

SOSIALISASI MENINGKATKAN PERANAN DIGITAL MARKETING DI MASA

Pengenalan Lingkungan Sekolah

Rizqia Putri Ramadhani¹, Cici Emilia Sukmawati²

Manajemen¹, Teknik Informatika²

mn21.rizqiaradhani@mhs.ubpkarawang.ac.id¹ cici.emilia@ubpkarawang.ac.id²

ABSTRAK

Era digital yang semakin berkembang telah mengubah cara komunikasi dan pemasaran, termasuk dalam dunia pendidikan. Melalui program ini dapat memberikan pelatihan dan pendampingan kepada murid Pondok Pesantren Raudhatul Irfan dalam memanfaatkan strategi digital marketing untuk menarik minat mereka. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang peranan digital marketing dalam mendukung proses masa pengenalan lingkungan sekolah. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah memberikan edukasi kepada murid murid pondok pesantren Raudhatul Irfan yang ada di Desa Kutawargi, Rawamerta tentang bagaimana cara mempelajari strategi dan jenis jenis digital marketing. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya digital marketing serta kemampuan mereka dalam menerapkannya secara efektif. Oleh karena itu, diharapkan murid murid pondok pesantren Raudhatul Irfan dapat lebih siap dan kompetitif dalam menarik calon siswa di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kata Kunci : Digital marketing, Edukasi, Sosialisasi

ABSTRACT

The rapidly evolving digital era has transformed communication and marketing methods, including in the field of education. Through this program, training and mentoring can be provided to students at Pondok Pesantren Raudhatul Irfan on how to utilize digital marketing strategies to attract their interest. This Community Service Program (KKN) aims to enhance understanding of the role of digital marketing in supporting the school environment introduction process. The

method used in this service involves educating the students of Pondok Pesantren Raudhatul Irfan in Kutawargi Village, Rawamerta, on how to learn strategies and types of digital marketing. The results of the activities showed a significant increase in participants' understanding of the importance of digital marketing and their ability to apply it effectively. Therefore, it is hoped that the students of Pondok Pesantren Raudhatul Irfan will be better prepared and competitive in attracting prospective students amidst increasingly tight competition.

Keyword : *Digital Marketing, Education, socialization*

PENDAHULUAN

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu bentuk pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan intrakulikuler yang memadukan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan metode pemberian pengalaman belajar dan bekerja kepada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. (Syardiansah, 2019) Pada kesempatan kali ini Desa Kutawargi merupakan desa yang menjadi tujuan dalam pelaksanaannya Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini. Desa Kutawargi adalah desa di kabupaten Karawang, yang memiliki 4 dusun yaitu, dusun Sukamanah, Sukawangi, Gabel Kutajaya, dan Sukamakmur. dengan jarak 11,6km dari pusat kota Karawang. Kecamatan Rawamerta ini merupakan daerah yang memiliki luas 49,23 km² an memiliki jarak orbitasi ke pusat pemerintahan kabupaten sejauh 20 km. Salah satu bidang yang mengalami perkembangan signifikan akibat kemajuan teknologi ini adalah pemasaran. Digital marketing atau pemasaran digital telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan jasa kepada audiens yang lebih luas, lebih cepat, dan lebih efisien. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu dan memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di sisi lain digital marketing sangat memudahkan para pelaku usaha atau pebisnis dalam memantau serta menyediakan kebutuhan dan keinginan calon konsumen, akan tetapi di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan melalui media sosial.(Setyo Budiwitjaksono et al., 2023) Pondok Pesantren Raudhatul Irfan, sebagai lembaga pendidikan Islam, memiliki peran penting dalam mendidik generasi muda agar siap menghadapi tantangan zaman. Namun, dalam menghadapi

perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, Pondok Pesantren juga perlu beradaptasi dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mempromosikan nilai-nilai dan kegiatan mereka. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan digital marketing. Melalui sosialisasi digital marketing, diharapkan Pondok Pesantren Raudhatul Irfan dapat lebih memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif menggunakan platform digital seperti media sosial, website, dan email marketing. Ini tidak hanya akan membantu dalam meningkatkan visibilitas pondok pesantren di kalangan masyarakat luas, tetapi juga dapat mendukung pengembangan usaha yang mungkin dijalankan oleh pesantren, seperti produk kerajinan tangan, makanan, atau jasa pendidikan. Selain itu, pemahaman dan penerapan digital marketing juga dapat menjadi salah satu kompetensi tambahan bagi santri dan staf pondok pesantren, yang berguna untuk masa depan mereka. Dengan demikian, kegiatan sosialisasi ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam hal promosi, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam hal peningkatan keterampilan dan kapasitas sumber daya manusia di Pondok Pesantren Raudhatul Irfan. Oleh karena itu, dalam rangka mendukung tujuan tersebut, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini difokuskan pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing di Pondok Pesantren Raudhatul Irfan. Diharapkan, melalui kegiatan ini, pondok pesantren dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk mendukung berbagai kegiatan dan usahanya, serta mempersiapkan santri dan staf agar lebih siap menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah memberikan edukasi kepada murid murid pondok pesantren Raudhatul Irfan yang ada di Desa Kutawargi, Rawamerta tentang bagaimana cara mempelajari strategi dan jenis jenis digital marketing menggunakan platform media elektronik yang tersedia sekarang. Tidak hanya memberikan edukasi tentang dunia Digital Marketing mahasiswa KKN juga membantu para untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dari narasumber. Tujuannya adalah sebagai bekal mereka untuk terjun ke bidang tersebut. Untuk itu mahasiswa diharapkan dapat berperan sebagai mediator dan mampu untuk menghidupkan kegiatankegiatan yang dapat mengembangkan pemikiran para pelaku usaha setempat terkait pentingnya menerapkan digital marketing dalam mempromosikan usaha di era digitalisasi(Kadek Rika Febriyanti & Julia Mahadewi, 2023)

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Semua tahapan telah dilakukan dan mahasiswa diharapkan mampu memahami dan mengaplikasikan pemasaran digital pada saat KKN nantinya kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang ingin meningkatkan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing menjadi salah satu pilihan yang harus dikembangkan dan digunakan oleh kita jika selaku pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi. (Noerrachman et al., 2022) Digital marketing sangat membantu seluruh pebisnis dalam menjalankan usahanya, baik dalam memasarkan produknya maupun mempromosikan produk, karena sangat praktis penggunaannya. Namun digital marketing juga memberikan dampak negatif jika kita tidak memahami cara kerja digital marketing tersebut. Digital marketing dapat diterapkan sedini mungkin kepada anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah, supaya dapat memanfaatkan teknologi secara benar dan bermanfaat untuk masa depan. (Situmorang & Pattimura, 2023) . Tujuan Digital Marketing ialah untuk mempromosikan suatu merek, membangun preferensi, dan meningkatkan penjualan suatu bisnis melalui berbagai teknik Digital Marketing. Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa gunakan sebaik-baiknya. (Khoirotunnisa et al., 2023) Oleh karena itu, maka dilaksanakanlah sosialisasi mengenai digital marketing tersebut oleh Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang. Kegiatan ini berlangsung selama satu hari pada tanggal 1 Agustus 2024 untuk memberikan materi mengenai digital marketing yang telah berkembang dengan pesat sejak penggunaan internet semakin tinggi. Tingkat penggunaan ini dipicu dengan kehadiran smartphone. Tetapi penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku bisnis ataupun calon pelaku bisnis. (Wati et al., n.d.) Maka dari itu kita perlu mengetahui dan mengerti tentang Digital Marketing baik itu dipelajari dari masa sekolah agar mengetahui strategi maupun jenis-jenisnya. (Susilo et al., 2022) Sebagai bentuk pengabdian masyarakat serta implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Mahasiswa UBP Karawang mengadakan sebuah kegiatan sosialisasi pada murid baru dalam kegiatan pemateri pada masa pengenalan lingkungan sekolah. Sosialisasi dilakukan untuk menambah wawasan mengenai ilmu digital marketing. Di masa sekarang ini tentunya penggunaan teknologi menjadi solusi yang paling tepat untuk membantu roda perekonomian (Purba et al., 2023)

Sosialisasi dengan tema digital marketing dilakukan untuk membantu para murid memiliki pemahaman mengenai penggunaan teknologi bisa dimanfaatkan untuk promosi suatu brand.



Gambar 1 Pemberian materi mengenai Digital Marketing

Pada gambar 1 diatas, menjelaskan mengenai ruang lingkup dari digital marketing yang dijelaskan untuk sebuah ilmu pengetahuan dasar dalam mengetahui digital marketing. Dan dalam masa sosialisasipun dijelaskan mengenai pentingnya digital marketing untuk kita, karena tanpa teknologi pemasar akan kehilangan peluang bahkan bisnis. Strategi pemasaran digital akan membantu pemasar untuk menganalisis konsumen dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh dari konsumen secara langsung. Sehingga pemasar bisa memastikan bahwa strategi yang diterapkan sudah relevan dengan bisnis yang dijalankannya.



Gambar 2 Menjelaskan mengenai perbedaan pemasaran tradisional dan digital marketing

Untuk perpindahan ke pemasaran digital, penting bagi pemasar untuk memahami perkembangan pasar digital, dan bagaimana teknologi sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis kita untuk meningkatkan brand dan mendatangkan pelanggan untuk kita. Perkembangan teknologi dan informasi membawa perubahan baru pada kegiatan pemasaran. Pemasaran yang dahulu masih tradisional dengan mengedepankan ruang beralih menjadi pemasaran digital dengan menggunakan aplikasi. Hal ini disebabkan oleh berbagai macam faktor salah satunya adalah kecanggihan teknologi dan pergeseran gaya hidup masyarakat. (Pitasari et al., 2023) Semakin banyak target pasar yang menggunakan teknologi maka semakin mudah pemasar untuk meneliti, mengevaluasi, menganalisis sebuah produk atau jasa yang dikonsumsi oleh konsumen. Tidak seperti bentuk pemasaran tradisional, pemasaran digital yang memanfaatkan internet sebagai penggerakannya memiliki kelebihan yaitu memperluas jangkauan pemasaran. Dengan menggunakan teknologi digital, pemasar dapat melampaui batas dari geografi dan zona waktu. Maka dari itu selain internet sebagai porosnya, sebagai pemasar juga penting memiliki strategi pemasaran yang jelas untuk membantu pemasar agar tetap fokus, memastikan bahwa kegiatan pemasaran selaras dengan tujuan bisnis dan yang terpenting adalah memastikan bahwa pemasar dapat menargetkan konsumen dengan tepat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

KESIMPULAN

Setelah melakukan sosialisasi mengenai digital marketing di pondok pesantren Raudhatul Irfan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemahaman mengenai sosialisasi marketing adalah peningkatan pengetahuan berkelanjutan sekaligus untuk mengukur kemampuan mengenai pengetahuan digital marketing dan media online yang digunakan. Sosialisasi ini dilakukan dengan tujuan dapat mengetahui gambaran secara umum mengenai digital marketing dan media online yang digunakan dalam melakukan pemasaran secara online serta bisa dilakukan sejak masa pengenalan lingkungan sekolah, agar mereka dapat memahami pertumbuhan teknologi yang semakin berkembang dapat dimanfaatkan oleh kita jika kita memiliki cita-cita atau mimpi menjadi seorang calon pebisnis, mereka dapat belajar dan mempersiapkan diri untuk mengetahui dasar-dasar atau strategi untuk bisa sukses dalam melakukan penerapan digital marketing. Sosialisasi ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan semangat kepada murid-murid bahwa digital marketing sangat menguntungkan jika lebih di perdalam lagi dalam mengimplementasikannya.

REKOMENDASI

Rekomendasi yang dapat disarankan dalam kegiatan ini adalah, diperlukannya metode praktikum dalam memberikan materi tambahan mengenai pembuatan SEO, Google ADS, serta konten konten menarik lainnya dalam media sosial, untuk lebih memberikan kesan yang lebih serius dalam pengembangan soft skills pada pemahaman digital marketing, materi tambahan tersebut dapat berguna untuk menambah wawasan dalam pemahaman inti dari sosialisasi digital marketing. Oleh karena itu, metode ini sangat berguna sebagai saran rekomendasi terbaik dalam langkah selanjutnya untuk murid pondok pesantren Raudhatul Irfan.

DAFTAR PUSAKA

- Kadek Rika Febriyanti, N., & Julia Mahadewi, K. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Kopi Di Desa Biaung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan Dan Pendidikan*, 6(1), 5.
- Khoirotunnisa, F., Murtazah, I. B., & Syifani, S. N. (2023). Penerapan Sosialisasi Digital Marketing Dan Pembuatan Marketplac Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Di Kelurahan Pakunden Dan Kelurahan Turi Kecamatan Sukorejo Implementation Of Digital Marketing Socialization And Creating Marketplaces As An Effort To In. 2(3).
- Noerrachman, R., Berry, Y., & Hastuti, I. P. (2022). PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN EKONOMI KELUARGA. *Jurnal An-Nizām, Jurnal Bakti Bagi Bangsa*.
- Pitasari, D. N., Serang, U., Hukum, I., Serang, U., & Pitasari, D. N. (2023). Vol 2 No 1 Februari 2023 P ELATIHAN PEMASARAN BERBASIS APLIKASI DIGITAL UNTUK MAHASISWA KKN Abstraksi. 2(1), 1–4.
- Purba, E., Trianovie, S., & Syuhada, S. (2023). Penyuluhan UMKM Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 59–62. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v3i2.136>
- Setyo Budiwitjaksono, G., Rizky Chairinnisa, A., Indah Nurcahyani, D., Delia Rossa Nicolas, D., & Pandya, T. (2023). Sosialisasi Pentingnya Digital Marketing Sebagai Salah Satu Strategi dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Turi Kota Blitar. *JIPM : Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 79–88. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i2.201>

- Situmorang, H. F., & Pattimura, U. (2023). SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DI SEKOLAH SMKN 6 MALUKU TENGAH Kegiatan Sosialisasi terkait Penggunaan Digital Marketing Untuk Membantu Para Pebisnis. 1, 101–105.
- Susilo, J. H., Eliana, A., Putri, E. Y., & Fauziah, A. P. (2022). Pendampingan Digital Marketing Dan Legalitas Usaha Untuk Meningkatkan Kuantitas Penjualan Umkm. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 6(1), 93–110. <https://doi.org/10.30737/jaim.v6i1.3331>
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57–68. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.915>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (n.d.). *Digital Marketing*.