati, A., & Susanti, D. (2018). Pkm Meningkatkan Kemampuan Hard Skills Guru Pembelajar Jurusan Bisnis Daring Dan Pemasaran Melalui Pembuatan Web-Blog Sebagai Kompetensi Pemasaran Online, Smkn 1 Dan Smk Kosgoro 2 Kota Payakumbuh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(2), 50–56. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v3i2.2479>
- Satria, R., Adiprima, P., Wulan, K. S., & Harjatanaya, T. Y. (2022). Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila. In *Badan Standar, Kurikulum, Dan Asesmen Pendidikan*.
- Taufiq, M., Lubis, M., & Refiadi, G. (2023). Optimalisasi Bisnis Digital Dengan Pendampingan Sebagai Perencanaan Strategi Pemasaran UMKM Ranting Muhammadiyah Tasikmalaya. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1737–1744. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i3.5105>
- Utami, R. S., Tambunan, K., & Sari, I. P. (2022). Implementasi kelompok umkm e-commerce di kelurahan pagar Merbau II kecamatan Lubuk Pakam. *Publikasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PUNDIMASWID)*, 1(1), 21–31. <https://doi.org/10.54593/pundimaswid.v1i1.92>