



Ekonomi Kreatif: Pemahaman Lingkungan Pemasaran Bagi Siswa Siswi SMA Negeri 3 Sampang

Creative Economy: Understanding the Marketing Environment for Students of SMA Negeri 3 Sampang

Fuji Santoso^{1*}, Faisal²

^{1,2} Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Indonesia

Alamat: Jl. Diponegoro No.11, Randar Kumalas, Banyuanyar, Kec. Sampang, Kabupaten Sampang, Jawa Timur 69216

Email Korespondensi: siregarfuji93@gmail.com

Article History:

Received: Juli 31, 2024;

Revised: Agustus 15, 2024;

Accepted: August 29, 2024;

Published: Agustus 31, 2024;

Keywords: Anti-Corruption, Corruption Prevention, Young Generation

Abstract: This community service activity focuses on increasing the understanding of SMA Negeri 3 Sampang students regarding the marketing environment in the context of the creative economy. The creative economy, as a sector that is increasingly developing and important in the global economy. This program is designed to provide students with in-depth insight into marketing concepts and their applications in the creative economy through various educational activities. This community service method involves seminars and interactive discussions that cover materials such as market analysis, marketing strategies, and case studies in the creative industry. This activity is expected to help students understand how to apply marketing principles in their own creative projects and how to take advantage of opportunities that exist in the market. The results of this community service show an increase in students' understanding of the basics of marketing and its application in the creative economy. Program participants report that they feel better prepared to apply the knowledge gained in their creative projects and take advantage of opportunities in the creative economy. Therefore, this activity recommends further development and continuity in the implementation of similar programs to strengthen students' knowledge and skills in facing future challenges and opportunities

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada peningkatan pemahaman siswa-siswi SMA Negeri 3 Sampang mengenai lingkungan pemasaran dalam konteks ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif, sebagai sektor yang semakin berkembang dan penting dalam ekonomi global. Program ini dirancang untuk memberikan wawasan mendalam tentang konsep-konsep pemasaran dan aplikasinya dalam ekonomi kreatif kepada siswa-siswi melalui berbagai kegiatan edukatif. Metode pengabdian masyarakat ini melibatkan seminar, dan diskusi interaktif yang mencakup materi-materi seperti analisis pasar, strategi pemasaran, serta studi kasus dalam industri kreatif. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu siswa-siswi memahami bagaimana menerapkan prinsip-prinsip pemasaran dalam proyek-proyek kreatif mereka sendiri dan bagaimana memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Hasil dari pengabdian masyarakat ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa-siswi mengenai dasar-dasar pemasaran dan aplikasinya dalam ekonomi kreatif. Peserta program melaporkan bahwa mereka merasa lebih siap untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam proyek-proyek kreatif mereka dan memanfaatkan peluang dalam ekonomi kreatif. Oleh karena itu, kegiatan ini merekomendasikan pengembangan lebih lanjut dan kontinuitas dalam pelaksanaan program serupa untuk memperkuat pengetahuan dan keterampilan siswa dalam menghadapi tantangan dan peluang di masa depan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Lingkungan Pemasaran, Siswa-Siswi

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah muncul sebagai salah satu sektor utama dalam perekonomian global, menawarkan peluang yang luas bagi pengembangan inovasi dan kewirausahaan.

Konsep ekonomi kreatif mencakup berbagai bidang seperti seni, media, desain, dan teknologi, yang memainkan peran penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Di Indonesia, sektor ini semakin mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah dan masyarakat, seiring dengan upaya untuk meningkatkan daya saing ekonomi nasional melalui pengembangan kreativitas dan inovasi (UNESCO, 2020).

Pemasaran merupakan elemen kunci dalam ekonomi kreatif yang memungkinkan pelaku usaha untuk menghubungkan produk atau jasa mereka dengan pasar yang tepat. Pemahaman tentang lingkungan pemasaran meliputi aspek-aspek seperti analisis pasar, segmentasi konsumen, dan strategi pemasaran yang efektif. Dalam konteks ini, siswa-siswi SMA, sebagai generasi muda yang akan memasuki dunia kerja dan kewirausahaan, perlu memiliki pemahaman yang solid mengenai pemasaran agar dapat berkontribusi secara optimal dalam sektor ekonomi kreatif (Kotler & Keller, 2016).

SMA Negeri 3 Sampang, sebagai salah satu institusi pendidikan di tingkat menengah atas, memiliki potensi untuk menjadi pusat pembelajaran yang mendukung pengembangan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam bidang ekonomi kreatif. Namun, terdapat tantangan terkait kurangnya materi dan pelatihan yang terintegrasi mengenai pemasaran dan ekonomi kreatif dalam kurikulum sekolah saat ini. Hal ini berpotensi menghambat kesiapan siswa untuk terjun ke dunia kerja atau memulai usaha kreatif mereka sendiri (Wahyuni, 2021).

Sebagai upaya untuk mengatasi tantangan ini, program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan pemahaman siswa-siswi tentang lingkungan pemasaran dalam konteks ekonomi kreatif menjadi sangat relevan. Program ini dirancang untuk memberikan pendidikan yang lebih mendalam melalui pelatihan dan workshop yang fokus pada aspek-aspek penting dalam pemasaran. Pendekatan ini diharapkan dapat membantu siswa memahami bagaimana menerapkan konsep pemasaran dalam proyek-proyek kreatif dan mengidentifikasi peluang dalam pasar (Henderson, 2019).

Penelitian menunjukkan bahwa integrasi materi ekonomi kreatif dalam kurikulum pendidikan dapat memperluas wawasan siswa dan meningkatkan keterampilan praktis mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai pemasaran, siswa diharapkan dapat mengembangkan ide-ide kreatif mereka menjadi usaha yang sukses. Selain itu, pengetahuan ini juga dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih informasi terkait karier masa depan mereka (Sartika & Fajri, 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di SMA Negeri 3 Sampang ini mencakup serangkaian aktivitas edukatif seperti pelatihan pemasaran, studi kasus, dan

diskusi interaktif. Aktivitas-aktivitas ini bertujuan untuk membekali siswa dengan keterampilan praktis dan pengetahuan yang relevan untuk memasuki industri ekonomi kreatif. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memotivasi siswa untuk mengeksplorasi karier di bidang yang semakin berkembang ini (Junaidi, 2020).

Melalui pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan, diharapkan pemahaman siswa mengenai pemasaran dapat meningkat, yang pada gilirannya akan memperkuat kontribusi mereka terhadap ekonomi kreatif di masa depan. Program ini juga memberikan kesempatan bagi siswa untuk terlibat langsung dalam proyek-proyek praktis, sehingga mereka dapat merasakan aplikasi nyata dari teori yang dipelajari di kelas (Kurniawan & Nugroho, 2021).

Sebagai kesimpulan, pengabdian masyarakat dengan fokus pada pemahaman lingkungan pemasaran untuk siswa SMA Negeri 3 Sampang merupakan langkah strategis untuk mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan dan peluang dalam ekonomi kreatif. Implementasi program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif baik pada tingkat individu maupun komunitas secara keseluruhan, serta mendukung pengembangan sektor ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Indonesia.

2. METODE

Proses perencanaan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan analisis kebutuhan dan kajian awal tentang kondisi dan pemahaman siswa-siswi SMA Negeri 3 Sampang terkait ekonomi kreatif dan pemasaran. Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk menentukan area yang membutuhkan perhatian khusus dan mengidentifikasi tujuan program. Kemudian, perencanaan melibatkan penyusunan kurikulum dan materi pelatihan yang relevan, termasuk penyediaan materi edukatif, pengaturan jadwal pelatihan, serta pengorganisasian sumber daya yang diperlukan seperti narasumber dan fasilitator. Setiap langkah dalam perencanaan bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan dapat mencapai hasil yang diharapkan dan memberikan dampak positif bagi peserta.

Subjek Pengabdian

Subyek utama dari pengabdian masyarakat ini adalah siswa-siswi SMA Negeri 3 Sampang, khususnya mereka yang berada di kelas 11 dan 12. Kelompok ini dipilih karena mereka berada pada tahap akhir pendidikan menengah atas dan akan segera memasuki dunia kerja atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Siswa-siswi ini diharapkan dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh untuk mempersiapkan diri menghadapi industri ekonomi kreatif serta peluang karier di masa depan. Selain itu,

pengabdian ini juga melibatkan guru-guru yang terkait dengan mata pelajaran ekonomi untuk mendukung implementasi program dan memberikan masukan yang konstruktif.

Tempat dan Lokasi Pengabdian

Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah SMA Negeri 3 Sampang, yang terletak di Jl. Pendidikan No. 1, Sampang, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat utama di mana siswa-siswi terlibat dalam proses pendidikan dan pengembangan keterampilan mereka. Aktivitas pengabdian masyarakat akan dilaksanakan di ruang kelas, laboratorium komputer, dan aula sekolah yang telah disiapkan untuk kegiatan pelatihan dan workshop. Pemilihan lokasi ini bertujuan untuk mempermudah aksesibilitas bagi siswa dan memanfaatkan fasilitas yang ada di sekolah untuk mendukung kegiatan edukatif.

Keterlibatan Subyek Dampingan

Keterlibatan subyek dampingan, yaitu siswa-siswi SMA Negeri 3 Sampang, dilakukan melalui serangkaian kegiatan interaktif yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran dalam ekonomi kreatif. Siswa-siswi akan terlibat aktif dalam workshop, pelatihan, dan studi kasus yang berkaitan dengan pemasaran dan ekonomi kreatif. Selain itu, mereka juga akan diberikan kesempatan untuk bekerja dalam kelompok dalam proyek praktis yang melibatkan penerapan konsep pemasaran pada ide-ide kreatif mereka sendiri. Keterlibatan ini bertujuan untuk membangun keterampilan praktis dan memberikan pengalaman langsung yang relevan dengan kebutuhan industri.

Metode atau Strategi Riset

Metode atau strategi riset dalam pengabdian masyarakat ini mencakup beberapa pendekatan utama:

- a. Survei Kebutuhan: Dilakukan sebelum program dimulai untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal siswa mengenai pemasaran dan ekonomi kreatif. Survei ini membantu dalam menentukan materi yang perlu difokuskan selama pelatihan.
- b. Workshop dan Pelatihan: Menggunakan pendekatan praktis dan interaktif untuk mengajarkan konsep-konsep dasar pemasaran serta aplikasi dalam ekonomi kreatif. Metode ini melibatkan diskusi, simulasi, dan studi kasus yang relevan dengan kondisi lokal.
- c. Evaluasi dan Umpan Balik: Selama dan setelah pelaksanaan kegiatan, dilakukan evaluasi untuk mengukur efektivitas program dan mendapatkan umpan balik dari peserta. Evaluasi ini mencakup penilaian pre-test dan post-test, serta survei kepuasan peserta.
- d. Observasi dan Dokumentasi: Selama pelaksanaan program, tim pengabdian melakukan

observasi langsung terhadap proses pembelajaran dan interaksi siswa. Dokumentasi hasil kegiatan dan analisis data dari evaluasi digunakan untuk menilai pencapaian tujuan dan merencanakan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya.

Dengan pendekatan ini, diharapkan program pengabdian masyarakat dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pemahaman siswa mengenai pemasaran dan ekonomi kreatif, serta meningkatkan kesiapan mereka untuk memasuki dunia kerja dan kewirausahaan.

3. HASIL

Pengabdian masyarakat dengan judul "Ekonomi Kreatif: Pemahaman Lingkungan Pemasaran Bagi Siswa Siswi SMA Negeri 3 Sampang" menghasilkan beberapa temuan signifikan yang menunjukkan dampak positif dari kegiatan ini terhadap pemahaman siswa mengenai pemasaran dalam konteks ekonomi kreatif. Berikut adalah hasil utama dari program ini:



Gambar 1. Penyampaian Materi

a. Peningkatan Pemahaman Pemasaran

Setelah mengikuti serangkaian workshop dan pelatihan, terdapat peningkatan yang jelas dalam pemahaman siswa mengenai konsep-konsep dasar pemasaran. Hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan rata-rata skor pemahaman siswa sebesar 30%. Siswa menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai istilah-istilah pemasaran, teknik segmentasi pasar, dan strategi promosi yang efektif.

b. Penerapan Pengetahuan dalam Proyek Kreatif:

Dalam proyek akhir yang merupakan bagian dari kegiatan pelatihan, siswa-siswi berhasil menerapkan pengetahuan pemasaran yang diperoleh untuk merancang rencana pemasaran untuk ide-ide kreatif mereka sendiri. Beberapa kelompok siswa mempresentasikan rencana pemasaran yang mencakup analisis pasar, strategi promosi, dan rencana distribusi untuk produk atau layanan yang mereka kembangkan. Hal ini menunjukkan bahwa siswa tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu

menerapkannya dalam praktek nyata.

c. Peningkatan Minat Karier di Bidang Ekonomi Kreatif:

Program ini juga berhasil meningkatkan minat siswa terhadap karier di bidang ekonomi kreatif. Survei kepuasan peserta mengungkapkan bahwa 70% siswa merasa lebih tertarik untuk mengejar karier di industri kreatif setelah mengikuti kegiatan ini. Mereka melaporkan bahwa pengetahuan yang diperoleh memberikan mereka pandangan yang lebih jelas tentang peluang dan tantangan dalam sektor tersebut.

d. Keterlibatan Aktif dan Partisipasi:

Siswa menunjukkan keterlibatan aktif dalam setiap sesi pelatihan dan workshop. Diskusi kelompok dan kegiatan praktis mendapatkan respons yang positif, dengan siswa menunjukkan antusiasme dan partisipasi yang tinggi. Kegiatan ini juga mendorong siswa untuk bekerja sama dalam kelompok, memperkuat keterampilan komunikasi dan kolaborasi mereka.



Gambar 2. Umpan balik dari siswa

e. Umpan Balik Positif dari Guru dan Peserta:

Guru-guru di SMA Negeri 3 Sampang memberikan umpan balik positif mengenai program ini. Mereka melaporkan bahwa siswa menunjukkan perubahan yang signifikan dalam cara berpikir dan pendekatan mereka terhadap masalah pemasaran. Umpan balik dari siswa juga menunjukkan bahwa mereka merasa program ini sangat bermanfaat dan relevan dengan minat serta aspirasi mereka.

4. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat dengan judul "Ekonomi Kreatif: Pemahaman Lingkungan Pemasaran Bagi Siswa Siswi SMA Negeri 3 Sampang" berhasil mencapai berbagai tujuan yang telah ditetapkan. Program ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pemasaran dalam konteks ekonomi kreatif kepada siswa-siswi SMA Negeri 3 Sampang. Berikut adalah beberapa kesimpulan dari kegiatan ini:

Peningkatan Pengetahuan Pemasaran, Program ini secara efektif meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep-konsep dasar pemasaran, termasuk analisis pasar, segmentasi, dan strategi promosi. Peningkatan ini terlihat dari hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa siswa mampu menerapkan pengetahuan pemasaran dalam proyek praktis yang mereka kerjakan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pendidikan yang diterapkan, melalui pelatihan dan workshop, berhasil membekali siswa dengan keterampilan yang relevan.

Aplikasi Praktis dan Kreativitas, Siswa-siswi menunjukkan kemampuan untuk menerapkan teori pemasaran dalam praktek nyata melalui proyek-proyek kreatif mereka. Hasil dari kegiatan ini mencerminkan bahwa siswa tidak hanya memahami teori pemasaran tetapi juga mampu mengembangkan rencana pemasaran yang inovatif untuk produk atau layanan mereka sendiri. Ini menandakan bahwa program ini berhasil mendorong kreativitas dan penerapan praktis dari pengetahuan yang diperoleh.

Peningkatan Minat Karier di Sektor Kreatif, Salah satu dampak positif dari program ini adalah peningkatan minat siswa terhadap karier di bidang ekonomi kreatif. Program ini telah berhasil menginspirasi siswa untuk mengeksplorasi peluang karier dalam industri kreatif dan memotivasi mereka untuk mempertimbangkan jalur karier yang sebelumnya mungkin tidak mereka pertimbangkan.

Secara keseluruhan, pengabdian masyarakat ini telah berhasil memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman siswa mengenai pemasaran dalam ekonomi kreatif, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam industri kreatif. Program ini tidak hanya memenuhi tujuan pendidikan tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan dan perbaikan lebih lanjut dalam kegiatan serupa di masa depan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program "Ekonomi Kreatif: Pemahaman Lingkungan Pemasaran Bagi Siswa Siswi SMA Negeri 3 Sampang." Terima kasih kepada kepala sekolah, guru-guru, dan staf SMA Negeri 3 Sampang atas dukungan dan kerjasama yang luar biasa, serta kepada siswa-siswi yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam setiap kegiatan. Kami juga menghargai para narasumber dan fasilitator yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka, serta semua pihak yang telah memberikan umpan balik konstruktif untuk penyempurnaan program ini. Tanpa bantuan dan dedikasi semua pihak, keberhasilan program ini tidak akan terwujud..

DAFTAR PUSTAKA

- Henderson, R. (2019). "Marketing in Creative Industries". Routledge.
- Junaidi, A. (2020). "Creative Economy and Educational Approaches". Creative Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). "Marketing Management". Pearson.
- Kurniawan, R., & Nugroho, H. (2021). "Enhancing Skills for the Creative Economy". Academia Publisher.
- Santoso, F., Sudarmiati, S., & Wardana, L. W. (2023). Creativity in Marketing: MSMEs Innovative Steps in Attracting Consumers. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(11), 576–584. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i11.371>
- Sartika, E., & Fajri, A. (2022). "Curriculum Development in Creative Economy Education". *Indonesian Journal of Education and Research*.
- UNESCO. (2020). "The Creative Economy Report". United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Wahyuni, S. (2021). "Educational Challenges in Creative Industry Training". *Journal of Indonesian Education*.