

## **Pemberdayaan terhadap Pengembangan Kualitas Asset SDM pada SMAN 3 Tangerang dalam Memasarkan Hasil Kreativitasnya secara Efektif dan Efisien**

Toni Yoyo<sup>1)</sup>, Rininta Prameswari<sup>2)</sup>, Berlin Silaban<sup>3)</sup>, Salikim<sup>4)</sup>, Georgius Listen<sup>5)</sup>, Nana Sutisna<sup>6)</sup>, Sutrisna<sup>7)</sup>, Tri Angreni<sup>8)</sup>

<sup>12345678</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email: [toni.yoyo@ubd.ac.id](mailto:toni.yoyo@ubd.ac.id), [rinita.prameswari@ubd.ac.id](mailto:rinita.prameswari@ubd.ac.id), [berlin.silaban@ubd.ac.id](mailto:berlin.silaban@ubd.ac.id), [salikim.salikim@ubd.ac.id](mailto:salikim.salikim@ubd.ac.id), [georgius.listens@ubd.ac.id](mailto:georgius.listens@ubd.ac.id), [nana.sutisna@ubd.ac.id](mailto:nana.sutisna@ubd.ac.id), [sutrisna.sutrisna@ubd.ac.id](mailto:sutrisna.sutrisna@ubd.ac.id), [tri.angreni@ubd.ac.id](mailto:tri.angreni@ubd.ac.id)

### **ABSTRAK**

Pemberdayaan ini bertujuan memberikan pengabdian kepada masyarakat secara khusus pada siswa siswi kelas X SMAN 3 Tangerang agar siswa siswi bisa berkembang dalam melakukan pemasaran produk kreatif siswa yang mereka buat yang bertujuan supaya produk kreativitas yang siswa hasilkan bisa diterima bukan hanya di lingkup sekolah tetapi juga diterima oleh masyarakat luas. Proses pengabdian ini menerapkan pendekatan ABCD. Menurut hasil pemberdayaan pada lingkup kelas X SMAN 3 Tangerang menerapkan metode Aset Based Community Development (ABCD) sehingga bisa disimpulkan bahwa pengabdian dengan cara mengembangkan serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada siswa siswi SMAN 3 Tangerang untuk pemahaman dan penerapan pemasaran yang efektif dan efisien tersebut, tidak akan berhasil jika tidak ada kerjasama dan partisipasi aktif bantuan sekolah serta masyarakat khususnya dari berbagai lingkup komunitas di masyarakat. Organisasi serta lembaga yang terkait dengan komunitas UMKM yang di jalankan oleh siswa siswi kelas X SMAN 3 Tangerang. Penerapan pemberdayaan berjalan dengan baik karena pemberdayaan ini yang bermuara pada peningkatan kualitas siswa siswi kelas X dalam melakukan wiraswasta, ternyata cukup baik. Pemahaman siswa berkaitan dengan produk yang mereka hasilkan dan cara mereka pasarkan juga sangat berbobot untuk ukuran usia mereka yang masih belia. Siswa dapat secara aktif dapat mengklaim cara pemasaran mana, yang efektif serta dapat mendorong penjualan produk.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan, Pemasaran Efektif, Pemasaran Efisien, UMKM, Aset Based Community Development

**Empowerment for Developing the Quality of HR Assets at SMAN 3 Tangerang in Marketing Their Creativity Results Effectively and Efficiently**

**ABSTRACT**

This empowerment aims to provide community service, specifically to the 10th-grade students of SMAN 3 Tangerang, so that they can develop in marketing the creative products they create. The goal is for the creative products produced by students to be accepted not only within the school but also by the wider community. This empowerment process applies the ABCD approach. Based on the empowerment results at SMAN 3 Tangerang, it can be concluded that empowerment through the development and improvement of human resources' quality in students at SMAN 3 Tangerang for effective and efficient marketing understanding and application would not succeed without the active cooperation and participation of the school and the wider community, especially various community groups. Organizations and institutions related to the community of MSMEs run by the 10th-grade students of SMAN 3 Tangerang. The implementation of empowerment went well because it led to an improvement in the quality of the 10th-grade students in entrepreneurship. The students' understanding of the products they produce and how they market them is quite substantial for their age. The students actively identify which marketing methods are effective and can boost product sales.

Keywords: Empowerment, Effective Marketing, Efficient Marketing, MSMEs, Asset Based Community Development

## PENDAHULUAN

Bisnis dalam segala hal tanpa disadari terjadi dan membayangi aktivitas kita sehari – hari. Bisnis itu sendiri dari berbagai aktivitas yang memiliki tujuan untuk mencari keuntungan. Serta perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang menjadi kebutuhan sistem perekonomian, bisnis dapat menggerakkan perekonomian berbagai cara yang dapat meningkatkan perekonomian bangsa serta dapat mensupport nadi perekonomian yang nantinya akan menyajikan sarana prasarana guna memberikan solusi bagi standar kehidupan (Laluur, Eugenius; Melatnebar, Benyamin; Huwai Putri, 2021).

Pekembangan ekonomi serta perubahan lingkungan yang cepat, sehingga mewajibkan company secara berkesinambungan serta dapat adjust terhadap market yang senantiasa berubah – ubah. Adapun perubahan yang terjadi di dalam perusahaan harus lebih kreatif dalam merancang serta ikut menentukan misi dalam usaha serta strategi marketing yang nantinya akan diimplementasikan di lapangan serta dapat melakukan antisipasi dari berbagai perubahan yang nantinya akan terjadi (Oktari, Yunia; Melatnebar, Benyamin; Kurniawan, 2021). Sehingga dapat senantiasa bersaing serta berjalan satu visi sesuai permintaan pelanggan, sebab basically bisnis perusahaan yakni menghasilkan barang dan jasa yang nantinya bisa diterima oleh pelanggan juga dapat mencapai apa yang diinginkan pelanggan, yang memiliki purpose mendapatkan laba sesuai keinginan perusahaan juga untuk sampai pada tujuan tersebut company itu harus lakukan kegiatan marketing terkait produk dan layanan yang di hasilkan (Melatnebar, Benyamin; Baghas, Budi; Kurniawan, 2022).

Strategi pemasaran ini memiliki peranan yang sangat signifikan guna kesuksesan bisnis perusahaan pada umumnya serta pada bidang marketing pada khususnya.

Selain itu, strategi marketing yang sudah ditentukan harus dipantau serta dikembangkan sesuai dengan perkembangan market serta market sekitar. Sehingga, strategi marketing harus mampu menyatakan deskripsi yang jelas dan tepat terkait hal yang akan dijalankan company dalam memanfaatkan setiap peluang ke jumlah pasar target. Di dalam urusan ini, apa yang dibutuhkan bagian yang sangat signifikan dan berhubungan, guna untuk memperoleh operasi penjualan yang sukses yang dilakukan oleh company, yakni sasaran pasar ( target market ), serta referensi pemasaran yang dilakukan ( pemasaran menggabungkan ) guna target pasar (Melatnebar et al., 2021).

Strategi marketing adalah sesuatu pernyataan tentang bagaimana suatu simbol dagang atau produk sampai kepada tujuannya. Saat ini, Tull dan Kehle telah menjelaskan strategi marketing sebagai sebuah alat mendasar yang memang di planning guna sampai pada visi perusahaan dengan cara memperbaiki keunggulan bersaing satu sama lain yang terus menerus via pasar yang dituju dan menerapkan sistem marketing pasar target. Pada intinya strategi marketing memberi panduan di tengah-tengah dengan relasinya dengan berbagai variabel seperti pangsa pasar, identifikasi target pasar, penempatan, fitur penggabungan marketing serta beban penggabungan marketing. Strategi marketing adalah bagian penting dari strategi bisnis yang menyajikan arahan di setiap fungsi manajerial suatu entitas (Wuarmanuk, 2017).

Ada beberapa problema yang ditemukan di tengah -tengah masyarakat terkait barang mereka yang tidak sold out. Serta hasil kreativitas siswa siswi SMAN 3 Tangerang yang juga ingin dikenal dan diterima khalayak ramai dengan hasil kreasi mereka. Contohnya, salah satunya usaha mereka untuk menghasilkan kreasi siswa siswi SMAN 3 Tangerang yang diterima oleh khalayak ramai. sehingga

peneliti sebagai pihak yang mengimplementasikan pendampingan guna melakukan marketing hasil kreasi siswa siswi SMAN 3 Tangerang pada lingkup sekolah maupun lingkungan di sekitar sekolah. Kelompok siswa siswi SMAN 3 Tangerang ini memiliki berbagai hasil produk diantaranya ada: pembersih tangan, liquid soap/ detergent untuk cuci baju - cuci piring, permadani, taplak meja, dan berbagai produk inovasi lainnya, yang memang di produksi sendiri oleh komunitas siswa siswi SMAN kelas X 2 & 7 ini. Namun, bahwasanya produk kreasi siswa – siswi SMAN 3 Tangerang bagaimanapun juga tidak dapat di jual meluas disebabkan keterbatasan marketing. Oleh sebab itu, bantuan dari marketing barang – barang yang dihasilkan siswa siswi SMAN 3 Tangerang merupakan cara yang tepat untuk memberikan solusi untuk problema yang terjadi (Melatnebar, 2019a).

Dari problema serta inti pemberdayaan yang ada, sehingga tujuan pemberdayaan yang perlu diimplementasikan yakni sesuatu memberi pengawalan bagi siswa siswi ketika menjual hasil produk kreasi mereka supaya produk hasil kreasi siswa siswi SMAN 3 Tangerang tersebut bisa diterima dengan oleh komunitas umum dan bukan hanya diterima oleh lingkup sekolah (Melatnebar, Oktari, & Chandra, 2020).

Pemberdayaan komunitas adalah suatu upaya guna membantu komunitas sekitar lingkungan sekolah, bagi siswa siswi yang memiliki kreativitas untuk menjual hasil usaha mereka sehingga komunitas sekitar pun akan meningkat taraf kehidupannya (Melatnebar, 2018a). Pemberdayaan Komunitas kewajiban sifatnya mandatory dalam bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi (yang terdiri dari Edukasi, membuat jurnal, abdimas). Sebenarnya ada several abdimas method yang perlu diketahui yakni Metode Standar, Metode Role Research (PAR), Metode Empowering Family Post (Posdaya), Metode Asset Based Community

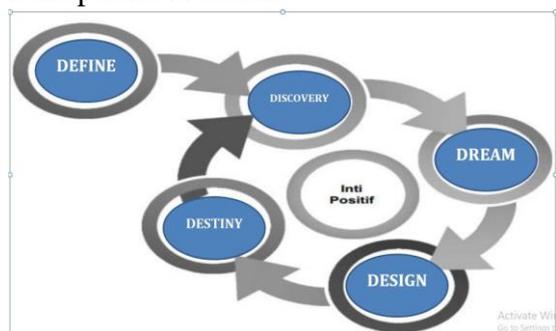
Development (ABCD) dll. Di tahun 2023 awal tahun, komunitas yang menjual hasil kreativitas siswa siswi sudah menggunakan metode ABCD untuk diterapkan ketika menjalankan abdimas (Melatnebar, 2018b).

Pemberdayaan komunitas adalah suatu upaya guna membantu komunitas sekitar lingkungan sekolah, bagi siswa siswi yang memiliki kreativitas untuk menjual hasil usaha mereka sehingga komunitas sekitar pun akan meningkat taraf kehidupannya (Melatnebar, 2018a). Pemberdayaan Komunitas kewajiban sifatnya mandatory dalam bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi (yang terdiri dari Edukasi, membuat jurnal, abdimas). Sebenarnya ada several abdimas method yang perlu diketahui yakni Metode Standar, Metode Role Research (PAR), Metode Empowering Family Post (Posdaya), Metode Asset Based Community Development (ABCD) dll. Di tahun 2023 awal tahun, komunitas yang menjual hasil kreativitas siswa siswi sudah menggunakan metode ABCD untuk diterapkan ketika menjalankan abdimas (Melatnebar, 2018b).

ABCD method merupakan suatu metode pemberdayaan yang bertujuan guna memperbaiki asset based community, seperti memperbaiki education community, economic etc. Diidentifikasi terdapat 5 potensi yang terdapat pada ABCD method yakni: Individual asset, Organisasi, kelembagaan, material serta komunikasi yang luas. Sehingga, fokus ABCD method yakni berintikan pada usaha membekali dan melakukan perbaikan masyarakat sesuai dengan aset yang tersedia, baik asset sumber daya manusianya, organisasi, Lembaga juga materi, dan komunikasi atau jaringan komunikasi yang luas. Di tengah-tengah empowering komunitas yang diberdayakan dan dikembangkan dalam komunitas siswa siswi SMAN 3 Tangerang. Aset yang di develop yakni aset siswa siswi dan aset Properti (Wi, Peng; Sumantri, Farid Addy; Melatnebar, 2022).

## METODE PELAKSANAAN

Cara pemberdayaan akan diimplementasikan dalam komunitas siswa-siswi SMAN 3 Tangerang dengan menerapkan langkah-langkah yang sesuai dengan metode ABCD (Asset-Based Community Development). Metode ABCD merupakan pendekatan yang memiliki stigma positif terhadap potensi dan sumber daya yang ada dalam suatu komunitas. Metode ini telah terbukti efektif dalam berbagai program, baik dalam skala kecil maupun besar, dan telah diterapkan di ribuan institusi di seluruh dunia. Pendekatan ABCD melibatkan siklus 5-D, yang mencakup langkah-langkah berikut: Discover (Menemukan), Dream (Bermimpi), Design (Merancang), Deliver (Melaksanakan), dan Debrief (Mengevaluasi). Melalui pendekatan ini, komunitas siswa-siswi SMAN 3 Tangerang akan didorong untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan memanfaatkan potensi serta sumber daya yang mereka miliki untuk mencapai tujuan pemberdayaan yang telah ditetapkan. Ada beberapa cara siklus 5-D akan digunakan dalam komunitas hasil kreativitas siswa siswi kelas X SMAN 3 Tangerang ditampilkan demikian:



**Gambar 1 Fase dari Siklus 5-D pada ABCD method**

Siklus 5-D yang diimplementasikan pada komunitas siswa siswi kelas X-2 dan X-7 SMAN 3 Tangerang.

Gambaran fase dari siklus 5-D yang diterapkan ABCD method dapat digambarkan seperti ini:

a) Penentuan. Seorang pendamping/ pihak yang melakukan empowering

memutuskan "pilihan judul" yang dapat men support pada komunitas (Melatnebar, Oktari, Wibowo, et al., 2020). Subjek diputuskan pada masyarakat (komunitas) siswa siswi kelas X-2 dan X-7 SMAN 3 Tangerang yakni developing komunitas menuju sebuah institusi yang ber qualified di internal maupun eksternal SMAN 3 Tangerang.

b) Invention yang mendasar yakni pihak yang melakukan empowering mengaktifkan pencarian yang lebih mendasar, seperti mencari dan melacak 5 barang public yang dimiliki oleh komunitas (Melatnebar, 2019b). Guna menerapkan serta optimalisasi proses penemuan, maka perangkat atau metode yang berbeda haruslah digunakan. Berdasarkan perangkat ataupun metode penemuan yang bisa diimplementasikan pada komunitas siswa siswi kelas X SMAN 3 Tangerang tersebut, yakni:

- Discovery yang di support secara silaturahmi
- Pemetaan Masyarakat
- Pencarian Wilayah
- Pengalokasian Pertemuan dan kelembagaan
- Pengalokasian asset setiap sumber daya manusia
- Kegiatan pemberdayaan
- Penetapan sistem yang menerapkan skala signifikan

c) Mimpi. Mimpi adalah sesuatu yang di inginkan empowering community guna memperbaiki barang modal yang dimiliki oleh pemberdaya. Setelah mendapatkan 5 barang publik dan fokus pada barang yang dikehendaki, jadi step setelahnya yakni membangun niat guna memperbaiki barang modal yang ada. Metode ini dapat diterapkan melalui wawancara atau FGD antar pemberdaya dengan masyarakat yang di support. Jika diperlukan, tokoh didalam masyarakat seperti ketua RT RW Lurah serta faktor sosial lainnya juga dimasukkan dalam diskusi

mengenai keputusan dalam mimpi. Pembentukan tujuan ini diterapkan di tengah-tengah komunitas siswa siswi kelas X SMAN 3 Tangerang.

- d) Perancangan. Di stage desain, pihak yang melakukan empowering bersama dengan pemberdaya pendamping serta inisiator lainnya Bersama menciptakan strategic, process and also system, mendelegasikan tugas serta responsibility dengan mengambil responsibility tersebut, membuat decision making serta memperbaiki hubungan yang mendukung pencapaian pemecahan masalah pemberdayaan masyarakat yang kami bantu serta menghasilkan sebuah solusi yang diinginkan dari pemberdaya pendamping (Melatnebar, Benyamin; Oktari, Yunia; Afa, Syarifarudin, Suhartini, Suhartini; Kusnawan, 2022).
- e) Pengendalian. Pada stage ini akan dilakukan beberapa cara. Langkah pengendalian yakni langkah supaya setiap personal pada kelembagaan yang menerapkan beberapa metode include pengendalian acara dampingan terkait pemberdayaan yang sudah ditentukan pada pada stage mimpi dan perancangan.

Penentuan subjek komunitas didasarkan pada kebutuhan dan potensi yang ada di antara siswa-siswi kelas X SMAN 3 Tangerang. Subjek yang akan mendapatkan dukungan dan peningkatan kualitasnya adalah kelas X-2 dan X-7 di SMAN 3 Tangerang. Keputusan ini diambil berdasarkan evaluasi terhadap kebutuhan serta potensi yang dimiliki oleh siswa-siswa di kedua kelas tersebut. Dengan fokus pada kelas-kelas ini, diharapkan pemberdayaan dapat lebih efektif dan berdampak positif pada perkembangan kreativitas dan kemampuan pemasaran produk siswa-siswi tersebut.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggantian ke tahap pemrosesan pemberdayaan di tengah-tengah komunitas siswa kelas X SMAN 3 Tangerang

melibatkan serangkaian langkah dan proses yang lebih mendalam. Tahap ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan siswa dalam berbagai aspek pemasaran produk kreatif yang mereka hasilkan. Dalam proses ini, komunitas siswa di SMAN 3 Tangerang memfokuskan upaya mereka pada pengembangan pemahaman bisnis yang lebih mendalam, penggunaan strategi pemasaran yang lebih canggih, serta pelatihan kewirausahaan yang lebih intensif. Mereka bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam memahami dunia bisnis, merencanakan strategi pemasaran yang efektif, dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang sukses.

Secara paralel dengan menerapkan ABCD method yang mana diimplementasikan pada proses empowering tersebut, jadi proses kategori empowering di tengah-tengah komunitas siswa siswi SMAN 3 Tangerang dengan ABCD method. Pada ABCD method, atau bagian dari siklus 5-D yang diterapkan pada ABCD ke akan didefinisikan sebagai berikut:

1. Pertama, Penentuan. pihak yang melakukan empowering menetapkan "tema yang dipilihnya' dikala memberikan bantuan kepada masyarakat. Di bagian ini ada beberapa langkah yang dilakukan yakni:
  - Penetapan tema. Tema tersebut dijelaskan di tanggal 01 Mei 2023 dengan Grup 1 serta DPL. Tema yang diputuskan yakni: Developing Masyarakat Ekonomi di tengah-tengah isu resesi ekonomi 2023;
  - Memutuskan pemberdaya pendamping. Setelah melewati pertemuan dan menyatukan persepsi di tengah-tengah grup I serta DPL maka masyarakat yang asetnya akan di develop yakni komunitas pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang;

- Mengerjakan perjanjian kerja sama dengan pemberdaya pendamping. Kesepakatan ini telah diratifikasi pada 1 Mei 2023 pada pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang. Penentuan subyek dan masyarakat didasarkan pada hasil kajian atau sumber pada pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang. Yang memperlihatkan bahwa pemberdaya tersebut patut diperjuangkan (Wuarmanuk, 2019).
2. Pada stage ini, pada pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang melakukan prosedur pencarian intensif, seperti menemukan dan mengindeks 5 aset yang dimiliki masyarakat, permasalahan yang dihadapi masyarakat dan sebagainya. Karena untuk menggunakan dan mengoptimalkan proses akuisisi, harus digunakan dalam berbagai cara. Berdasarkan cara atau perangkat yang diterapkan pada pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang, disana terdapat enam alat penemuan yaitu Silaturrahim Berbasis Inkuiri, Peta Komunitas, Pemetaan Pertemuan dan kelembagaan, Inventaris keterampilan individu, kegiatan masyarakat, dan penetapan program dapat meneraokan skala yang signifikan. Platform transit atau pelacakan wilayah tidak diterapkan di tengah-tengah komunitas ini karena di stage ini tidak lagi menjadi pengaruh kepada kesuksesan pemberdayaan ini. Berdasarkan definisi hasil dari enam perangkat penemuan tersebut, yakni:
- Sebuah investigasi yang didukung Silaturahmi. Setelah memutuskan tema dan pemberdaya yang hendak diberdayakan, Jadi stage berikutnya yakni melakukan ikatan silaturahmi dengan Lembaga pemberdaya. Hasilnya yakni hasil wawancara dengan salah satu siswa yang ada pada pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang yakni sebagai berikut:

- Pemberdaya yang kami punya memiliki platform online marketing yaitu WA, FB, IG, Youtube. Tiktok...
- Terbatas dalam pemakaian (HP dan laptop) yang disebabkan kegiatan learning menerapkan media elektronik di pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang sangat terbatas karena pemberdaya di lingkup masyarakat juga memiliki kebijakan yang berbeda...

Kami mengimplementasikan media sosial sebagai salah satu alat yang mendukung pelaksanaan kegiatan pemasaran di lingkungan SMAN 3 Tangerang. Dengan memanfaatkan platform-platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, kami dapat mencapai lebih banyak siswa dan masyarakat di sekitar sekolah untuk mempromosikan hasil kreativitas siswa serta mengenalkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Media sosial memungkinkan kami untuk berkomunikasi dengan audiens kami secara langsung, membagikan informasi, dan menciptakan kesadaran yang lebih besar tentang produk-produk kreatif yang dihasilkan oleh siswa SMAN 3 Tangerang. Selain itu, kami juga menggunakan media sosial sebagai platform untuk mendorong interaksi dan partisipasi dari siswa dan masyarakat dalam kegiatan pemasaran dan promosi. Dengan cara ini, kami berusaha meningkatkan keterlibatan dan pemahaman mereka tentang dunia bisnis dan pemasaran.

Hasil interview mendapat support dari output pengamatan dan pengarsipan. Output pengamatan menunjukkan bahwa:

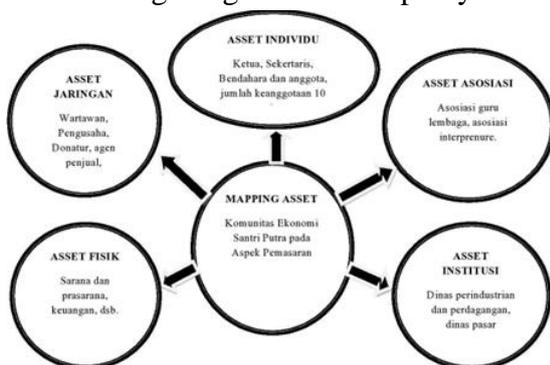
- 1) Pemberdaya yang di support berada di lingkungan sekolah

dan lingkungan sekitar sekolah SMAN 3 Tangerang.

- 2) Jumlah pemberdaya siswa siswi SMAN 3 Tangerang ini berjumlah 10 orang yang berdomisili di lingkungan sekitar sekolah.
- 3) Ada beberapa produk yang memang menjadi output pada institusi pemberdaya tersebut.

Namun, berdasarkan hasil pengarsipan, dapat disimpulkan bahwa struktur pemberdayaan ini sudah ada dan mencakup sejumlah siswa-siswi yang berada di lingkungan sekitar sekolah. Ini menunjukkan bahwa komunitas ini telah ada sebelumnya dan telah mengidentifikasi siswa-siswi yang memiliki potensi dalam hal kreativitas dan pemasaran produk. Dengan adanya struktur yang sudah ada, pengembangan pemberdayaan siswa-siswi kelas X SMAN 3 Tangerang dapat lebih terfokus dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

- Masyarakat pemetaan. Cara Ini adalah suatu usaha guna mengerjakan pemetaan barang modal yang menjadi milik siswa siswi kelas X-2 dan X-7 SMAN 3 Tangerang. Berikut outputnya:



**Gambar 2 Hasil Pemetaan Barang Modal Siswa siswi SMAN 3 Tangerang**

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengkonsolidasian pemberdayaan siswa dan siswi kelas X SMAN 3 Tangerang dengan menerapkan

metode ABCD, dapat disimpulkan bahwa upaya komunitas untuk meningkatkan dan mengembangkan kualitas siswa dan siswi kelas X SMAN 3 Tangerang melalui penyampaian penjelasan dan implementasi strategi pemasaran yang efisien dan efektif akan cenderung gagal tanpa adanya kerjasama dan keterlibatan aktif dari pihak yang memberdayakan, serta dukungan dari lingkungan sekitar terutama komunitas di sekitar lingkungan sekolah. Selain itu, keterlibatan organisasi dan lembaga yang terkait dengan pemberdayaan siswa dan siswi kelas X SMAN 3 Tangerang juga sangat penting. Tidak kalah pentingnya adalah mengucapkan terima kasih kepada para pendonor yang dengan tulus telah mendukung pelaksanaan program ini bagi siswa dan siswi kelas X SMAN 3 Tangerang. Semua elemen ini menjadi faktor kunci dalam keberhasilan program pemberdayaan ini.

Proses implementasi berjalan secara lancar dan maksimal karena komunitas ini berhasil meningkatkan kualifikasi sumber daya manusia kelas X SMAN 3 Tangerang dalam mengimplementasikan strategi pemasaran secara efisien dan efektif untuk memasarkan hasil produk kreativitas mereka. Melalui berbagai metode pelatihan dan pendampingan, peserta program telah berhasil memahami dan mengaplikasikan konsep pemasaran yang relevan, termasuk teknik promosi, penetapan harga yang tepat, serta pemahaman tentang pasar dan konsumen. Hal ini telah membantu mereka dalam memasarkan produk-produk kreatif yang mereka hasilkan dengan lebih baik, sehingga produk-produk tersebut dapat diterima dan diminati oleh masyarakat lebih luas. Dengan demikian, implementasi program pemberdayaan ini telah memberikan manfaat yang nyata bagi siswa dan siswi kelas X SMAN 3 Tangerang serta komunitas di sekitarnya.

Hasil output selanjutnya menunjukkan bahwa program pemberdayaan komunitas ini telah berhasil meningkatkan pemahaman siswa dan siswi SMAN 3

Tangerang tentang dunia usaha, serta memberikan konsep pengetahuan yang baru dalam upaya menarik pelanggan dan menghadirkan teknik pemasaran yang lebih inovatif. Hal ini berdampak positif baik di lingkungan sekolah maupun di sekitar area SMAN 3 Tangerang. Para siswa dan siswi kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menjalankan usaha, memahami kebutuhan pasar, dan menciptakan produk atau layanan yang dapat bersaing dan diminati oleh pelanggan. Mereka juga telah memperoleh wawasan tentang teknik pemasaran yang lebih modern dan kreatif. Semua ini bertujuan untuk membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk masa depan, baik dalam hal kewirausahaan maupun dalam memahami dunia bisnis secara lebih luas.

#### REFERENSI

- Laluur, Eugenius; Melatnebar, Benyamin; Huwai Putri, R. (2021). REALISASI DAN DAMPAK DARI PROGRAM AMNESTI PAJAK DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA TANGERANG BARAT. *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN TEKNOLOGI*, 13, 1–12.
- Melatnebar, Benyamin; Baghas, Budi; Kurniawan, K. (2022). Menalar Belanja Pemerintah Daerah Terhadap Produk Domestik Bruto Sektor Pertanian Di Kawasan Priangan Timur Jawa Barat. *Akuntoteknologi*, 1(Juli 2022), 1–10.
- Melatnebar, Benyamin; Oktari, Yunia; Afa, Syarifarudin, Suhartini, Suhartini; Kusnawan, A. (2022). *Pelatihan Pengisian, Pembayaran dan Pelaporan e-Spt PPh 23 di Koperasi Simpan Pinjam Madani Tangerang*. Jurnal Pengabdian Vokasi (Japesi).
- Melatnebar, B. (2018a). ANALISIS SELISIH PAJAK PENGHASILAN STUDI KASUS PADA PT. SSE VAN DER HORST INDONESIA. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(3), 68–77.
- Melatnebar, B. (2018b). Pengaruh Sistem e-Billing pajak dan e-Filling Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *MEDIA AKUNTANSI PERPAJAKAN*, 3(2018/11/21), 48–57.
- Melatnebar, B. (2019a). Efektivitas e-SPT Pajak Penghasilan Badan dan e-Filling System Terhadap Penerimaan PPH Badan Serta Tax Planning Sebagai Variabel Pemoderasi. *Journal of Business Studies, Universitas Tujuh Belas Agustus Jakarta*, 04(2019), 1–24.
- Melatnebar, B. (2019b). Menalar Kapabilitas Lulusan Sarjana Ekonomi Akuntansi Terhadap Aplikasi e-SPT PPH Badan Dalam Rangka Penyerapan Tenaga Kerja di Dunia Usaha. *Universitas*, 4(2), 01–10.
- Melatnebar, B., Oktari, Y., & Chandra, Y. (2020). Pengaruh Pkp, Sistem E-Faktur, Kanal E-Billing Pajak Dan E-Filling Terhadap Jumlah Penerimaan Ppn Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Direktorat Jenderal Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 12(2), 106–117.
- Melatnebar, B., Oktari, Y., Wibowo, S., Trida, T., Wijaya, A., Wi, P., Anggraeni, R. D., Sutandi, S., Jenni, J., & Chandra, Y. (2020). *Tax Mechanisms in the New Normal Era for MSME Actors in the Abdimas Program* (Y. K. M. O. W. F. Menulis (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis/ Medan: Our Writing Foundation.
- Melatnebar, B., Winata, S., & Surjana, M. T. (2021). Menalar Dampak Kebijakan Tax Holiday Terhadap Iklim Investasi Di Indonesia Sejak 1970-2020. *Jurnal Akuntoteknologi*, 13(Juli — Desember 2021), 24–34.
- Oktari, Yunia; Melatnebar, Benyamin; Kurniawan, K. (2021). THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, LEVERAGE AND COMPANY SIZE ON TAX AGGRESSIVENESS. *ECo-*

- Fin*, 3, 56.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.52>
- Wi, Peng; Sumantri, Farid Addy; Melatnebar, B. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Audit Report Lag Pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *ECo-Fin*, 4(1), 32–41.  
<https://doi.org/10.32877/ef.v4i1.457>
- Wuarmanuk, B. M. (2017). ANALISIS PENGARUH PENGHINDARAN PAJAK TERHADAP BIAYA HUTANG DENGAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI. *PRIMANOMICS, Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 15.
- Wuarmanuk, B. M. (2019). Questioning the E-Invoicing System, Tax E-Billing & E-Filing Systems against Amount of VAT Receipt [Menyoal Sistem E-Faktur, Kanal E-Billing Pajak & E-Filing Terhadap Jumlah Penerimaan PPN]. *Proceeding of Community Development*, 2, 532–546.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30874/comdev.2018.340>