

Adaptasi Digital Marketing Dalam Mengatasi Hambatan Globalisasi Pada Bisnis Lokal

Widia Astuti¹, Ronal Ginting¹; Fairly Rasyah²; Muhammad Bintang Pranaya³

Mahasiswa Dan Dosen Program Studi Manajemen dan Fakultas Ekonomi Bisnis
Universitas Pamulang

e-mail: Dosen01265@unpam.ac.id, ronalginting431@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Pamulang pada 2 Desember 2024 mengangkat tema *Adaptasi Digital Marketing dalam Mengatasi Hambatan Globalisasi pada Bisnis Lokal*. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para pelaku bisnis lokal mengenai pentingnya digital marketing dalam menghadapi tantangan globalisasi yang semakin kuat. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan wawasan tentang berbagai aspek digital marketing, termasuk pemanfaatan platform digital, optimasi situs web, serta penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk dan meningkatkan jangkauan pasar. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi presentasi interaktif, workshop, dan diskusi untuk memberikan keterampilan langsung kepada peserta. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang cara-cara untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal, yang diharapkan dapat membantu mereka dalam mengatasi hambatan yang muncul akibat globalisasi dan memperkuat daya saing bisnis mereka.

Kata Kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat, Digital Marketing, Globalisasi, Bisnis Lokal.

ABSTRACT

The Community Service Program (PKM) conducted by the Management Study Program of Universitas Pamulang on December 2, 2024, focused on Digital Marketing Adaptation in Overcoming Globalization Barriers for Local Businesses. The program aims to enhance local business owners' understanding of the importance of digital marketing in addressing the challenges posed by globalization. The program was designed to provide insights into various aspects of digital marketing, including the use of digital platforms, website optimization, and social media for product promotion and market reach. Methods employed in the program included interactive presentations, workshops, and discussions to provide participants with hands-on skills. The results of this program showed an improvement in participants' understanding of how to optimally leverage digital technology, which is expected to help them overcome barriers arising from globalization and enhance their business competitiveness.

Keywords: Community Service, Digital Marketing, Globalization, Local Business.

PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis. Salah satu dampak terpenting adalah pergeseran cara bisnis dilakukan, yang kini semakin

bergantung pada teknologi digital. Untuk bisnis lokal, hal ini bisa menjadi tantangan besar. Bisnis lokal sering kali terhambat oleh keterbatasan sumber daya, akses pasar yang terbatas, dan persaingan dari perusahaan besar yang lebih adaptif terhadap perkembangan

teknologi. MA Soebono Mantofani, meskipun berfokus pada pendidikan, juga menghadapi tantangan serupa dalam menerapkan strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak siswa dan meningkatkan citra sekolah di tengah persaingan yang semakin ketat di era globalisasi.

Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran (digital marketing) menjadi salah satu solusi penting untuk mengatasi hambatan globalisasi ini. Digital marketing memungkinkan bisnis lokal untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mengoptimalkan sumber daya yang ada, dan meningkatkan daya saing. Namun, banyak bisnis lokal yang masih kesulitan dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif, terutama dalam memahami dan memanfaatkan platform digital dengan baik.

Dengan demikian, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh Universitas Pamulang bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai digital marketing kepada siswa dan guru di MA Soebono Mantofani. Diharapkan dengan peningkatan literasi digital ini, mereka dapat mengatasi hambatan globalisasi yang dihadapi dan dapat memanfaatkan digital marketing untuk mendukung keberhasilan bisnis lokal, khususnya dalam hal promosi dan peningkatan daya saing.

TUJUAN KEGIATAN

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk:

1. Meningkatkan pemahaman siswa dan guru di MA Soebono Mantofani mengenai konsep dan penerapan digital marketing untuk bisnis lokal.
2. Menyediakan wawasan dan keterampilan praktis dalam menggunakan media digital dan alat pemasaran online untuk mengembangkan bisnis lokal.
3. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh bisnis lokal di MA Soebono Mantofani dan memberikan

solusi melalui strategi pemasaran digital yang inovatif.

4. Mendorong penggunaan teknologi untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan visibilitas bisnis lokal di era globalisasi.

KAJIAN LITERATUR

Menurut Snyder (2019), kajian literatur merupakan metode yang digunakan untuk merangkum dan menganalisis hasil-hasil penelitian sebelumnya. Dalam konteks digital marketing, kajian literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran memiliki banyak keuntungan, seperti meningkatkan efektivitas komunikasi, memungkinkan personalisasi pengalaman pelanggan, serta memudahkan analisis data untuk membuat keputusan pemasaran yang lebih baik. Namun, pelaku bisnis lokal seringkali menghadapi hambatan dalam mengakses teknologi ini, baik karena keterbatasan pengetahuan maupun keterbatasan sumber daya.

Madrasah

Madrasah berasal dari istilah bahasa Arab yang berarti sekolah. Kata "madrasah" sendiri merupakan bentuk keterangan tempat (zharaf makan) dari kata dasar "darasa", yang artinya adalah "tempat untuk belajar" atau "tempat memberikan pelajaran". Dari akar kata "darasa", juga muncul kata "midras" yang merujuk pada "buku yang dipelajari" atau tempat untuk belajar. Dalam bahasa Indonesia, "madrasah" sering diartikan sebagai "sekolah". Namun, meskipun kata "sekolah" dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa asing seperti "school" atau "scola", madrasah di Indonesia tidak hanya dipahami sebagai sekolah umum, melainkan lebih sering dihubungkan dengan sekolah yang memiliki fokus agama.

Oleh karena itu, istilah madrasah tidak hanya berarti sekolah dalam pengertian terbatas, tetapi juga bisa merujuk pada berbagai tempat lain seperti rumah, istana, kuttab, perpustakaan, surau, masjid, dan sebagainya. Bahkan, seorang ibu pun sering

disebut sebagai madrasah pertama bagi anak-anaknya.

Digital Marketing

Digital marketing adalah suatu pendekatan yang menggunakan internet dan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), digital marketing memungkinkan bisnis untuk berinteraksi dengan konsumen melalui berbagai platform online, seperti situs web, email, dan media sosial. Platform-platform ini menawarkan banyak manfaat bagi bisnis, termasuk kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Dengan memanfaatkan digital marketing, bisnis lokal dapat memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih besar, bahkan hingga ke pasar internasional.

Pengabdian Kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat adalah salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk memberikan manfaat langsung bagi masyarakat dengan cara mengaplikasikan ilmu pengetahuan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Suharto (2016) menjelaskan bahwa pengabdian kepada masyarakat memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui berbagai program yang berbasis pada riset dan teknologi. Dalam hal ini, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk menerapkan hasil riset dan ilmu yang dimiliki untuk mendukung pengembangan sosial dan ekonomi masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian aksi partisipatif (Participatory Action Research/PAR). Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

1. **Observasi dan Pemetaan Kondisi Digital Marketing**
Menganalisis sejauh mana MA Soebono Mantofani sudah menggunakan teknologi digital dalam pemasaran dan promosi.
2. **Focus Group Discussion (FGD)**
Diskusi dengan kepala sekolah dan siswa mengenai tantangan dan peluang yang ada dalam pemasaran bisnis lokal melalui digital marketing.
3. **Implementasi Workshop dan Pelatihan**
Memberikan pelatihan praktis mengenai penggunaan media sosial, optimasi website, dan penggunaan alat digital untuk memasarkan produk atau layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari hasil observasi dan FGD, beberapa temuan utama terkait hambatan yang dihadapi oleh MA Soebono Mantofani dalam menerapkan digital marketing untuk bisnis lokal adalah sebagai berikut:

1. Siswa dan guru sudah terbiasa menggunakan teknologi, namun pemahaman mereka mengenai penggunaan teknologi untuk pemasaran masih terbatas.
2. Penggunaan media sosial lebih dominan untuk hiburan dan jejaring sosial, bukan untuk tujuan pemasaran atau promosi bisnis.
3. Kurangnya keterampilan dalam menggunakan alat digital yang lebih canggih untuk mendukung kegiatan promosi dan pemasaran.

Pembahasan

Hambatan utama yang dihadapi oleh MA Soebono Mantofani adalah rendahnya literasi digital, kurangnya integrasi teknologi dalam proses pembelajaran, dan keterbatasan dalam pemasaran digital. Namun, tantangan ini juga membuka peluang besar bagi MA

Soebono Mantofani untuk mengadopsi digital marketing dalam meningkatkan daya saing.

Tantangan

1. Rendahnya Literasi Digital Secara Optimal
2. Minimnya Integrasi Teknologi dalam Pembelajaran
3. Keterbatasan dalam Pemasaran Digital

Peluang

Berikut adalah beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis lokal di MA Soebono Mantofani dalam menghadapi tantangan globalisasi melalui adaptasi digital marketing:

1. Peningkatan Akses Pasar yang Lebih Luas
Digital marketing memungkinkan bisnis lokal untuk menjangkau audiens lebih luas, baik secara regional maupun internasional, dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran tradisional.
2. Personalisasi Pengalaman Pelanggan
Dengan memanfaatkan data pelanggan, bisnis dapat membuat kampanye pemasaran yang lebih personal dan relevan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Pemasaran Berbasis Data
Digital marketing memungkinkan analisis data real-time untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, membuat keputusan berbasis data yang lebih efektif.
4. Meningkatkan Visibilitas melalui SEO dan Media Sosial
Dengan menggunakan teknik SEO dan media sosial, bisnis lokal dapat meningkatkan visibilitas online, mempermudah calon pelanggan menemukan produk atau layanan mereka.
5. Interaksi Langsung dengan Konsumen
Media sosial memungkinkan bisnis untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, memberikan feedback, dan membangun hubungan yang lebih dekat dan personal.

Strategi Optimalisasi

1. Penyuluhan dan pelatihan tentang pentingnya literasi digital dan cara mengaplikasikannya dalam pemasaran.
2. Penerapan platform pembelajaran digital yang lebih interaktif untuk meningkatkan keterampilan teknis siswa dan guru.
3. Pemanfaatan media sosial dan optimasi website untuk mempromosikan kegiatan sekolah, memperkenalkan program pendidikan, dan meningkatkan jangkauan pasar.
4. Mengintegrasikan pemasaran berbasis data untuk menargetkan audiens yang lebih tepat dan relevan.

KESIMPULAN

Kegiatan PKM di MA Soebono Mantofani telah berhasil meningkatkan pemahaman mengenai digital marketing dan mengidentifikasi strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan globalisasi pada bisnis lokal. Melalui penyuluhan, diskusi, dan workshop praktis, peserta mendapatkan keterampilan untuk mengoptimalkan penggunaan media digital dalam mendukung promosi dan pemasaran.

Ke depannya, diharapkan MA Soebono Mantofani dapat mengimplementasikan strategi digital marketing secara lebih efektif untuk memperluas jangkauan, meningkatkan daya saing, serta membangun citra positif sebagai institusi pendidikan yang relevan di era globalisasi.

REFERENSI

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Momprenneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.
- Hakim, L., Putri, I. S., Pasaribu, V. L. D., & Tobroni, M. (2026). Public Speaking for Teens: Sharpens Self-Confidence and Effective Communication Skills. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 28-35.
- Kushermanto, S., Pasaribu, V. L. D., & Aulia, N. M. (2026). Building Cooperation and Leadership Through Youth Team Building Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 36-43.
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley
- Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.
- Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.
- Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan

Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Program Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Adiputra, B., Oktaviani, D., & Ramdonih, F. (2026). Financial Health in the Digital Era: Gen Z Financial Literacy to Combat a Consumptive Lifestyle. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 66-70.

Pasaribu, V. L. D., Rahmah, A., Fitri, L., & Rommadon, R. (2026). Digital Marketing as a Means of Career Opportunities and Entrepreneurship. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 52-58.

Pasaribu, V. L. D., Saputra, B., Alayya, F., & Utami, R. D. (2026). Boosting Self-Confidence Through Public Speaking: A Youth Workshop. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 71-76.

Pasaribu, V. L. D., Rahayu, A., Septianti, A., & Wirana, A. P. (2026). Measuring Digital Content and Campaign Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 44-51.

Pasaribu, V. L. D., Fadilah, R., Purwanti, A., & Amelia, N. (2026). The Importance of Soft Skills for Teenagers in the Modern Era: Challenges and Opportunities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 11-18.

Pasaribu, V. L. D., Wijohandoko, T., Yanuarso, B. P., & Tumanggor, M. (2026). Optimizing Micro-Business Financial Management in Benda Baru Subdistrict Through Financial Management Training. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 01-10.

Pasaribu, V. L. D., Anggelita, A. Y., Putri, A. N., Wiyadi, A., & Fatonah, D. (2026). Counseling on Cultivating an Entrepreneurial Spirit in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 19-27.

Pasaribu, V. L. D., Witjaksono, M. G., Khoerunnisa, D., & Maharani, N. (2026). Social Media Ethics at the Wisma Karya Bakti Orphanage. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Sulistyawati, R., Tupamahu, J., & Sabila, S. (2026). The Role of Soft Skills in Shaping Students' Leadership and Social Responsibility in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Zalukhu, M., & Akbar, I. M. (2026). Smart and Responsible Leadership

of Vocational High School Students in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 181-190.

Pasaribu, V. L. D., Hermanto, H., Bidaya, Y., & Buulolo, R. (2026). Leadership Transformation Strategies to Strengthen the Responsibility and Character of Vocational High School Students in the Society 5.0 Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 211-220.

Pasaribu, V. L. D., Priyanto, G., Ndruru, K., & Indrawan, J. (2026). Leadership Camp Era 5.0: Developing Leadership and Social Responsibility in Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 191-199.

Suharto, H. (2016). *Pengabdian kepada masyarakat dalam kerangka Tri Dharma Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

DOKUMENTASI KEGIATAN



