

**FORM USULAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAN
HIBAH INTERNAL TAHUN AKADEMIK GENAP
TAHUN AJARAN 2023 - 2024**

Skema Kegiatan : EDUKASI STRATEGI MARKETING WIRAUSAHA MUDA
BAGI SISWA SMA ULUL ILMI CENDEKIA BATAM
Program Studi : Manajemen Kuliner

Judul Pengabdian	EDUKASI STRATEGI MARKETING WIRAUSAHA MUDA BAGI SISWA SMA ULUL ILMI CENDEKIA BATAM
Nama Ketua Pengabdian	Heri Nuryanto .,S.Kom.,MSI NIDN 1025038301
Nama Anggota Pengabdian 2	Eryd Saputra MM.M.Sc NIDN 05140228801
Nama Anggota Pengabdian 1	Eva Amalia.,MSi NIDN 1002036801
Waktu Pengabdian	Waktu Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kamis, 7 Maret 2024
Lokasi Kegiatan Pengabdian	SMA Ulul Ilmi Cendekia Batam
Detail Isi Usulan Pengabdian (<i>minimal 500 kata yang berisi Pendahuluan, Gambaran Umum Masyarakat, Metode pelaksanaan pengabdian, dan Referensi</i>)	A. Pendahuluan Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memberikan edukasi strategi marketing wirausaha muda ini merupakan bagian dari kegiatan PKM dengan topik kewirausahaan. Fokus terhadap strategi marketing mengingat saat ini , kewirausahaan dianggap sebagai salah satu kunci penting untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Memberikan pemahaman dan keterampilan tentang kewirausahaan kepada generasi muda, seperti siswa SMA, adalah langkah awal yang sangat penting. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa SMA dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep dasar kewirausahaan dan strategi pemasaran, serta mendorong mereka untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis mereka di masa depan. Edukasi strategi pemasaran (marketing) yang dapat disertakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat "Edukasi Strategi Marketing Wirausaha Muda bagi Siswa SMA Ulul Ilmi Cendekia Batam ": didasarkan atas perkembangan digitalisasi menjadi perlu untuk diterapkan karena melihat aktivitas masyarakat yang

tidak lepas dari media sosial. Tidak hanya itu, digitalisasi juga memungkinkan adanya perluasan target pemasaran yang jumlahnya menjadi berkali lipat lebih banyak jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Serta alasan terakhir mengapa digitalisasi menjadi perlu untuk diterapkan adalah karena digital sangat erat dengan kehidupan generasi muda, dimana generasi muda ini merupakan pelanggan terbesar usaha-usaha kuliner rumahan dan kekinian sehingga perlu dilakukan terobosan pemasaran berbasis digital atau online marketing

Melalui pembelajaran dan praktik langsung menggunakan strategi-strategi pemasaran ini, diharapkan siswa SMA dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana cara memasarkan produk atau jasa mereka secara efektif dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Penumbuhan nilai-nilai kewirausahaan dan minat berwirausaha siswa, tidak hanya melalui transfer pengetahuan yang bersifat teoritis, namun pembelajaran yang bersifat *learning by doing* melalui proyek kewirausahaan. solusi yang dapat dilakukan untuk mengimplementasikan Pendidikan Kewirausahaan di jenjang SMA adalah kegiatan kokurikuler berupa proyek kewirausahaan . Pelaksanaan kegiatan kokurikuler dilaksanakan di luar jam pelajaran dengan kolaborasi antar mata pelajaran. Dengan adanya kolaborasi antar mata pelajaran, siswa dapat mempelajari dan memperdalam kompetensi dari berbagai sudut pandang. Bentuk proyek kokurikuler dapat melatih siswa bagaimana bekerja sama, menghargai pendapat teman, menemukan ide-ide kreatif (Noviani et al., 2022)

Dengan memperhatikan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Swasta Ulul Ilmi Cendekia Batam dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam persiapan generasi muda untuk menghadapi tantangan dan peluang di dunia bisnis yang terus berkembang dengan memanfaatkan potensi usaha kuliner rumahan yang saat ini menjadi sektor unggulan dalam wira usaha dengan mengoptimalkan aspek marketing (pemasaran)

Kajian Pustaka

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan

	keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang kepuasan pelanggan. Dasar pemikiran pemasaran dimulai dengan adanya kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands); produk (barang, jasa, gagasan): nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; pemasar; dan calon pembeli. (Aulia et al., 2019) Strategi Pemasaran dapat dilakukan melalui Langkah-langkah sebagai berikut : 1. Pengembangan Branding: Mengajarkan kepada siswa tentang pentingnya membangun citra merek yang kuat. Ini termasuk pemilihan nama yang tepat, desain logo, dan elemen branding lainnya yang bisa membedakan produk atau jasa mereka dari pesaing. 2. Pemasaran Konten: Mendemonstrasikan kepada siswa bagaimana cara menggunakan pemasaran konten untuk membangun kesadaran merek dan memperoleh kepercayaan konsumen. Ini bisa mencakup pembuatan konten berupa artikel blog, video tutorial, atau infografis yang relevan dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan. (Nurlinda et al., 2021) 3. Pemasaran Media Sosial: Mengajarkan siswa tentang pentingnya pemasaran melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Mereka perlu memahami bagaimana cara membuat konten yang menarik dan relevan, serta cara mengelola kampanye iklan yang efektif di media sosial. (Ridwan et al., 2019) 4. Strategi Harga: Memberikan pemahaman kepada siswa tentang bagaimana cara menentukan harga yang tepat untuk produk atau jasa mereka. Ini mencakup memahami biaya produksi, analisis harga pesaing, dan strategi penetapan harga yang sesuai dengan nilai yang mereka tawarkan kepada pelanggan. 5. Distribusi dan Penempatan Produk: Mengajarkan kepada siswa tentang berbagai saluran distribusi yang tersedia untuk produk atau jasa mereka, serta strategi penempatan produk yang efektif untuk
--	--

	mencapai target pasar mereka. 6. Pemasaran Berkelanjutan: Mendemonstrasikan kepada siswa pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka melalui pemasaran berkelanjutan. Ini mencakup strategi retensi pelanggan, program loyalitas, dan komunikasi terus-menerus dengan pelanggan melalui berbagai saluran. 7. Evaluasi dan Analisis: Mengajarkan kepada siswa tentang pentingnya melakukan evaluasi dan analisis terhadap keberhasilan strategi pemasaran mereka. Mereka perlu memahami bagaimana cara mengukur kinerja kampanye pemasaran mereka dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk meningkatkan hasilnya. Salah satu aktivitas bisnis dan kewirausahaan yang banyak berperan adalah pemasaran. Secara definisi pemasaran memiliki pengertian sebagai berikut "pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Jadi dapat dikatakan bahwa orientasi manajemen pemasaran adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan penilaian dari pasar yang menjadi sasaran dan menyesuaikan kegiatan organisasi sedemikian rupa agar dapat memberikan kepuasan secara lebih berdaya guna dan berhasil guna". (Kotler & Armstrong, 2012) dikutip (Boer et al., 2019) Produk yang akan dipasarkan perlu dikomunikasikan maka dibentuklah konsep komunikasi pemasaran yang sangat berguna untuk membangun semangat produk ke tangan konsumen. Adapun definisi komunikasi pemasaran secara teoritik yakni Komunikasi pemasaran adalah salah satu kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan atau produk agar bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang ditawarkan oleh produsen. (Kotler & Keller, 2009) dikutip (Reski et al., 2022) Pemasaran ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan sejumlah media dan berbagai saluran yang dapat dipergunakan dengan harapan terjadinya tiga tahapan perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan
--	--

	perubahan tindakan yang dikehendaki. Adapun jenis media yang dapat digunakan seperti: folder, poster, filters, televisi, radio, majalah, dan surat kabar (Soemanagara, 2008) Pemasaran memuat unsur komunikasi branding terhadap produk secara online dan melakukan publikasi melalui media sosial. "Brand" menurut Asosiasi Pemasaran Amerika Serikat didefinisikan sebagai, <i>...name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors</i> Serikat (The American Marketing Association) dikutip oleh (Yan Aditiya et al., 2021) Kekuatan branding mampu memberikan perbedaan satu produk dengan produk lainnya, serta dapat menyentuh aspek emosional bagi para target pasar melalui desain, tagline dan atribut yang terdapat dalam brand itu sendiri. Brand bukanlah sebatas gambar, tanda atau simbol belaka. Kekuatan branding mampu menjadi dasar bagi target konsumen untuk menggerakkan perilaku mereka. Hal ini diharapkan agar konsumen selain mengonsumsi produk merek brand tertentu, mereka memiliki kepuasan tersendiri sebagai konsumen. Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian/ diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Lupiyoadi, 2009). Kepuasan konsumen dapat diartikan pula sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2009). Wirausaha / Kewirausahaan Trend wirausaha kini sudah menyentuh beragam kalangan, salah satunya adalah kalangan remaja. Pengabdian ini menyasar pada siswa-siswi SMK yang memiliki soft skill dalam bidang kewirausahaan dengan memiliki beragam produk siap jual. Namun, ketika branding tidak mampu dikonsepsi dengan baik maka akan berdampak bagi pendapatan penjualan serta kesinambungan dari bisnis yang dijalankan. Edukasi Pemasaran dan Branding Dalam Meningkatkan Skill Kewirausahaan fasilitas yang menunjang siswa
--	--

siswi dalam praktikum bisnis. Produk usaha yang dihasilkan oleh siswa cukup beragam ada makanan, kerajinan, hingga perakitan. Produk tersebut hanya dipasarkan di lingkungan sekitar yakni masuk ke warung kecil dan koperasi. Hal ini sangat disayangkan sehingga perlu dikembangkan agar produk memiliki potensi dan ijin usaha. Di sisi lain nama besar produk perlu dikembangkan untuk memberikan sisi pembeda dan keunikan diantara produk-produk serupa

Mengedukasi para remaja yang belum memiliki wawasan yang sangat luas terkait praktik bisnis dan kewirausahaan. Mereka akan diberikan pemahaman tentang pemasaran produk yang sangat diperlukan jika ingin menjadi pelaku UMKM. Para remaja tidak hanya memiliki kemampuan untuk menciptakan produk usaha semata namun juga memiliki kemampuan dalam menguasai sistem dan perangkat wirausaha pemasaran yakni branding produk dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi. Sehingga akan menciptakan remaja yang memiliki usaha yang kreatif, inovatif, cerdas dan siap bersaing secara kompetitif sebagai upaya meningkatkan penjualan

Dasar Hukum

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa terwujudnya sistem pendidikan sebagai pranata sosial yang kuat dan berwibawa memberdayakan semua warga negara Indonesia berkembang menjadi manusia yang berkualitas sehingga mampu dan proaktif menjawab tantangan zaman yang selalu berubah.

Selain itu Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 22 Tahun 2015 tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2015-2019 yang digunakan sebagai pedoman tahunan dalam perencanaan dan pengendalian pembangunan pendidikan dan kebudayaan. Salah satu tujuan strategi yang dimuat adalah Peningkatan Kepastian Akses Pendidikan Menengah yang Bermutu dan Relevan dengan Kebutuhan Masyarakat. Strategi tersebut difokuskan pada penguatan pelaku pendidikan yaitu siswa, guru, kepala sekolah, orang tua, dan pemimpin institusi pendidikan dalam ekosistem pendidikan. (Boer et al., 2019)

Kebijakan itu diarahkan pada penguatan perilaku yang mandiri dan berkepribadian. Sekolah Menengah Atas adalah jenjang pendidikan menengah yang dirancang untuk menyiapkan peserta didik melanjutkan ke pendidikan tinggi. Namun pada kenyataannya tidak semua lulusan Sekolah Menengah Atas melanjutkan ke pendidikan tinggi, dan tidak memiliki keterampilan yang memadai untuk menghadapi tantangan hidup di masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Penyebabnya adalah pola pikir yang berorientasi menjadi pegawai atau pencari kerja yang harus diubah menjadi wirausahawan yang dapat menciptakan lapangan kerja. Perilaku tersebut sangat diperlukan dalam menghadapi berbagai perkembangan, tantangan, dan persaingan dalam era globalisasi. Struktur Kurikulum 2013 SMA memuat mata pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan yang memberikan pemahaman dasar tentang kemampuan berwirausaha kepada peserta didik. Melalui pembelajaran Prakarya dan Kewirausahaan peserta didik dapat mempelajari teori dan nilai-nilai kewirausahaan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata melalui praktik, baik yang terintegrasi dalam mata pelajaran maupun yang dilaksanakan diluar mata pelajaran atau kegiatan ekstrakurikuler.

Oleh sebab itu Pemerintah mencanangkan program Kewirausahaan di SMA yang diharapkan dapat mendorong peserta didik untuk menjadi kreatif dan mandiri, serta mulai tergerak dan berani membuka usaha sendiri. (Ovitasari & Sandra, 2022)

Capaian Target Yang Diharapkan

Mendapatkan wawasan dan pengetahuan berlandaskan teoritis dan implementasi yang berasal dari tim pengabdian masyarakat, mengetahui model digital marketing yang dapat memberikan upaya peningkatan penjualan produk serta motivasi dan monitoring dari tim secara kontinu dan bertukar pikiran, diskusi dan tanya jawab untuk meningkatkan komunikasi dan sifat kritis terkait digital marketing

Pengabdian ini dititik eratkan pada siswa siswi agar dapat berkolaborasi dan peka terhadap perkembangan jaman terutama memulai untuk berwirausaha dalam pengembangan produk serta meningkatkan keterampilan

	pengelolaan kewirausahaan secara modern dan mengandalkan arus informasi dan komunikasi. Kewirausahaan saat ini mendapat perhatian yang sangat besar dari berbagai kalangan seperti pemerintah, swasta, perguruan tinggi, sekolah dan masyarakat. Pemerintah meyakini bahwa kewirausahaan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan daya bangsa dan memakmurkan rakyat. Oleh karenanya, saat ini pemerintah melalui banyak kementerian menjadikan kewirausahaan menjadi salah satu program kuncinya. Terhitung ada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Pemuda dan Olah Raga, Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Kementerian Koperasi dan UKM, serta Kementerian Perdagangan. Pesan yang ingin disampaikan pada Pengabdian Masyarakat ini antara lain bahwa peran edukasi tidak hanya memberikan pendidikan intelektual, namun juga pemahaman kewirausahaan usaha kuliner yang dapat dijadikan potensi pendapatan. Selain itu <i>coaching clinic</i> juga memberikan edukasi terhadap peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai manajemen pengembangan usaha dan pengelolaan modal kerja yang berguna untuk pengelolaan keuangan. (Jerusalem, 2011) Manfaat dari kegiatan ini yang diharapkan terwujud adalah dari sisi ekonomi : Peserta dapat meningkatkan dan mengembangkan diri yang akan berdampak pada kemauan dan untuk meningkatkan modal usaha dan pengembangan usaha pada akhirnya dapat menghadapi berbagai tantangan di era disrupsi dan kompetisi (Anggraini et al., 2023) Sisi penerapan ipteks: Peserta dapat menjadi "trainer" bagi para peserta didik (adik kelas) angkatan berikutnya Edukasi juga menyasar para guru dapat mengajak orangtua siswa dan komite untuk turut mendukung program kewirausahaan . Dengan membangun kesadaran semua anggota komunitas sekolah terhadap kewirausahaan secara sadar, mandiri dan memiliki kesamaan persepsi terhadap upaya-upaya rintisan kewirausahaan terutama aspek kompetensi (Imasari Asina et al., 2021)
--	--

B Gambaran Umum

SMAS ULUL ILMI CENDIKIA adalah salah satu satuan pendidikan dengan jenjang SMA di Tanjung Pinggir, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Dalam menjalankan kegiatannya, SMAS ULUL ILMI CENDIKIA berada di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Nama SMAS ULUL ILMI CENDIKIA

NPSN 69988820

Alamat Jl. Ir. Sutami, RT 02 RW 05 Kode Pos 29428

Desa / Kelurahan Tanjung Pinggir

Kecamatan / Kota (LN) Kec. Sekupang

Kab. / Kota / Negara (LN) Kota Batam

Provinsi / Luar Negeri Kepulauan Riau

Status Sekolah swasta

Waktu Penyelenggaraan 6 / Siang hari

No. SK. Pendirian 002/S.KEP/YPIK/IV/2019

Tanggal. SK. Pendirian 2018-04-25

No. SK. Operasional 1782/KPTS-18/V/2019

Tanggal SK. Operasional 2019-05-13

File SK Operasional 137082-417051-535578-113645948-1549645140.pdf

Sumber Listrik PLN

Akses Internet XL (GSM)

Email smauicendekia@gmail.com

Ulul Ilmi Cendekia (UIC), salah satu sekolah swasta di Kota Batam, terpilih menjadi sekolah penggerak dari Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek). Dengan menyesuaikan pembelajaran tersebut, sesuai dengan kemampuan anak didik. Diketahui, sekolah penggerak ini merupakan sekolah yang menerapkan suatu kurikulum yang meliputi berbagai aspek esensial dalam kehidupan bermasyarakat, bernegara, dan berbangsa. Setiap aspek tersebut, berhubungan dengan kemampuan serta kepribadian para siswa-siswi.

SMA Swasta Ulul Ilmi Cendekia (UIC) merupakan sebuah lembaga pendidikan yang berbasis agama dengan mengedepankan program tahfidz dan sains di samping program unggulan lainnya yaitu Bahasa Arab dan Bahasa Inggris. Aktivitas belajar mengajar di Ponpes ini sudah berjalan sejak tahun 2018 atau lima tahun lalu dan telah diisi oleh ratusan santri dalam 2 jenjang tingkat pendidikan berbeda, yaitu SMP dan SMA. Setiap tahun

banyak orang tua mendaftarkan anaknya di Ponpes tersebut.

Jumlah siswa bertambah secara signifikan, ini menandakan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat kepada Ponpes UIC tinggi, artinya kualitas Ponpes ini teruji dan terpercaya. Selain itu saat ini juga telah dibentuk kampung Arab dan kampung Inggris, artinya untuk santri baru wajib berbahasa Arab, dan santri yang sudah lama wajib menggunakan Bahasa Arab dan Bahasa Inggris.

Dalam masa perintisannya hampir dua tahun dimulai pada tahun 2018 sampai sekarang, ponpes ini telah diisi oleh ratusan siswa dalam 2 jenjang tingkat pendidikan berbeda, yaitu SMP dan SMA.

Visi

Menjadi lembaga unggul yang mampu mewujudkan sumber daya manusia yang unggul dalam IMTAQ (Ulama) dan IPTEK (Cendekia) serta hafal al-Quran (Hafidz) sebagai bekal utama untuk menjadi pemimpin bangsa dimasa yang akan datang.

Misi

1. Membangun dan menyelenggarakan sistem pendidikan yang komprehensif yang menyiapkan lulusannya untuk menjadi generasi muslim yang mempunyai landasan aqidah yang lurus, ibadah yang benar dan berakhlak mulia, hafal Al-Quran dan menguasai bidang science
2. Membentuk generasi yang berkarakter, cerdas, kreatif, santun, dan berbudi luhur melalui pendidikan terpadu, seimbang dan berkelanjutan
3. Menumbuhkan sikap dan jiwa kepemimpinan, kemandirian dan kepekaan sosial dalam integritas pribadi yang tangguh
4. Menjadikan lembaga pendidikan yang modern dengan digital school system.

Program Unggulan

Berangkat dari keterpanggilan akan pentingnya pendidikan agama berdasarkan sebuah surat di Al-Quran yaitu seperti berikut

Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila

mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya.(Surat At-Taubah, ayat 122)

Sebagai suatu lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi fitrah santri yang kompetitif dengan mengedepankan nilai-nilai Islami sebagai khalifah Allah didunia, yaitu memiliki keunggulan untuk menghadapi segala tantangan masa depan , dan dapat mengambil peran dalam peradaban masa depan. Pondok Pasantren Ulul Ilmi Cendekia memiliki 3 program utama , yaitu Tahfidz, Pengembangan Mata Pelajaran Sains dan Bahasa Arab dan Inggris

C. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Metode yang digunakan dalam rangka mencapai tujuan kegiatan ini adalah edukasi melalui penyuluhan dan melakukan pelatihan. Kegiatan edukasi bertujuan memberikan pengetahuan tentang peran media sosial dalam meningkatkan penjualan produk kuliner Setelah itu peserta mendapatkan pelatihan tentang promosi dan pemasaran produk efektif

Berikut ini adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan pada saat pelaksanaan Pengabdian Masyarakat.

1. Bentuk partisipasi mitra (SMA Ulil Ilmi Cendekia) dalam kegiatan ini adalah mitra memfasilitasi tim peneliti dalam proses asesmen (observasi dan wawancara) untuk melakukan kegiatan
2. Mitra membantu tim mensosialisasikan kegiatan PKM agar berpartisipasi mengikuti kegiatan. Mitra memfasilitasi proses asesmen dengan siswa-siswa terpilih yakni kelas XII selain itu menyediakan ruangan untuk acara pertemuan seperti meja, kursi, dan papan tulis, infocus dan soundsystem.
3. Selain itu setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan adalah tim peneliti akan memberdayakan dosen terpilih lainnya untuk mendampingi siswa siswa dalam PKM lanjutan an fasilitas yang timsediakan guna menunjang pelaksanaan kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan *Face to face*

Memberikan materi tentang kewirausahaan khususnya bidang kuliner

2. Tanya Jawab *Audience*

Memberikan kesempatan kepada seluruh *audience* untuk bertanya sesuai dengan materi yang telah diberikan

D. Referensi

Anggraini, D., Nugroho, I. P., Rachmawati, R., & Mariana, M. (2023). Coaching Clinic Kewirausahaan Mahasiswa Untuk Membangun Optimisme Dan Adaptabilitas Di Era Disrupsi. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1816. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16912>

Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>

Boer, K. M., Wibowo, S. E., & Arsyad, A. W. (2019). Edukasi Pemasaran Dan Branding Dalam Meningkatkan Skill Kewirausahaan. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 1(1), 38. <https://doi.org/10.30872/plakat.v1i1.2693>

Irmasari Asina, Grace Jenny, & Mareyke. (2021). Pengaruh Kompetensi atau Ilmu Kewirausahaan dan Motivasi Intrinsik Terhadap Pengembangan Usaha Kuliner di Tondano. *Manajemen Dan Kewirausahaan*.

Jerusalem, M. A. (2011). Peningkatan Keterampilan Bisnis Mahasiswa dengan Teknik Coaching. *Jurusan PTBB FT UNY*, 1–14.

Noviani, L., Wahida, A., & Umiatsih, S. T. (2022). Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan Di SMA Negeri 1 Sumberlawang. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 27(1), 60. <https://doi.org/10.20961/jkb.v27i1.58934>

Nurlinda, R. A., Bertuah, E., & ... (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Online Pada Usaha Kuliner Alumni SDN Malaka 12 Petang Jakarta Timur. ... *Masyarakat*, 195–201. <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASLPPM/article/view/109%0Ahttps://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASLPPM/article/download/109/115>

Ovitasari, L., & Sandra, J. (2022). Pemasaran Produk dan

	Penguatan Branding Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan di Kalangan Remaja. <i>Jurnal Sembadha , Politeknik Keuangan Negara (STAN)</i>, 03, 33–36. Reski, Y., Wardhani, W., & Samudra, A. G. (2022). Perencanaan Strategi Digital Marketing Sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Cafe Djoelak. <i>ABDIMU Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat</i>, 1(2), 51–55. Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. <i>Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat</i>, 2(1), 139. Yan Aditiya, Sri Rahayu, & Rumangkit, S. (2021). Pelatihan Starup Digital dan Digital Marketing bagi Siswa-Siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Metro. <i>Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)</i>, 1(2), 97–103. https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.17
Tujuan Pengabdian	Adapun tujuan dari Pengabdian oleh dosen dan mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam sebagai berikut: - Untuk membina dan meningkatkan kemampuan dosen dalam mengimplementasikan keilmuan untuk kebermanfaatan masyarakat dengan fokus pada bidang kuliner, - Menjadi sarana latihan bagi dosen Politeknik Pariwisata Batam untuk mempublikasikan hasil pengabdiannya dalam jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional; dan - Menjadi wadah kolaborasi antara masyarakat dengan dunia akademik terutama dalam mengimplementasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi
Nama Jurnal / Koran	KEKER WISATA
Penerbit	Puslitabmas
Website Penerbit & Indeks*	https://jurnal.btp.ac.id/index.php/jurnalkekerwisata Google Scholar
Biaya *	2.000.000

Anggaran Kegiatan Pengabdian

No	Jenis Pembiayaan	Item	Satuan	Biaya Satuan	Total
1	Bahan Materi PKM			1.000.000	1.000.000
2	Peralatan Penunjang	-		500.000	500.000
3	Transportasi	Darat		200.000	200.000
4	Biaya Publikasi	-		150.000	150.000
5	Dokumentasi	-		150.000	150.000
Total					2.000.000

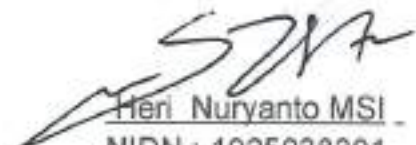
Batam, 8 Maret 2024

Mengetahui Ka Prodi



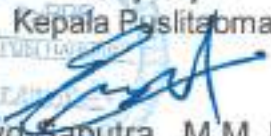
Rosie Oktavia PR., MM.Par
NIDN : 1007109204

Ketua Tim Pengabdian



Heri Nuryanto MSI
NIDN : 1025038301

Menyetujui:
Kepala Puslitabmas



Eryd Saputra, M.M., M.Sc
NIDN : 05140228801



BATAM TOURISM POLYTECHNIC
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Jalan Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban Kota Batam 29425, Kepulauan Riau

<u>SURAT PENUGASAN</u>	
Nomor: /SK-PD/ PUSLITABMAS/BTP/III/2024.	
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat menugaskan kepada dosen pengabdian sebagai berikut:	
1.	Nama : Heri Nuryanto.,M.Si
	NIDN. : 1025038301
2	Nama : Eryd Saputra.,MM.M.Sc
	NIDN : 05140228801
3	Nama : Eva Amalia.,MSi
	NIDN : 100680301
4	Nama : Vigna Sinensis
	NIM : 2023030092
Untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sebagai berikut	
Judul	: Edukasi Marketing Strategi Wirausaha Muda Bagi Siswa SMA Ulul Ilmi Cendekia, Batam
Tempat	: SMA Ulul Ilmi Cendekia Batam
Periode Pelaksanaan	: Kamis, 7 Maret 2024
Kepada yang bersangkutan diminta untuk melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab.	
Batam, 6 Maret 2024 Kepala PUSLITABMAS Politeknik Pariwisata Batam  Eryd Saputra,S.Par.M.M.,M.Sc NIDN 05140228801	PENGESAHAN PENERIMA  Khorrul Anam,SPd.