

**PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING, PEMASARAN YANG EFEKTIF OLEH
PESERTA DIDIK SMK AL-MANAR, CIBENTANG KECAMATAN CISEENG,
KABUPATEN BOGOR**

¹⁾Cornelia Dumarya Manik, ²⁾Theobaldus Boro Tura, ³⁾Agus

¹⁻³ Dosen Prodi Manajemen S-1

cornelia00720@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan Dilaksanakannya Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Adalah Untuk Membantu Para Peserta Didik Dalam Mempromosikan Produk Posisi Sekolah Al-Manar Di Al-Manar yang ada Di Jl. Amd Cibentang No.184, Cibentang, Ciseeng, Bogor Memiliki Banyak Potensi Dan Produk Yang Dihasilkan Masyarakatnya. Peserta Didik Sekolah Al-Manar Melakukan Pemasaran Produknya Secara Konvensional Dan Belum Melakukan Pemasaran Produk Melalui *Digital marketing*. Dalam Hal Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Bertujuan Untuk : Memberikan Wawasan Tentang Konsep *Digital marketing* selain itu juga PKM memberikan informasi tentang Produk-Produk Teknologi Yang Digunakan Untuk Memberikan Pelatihan Dan Simulasi Tentang Penggunaan Media Digital Dalam Pemasaran Produk, Menyusun Pesan Persuasif Efektif, Dan Memberikan Solusi Untuk Mewujudkan Peserta Didik Sekolah Al-Manar untuk Mempromosikan Produk Melalui Media Digital. Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Dimulai Dengan Tahap Persiapan Dan Survei Lapangan. Tahap Survei Ini Dimulai Dengan Berdiskusi Langsung Bersama Peserta Didik SMK Di Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor Untuk Mengidentifikasi Kebutuhan, Peluang, Dan Tantangan Yang Dihadapi Oleh Para Peserta Didik Sekolah Al-Manar. Kemudian, Tahap Sosialisasi Dan Pelatihan Dilakukan Oleh Tim. Pada Tahap Ini Ada Lima Hal Yang Dilaksanakan Oleh Tim Pengabdian, Yaitu (1) Menjelaskan Bagaimana Cara Menggunakan *Digital marketing* dan Pemasaran yang lebih efektif. Yang Menarik, (2) Mencari Lokasi Yang Strategis Bagi Peserta Didik (3) Membuat Konten Promosi Yang Mudah Di Ingat Oleh Peserta Didik (4). Dan Bagaimana Cara Mendistribusikan Produk Sehingga Bisa Sampai Ke Pelanggan. (5). Pemasaran Online. Hasil Dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Sebagai Berikut: Pengetahuan Peserta Didik Dalam Hal Ini Peserta Didik SMK Al- Manar Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor Mengenai Manajemen Pemasaran Sebelum Kegiatan Pkm Mayoritas Berada Di Kategori Kurang Memahami. Setelah Kegiatan Pkm Dilaksanakan Dan Pemaparan Materi Disampaikan, Diketahui Bahwa Pengetahuan Peserta Mengenai Manajemen Pemasaran Setelah Disampaikan Semakin Meningkatkan.

Kata Kunci: *Digital marketing, Pemasaran Yang Efektif .*

ABSTRACT

The purpose of implementing this community service is to help students in promoting the products of the position of Al-Manar School in Al-Manar on Jl. Amd Cibentang No.184, Cibentang, Ciseeng, Bogor has a lot of potential and products produced by the community. Students of Al-Manar School do conventional marketing of their products and have not done product marketing through digital marketing. This community service activity aims to: Providing insight into the concept of digital marketing and technological products used for product marketing, , providing training and simulation on the use of digital media in product marketing, compiling effective persuasive messages, and providing solutions to realize al-Manar School students to promote products through digital media. This method of community service activities begins with the preparatory stage and field surveys. This survey phase begins with a direct discussion with SMK students in Ciseeng Village, Ciseeng District, Bogor Regency to identify the needs, opportunities, and challenges faced by al-Manar School students. Then, the socialization and training stage is carried out by the team. At this stage there are five things implemented by the service team Namely (1) Explaining How to Use Digital marketing and Marketing more effectively Interestingly, (2) finding a strategic location for students (3) creating promotional content that is easy for students to remember (4). And how to distribute the product so that it can get to the customer. (5). Online Marketing. The results of this community service activity are as follows: Students' knowledge in this case students of SMK Al- Mahar Ciseeng, Kec Ciseeng, Bogor Regency regarding marketing management before Pkm activities are mostly in the category of not understanding. After the PKM activity was carried out and the presentation of the material was delivered, it was known that the participants' knowledge of marketing management after it was delivered increased.

Keywords: *Digital marketing, effective marketing*

PENDAHULUAN

Pesantren Adalah Asrama Tempat Santri Atau Tempat Murid-Murid Belajar Mengaji Dan Sebagainya. Akan Tetapi Sektor Sekolah Al-Manar belum Bisa Bertahan dengan Jumlah siswa SMK yang lebih dari target. Sebagian Besar Sekolah Al-Manar memproduksi Barang Konsumsi Dan Jasa-Jasa Dengan Elastitas Permintaan Terhadap Pendapatan Yang Rendah. Kedua Sebagian Besar Sekolah Al-Manar Tidak Mendapatkan Modal Dari Bank dengan jumlah besar. Ketiga Sekolah Al-Manar Mempunyai Modal Yang Terbatas Dan Pasar Yang Bersaing. Keempat Reformasi Menghapuskan Hambatan-Hambatan Di Pasar, Proteksi Industri HUU Dihilangkan, Sekolah Al-Manar Mempunyai Pilihan Lebih Banyak Dalam Pengadaan Bahan Baku, Akibatnya Biaya Produksi Turun Dan Efisiensi Meningkat. Kelima Dengan Adanya Krisis Ekonomi Yang Berkepanjangan Menyebabkan Sektor Formal Banyak Menghentikan Pekerja-Pekerjanya, Para Penganggur Tersebut Melakukan Kegiatan Usaha Yang Umumnya Berskala Kecil Yang Mengakibatkan Jumlah Sekolah Al-Manar Meningkat, (Pratomo Dan Soejoedono, 2004:24).

Peserta Didik SMK Al Mahar , Kec Ciseeng,Kab Bogor Memiliki Banyak Potensi Desa Dan Produk Yang Dihasilkan

Oleh Masyarakatnya. Para Pelaku (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Pesantren Di Peserta Didik Di Desa Ciseeng, Kec Ciseeng,Kab Bogor Masih Melakukan Pemasaran Produk Secara Konvensional. Para Peserta Didik Sekolah Al-Manarseharusnya Dapat Memanfaatkan Media Promosi Konvensional Dan Berkolaborasi Dengan Pemasaran Melalui Media Digital, Sehingga Para Peserta Didik Sekolah Al-Manar lebih Maksimal Dalam Memasarkan Produk. Hingga Tahun 2021 Ini, Belum Ada Data Yang Menunjukkan Para Peserta Didik Sekolah Al-Manardi Desa Paguyuban Melakukan Pemasaran Produk Melalui *Digital marketing*. Hal Ini Perlu Menjadi Perhatian Kita Di Tengah Kemajuan Teknologi Dan Informasi Yang Sedang Berkembang Saat Ini.

Strategi *Digital marketing* Atau Pemasaran Online Saat Ini Sangat Penting Dilakukan Di Masa Pandemi Covid 19 Dan Dapat Diyakini Lebih Efektif Serta Efisien Untuk Menjangkau Target Pasar Yang Diinginkan. Para Peserta Didik Sekolah Al-Manardapat Memanfaatkan *Digital marketing* Untuk Memperoleh Peluang Yang Besar, Sehingga Dapat Mengekspansi Penjualan Produk Mereka Melalui Media Digital. Para Peserta Didik Sekolah Al-Manar perlu Memanfaatkan Berbagai Cara Untuk Melakukan Promosi Dan Meningkatkan Penjualan

Produk, Salah Satunya Dengan Memanfaatkan Peluang Dan Teknologi Informasi Yang Ada. Media Promosi Digital Menjadi Pilihan Yang Efektif Untuk Peserta Didik Sekolah Al-Manar dalam Mengembangkan Bisnis Dan Menjangkau Pasar Nasional Maupun Internasional. Dengan Menggunakan *Digital marketing*, Pelaku Pesantren. Dapat Menjangkau Calon Customer Yang Lebih Luas Dan Lebih Banyak, Tidak Hanya Terbatas Pada Suatu Wilayah Promosi Saja. *Digital marketing* Dapat Menjangkau Wilayah Yang Lebih Luas Dibanding Pemasaran Secara Konvensional, Sehingga Hal Ini Menjadi Pilihan Yang Solutif Untuk Ekspansi Usaha Para Pelaku Pesantren. Menurut Hendriadi, Sari Dan Padilah (2019), *Digital marketing* Merupakan Salah Satu Usaha Untuk Memasarkan Atau Mempromosikan Sebuah Produk Melalui Media Internet, Agar Dapat Menjangkau Konsumen Maupun Calon Konsumen Dengan Cepat. Media Internet Yang Sekarang Ini Populer Digunakan Untuk Pemasaran Produk Antara Lain *Facebook, Instagram, Shopee* Dan Media Lainnya.

E-Commerce Merupakan Singkatan Dari Electronic Commerce Yang Berarti Sistem Transaksi Dengan Menggunakan Media Elektronik. Rintho (2018:18) Menyatakan Bahwa,

“Ecommerce Dapat Didefinisikan Sebagai Arena Terjadinya Transaksi Atau Pertukaran Informasi Antara Penjual Dan Pembeli Di Dunia Maya”. *E-Commerce* Merupakan Kegiatan Melakukan Transaksi Bisnis Secara Online Melalui Media Internet Dan Perangkat-Perangkat Yang Terintegrasi Dengan Internet. Menurut Jonathan (2013:105), *E-Service*

Quality Didefinisikan Sebagai Perluasan Dari Kemampuan Suatu Situs Untuk Memfasilitasi Kegiatan Belanja, Pembelian, Dan Distribusi Secara Efektif Dan Efisien. E-Commerce Adalah Dampak Dari Adanya Perubahan Perilaku Belanja Masyarakat Yang Dimanfaatkan Untuk Menjadi Sebuah Peluang Bisnis. Indonesia Merupakan Negara Yang Cepat Menerima Adanya Perubahan, Oleh Karena Itu Banyak Sekali Bermunculan E-Commerce Baik Yang Berasal Dari Luar Negeri Maupun Ecommerce Yang Berasal Dari Indonesia. Tujuan Dilaksanakannya Pengabdian Kepada Masyarakat Ini Adalah Untuk Membantu Para Peserta Didik Dalam Mempromosikan Produk Sekolah Al-Manar Di Desa Pagedangan. Adapun Beberapa Hal Yang Dilakukan Oleh Tim Dalam Kegiatan Pengabdian Ini Adalah Memberikan Sosialisasi Pemahaman Bagaimana Cara Melakukan Strategi

Pemasaran Yang Baik Pada Pelaku Sekolah Al-Manar

Solusi yang dapat dilakukan untuk para siswa SMK Al-Manar melakukan “pengenalan model digital marketing dalam mengkomunikasikan dan mengimplementasikan ide bisnis dengan mudah sehingga berdampak pada kemandirian siswa (Studi pada Siswa SMK Al-Manar Cibeuteung Udik, Kec. Ciseeng, Kab. Bogor)” sebagai berikut:

1. Memberikan edukasi berupa pengenalan konsep digital marketing

Definisi bisnis model merupakan metode rasional bagi perusahaan dalam menciptakan, menyampaikan nilai tambah serta menangkap peluang (Osterwalder dan Pigneur, 2009). Dapat diartikan bahwa bisnis model merupakan alat bagi perusahaan untuk mengonsep hal-hal apa yang dimiliki dan dapat dihasilkan oleh perusahaan sehingga dapat diterima oleh konsumennya secara luas.

Joyce dan Paquin (2016) mengungkapkan bahwa bisnis model mampu menjadi alat penunjang bagi perusahaan guna mengupayakan kemampuannya agar tetap eksis melalui pendekatan outside-in atau inside-out. Pendekatan secara outside-in yakni mengeksplorasi peluang guna menciptakan inovasi perusahaan melalui beberapa ide bisnis model, hal

tersebut memungkinkan perusahaan dalam mengembangkan bisnis model yang dimilikinya. Secara sederhana perusahaan mengidentifikasi tantangan eksternal guna memicu potensi internalnya.

Sedangkan pendekatan inside-out merupakan pendekatan yang melibatkan potensi perusahaan saat ini. Dapat diartikan bahwa perusahaan menyesuaikan potensi internalnya untuk mengatasi masalah eksternalnya.

Digital marketing adalah suatu alat bantu guna memudahkan dalam penyelesaian masalah dengan cara digambarkan, memberi visual, memberikan nilai dan merubah model bisnis yang kompleks menjadi sederhana. Konsep ini disajikan pada satu lembar kanvas yang berisi Peta Sembilan Blok dasar yang merujuk pada logika berpikir. Bagaimana bisnis dapat berjalan sesuai harapan dan menghasilkan pendapatan dengan mempertimbangkan komponen-komponen apa saja yang dibutuhkan untuk perencanaan sebuah model bisnis (Fahmi Nurahman, 2019).

2. Menjelaskan cara mengimplementasikan konsep digital marketing

METODE PELAKSANAAN

Metode Kegiatan Yang Digunakan Adalah Bekerjasama Dengan Sekolah Al-Manar Di Pesantren ,Kelurahan Ciseeng,Kecamatan Ciseeng Bogor. Dan Mencari Pemasalahan Yang Ada Di Tempat Tersebut Sehingga Dapat Memberikan Solusi Yang Tepat Dalam Memotivasi Di Pesantren ,Kelurahan Ciseeng,Kecamatan Ciseeng Bogor. Setelah Di Analisis Maka Kami Memberikan Pelatihan Dalam Bentuk Materi Dan Praktek Dalam Mengembangkan Kemampuan Berwira Usaha Dimasa Pandemi Di Pesantren ,Kelurahan Ciseeng,Kecamatan Ciseeng Bogor. Adapun Jadwal Pengabdian Yang Sudah Disepakati Antara Dosen Universitas Pamulang Dengan Di Pesantren ,Kelurahan Ciseeng,Kecamatan Ciseeng Bogor.Yaitu Pada Tanggal 4-6 November 2022 Di Pesantren ,Kelurahan Ciseeng, Kecamatan Ciseeng Bogor. Adapun Metode Yang Digunakan Dalam Kegiatan Ini Adalah Pra Kegiatan,Persiapan Kegiatan,Pelaksanaan Kegiatan. Kegiatan Ini Dilaksanakan Dengan Tahapan-Tahapan Antara Lain:

Tahap Persiapan, Pemantapan Dan Penentuan Lokasi Dan Sasaran juga Evaluasi.



Gambar 1 Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat di SMK Al-Manar 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan PKM yang dilakukan pada tanggal 30 Oktober – 01 November 2022 dengan peserta para siswa/i SMK Al-Manar Cibeuteung Udik-Bogor, bahwa :

1. Kegiatan yang dilaksanakan untuk para siswa/i SMK Al-Manar Cibeuteung Udik-Bogor adalah kegiatan diskusi mengenai pengenalan *Digital marketing, Pemasaran Yang Efektif*
2. Cara Siswa/i SMK Al-Manar Cibeuteung Udik-Bogor mendapatkan wawasan dengan materi yang di peroleh dari dosen-dosen manajemen

Universitas Pamulang mengenai *Digital marketing, Pemasaran Yang Efektif*.

3. Respon dari siswa/i SMK Al-Manar Cibeuteung Udik-Bogor sangat baik, para siswa/i sangat senang dengan adanya PKM dari para Dosen Manajemen Universitas Pamulang, dimana dapat menambah pengetahuan dan memotivasi para siswa/i dalam mencari ide-ide usaha yang dapat mereka terapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

PKM dengan judul Pemanfaatan *Digital marketing, Pemasaran yang Efektif* Oleh Peserta Didik SMK Al-Manar, Cibentang Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor merupakan PKM yang bertujuan untuk memperkenalkan dan memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada para siswa/i SMK Al-Manar mengenai BMC dan juga merupakan wahana bagi dosen untuk mengabdikan keilmuannya.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini diharapkan dapat berkembang lebih luas lagi sehingga para siswa/i dapat mengetahui bagaimana mengatasi permasalahan ketika ide-ide usaha tersebut mereka terapkan dalam kegiatan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Febriyantoro, M. T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *Digital marketing*

Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76

Forka Indonesia. (2021). Community-Based Media Movement During Pandemic Breakout. <https://forka.id/media-movement.html>

Guna, M., Daya, M., Dalam, S., & Asean, M.E. (2013). Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 135–139.

Hendriadi, Ade Andri., Sari, Betha Nurina., & Padilah, Tesa Nur. (2019). Pelatihan *Digital marketing* Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (

Irfanudin, A., Sunardi, D., Sari, R., Imbron, I., & Nariah, N. (2020). Peran Seo Dalam Meningkatkan Reliabilitas Pemasaran Produk Via Media Online Pada Forum Muslimah Depok. *Dedikasi PKM*, 1(1), 21-25. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasiipkm.v1i1.6044>

Irfanudin, A., I Jamil., MF Afandi. (2020). Berbagi Bersama Kaum Dhuafa Binaan Laz Nahwa Nur Yang Terdampak Covid-19. *Jurnal Lokabmas Kreatif*, 1(3), 1-6. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/jlkkkk.v1i3.p1-6.7771>

Kemdikbud.go.id. (2022, Oktober) PKMI 2021 Dibuka, Tumbuhkan Wirausaha Muda Indonesia di Perguruan Tinggi, diakses Oktober 2022, dari <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/02/pkmi-2021-dibuka-tumbuhkan-wirausaha-muda-indonesia-di-perguruan-tinggi>

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. (2016). Retrieved Oct 2022, from http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/08/UU_no_20_th_2003.pdf