

## **Pelatihan Strategi Digital Marketing di SMA Attisa Dipamkara Karawaci Tangerang**

**Arihta Tarigan<sup>1\*</sup>, Angelina Patricia Rompas<sup>2</sup>, Arya Putra<sup>3</sup>, Bryan Pradika Sutanto<sup>4</sup>,  
Cesare Jannifer<sup>5</sup>, Hendrik Thio<sup>6</sup>, Malvin Vincentius<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

e-mail: <sup>1</sup>atarigan@bundamulia.ac.id, <sup>2</sup>s35210074@student.ubm.ac.id,  
<sup>3</sup>s35210073@student.ubm.ac.id, <sup>4</sup>s35210048@student.ubm.ac.id,  
<sup>5</sup>s35210041@student.ubm.ac.id, <sup>6</sup>s35210038@student.ubm.ac.id,  
<sup>7</sup>s35210031@student.ubm.ac.id

### **Abstrak**

Seminar Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Bunda Mulia Serpong di SMA Attisa Dipamkara Karawaci Tangerang bertujuan untuk menginspirasi dan memotivasi siswa menggunakan teknologi digital untuk berkarya. Dimana abdimassi ini juga sesuai juga dengan mata pembelajaran yang ada di SMA Attisa Dipamkara. Mengusung tema "Saatnya Mulai Berkarya Lewat Layar," kegiatan ini relevan dengan peminatan Bisnis Digital di sekolah tersebut dan Jurusan Bisnis Digital di universitas. Metode pelaksanaan melibatkan satu kunjungan insidental dengan format semi-formal, ditargetkan untuk siswa kelas XI yang sedang dalam fase transisi menuju pendidikan lanjut atau dunia kerja. Pendekatan yang digunakan mencakup presentasi multimedia, contoh kasus, serta sesi tanya jawab dan diskusi aktif. Sesi pertama fokus pada pengembangan kreativitas, sesi kedua pada personal branding, sesi ketiga membahas peluang bisnis online, dan sesi keempat berupa kuis interaktif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 90% menyatakan bahwa pelatihan sangat edukatif dan materi yang disampaikan sangat sesuai dengan kondisi saat ini, juga 87% menyatakan materi yang disampaikan sangat jelas dan pemaparan materi sangat kreatif dan aktif. Mereka terdorong untuk mengeksplorasi bakat dan minat mereka dalam dunia digital, memahami pentingnya personal branding, dan melihat peluang bisnis online. Antusiasme siswa terhadap topik bisnis digital terlihat dari banyaknya pertanyaan cerdas yang mereka ajukan, menunjukkan minat mendalam untuk mempelajari lebih lanjut.

**Kata Kunci:** Bisnis Online; Kreativitas; Pendidikan; Personal Branding; Teknologi Digital.

### **Abstract**

*The Community Service Seminar held by Bunda Mulia University Serpong at SMA Attisa Dipamkara Karawaci Tangerang aims to inspire and motivate students to use digital technology to create work. Where this service is also in accordance with the learning subjects at Attisa Dipamkara High School. Carrying the theme "It's Time to Start Creating Through the Screen," this activity is relevant to the Digital Business specialization at the school and the Digital Business Department at the university. The implementation method involves one incidental visit in a semi-formal format, targeted at class XI students who are in the transition phase towards further education or the world of work. The approach used includes multimedia presentations, case examples, as well as question and answer sessions and active discussions. The first session focused on developing creativity, the second session on personal branding, the third session discussed online business opportunities, and the fourth session was an interactive*



*quiz. The results of the activity showed that 90% stated that the training was very educational and the material presented was very appropriate to current conditions, also 87% stated that the material presented was very clear and the presentation of the material was very creative and active. They are encouraged to explore their talents and interests in the digital world, understand the importance of personal branding, and see online business opportunities. Students' enthusiasm for digital business topics can be seen from the many intelligent questions they ask, showing a deep interest in learning more.*

**Keywords:** *Creativity; Digital Technology; Education; Personal Branding; Online business.*

## **Pendahuluan**

Pendidikan bukan sekadar destinasi tempat karakter terbentuk, melainkan juga awal perjalanan menuju pertumbuhan di semua tingkatan, termasuk perguruan tinggi. Mahasiswa dari Universitas Bunda Mulia Serpong dianggap sebagai penjelajah dunia baru yang memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan yang menginspirasi masyarakat. Oleh karena itu, Universitas Bunda Mulia Serpong mengadakan seminar pengabdian kepada masyarakat di SMA Attisa Dipamkara Karawaci Tangerang, melibatkan dosen dan mahasiswa semester 6 Jurusan Bisnis Digital.

Tema "Saatnya Mulai Berkarya Lewat Layar" dipilih karena relevansi teknologi digital dalam kehidupan saat ini. Seminar ini bertujuan menginspirasi dan memotivasi peserta untuk berkarya melalui platform digital, baik untuk ekspresi kreatif maupun karir yang sukses. Selain itu, pemilihan tema ini juga ingin mendorong siswa untuk menggunakan teknologi digital sebagai wadah berkreasi, sehingga era digital memberikan dampak positif bagi mereka. Dimana sejalan dengan perkembangan saat ini, dalam meningkatkan citra merek dan memperkenalkan produk banyak brand sudah menggunakan strategi digital marketing dalam menjangkau calon pelanggan dan pelanggan mereka. Dan juga pengabdian masyarakat ini dilakukan sejalan dengan mata pembelajaran yang ada pada SMA Attisa Dipamkara Karawaci Tangerang perihal kewirausahaan.

Lokasi seminar dipilih di SMA Attisa Dipamkara Karawaci Tangerang karena sekolah ini menerapkan Kurikulum Merdeka dengan peminatan Bisnis Digital, yang relevan dengan Jurusan Bisnis Digital di Universitas Bunda Mulia Serpong. Selain itu keberadaan sekolah yang strategis di Tangerang memudahkan akses bagi dosen dan mahasiswa Universitas Bunda Mulia Serpong. Dengan kehadiran dosen dan mahasiswa Universitas Bunda Mulia Serpong, seminar ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan siswa akan panduan praktis dan inspirasi dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini diharapkan memberikan dampak positif yang signifikan bagi siswa-siswi SMA Attisa Dipamkara, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

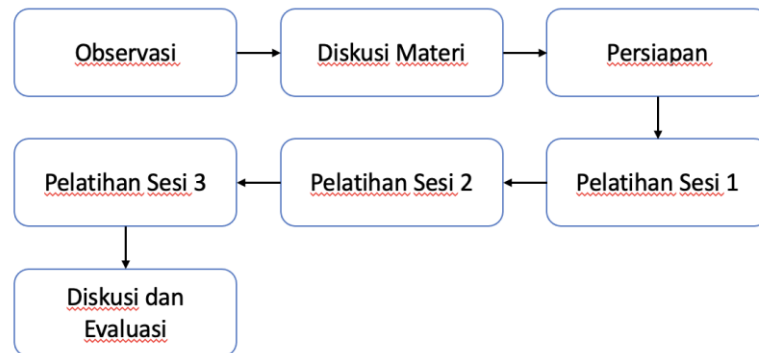
Pengabdian Masyarakat diharapkan mampu meningkatkan kompetensi dan keterampilan siswa dan siswi dalam hal pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produknya, peningkatan kompetensi dalam pemanfaatan Instagram untuk meningkatkan citra merek dan mempromosikan produk kepada calon pelanggan dan pelanggan sebuah merek. Dimana dengan strategi digital juga dapat meningkatkan personal branding (Didy, 2023). Dengan strategi digital marketing juga dapat membantu pemasaran melalui media sosial untuk membantu meningkatkan E-WOM sebuah merek (Kembau,2020).

## **Metode**

Kegiatan Abdimas kali ini akan dijalankan secara insidental dengan satu kunjungan saja, yang memiliki format semi-formal. Sasaran peserta kegiatan ini adalah siswa dan siswi

kelas XI SMA Attisa Dipamkara Karawaci Tangerang, yang tengah memasuki fase transisi penting dalam kehidupan mereka, baik itu melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi maupun memasuki dunia kerja.

Metode pelaksanaan kegiatan ini akan menggabungkan pendekatan penyampaian informasi dan interaksi aktif. Setiap sesi materi akan disampaikan melalui pemaparan langsung yang menarik, dengan menggunakan presentasi multimedia dan contoh kasus yang relevan. Selain itu, interaksi langsung antara pembicara dan peserta akan ditingkatkan melalui sesi tanya jawab dan diskusi. Adapun alur dari metode pelaksanaan abdimas ini adalah sebagai berikut :



**Gambar 1.** Metode Pelaksanaan Kegiatan

Sesi pertama akan berfokus pada pengembangan kreativitas, dengan aktivitas yang melibatkan identifikasi potensi diri, eksplorasi passion, serta pembagian tips dan trik untuk menghasilkan ide-ide kreatif. Dimana pada sesi pertama siswa dan siswi peserta pelatihan diberikan materi bagaimana dalam menjalankan usaha dapat dimulai ketertarikan dalam diri sendiri dan passion terhadap bidang yang diminati. Sebuah merek harus mengetahui kelemahan dari personal branding mereka (Nurkholifah,2023) guna melihat hal yang perlu untuk ditingkatkan. Ide yang dimulai dengan passion merupakan sebuah kolaborasi yang dapat membantu dalam menjalankan bisnis ataupun usaha yang akan dijalani, dimana dengan passion usaha dapat berjalan dengan lebih menguasai area bidang yang digeluti, sehingga dalam menentukan strategi dan langkah awal bisa menjadi jauh lebih siap dan dapat melihat resiko – resiko yang akan dihadapi dikemudian harinya.



**Gambar 2.** Pelaksanaan Kegiatan Sesi Pertama

Sesi pertama “Membuka Pintu Kreativitas” berlangsung dari pukul 07:15 hingga 08:20, dipandu oleh Angelina Patricia Rompas dan Arya Putra. Sesi ini fokus pada menemukan potensi diri dan passion dalam berkarya, memahami berbagai jenis konten kreatif, serta tips dan trik untuk menghasilkan ide-ide kreatif. Dimana konten merupakan kunci dalam pemasaran digital marketing (Mounser,2024). Materi disajikan secara interaktif menggunakan Kahoot, memungkinkan siswa menggunakan ponsel mereka untuk mengikuti materi dan pertanyaan secara langsung, sehingga mereka tetap fokus dan terlibat. Pendekatan ini membantu siswa mengeksplorasi bakat dan minat mereka, memahami berbagai bentuk konten kreatif, dan mendapatkan teknik praktis untuk menghasilkan ide-ide baru.

Sesi kedua akan menitikberatkan pada pembangunan personal branding, dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya branding di era digital, strategi membangun branding yang sesuai dengan passion, dan teknik untuk meningkatkan kehadiran di media sosial. Pada sesi ini lebih menekankan materi bagaimana sosial media dapat dimanfaatkan menjadi alat yang dapat membantu meningkatkan citra merek dan kesadaran pada merek yang dipasarkan. Dengan sosial media area jangkauan kepada pelanggan menjadi jauh lebih luas, dan juga dengan sosial media dapat membentuk citra yang diinginkan dari sebuah merek. Dalam pelatihan sesi kedua ini juga dijelaskan bagaimana sosial media juga dapat menciptakan citra yang buruk pada sebuah merek apabila tidak bisa digunakan dengan baik, dimana dengan sosial media citra sebuah merek dan informasi dari sebuah merek dapat dengan cepat tersebar luas baik itu citra positif ataupun negatif, maka dengan itu pada pelatihan sesi kedua ini diberikan pengarahan bagaimana cara yang baik dalam pengelolaan sosial media dan bagaimana cara berinteraksi yang baik dalam sosial media agar citra merek dapat terus terjaga dengan baik.

Sesi kedua “Membangun Personal Branding yang Kuat” berlangsung dari pukul 08:20 hingga 09:15, dipandu oleh Malvin Vincentius dan Hendrik Thio. Mereka membahas pentingnya personal branding di era digital, cara membangun branding sesuai passion, dan tips untuk media sosial, dengan penyajian interaktif yang menjaga keterlibatan siswa.



**Gambar 3.** Pelaksanaan Kegiatan Sesi Kedua

Sesi ketiga akan membahas peluang bisnis online, pemilihan platform yang tepat untuk berkarya, dan cara meningkatkan pendapatan dari internet. Pada sesi ini memaparkan materi perihal perangkat yang digunakan dalam menjalankan strategi digital marketing dan bagaimana

cara mengukur pengaruh strategi yang dijalankan. Dimana strategi digital marketing sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap sebuah merek (Tarigan, 2024). Sesi ketiga “Menghasilkan Uang dari Internet” berlangsung dari pukul 09:15 hingga 09:55. Sesi ini membahas cara menghasilkan uang dari internet, memilih platform online yang tepat, dan tips meningkatkan penghasilan, serta bagaimana meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap sebuah merek, dimana loyalitas sangat mempengaruhi keputusan pembelian (Putra, 2023). Pembicara menjelaskan metode monetisasi konten, e-commerce, dan freelancing, serta memberikan panduan memilih platform seperti YouTube dan Instagram



**Gambar 4.** Pelaksanaan Kegiatan Sesi Ketiga

Terakhir, sesi keempat akan berupa kuis interaktif yang menguji pemahaman peserta tentang keseluruhan materi dari sesi-sesi sebelumnya, sehingga memastikan pemahaman yang mendalam dan interaksi aktif selama kegiatan. Sesi keempat, yang berlangsung dari jam 10:15 hingga 11:00, merupakan sesi Quiz Interaktif menggunakan platform Kahoot. Sesi ini dirancang untuk menguji pemahaman siswa tentang materi yang telah disampaikan dari sesi 1 hingga 3. Tiga siswa dengan nilai tertinggi akan diumumkan dan diberi penghargaan sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi dan pemahaman mereka yang baik dalam seminar. Setelah sesi quiz selesai, acara ditutup dengan sesi dokumentasi bersama para siswa dan kepala sekolah.



**Gambar 5.** Pelaksanaan Kegiatan Sesi Keempat

**Hasil dan Pembahasan**

Melalui seminar ini, siswa-siswa telah memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan teknologi secara produktif dan kreatif. Mereka didorong untuk membuka diri terhadap potensi kreatif yang dimiliki dengan mengidentifikasi bakat dan minat masing-masing. Dari sini, siswa-siswa dapat mengarahkan kreativitas mereka ke dunia digital dengan cara yang berdampak positif. Seminar ini memberikan kesempatan bagi siswa-siswa untuk mengeksplorasi berbagai jenis konten kreatif yang dapat mereka hasilkan, serta memberikan tips dan trik untuk menghasilkan ide-ide yang orisinal dan menarik. Hal ini memberikan dorongan bagi mereka untuk menghasilkan karya-karya yang unik dan bermakna dalam lingkungan digital. Selain itu, siswa-siswa juga diajak untuk memahami pentingnya membangun personal branding di era digital. Mereka diberikan panduan praktis tentang bagaimana membangun dan memperkuat branding pribadi mereka, serta tips untuk meningkatkan kehadiran mereka di media sosial. Ini membuka peluang bagi mereka untuk mengembangkan diri dan mereka dalam dunia digital. Dalam sesi tanya jawab, siswa-siswa menunjukkan antusiasme dan ketertarikan yang besar terhadap topik-topik seputar bisnis digital. Mereka mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang cerdas dan relevan, seperti bagaimana cara memulai bisnis online, strategi untuk memperluas jangkauan pengaruh menghasilkan uang melalui internet, dan sebagainya. Ini menandakan bahwa mereka tertarik untuk memperdalam pengetahuan mereka dalam hal ini, yang merupakan langkah awal yang positif menuju pemahaman yang lebih mendalam tentang dunia bisnis digital.

Dari hasil yang telah didapatkan setelah pelaksanaan kegiatan dapat dilihat kesimpulan hasil umpan balik yang diberikan kepada peserta pelatihan dengan indikator sebagai berikut,

**Tabel 1.** Tabel Indikator Umpan Balik

No	Komponen	Tujuan
1	Edukatif	Melihat apakah kegiatan bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan
2	Objektif	Materi yang disampaikan sesuai dengan kondisi dan masalah yang dihadapi peserta
3	Akuntabel	Materi disampaikan dengan jelas dan dapat dipahami oleh peserta
4	Transparan	Peserta dilibatkan secara aktif dalam pelaksanaan kegiatan
Jumlah Responden		24
Jumlah Narasumber		5

Hasil kuesioner umpan balik pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (Uraikan analisis Umpan Balik kegiatan). Dari hasil pencapaian pelaksanaan peserta sangat merasakan kegiatan yang dilakukan sangat bermanfaat dan sesuai dengan kompetensi yang diharapkan, dikarenakan proses pelatihan dilakukan dengan pemaparan materi yang jelas dan secara aktif, sehingga peserta merasakan manfaat yang didapatkan dan sesuai dengan mata pembelajaran yang mereka dapatkan di sekolah.

**Tabel 2.** Tabel Uraian Umpan Balik

No	Komponen	Rata-rata Penilaian
1	Edukatif	90
2	Objektif	87,5
3	Akuntabel	86,7
4	Transparan	88,3
Jumlah Responden		24
Jumlah Narasumber		5

Dapat dilihat pada tabel 2, dimana peserta merasakan manfaat pembelajaran yang sangat diharapkan dengan nilai rata-rata dalam manfaat yang didapatkan dalam pelatihan sebesar 90% dan kesesuaian pelatihan dengan keadaan dalam kondisi saat ini sebesar 87,5% serta kejelasan penyampaian materi dan aktif kegiatan mencapai nilai 88,3%. Dimana artinya dengan pelatihan ini peserta mendapatkan pembelajaran yang sangat edukatif perihal cara membangun sosial branding melalui sosial media, dan mendapatkan pengetahuan perihal pemanfaatan media sosial sebagai peluang dalam membangun sebuah bisnis. Dimana sebelum pelaksanaan pelatihan, para peserta siswa SMA Attisa Dipamkara Karawaci hanya mengetahui manfaat media sosial hanya sebagai media hiburan saja, dan belum mengetahui peluang lain yang bisa didapatkan dari pemanfaatan media sosial. Siswa SMA Attisa Dipamkara Karawaci juga belum mengetahui bagaimana cara membangun personal branding didalam penggunaan media sosial, dan dengan adanya pelatihan ini, mereka memahami cara untuk membangun personal branding yang diharapkan dengan memanfaatkan saluran media sosial.

### Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada siswa SMA Attisa Dipamkara Karawaci tentang penggunaan teknologi digital secara kreatif dan produktif dimana 90% menyatakan bahwa pelatihan sangat edukatif dan materi yang disampaikan sangat sesuai dengan kondisi saat ini, juga 87% menyatakan materi yang disampaikan sangat jelas dan pemaparan materi sangat kreatif dan aktif. Siswa mendapatkan wawasan berharga mengenai personal branding dan peluang bisnis digital, serta menunjukkan minat yang besar untuk mengeksplorasi lebih lanjut. Kegiatan ini memberikan kemaknawian dan kemanfaatan dari berbagai sudut. Bagi pelaksana, yaitu dosen dan mahasiswa Universitas Bunda Mulia Serpong, kegiatan ini memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta memperkuat keterampilan komunikasi dan pengajaran. Bagi mitra, yaitu SMA Attisa Dipamkara Karawaci, kegiatan ini memperkuat pemberdayaan siswa dengan pengetahuan dan keterampilan baru yang relevan dengan era digital, memotivasi mereka untuk berkarya dan berinovasi. Bagi sivitas akademika, kegiatan ini menyediakan kesempatan untuk pengayaan sumber belajar dan pembelajaran, serta mematangkan kompetensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Saran untuk kegiatan berikutnya dari para siswa adalah lebih memperpanjang durasi seminar dan melibatkan lebih banyak sesi praktis agar siswa dapat lebih mendalami materi yang disampaikan dan menerapkannya secara langsung.

### 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), 1477. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7336>
- Anggoro, D., Irawan, D., Prabowo, D., & Author, C. (2023). Pelatihan Optimasi Media Sosial Dan Google Profil Bisnis pada BUMDes Manunggal Jaya Desa Nunggal Rejo. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 07(02)
- Cwts.ugm.ac.id. (2022). Peluang dan Tantangan Pemberdayaan UMKM di Kawasan Ekonomi Khusus. Pusat Studi Perdagangan Dunia, Universitas Gajah Mada. <https://cwts.ugm.ac.id/2022/03/16/peluang-dan-tantangan-pemberdayaan-umkm-di-kawasan-ekonomi-khusus>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/175>
- Kembau, A. S. (2020, August). The Effect of Consumer Interaction on Social Media (e-WOM) Towards Desire to Visit Tomohon City. In *First International Conference on Applied Science and Technology (iCAST 2018)* (pp. 170-174). Atlantis Press.
- Nani, P. A., Lopes Amaral, M. A., Boelan, E. G., Baunsele, A., Aristo, A., Sinlae, J., Ketmoen, A., Program, S., Manajemen, F., Ekonomika, D., Bisnis, U., Katolik, W., Mandira, I., Studi, P., & Pembangunan, E. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Badan Usaha Milik Desa. *Bakti Cendana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 77–84.
- Putra, I. G. W. S. C., & Natalia, D. (2023). Pengaruh Loyalitas Merek, Pengalaman Pengguna Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Premium Currency Pada Permainan Online Berbasis Mobile. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(3), 203-210.
- Rahayu, S., Kanisya, N. P., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Google My Business Pada Umkm Gondanglegi Kabupaten Malang. *Jurnal Abdimas ...*, 1(1), 1–6. <https://jurnal.stiekn.ac.id/index.php/jasj/article/view/254>
- RI, P. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. 1.Santoni, Mayanda Mega; Chamidah, N. dkk. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Produk Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Melalui Media Sosial Dengan Aplikasi Canva. 7(1), 75–83.
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- RRI.co.id. (2023). Era Digital, Tantangan Ataupun Peluang Bagi UMKM? Rri/Editorial. <https://www.rri.go.id/aceh/editorial/1958/era-digital-tantangan-ataukah-peluang-bagi-umkm>
- Tarigan, A., & Noverin, D. T. (2024). The Influence of Social Media Marketing and Brand Image on Intention to Purchase Residential Apartments. *Journal Ilmiah Manajemen dan Bisnis ISSN*, 10(1), 81-96.

- Wati, E. F., & Sari, A. P. (2021). Edukasi Literasi Digital terhadap Perkembangan Anak pada TPA Al Ihsan. *SENADA*, 2(1), 38–46.
- Wolah, F. F. C. (2016). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *Jurnal Acta Diurna*, 5(2), 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/11722>
- Yunis, R., Djoni, D., & Ariwibowo, S. (2022). Pembuatan Website Untuk Sma Taman Siswa Bah Jambi Simalungun. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 157–164. <https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3138>