

PEMBINAAN DIGITAL MARKETING DAN PEMBUATAN RENCANA ANGGARAN BIAYA UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN BERORGANISASI PADA SISWA/I SMA PUTRA BATAM

Coaching in Digital Marketing and Budget Planning to Enhance Organizational Skills in Batam Putra High School Students

Yvonne Wangdra

Universitas Putera Batam (UPB), Batam, Indonesia

e-mail: yvonne@puterabatam.ac.id

Angel Purwanti

Universitas Putera Batam (UPB), Batam, Indonesia

e-mail: angelpurwanti30@gmail.com

Ronald Wangdra

Universitas Putera Batam (UPB), Batam, Indonesia

e-mail: ronald@puterabatam.ac.id

Angeline Wong

Universitas Putera Batam (UPB), Batam, Indonesia

e-mail: wongpinjel5503@gmail.com

Abstract

Using social media in marketing strategies offers consumers convenience, making transactions more effective and efficient. Today, social media is not just used for social purposes but also for business and commerce, known as digital marketing, to expand marketing efforts. Besides selecting an appropriate marketing strategy, budget planning is crucial; without proper planning, it's difficult to identify profits and make the best use of financial resources in offers or activity proposals. Preparing the RAB (Budget Plan) can be challenging, especially for large-scale activities, given their scale and cost. This coaching includes material on marketing communication, digital marketing, RAB, and Google Sites, delivered to SMA Putra Batam students. Methods include lectures and practical exercises, ensuring students understand the material, can discuss, present, and speak confidently in real situations. Evaluation of the activity measures' achievement and guidance for future improvements, conducted before, during, and after. Initially planned for five days, the activity was condensed into a single day with five sessions, attended by Year 10 IPS students in the computer lab at SMA Putra Batu Aji. The Google Sites session trained students to create websites using Google Sites—an easy, quick, free tool with templates. Students were tasked with designing promotional websites creatively, supported by examples of digital marketing and simple budget planning. As a token of appreciation, they received goodie bags from volunteers after answering questions.

Keywords—3-6 Social media, RAB, Google Site, Digital Marketing, Organization.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini telah beralih dari sistem konvensional ke sistem digital, didukung oleh peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia (Fadly & Sutama, 2020). Penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran memberikan kenyamanan kepada konsumen, yang menjadi salah satu keunggulan utama. Melalui media sosial, konsumen dapat bertransaksi secara lebih efektif dan efisien (Andriana et al., 2022). Perkembangan media sosial saat ini tidak hanya digunakan untuk kegiatan sosial, tetapi juga untuk keperluan usaha dan berbisnis, yang dikenal sebagai digital marketing, sebagai strategi untuk memperluas pemasaran (Purwanti et al., 2023).

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital melalui internet yang memanfaatkan media berupa media sosial, web, dan TV digital. Digital marketing merupakan solusi yang tepat untuk bisnis dalam meningkatkan jaringan pemasaran secara luas (Yazdanifard et al., 2011). Penggunaan teknologi dan media sosial di era digital bisa dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang tepat. Bisnis perlu melakukan adaptasi terhadap peluang kebutuhan yang terjadi di masyarakat, seperti digitalisasi usaha menggunakan media sosial yang dimiliki.

a sosial yang dimiliki (Rasyid & Purwanti, 2020).

Penggunaan digital marketing merupakan peluang yang tepat untuk mengikuti perkembangan zaman. Era digital mendorong masyarakat untuk memahami penggunaan iklan di Facebook Ads, mendapatkan informasi tentang usaha yang diiklankan melalui Keyword Tool, atau mengikuti perkembangan terbaru melalui Google Trends (Putri et al., 2022). Hal ini sangat penting untuk menjangkau target konsumen yang sesuai. Selain strategi pemasaran yang efektif, perencanaan anggaran juga krusial karena tanpa pengelolaan anggaran yang tepat, kita sulit menentukan keuntungan dan penggunaan dana secara efisien untuk kebutuhan penawaran atau proposal kegiatan.

Penyiapan penawaran yang terdiri dari surat penawaran, Rencana Anggaran Biaya (RAB), kurva S, dan metode pelaksanaan. RAB yang dimaksud terdiri dari rekapitulasi, rencana anggaran, dan analisa harga satuan (bahan, upah, dan alat). Penyiapan RAB sering menjadi masalah bagi organisasi, terutama pada kegiatan yang akan dilakukan dalam jumlah besar, baik dari segi jumlah maupun anggaran biayanya (Yanti & Rahmat, 2020).

OSIS adalah organisasi yang terdiri dari siswa sekolah yang memiliki tugas untuk mengembangkan potensi diri dan meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah. Organisasi ini biasanya dipimpin oleh Ketua OSIS yang dipilih oleh anggota sendiri. Tugas utama OSIS adalah memperjuangkan kepentingan siswa, mengembangkan berbagai kegiatan sosial, budaya, olahraga, dan akademik, serta mendorong partisipasi siswa dalam kegiatan sekolah. Selain itu, OSIS menjadi wadah bagi siswa untuk mengasah kemampuan kepemimpinan, kreativitas, dan kemampuan berorganisasi. Sebenarnya, OSIS hanyalah salah satu tempat untuk melatih jiwa kepemimpinan dan keterampilan; dua hal ini seharusnya sudah dimiliki oleh setiap orang sejak dulu (Ningsih et al., 2023).

Keterampilan komunikasi adalah keahlian atau kecakapan dalam melakukan komunikasi secara efektif, menyenangkan, menarik, dan berdampak. Keterampilan komunikasi adalah pengetahuan seseorang yang digunakan dalam teknik komunikasi verbal, nonverbal, dan melalui media komunikasi secara efektif untuk mempertahankan keaktifan dalam bertanya, berinteraksi, dan berkolaborasi dengan orang lain (Purwanti et al., 2024). Komunikasi yang efektif sangat penting bagi semua organisasi. Sebuah organisasi adalah sistem yang mengkoordinasikan berbagai aktivitas dan berusaha mencapai tujuan bersama.

Oleh karena itu, dibutuhkan keahlian dalam komunikasi untuk mencapai sasaran tersebut organisasi (Rahmanto, 2004).

Keahlian komunikasi dan organisasi di antaranya digital marketing dan Rencana Anggaran Biaya. Para anggota SMA Putra Batam masih lemah dalam digital marketing, RAB, dan komunikasi organisasi, yang merupakan keahlian dasar untuk berperan aktif dalam organisasi. Keterampilan siswa/i SMA Putra Batam dalam digital marketing dan RAB masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, pelatihan ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan pengalaman langsung, terutama dalam digital marketing dan RAB.

2. METODE

2.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan dapat memberikan solusi terhadap masalah yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya, yaitu dengan cara memberikan pembinaan tentang “Pembinaan Digital Marketing dan Pembuatan Rencana Anggaran Biaya untuk Meningkatkan Keterampilan Berorganisasi pada Siswa/i SMA Putra Batam”. Kegiatan pembinaan ini akan dilaksanakan pada 29 Januari 2024, 5 Februari 2024, 12 Februari 2024, 19 Februari 2024, dan 26 Februari 2024, bertempat di SMA Putra Batam. Peserta pembinaan ini adalah Siswa/i SMA Putra Batam yang berumur 16 tahun hingga 18 tahun.

Tahapan pembinaan ini dilakukan sebagai berikut:

1. Siswa/i SMA Putra Batam mengikuti semua materi yang akan disampaikan pada kegiatan pembinaan ini, yaitu:
 - a) Komunikasi Pemasaran pada Siswa/i SMA Putra Batam
 - b) Digital Marketing pada Siswa/i SMA Putra Batam
 - c) Rencana Anggaran Biaya (RAB) pada Siswa/i SMA Putra Batam
2. Tiga materi diatas akan disampaikan oleh pemateri, yaitu:
 - a) Komunikasi Pemasaran dan Praktek Google Site disampaikan oleh Ibu Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom
 - b) Pengenalan mengenai Digital Marketing disampaikan oleh Ibu Dr. Yvonne Wangdra, B.Com., M.Com
 - c) Pengenalan dan Praktek Rencana Anggaran Biaya dilakukan Bapak Ronald Wangdra, B.AF., M.Com
3. Pembinaan dilakukan selama 5 kali, seperti yang tertera pada jadwal. Pelatihan dilakukan secara bersamaan oleh tim pembina beserta anggota.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan PKM

No	Pertemuan	Kegiatan
1	1	a. Memberikan informasi tentang Google Site b. Memberikan contoh tentang Google Site
2	2	a. Memberikan materi tentang Digital Marketing b. Memberikan contoh-contoh tentang Digital Marketing
3	3	a. Memberikan materi tentang Rencana Anggaran Biaya (RAB) b. Memberikan contoh-contoh tentang Rencana Anggaran Biaya (RAB)
4	4	a. Memberikan praktek langsung.

		b. Memberi kesempatan pada anggota untuk mempraktekan langsung tentang Google Site
5	5	a. Memberikan praktik langsung. b. Memberi kesempatan pada anggota untuk mempraktekan langsung tentang RAB

2.2 Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan lima kali pertemuan yang melibatkan seluruh siswa/i SMA Putra Batam. Metode untuk menyelesaikan masalah yang ditawarkan oleh pengabdi berupa:

1. Tim Pengabdi memberikan ceramah dan praktik langsung.
2. Tim Pengabdi memastikan bahwa seluruh Siswa/i SMA Putra Batam paham dengan materi yang disampaikan, diberikan waktu untuk berdiskusi, dan mampu menggunakan serta melakukan presentasi dan berbicara di depan orang banyak dalam situasi yang sebenarnya (real situation).

2.3 Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi pelaksanaan kegiatan pembinaan ini memiliki tujuan yang telah ditetapkan, yaitu untuk melihat pencapaian kegiatan dalam pengabdian ini dan sebagai upaya perbaikan serta penyempurnaan untuk kegiatan pengabdian di masa mendatang. Evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian antara lain:

1. Tahap Sebelum Kegiatan

Tim pengabdi akan mengevaluasi hambatan atau kendala yang dihadapi oleh tim pengabdi, baik saat melakukan observasi lokasi pengabdian, dukungan pimpinan, maupun motivasi Siswa/i SMA Putra Batam dalam mengikuti kegiatan pembinaan.

2. Tahap Saat Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahapan ini, tim pengabdi akan mengevaluasi sarana dan prasarana pendukung dalam menyampaikan materi kepada Siswa/i SMA Putra Batam, apakah sudah sesuai dan mendukung terhadap metode pembinaan yang diterapkan, serta semangat Siswa/i SMA Putra Batam dalam mengikuti kegiatan pembinaan.

3. Tahap Setelah Kegiatan

Pada tahap ini, pengabdi akan mengevaluasi dan mengamati secara langsung dampak perubahan yang dialami oleh Siswa/i SMA Putra Batam dalam hal memahami dan menerapkan Google Site dan RAB, serta keberhasilan kepemimpinan setelah mengikuti kegiatan pembinaan yang diberikan.

2.4 Keberlanjutan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini akan memberikan manfaat besar bagi siswa/i SMA Putra Batam dalam mengembangkan keterampilan, terutama dalam hal korespondensi dan pengarsipan yang dapat mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti menulis surat dan mengelola arsip dokumen. Berdasarkan jadwal pembinaan yang telah disusun, kegiatan ini hanya akan dilakukan dalam 5 pertemuan, yang jelas tidak cukup. Oleh karena itu, keberlanjutan kegiatan sangat diperlukan. Setelah seluruh kegiatan pengabdian selesai, tim pengabdi akan terus memantau perkembangan siswa/i SMA Putra Batam dan melakukan tindak lanjut (follow-up). Selain pertemuan formal dan melalui dunia maya, jika memungkinkan, tim pengabdi juga akan melakukan pembinaan lanjutan yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan siswa/i SMA Putra Batam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang awalnya dijadwalkan pada 29 Januari, 5 Februari, 12 Februari, 19 Februari, dan 26 Februari 2024, akhirnya diubah menjadi 15 Mei 2024 karena adanya kegiatan lain dari kedua pihak. Meski demikian, semangat pengabdian tetap tinggi untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Putra Batam, dengan susunan acara disusun agar materi dapat disampaikan secara lengkap selama 5 sesi. Peserta terdiri dari siswa kelas X IPS SMA Putra Batam. Kegiatan ini diselenggarakan di Laboratorium Komputer SMA Putra Batam, Batu Aji, Kota Batam.

Dalam kegiatan PKM ini, terdapat materi yang disampaikan oleh pengabdi kepada peserta. Sebelum proses penyampaian materi dimulai, pengabdi bersama tim melakukan diskusi dan memberikan gambaran umum mengenai tujuan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini kepada peserta. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah

- a. Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang komunikasi pemasaran.
- b. Memberikan pemahaman bagaimana cara menggunakan *google site*.
- c. Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang Digital Marketing.
- d. Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang Rencana Anggaran Biaya (RAB).

Setelah kegiatan diskusi, pengabdi akan menyampaikan materi sesuai jadwal yang telah ditentukan. Pada sesi pertama, dimulai dengan pengenalan komunikasi pemasaran oleh Ibu Angel Purwanti, S. Sos., M.I. Kom. Tim pengabdi menjelaskan tentang komunikasi pemasaran, termasuk definisi, fungsi, jenis, tujuan, dan hubungannya dengan digital marketing. Pemaparan berlangsung selama sekitar 15 menit, dilanjutkan dengan penjelasan tentang Google Site dan sesi diskusi.



Gambar 1. Penjelasan tentang Google Site

Sesi kedua adalah pelatihan Google Site yang dibantu oleh mahasiswa, Angeline Wong. Materi mencakup pengenalan fungsi dan fitur Google Site, beserta contoh penggunaannya. Setelah penjelasan, pengabdi meminta Siswa X untuk membuat promosi produk dengan kebebasan berkreasi. Tujuan Google Site adalah sebagai media publikasi, promosi, dan penjualan produk. Siswa XIPS sangat antusias, terbukti dari banyaknya pertanyaan, meskipun sempat terganggu oleh mati lampu.

Sesi ketiga, penyampaian materi disampaikan oleh Ibu Dr. Yvoone Wangdra, B.Com., M. Com tentang Digital Marketing. Pengabdi menjelaskan tentang definisi digital marketing, manfaat digital marketing, jenis serta contoh dari digital marketing. Antusias peserta terlihat dari banyaknya siswa yang bertanya setelah pemaparan meskipun dalam situasi mati lampu.

Dalam penjelasan Digital Marketing, pengabdi memberikan contoh-contoh *digital marketing* yang digunakan oleh Universitas Putera Batam, seperti website resmi, saluran YouTube, dan akun Instagram mereka. Tujuan utama penggunaan digital marketing adalah untuk menjangkau lebih banyak konsumen, tidak hanya dari kota Batam tetapi juga di luar daerah. Pengabdi menambahkan bahwa digital marketing saat ini sangat membantu dalam mempromosikan produk secara gratis dan memperluas jangkauan, meskipun ada tantangan dalam pembuatan konten dan pembangunan jaringan.



Gambar 2. Pemaparan Digital Marketing

Sesi keempat, materi disampaikan oleh Bapak Ronald Wangdra, B.AF., M. Com mengenai Rencana Anggaran Biaya (RAB). Dalam presentasi ini, pengabdi menjelaskan Definisi RAB, Tujuan RAB, berbagai jenis RAB, cara menghitung RAB, dan langkah-langkah membuatnya. Penjelasan ini sangat dipahami oleh siswa IPS.

Selain Digital Marketing, materi lain yang diberikan adalah Rencana Anggaran Biaya. Mereka diajarkan tentang tujuan dan fungsi RAB dalam memulai bisnis. Pengabdi menekankan bahwa pentingnya RAB dalam perencanaan bisnis agar tidak over budget, untuk mengontrol penggunaan modal. Banyak pelaku bisnis yang tidak fokus pada RAB sehingga akhirnya over budget dan tidak memperoleh keuntungan. Penyusunan RAB harus disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing proyek, karena setiap proyek berbeda kebutuhan. Selain latihan yang berulang, latihan yang dilakukan juga harus benar untuk hasil maksimal.



Gambar 3. Pelatihan tentang Rencana Anggaran Belanja (RAB)

Sesi kelima adalah sesi terakhir yang mengevaluasi seluruh rangkaian kegiatan dari sesi pertama hingga keempat. Pengabdi menampilkan ulasan kepada peserta mengenai materi melalui pertanyaan-pertanyaan. Peserta yang dapat menjawab pertanyaan akan menerima Goodie Bag sebagai bentuk apresiasi. Setelahnya, diminta feedback atau kesan selama pembinaan berlangsung. Peserta memberikan komentar membangun, termasuk bahwa mereka mendapatkan informasi tentang digital marketing dan rencana anggaran biaya.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Website menggunakan Google Site

Selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung, antusiasme siswa kelas X IPS sangat tinggi, termasuk dalam praktiknya. Pada materi Google Site, siswa menunjukkan minat besar karena ini merupakan hal baru bagi mereka. Mereka dibantu oleh Angeline Wong dalam membuat promosi produk menggunakan Google Site. Google Site adalah platform dari Google yang memungkinkan pembuatan website secara praktis dan gratis. Dengan alat ini, pengguna dapat membuat situs web melalui langkah-langkah sederhana, cukup klik, seret, dan lepaskan. Selain itu, tersedia template gratis yang bisa digunakan. Teks dan gambar bisa disesuaikan dengan gambar sendiri, dan pembuatan website pun dapat dilakukan dengan cepat. Pengabdi menegaskan bahwa dalam memilih dan menyusun kata-kata maupun gambar adalah bagian

penting dari proses komunikasi pemasaran.



Gambar 5. Penyerahan Goodie Bag kepada siswa yang menjawab pertanyaan

Kegiatan pengajaran kepada masyarakat ini menjadi lebih menarik ketika siswa aktif mengajukan pertanyaan tentang materi dari setiap narasumber. Selain itu, tersedia Goodie Bag untuk siswa yang dapat menjawab pertanyaan terkait materi. Para siswa sangat antusias, karena mereka mendapatkan pengetahuan baru tentang Google Site, digital marketing, dan pentingnya Rencana Anggaran Biaya (RAB).

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan selama 5 sesi dengan materi yang disusun sesuai waktu yang tersedia. Kegiatan berlangsung di ruang laboratorium komputer di Sekolah Putra Batam Batu Aji dan diikuti oleh siswa kelas X IPS. Materi yang disampaikan meliputi komunikasi pemasaran, Google Site, digital marketing, dan rencana anggaran biaya (RAB). Siswa tampil aktif dalam bertanya dan menjawab pertanyaan dari narasumber. Sebagai bentuk apresiasi, pengajar menyiapkan 3 Goodie Bag untuk siswa yang menjawab pertanyaan dengan baik.

Selama 5 sesi, kegiatan ini memberikan pengalaman berharga bagi mereka sebagai peserta, karena mereka memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru. Mereka berharap kegiatan ini dapat diadakan secara berulang.

5. SARAN

Kegiatan ini, yang berlangsung selama 5 sesi, belum cukup untuk memberikan pemahaman mendalam. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan ini dilakukan secara berkala dan dapat memperkuat kerjasama dengan Universitas Putera Batam, terutama dengan Program Studi Manajemen S2.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada SMA Putera Batam atas dukungan tempat untuk pengabdian ini, LPPM Universitas Putera Batam, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, serta Mahasiswa UPB.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, A. N., Hijrah, L., Putri, D. A., Putri, W. U., Fauziah, S., & Darus, C. O. (2022). PELATIHAN STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING MENGGUNAKAN INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7336>
- Fadly, H. D., & Sutama, S. (2020). MEMBANGUN PEMASARAN ONLINE DAN DIGITAL BRANDING DITENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2). <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>
- Ningsih, D. W., Halizah, S. N., Aldanty, F. Z., & Zuhro' Fitriana, A. Q. (2023). Upaya Pengurus OSIS Dalam Mengatasi Konflik Antara Anggota Osis Di SMA 4 Jember. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(2). <https://doi.org/10.47233/jebs.v3i2.768>
- Purwanti, A., Dompak, T., Abidin, S., Wong, A., Gea, R. G., & Simatupang, I. A. (2024). Pelatihan Public Speaking untuk Meningkatkan Keterampilan dalam Berorganisasi di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Puan Indonesia*, 6(1), 323–332. <https://idebahasa.or.id/puanindonesia/index.php/about/article/view/277>
- Purwanti, A., Reza, A., Musa, U., FN, Z., & Triyadi, A. (2023). NEW MEDIA AS INTERNET MARKETING COMMUNICATIONS IN RETAIL COMPANY. *Jurnal Ilmiah Managemen UPB*, 11(1), 95–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/jimupb.v11i1.6613>
- Putri, A., Hetami, A., Fourqoniah, Andriana, Andriyani, Salsabila, Muniro, T., Riandani, Mulyani, Yasshyka, Listiana, & Indah. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2).
- Rahmanto, A. F. (2004). Peranan Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal Komunikologi*.
- Rasyid, A. A., & Purwanti, A. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH GENERASI MILENIAL SEBAGAI MEDIA BISNIS ONLINE DI KOTA BATAM. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/185>
- Saggaf, S., Salam, R., Kahar, F., & Akib, H. (2014). Pelayanan Fungsi Administrasi Perkantoran Modern. *Jurnal Ad'ministrare*.
- Yanti, G., & Rahmat, H. (2020). Pelatihan Pembuatan Rencana Anggaran Biaya pada Siswa SMA di Kota Pekanbaru. *FLEKSIBEL (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1).
- Yazdanifard, R., Venpin, M., Fadzilah, W., Yusoff, W., & Islam, M. R. (2011). *Internet Marketing: The new era of innovation in E-commerce*.

