

**PENERAPAN STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UNTUK
MENINGKATKAN TINGKAT PARTISIPASI CALON PESERTA DIDIK DI
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA ISLAM TERPADU NURUL AMAL
ISLAMIC BOARDING SCHOOL KOTA TANGERANG SELATAN**

**Yayan Sudaryana, Juhaeri, Anteng Gustiana Dewi, Muhammad Mudzakhir,
Maretno Sibarani, Fauzan Rahman Ismail, Deni Romasturia**

Dosen dan Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang

Email : antenggustiana@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini berjudul Penerapan Strategi *Digital Marketing* untuk meningkatkan Tingkat Partisipasi Calon Peserta Didik Di Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Nurul Amal *Islamic Boarding School* Kota Tangerang Selatan. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis ilmu manajemen dalam penerapan strategi *digital marketing* dalam rangka meningkatkan jumlah partisipan calon peserta didik baru setiap tahunnya. Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung dan diskusi mengenai manajemen pemasaran, peraturan-peraturan yang menyangkut penggunaan media sosial seperti UU ITE, dan strategi digital marketing untuk meningkatkan tingkat partisipasi calon peserta didik baru. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa akan dilakukan pendampingan dalam penerapan strategi pemasaran dengan memaksimalkan penggunaan media sosial yang ada serta aturan yang berkaitan dengan penerapannya untuk meningkatkan tingkat partisipasi calon peserta didik baru di SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.

Kata Kunci: Penerapan, *Digital Marketing*, Guru Nurul Amal *Islamic Boarding School*.

Abstract

This service is entitled Implementation of Digital Marketing Strategy to increase the Participation Level of Prospective Students in Integrated Islamic Junior High School, Nurul Amal Islamic Boarding School, South Tangerang City. The general purpose of this community service activity is to provide training and practical knowledge of management science in implementing digital marketing strategies in order to increase the number of new student participants each year. The method used is the survey method and the delivery of material directly and discussions on marketing management, regulations concerning the use of social media such as the ITE Law, and digital marketing strategies to increase the level of participation of prospective new students. The conclusion of this community service is that there will be assistance in implementing marketing strategies by maximizing the use of existing social media and the rules relating to its application to increase the level of participation of prospective new students at SMPIT Nurul Amal Islamic Boarding School.

Keywords: *Application, Digital Marketing, Teacher Nurul Amal Islamic Boarding School.*

A. PENDAHULUAN

Kepala dinas pendidikan dan kebudayaan kota Tangerang Selatan, Taryono mengakui jumlah sekolah tinggi tingkat SMP Negeri tidak sepadan dengan tingkat SMP berstatus Swasta. Pasalnya, Disdikbud kota Tangsel memiliki catatan ketimpangan fasilitas pendidikan berstatus negeri itu dari data keseluruhan sekolah tingkat SMP yang ada di kota Tangsel. Sekolah SMP di Tangsel berjumlah 179, yang berstatus negeri sebanyak 22 sekolah, dan sisanya berstatus swasta. Sedikitnya sekolah negeri yang tersedia di kota Tangsel menambah panjang daftar minimnya fasilitas pendidikan yang dikelola oleh pemerintah kota Tangsel. Bahkan tak jarang orang tua calon siswa harus rela menyekolahkan anaknya ke sekolah berstatus swasta. Sebab, pihak Disdikbud kota Tangsel justru menyarankan para peserta didik baru untuk lebih memilih menimba ilmu di sekolah berstatus swasta. Tentu kewajiban pemerintah adalah memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu kebutuhan pelayanan pendidikan.

Berdirinya SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang akan menyekolahkan anaknya untuk melanjutkan sekolah tingkat SMP, dimana Yayasan Pendidikan Islam Nurul Amal ini bergerak dalam bidang pendidikan yang bersifat *boarding school* dimana sekolah ini

memiliki asrama sebagai tempat tinggal siswanya, dan memiliki fasilitas pendidikan yang sudah sesuai standar mulai dari ruang kelas, perpustakaan, laboratorium, beserta tenaga pendidik yang berkompeten dibidangnya masing – masing. SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* merupakan sekolah swasta yang berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Islam Nurul Amal yang berdiri di tahun 2020 berdasarkan akta notaris No.7/02/04/1997, dan memiliki 10 orang siswa. SMP Islam Terpadu Nurul Amal salah satu SMPIT yang bersifat *Boarding School* memiliki fasilitas yang baik dan tenaga didik yang berkompeten dibidangnya sehingga mampu bersaing dengan sekolah SMP lainnya yang ada di Tangerang Selatan.

Diera industri 4.0 dimana ilmu pengetahuan menjadi dasar utama untuk menjalankan suatu usaha yang mudah dilakukan untuk memperkenalkan SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* melalui jaringan internet yang dalam waktu singkat dapat disebar. Digital marketing merupakan salah satu strategi alternatif untuk menyampaikan informasi mengenai SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*. *Digital marketing* merupakan kegiatan *marketing* termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog, website, email, adwords*, ataupun jejaring sosial (ridwaan sanjaya & josua tarigan, 2009:47). Strategi *digital marketing* adalah strategi yang

digunakan para pelaku bisnis dalam memaksimalkan potensi aktivitas *digital marketing* yang sedang dilaksanakan. Setiap pelaku usaha atau instansi memiliki strategi *digital marketing* yang berbeda-beda, disesuaikan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai.

Demi menghemat biaya dalam memperkenalkan sekolah tersebut pihak yayasan dapat melalui jejaring sosial untuk memperkenalkan sekolahnya seperti membuat akun *facebook fanpage*, *instagram official* dan jejaring sosial lainnya yang berisikan tentang kelebihan sekolah tersebut yang didesain semenarik mungkin sehingga membuat daya tarik bagi calon siswa baru. Memanfaatkan jejaring sosial dengan bijak merupakan salah satu penghematan biaya promosi yang dilakukan oleh pihak yayasan untuk memperkenalkan sekolahnya. Seiring dengan perkembangan teknologi *digital* yang sangat cepat, *digital marketing* pun ikut berkembang dengan pesat. Berbeda di era 90an sampai 2000an instansi masih mempromosikan atau memperkenalkan sekolah atau produknya masih menggunakan spanduk, dan brosur/pamflet, sedangkan pada era saat ini *digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang sangat diminati dan berkembang pesat karena lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi, bisa via *youtube*, *instagram*, *facebook*, *tiktok*, dan aplikasi media sosial lainnya. Jika, dalam melakukan promosi masih menggunakan spanduk, ataupun brosur/pamflet sangat banyak

mengeluarkan biaya dan membutuhkan waktu yang banyak.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa *digital marketing* sangat diperlukan untuk mempromosikan atau memperkenalkan/mengiklankan sekolah tersebut sehingga informasi lebih cepat untuk disebar dan tidak membutuhkan waktu serta biaya yang banyak. Namun demikian, pengkajian untuk mewujudkan strategi *digital marketing* di SMPIT Nurul Amal Islamic Boarding School belum dilakukan di yayasan tersebut. Dengan demikian perlu dikaji kembali dalam penerapan strategi *digital marketing* lebih mendalam mengenai aspek-aspek yang perlu diterapkan untuk memperkenalkan sekolah tersebut sehingga dapat meningkatkan peserta didiknya. Untuk mengetahui agar dapat meningkatkan peserta didiknya diperlukan studi kelayakan ditinjau dari aspek teknologi, aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen, aspek lingkungan, dan hukum, serta aspek keuangan.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada lembaga terkait yaitu pengurus SMPIT Nurul Amal Islamic Boarding School dalam hal ini kepala sekolah beserta jajarannya melalui seminar dan sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan tentang memaksimalkan *digital marketing* pada sekolah, sosialisasi UU ITE, UU perlindungan konsumen, UU

perdagangan kaitannya dengan periklanan dengan *digital marketing* yang akan diterapkan disekolah, membaca peluang pasar dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, dan pemanfaatan *digital marketing* dengan memaksimalkan pemanfaatan *website* dan media sosial lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah peserta didik pada SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan di SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* Kel. Pondok Benda Iilir, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan pada bulan Desember 2020. Pembuatan ini akan dibimbing oleh tim pelaksana staf-staf pengajar dari Universitas Pamulang.

Metode pelatihan yang diterapkan berdasarkan solusi atas permasalahan di SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* Kel. Pondok Benda Iilir, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan pada bulan Desember 2020, sebagai berikut :

Metode Pelatihan

Pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman *digital marketing* melalui rangkaian kegiatan identifikasi, pengkajian serta proses belajar yang terencana. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, tim akan melakukan sosialisasi kepada kepala sekolah dan pengurus SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*, tentang meningkatkan implementasi *digital marketing* dengan memaksimalkan *website* sekolah dan

media sosial lainnya, beserta UU ITE, konsumen dan perdagangan.

Rencana yang akan dilakukan untuk kegiatan ini:

- a. Tahap persiapan, Persiapan ini difokuskan dengan menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan ini, studi literatur dan melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk melakukan kegiatan sosialisasi penerapan *digital marketing* dalam rangka meningkatkan tingkat partisipasi peserta didik di SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* di Kel. Pondok Benda Iilir, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan.
- b. Penentuan Lokasi, Pada tahap ini dilakukan kunjungan ke lokasi untuk menentukan tempat (lokasi) pelatihan penerapan *digital marketing* dalam rangka meningkatkan tingkat partisipasi peserta didik.
- c. Kegiatan sosialisasi berupa materi *digital marketing* beserta aturan dan Undang-Undang yang berkaitan dengan penerapan *digital marketing* dalam rangka meningkatkan tingkat partisipasi peserta didik baru di SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.

Jenis luaran yang akan dihasilkan dari masing-masing solusi yaitu memberikan pendampingan terhadap kepala sekolah beserta jajaran SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*, berkaitan dengan memaksimalkan penerapan *digital marketing* dalam upaya meningkatkan tingkat

partisipasi calon peserta didik baru di SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.

Metode Kegiatan: Seminar, Diskusi dan tanya jawab seputar penerapan *digital marketing* dalam rangka meningkatkan tingkat partisipan peserta didik baru.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Banyaknya jumlah SMP swasta di Tangerang Selatan dan sedikitnya jumlah SMP negeri di Tangerang Selatan seharusnya menjadi angin segar bagi sekolah menengah pertama swasta untuk mengisi peluang pasar. Terlebih Berdasarkan data kemendikbud tercatat bahwa total sekolah dasar di tangerang Selatan sebanyak 415 sekolah dengan jumlah lulusan 23 ribu anak yang akan merebutkan 7.000 bangku SMP Negeri di tangerang Selatan pada tahun 2019. Sedangkan di Tangerang Selatan Sendiri terdapat sebanyak 218 sekolah Menengah Pertama swasta. Artinya sebanyak 218 sekolah SMP swasta di Tangerang Selatan memiliki peluang pasar sasaran sebanyak 16 ribu lulusan SD yang mencari sekolah SMP untuk melanjutkan pendidikannya pada tahun 2019.

Tingginya jumlah lulusan SD atau calon peserta didik sekolah menengah pertama tidak sejalan dengan realisasi target penerimaan peserta didik baru di Sekolah Menengah Pertama Nurul Amal *Islamic Boarding School* yang menargetkan penerimaan siswa baru pada tahun 2020 sebanyak 60 kuota siswa yang hanya terealisasi sebanyak 10 siswa. Hal ini bisa dikarenakan

oleh kurangnya tingkat promosi, terlebih dikarenakan SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* tergolong sekolah yang belum lama berdiri. Pemasaran sekolah secara *digital* belum dikelola secara maksimal mengingat SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* belum memiliki *website*, Facebook sekolah, twitter dan sarana media sosial lainnya yang dikelola sendiri sehingga dapat memaksimalkan strategi pemasaran *digital* untuk menjangkau pasar atau masyarakat yang lebih luas. Selain itu kondisi dilapangan dimana banyaknya jumlah SMP swasta di kota Tangerang Selatan sebanyak 218 SMP yang artinya persaingan menjadi semakin ketat. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang *intens* dan mampu menjamah pasar yang lebih luas agar dapat menarik target sasaran calon peserta didik yang lebih banyak lagi. Oleh karenanya, penentuan strategi pemasaran harus dilakukan guna mencapai target kuota peserta didik yang telah ditetapkan sekolah. Untuk menjamah pangsa pasar yang lebih luas dengan pertimbangan biaya yang lebih efisien, maka strategi pemasaran *digital* atau *digital marketing* dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti *website*, *facebook* sekolah, *instagram*, dan *twitter* dinilai menjadi solusi yang tepat.

Berdasarkan permasalahan mitra yang telah dijelaskan diatas, yaitu belum terlaksananya strategi pemasaran yang mampu menjamah pangsa pasar yang lebih luas, serta penambahan jumlah peserta didik baru yang belum signifikan, maka solusi yang ditawarkan mitra adalah :

1. Solusi dan target utama yang akan dicapai adalah dengan mengupayakan bagaimana membantu manajemen dalam mencapai target penerimaan peserta didik baru dengan strategi *digital marketing*.
2. Solusi tersebut dilaksanakan 1 hari dengan memberikan sosialisasi materi *digital marketing*.

Jenis luaran yang akan dihasilkan dari solusi tersebut yaitu memberikan pendampingan terhadap pengurus Yayasan dan SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* beserta jajarannya, berkaitan dengan implementasi strategi *digital marketing* dalam upaya meningkatkan tingkat partisipasi calon peserta didik baru SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* di Kelurahan Pondok Cabe Ilir, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, sehingga para pengurus SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* dapat memaksimalkan pengelolaan media sosial sekolah sebagai penerapan dari strategi *digital marketing* guna meningkatkan jumlah peserta didik baru setiap tahunnya yang berimplikasi pada kemajuan dan perkembangan sekolah.

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu pengurus Yayasan dan kepala sekolah beserta jajarannya melalui sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan penerapan strategi *digital marketing* dalam meningkatkan tingkat partisipasi calon peserta didik baru pada SMPIT Nurul Amal *Islamic*

Boarding School di Tangerang Selatan.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), akan dilaksanakan di Yayasan Pendidikan Islam Nurul Amal, Pondok Cabe Ilir Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten pada bulan Desember 2020. Pelaksanaan PKM ini akan dibimbing oleh tim pelaksana staf-staf pengajar dari Universitas Pamulang.



Gambar 1. Foto Bersama Kelompok 1 mengusung tema Penerapan Strategi Digital Marketing.

Pelatihan yang dirancang untuk mengembangkan strategi *digital marketing* melalui serangkaian kegiatan identifikasi, pengkajian serta proses belajar yang terencana. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, tim akan melakukan sosialisai kepada pengurus Yayasan serta Kepala sekolah beserta jajarannya termasuk guru tentang penerapan *digital marketing* termasuk didalamnya mengelola media sosial sebagai sarana pemasaran sekolah. Adapun metode pelatihannya dengan memberikan penyuluhan selama 1 hari kepada pihak Yayasan Pendidikan Islam Nurul Amal dan kepala sekolah beserta guru dan jajarannya.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Total	Rat-a-Rat-a	Ket.
		5	4	3	2	1			
1	Pemahaman peserta mengenai manfaat <i>Digital Marketing</i> dalam pengembangan bisnis	6	11	4	0	0	86	4.09	Paham
2	Pemahaman peserta mengenai penerapan <i>Digital Marketing</i> yang bisa dilakukan untuk Yayasan Nurul Amal	7	8	6	0	0	85	4.04	Paham
3	Pemahaman peserta mengenai jenis-jenis pemanfaatan <i>Digital Marketing</i>	9	6	6	0	0	87	4.14	Paham
4	Pemahaman peserta mengenai resiko/kekurangan dari pemanfaatan <i>Digital Marketing</i>	6	12	3	0	0	87	4.14	Paham
5	Pemahaman peserta mengenai apa yang bisa mulai dilakukan untuk memanfaatkan strategi <i>Digital Marketing</i>	7	11	3	0	0	88	4.19	Paham
Total		35	48	22	0	0			

memaksimalkan penerapan *digital marketing* di SMP IT Nurul Amal *Islamic Boarding School* yang bertujuan untuk:

- Meningkatkan kesadaran masyarakat luas mengenai keberadaan SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.
- Memberikan informasi mengenai fasilitas dan kualitas pendidikan yang disediakan oleh SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.
- Mengangkat nama sekolah SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School* agar bisa menjadi buah bibir masyarakat.

Materi pelatihan *digital marketing* berpusat pada pemaduan teknik serta pengetahuan dalam psikologi pasar dan teknologi, selain itu akan diberikan juga materi pengantar yang berkaitan teknologi *digital* dan perundang-undangan yang berkaitan dengan *digital marketing*.



Gambar 2. Penyampaian materi oleh pembicara Muhammad Mudzakir, S.E tentang Penerapan Strategi Digital Marketing.

Materi Pelatihan yang akan diberikan berkaitan dengan



Gambar 3. Para Peserta PKM dari Yayasan Pendidikan Islam Nurul Amal.



Gambar 4. Tanya jawab peserta PKM mengenai strategi *Digital Marketing*. Hasil Analisis Deskriptif atas jawaban 21 IKM/UMKM sebagai peserta PKM setelah dilakukan bimbingan teknis terkait dengan pemahaman materi *Digital Marketing* adalah sebagai berikut

Tabel 1. Respon Kuesioner Penyuluhan *Digital Marketing*

Berdasarkan hasil Analisis Deskriptif atas jawaban peserta PKM terhadap materi tersebut, menunjukkan sebagai berikut:

1. Terkait dengan pemahaman peserta mengenai manfaat *Digital Marketing* dalam pengembangan bisnis mencapai 4,09 dengan kategori Paham lebih tinggi bilamana dibandingkan dengan pemahaman sebelumnya yang hanya mencapai 2,92 dengan kategori Cukup Paham. Hal ini berarti adanya peningkatan pemahaman peserta setelah dilakukan pemberian materi melalui kegiatan PKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sesudah pelaksanaan bimbingan teknis melalui kegiatan PKM yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pamulang.

2. Terkait dengan pemahaman peserta mengenai penerapan *Digital Marketing* yang bisa dilakukan untuk Yayasan Nurul Amal mencapai 4,04 dengan kategori Paham lebih tinggi bilamana dibandingkan dengan pemahaman sebelumnya yang hanya mencapai 2,75 dengan kategori Cukup Paham. Hal ini berarti adanya peningkatan pemahaman peserta setelah dilakukan pemberian materi melalui kegiatan PKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sesudah pelaksanaan bimbingan teknis melalui kegiatan PKM yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pamulang.

3. Terkait dengan pemahaman peserta mengenai jenis-jenis pemanfaatan *Digital Marketing* mencapai 4,14 dengan kategori Cukup Paham lebih tinggi bilamana dibandingkan dengan pemahaman sebelumnya yang hanya mencapai 2,12 dengan kategori Tidak Paham. Hal ini berarti adanya peningkatan pemahaman peserta setelah dilakukan pemberian materi melalui kegiatan PKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sesudah pelaksanaan bimbingan teknis melalui kegiatan PKM yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pamulang.

4. Terkait dengan Pemahaman peserta mengenai resiko/kekurangan dari pemanfaatan *Digital Marketing* mencapai 4,14 dengan kategori Paham lebih tinggi bilamana dibandingkan

dengan pemahaman sebelumnya yang hanya mencapai 3,19 dengan kategori Cukup Paham. Hal ini berarti adanya peningkatan pemahaman peserta setelah dilakukan pemberian materi melalui kegiatan PKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sesudah pelaksanaan bimbingan teknis melalui kegiatan PKM yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pamulang.

5. Terkait dengan pemahaman peserta mengenai apa yang bisa mulai dilakukan untuk memanfaatkan strategi *Digital Marketing* mencapai 4,19 dengan kategori Cukup Paham lebih tinggi bilamana dibandingkan dengan pemahaman sebelumnya yang hanya mencapai 2,05 dengan kategori Tidak Paham. Hal ini berarti adanya peningkatan pemahaman peserta setelah dilakukan pemberian materi melalui kegiatan PKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sesudah pelaksanaan bimbingan teknis melalui kegiatan PKM yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pamulang.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

1. Mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat Lanjutan dalam pendampingan terhadap manajemen dalam pengembangan *digital marketing* sebagai upaya meningkatkan pemasaran yang

dilakukan SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.

2. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya akan diberikan sosialisasi tentang UU ITE diantaranya: pencemaran nama baik dan *hoax* atau berita bohong. Sosialisasi tentang UU perdagangan, tentang pihak mana saja yang terlibat dalam suatu bisnis, dan bagaimana hukum perdagangan mempengaruhi industri jasa khususnya di bidang pendidikan.
3. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya akan diberikan ulasan mengenai Undang-undang Perlindungan Konsumen, menjelaskan hak-hak konsumen, mengapa konsumen butuh perlindungan dan kaitannya undang-undang tersebut dengan pelayanan pendidikan yang diterima konsumen dari SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.
4. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya akan diberikan penjelasan mengenai Peraturan Menteri Perdagangan mengenai kegiatan pengiklanan dalam kaitannya dengan *digital marketing* yang akan diterapkan di SMPIT Nurul Amal *Islamic Boarding School*.
5. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya akan dilakukann sosialisasi tentang model marketing dalam mengidentifikasi dan mengenal target konsumen.

6. Memaksimalkan pemanfaatan *digital marketing* dengan memperbaiki *website* resmi sekolah dan penggunaan media sosial lainnya.

2. Saran

1. Penerapan digital marketing tidak terbatas pada penggunaan *Website* saja, melainkan ada berbagai media sosial yang bisa digunakan secara gratis dan agar memberikan manfaat yang signifikan sesuai target yang diharapkan, maka pengelolaannya harus dilakukan secara maksimal dan berkelanjutan. Misalnya dengan penggunaan media sosial *facebook*, *twitter*, *Youtube*, *instagram* dan lain sebagainya. Pemasaran melalui media sosial yang umum di masyarakat seperti yang telah disebutkan, diharapkan mampu menciptakan penyebaran informasi yang lebih luas kepada lapisan masyarakat sebagai potensi pasar atau yang biasa disebut sebagai calon peserta didik baru.
2. Agar penerapan digital marketing ini sesuai dengan aturan dan tidak melanggar UU ITE yaitu berkaitan dengan penyebaran berita Hoax/bohong, dan pencemaran nama baik serta tidak melanggar UU perlindungan konsumen yang berakibat pada pelanggaran tindak pidana.
3. Agar manajemen sekolah mampu mengidentifikasi dan mengenal target

konsumen sehingga lembaga sekolahkan hadir dengan layanan sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan sehingga hal ini mampu menarik pangsa pasar dan meningkatkan tingkat partisipasi calon peserta didik baru, maka diperlukan upaya segmentasi, targeting, dan promosi yang dilakukan oleh manajemen sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bruner, Gordon.(2009). *Marketing scales handbook*. Carbondale: USA.
- Dua Puluh Tiga Ribu Lulusan SD Tangsel Berebut 7.000 Kursi SMP Negeri.melalui<https://nusantara.edcom.id/jawa-barat/peristiwa-jabar/eN4RvE3k-23-ribu-lulusan-sd-tangsel-berebut-7-000-kursi-smp-negeri>. Diakses pada 18 November 2020, pukul 15;51 WIB.
- Evans, Dave and Jake Mckee, 2010, *Sosial Media Marketing, Indianapolis, Wiley Publisng, Inc.*
- Jumlah Data Satuan Pendidikan (Sekolah) Per Kabupaten/Kota : Kota Tangerang Selatan.<https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index>. Diakses pada 18 November 2020, pukul 15:49 WIB
- Kelly, et all (2010). *Avoidance of advertising in social networking sites: The teenage perspective. Journal of Interactive Advertising, 10(2), 16–27.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*,

- 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). *Social media: The new hybrid element of the promotion mix. Business Horizons*, 52, 357–365.
- Pelayananpublik.id (2019, 05 Agustus) Pengertian Yayasan, Tujuan, Syarat, dan Cara Mendirikannya. <https://pelayananpublik.id/2019/08/05/pengertian-yayasan-tujuan-syarat-dan-cara-mendirikannya/>. Diakses Pada 16 November 2020, pukul 18:58 WIB.
- Pengertian Digital Marketing. <https://www.dosenpendidikan.co.id/digital-marketing-adalah/>. Diakses pada 07 Januari 2021, pukul 15:18 WIB.
- Sahroni, S., Susanto, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Apriansyah, M. (2020). Penumbuhan Wirausaha Baru Pada Majelis Da'wah Al'adni. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan, 2009. *Creative Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- UU no. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan.
- UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sebagaimana telah diubah oleh UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
- Pengertian, Kelebihan, jenis, dan Strategi *Digital Marketing*. <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>. Diakses pada 07 Januari 2021, pukul 15:16 WIB.
- Puspaningrum, C., Susanto, S., & Darusman, Y. M. (2020). Kedudukan Penerimaan Negara Bukan Pajak Dari Biaya Hak Penggunaan Spektrum Frekuensi Radio Dalam Restrukturisasi Utang Dalam Putusan Hakim (Analisis Putusan Nomor 126/Pt. Sus. PKPU/2018 Jkt Pst jo Nomor 136K/Pdt-Sus-Pailit/2019 jo Nomor 103 PK/Pdt. Sus-Pailit/2019). *Jurnal Lex Specialist*, 1(1).
- Santoto (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis Vol 11*, No. 1 2017.
- Susanto, S., Duddy Dinantara, M., Sutoro, M., & Iqbal, M. (2019). Pengantar Hukum Bisnis.
- Veritia, V., Lubis, I., Priatna, I. A., & Susanto, S. (2019). Teori Ekonomi Makro.
- Wartakota.tribunnews.com (2020, 25 Juni) Jumlah SMP Negeri Kota Tangsel Tak Mencukupi, Disdikbud Kota Tangsel Enggan Bangun Sekolah Baru. <https://wartakota.tribunnews.com/2020/06/25/jumlah-smp->

negeri-kota-tangsel-tak-
mencukupi-disdikbud-kota-
tangsel-enggan-bangun-sekolah-
baru.Diakses Pada 16 November
2020, pukul !3.06 WIB.

Yanto, O., Susanto, S., Nugroho, A.,
Santoso, B., & Gueci, R. S.
(2020). Sosialisasi Kekayaan

Intelektual Guna
Menumbuhkembangkan Usaha
Dalam Rangka Menghadapi
Persaingan Global Pada Revolusi
4.0. *Abdi Laksana: Jurnal
Pengabdian Kepada
Masyarakat, 1(2).*