

## **Strategi Pemasaran Berkelanjutan Untuk Sekolah Tk Islam: Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melalui Pendekatan Digital**

<sup>1)</sup> Ahmad Maulana Irfanudin, <sup>2)</sup> Amirudin, <sup>3)</sup> Diana Azwina

<sup>1,2,3</sup> Dosen Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang  
*E-mail*: dosen01868@unpam.ac.id

### **Abstrak**

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran digital yang berkelanjutan bagi TK Islam Al-Kamal, Kedaung-Pamulang, guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan keunggulan sekolah tersebut. Dalam era digital yang semakin berkembang, sekolah-sekolah dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi yang efektif. Salah satu permasalahan yang dihadapi TK Islam Al-Kamal adalah minimnya keterampilan dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan menarik minat calon siswa. Oleh karena itu, melalui PKM ini, dirancang sebuah program pelatihan pemasaran digital yang komprehensif untuk membekali staf sekolah dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola media sosial, membuat konten kreatif, serta mengoptimalkan situs web sekolah. Metode pelaksanaan PKM ini terdiri dari beberapa tahap, dimulai dengan pertemuan awal untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, survei preferensi masyarakat, hingga pelaksanaan pelatihan selama lima hari berturut-turut. Pelatihan ini mencakup berbagai topik seperti manajemen media sosial, pembuatan konten digital, optimasi situs web, dan analisis kampanye pemasaran. Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas program dan penerapannya dalam strategi pemasaran sekolah. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah terwujudnya strategi pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap TK Islam Al-Kamal, memperluas jangkauan calon siswa, serta meningkatkan jumlah pendaftar di masa mendatang.

**Kata kunci:** digital marketing, sekolah, berkelanjutan.

### **Abstract**

*This Community Service (PKM) aims to improve sustainable digital marketing strategies for TK Islam Al-Kamal, Kedaung-Pamulang, in order to increase public awareness of the existence and excellence of the school. In the increasingly developing digital era, schools are required to be able to utilize digital technology as an effective promotional media. One of the problems faced by TK Islam Al-Kamal is the lack of skills in utilizing digital platforms to increase visibility and attract prospective students. Therefore, through this PKM, a comprehensive digital marketing training program was designed to equip school staff with the knowledge and skills in managing social media, creating creative content, and optimizing the school website. The implementation method of this PKM consists of several stages, starting with an initial meeting to identify partner needs, a survey of community preferences, to implementing training for five consecutive days. This training covers various topics such as social media management, digital content creation, website optimization, and marketing campaign analysis. After the training, an evaluation was conducted to assess the effectiveness of the program and its application in the school's marketing strategy. The result of this PKM activity is the realization of an effective and sustainable digital marketing strategy, which can ultimately increase public awareness of Al-Kamal Islamic Kindergarten, expand the reach of prospective students, and increase the number of registrants in the future.*

**Keywords:** digital marketing, school, sustainability.

## **PENDAHULUAN**

Peningkatan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang,

termasuk sektor pendidikan. Dalam era digital ini, sekolah-sekolah mulai menghadapi persaingan yang ketat, tidak hanya dalam hal kualitas pendidikan, tetapi juga dalam menarik perhatian orang tua dan calon siswa. Institusi pendidikan dituntut untuk aktif memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran yang efektif, mengingat masyarakat modern sering mengandalkan informasi dari media digital untuk membuat keputusan, termasuk keputusan pendidikan bagi anak-anak mereka. Sekolah yang mampu memanfaatkan media digital dengan baik cenderung mendapatkan visibilitas lebih tinggi dan lebih mudah menarik calon siswa, terutama ketika strategi pemasarannya terstruktur dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

TK Islam Al-Kamal merupakan lembaga pendidikan yang memiliki potensi besar dalam memberikan pendidikan berbasis Islam kepada anak-anak usia dini di kawasan Kedaung-Pamulang. Namun, meskipun memiliki keunggulan dalam hal kurikulum berbasis nilai-nilai Islam dan pendekatan pengajaran yang kreatif, TK Islam Al-Kamal belum mampu memaksimalkan potensi tersebut melalui strategi pemasaran yang efektif. Hal ini membuat sekolah tersebut kurang dikenal oleh masyarakat sekitar, terutama di era digital di mana informasi mudah diakses melalui internet. Akibatnya, sekolah ini mengalami kesulitan dalam meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru secara signifikan.

Sebagai bentuk solusi atas permasalahan ini, program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dirancang khusus untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital TK Islam Al-Kamal dilaksanakan oleh tim pengabdian. Program PKM ini bertujuan untuk membantu sekolah mengembangkan strategi pemasaran digital yang komprehensif dan berkelanjutan. Melalui serangkaian pelatihan, tim PKM berupaya membekali staf sekolah dengan keterampilan dalam mengelola media sosial, membuat konten digital yang menarik, serta meningkatkan kualitas situs web sekolah agar lebih informatif dan interaktif. Langkah-langkah ini diharapkan dapat membantu TK Islam Al-Kamal menjangkau lebih banyak calon siswa dan orang tua, sehingga dapat meningkatkan jumlah pendaftar di setiap tahun ajaran baru.

Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah untuk memberikan pengetahuan dasar serta praktik keterampilan pemasaran digital kepada tim internal TK Islam Al-Kamal, sehingga mereka mampu memanfaatkan berbagai platform digital sebagai media promosi sekolah. Dalam pelaksanaannya, tim PKM mengadakan serangkaian pelatihan selama lima hari berturut-turut dengan materi yang telah disesuaikan dengan kebutuhan sekolah. Materi yang diberikan mencakup manajemen media sosial, pembuatan konten kreatif seperti infografis dan video, optimasi situs web sekolah, serta teknik analisis kampanye pemasaran digital. Setiap hari, peserta akan mempelajari topik yang berbeda agar pemahaman yang diperoleh lebih mendalam

dan dapat langsung diterapkan dalam praktik.

Selain untuk meningkatkan visibilitas sekolah di kalangan masyarakat sekitar, PKM ini juga bertujuan untuk membantu TK Islam Al-Kamal memposisikan diri sebagai lembaga pendidikan yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Dengan memiliki strategi pemasaran digital yang solid, TK Islam Al-Kamal diharapkan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya yang telah lebih dulu menerapkan teknologi digital dalam kampanye pemasaran mereka. Melalui program ini, sekolah diharapkan dapat memanfaatkan keunggulannya dan menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam yang ditawarkan kepada calon siswa dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

Kesimpulannya, dengan adanya pelatihan ini, TK Islam Al-Kamal dapat membangun kapasitas internal yang diperlukan untuk terus mengembangkan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan. Hasil yang diharapkan dari PKM ini tidak hanya berupa peningkatan jumlah pendaftar, tetapi juga terbangunnya kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan keunggulan TK Islam Al-Kamal. Harapannya, PKM ini tidak hanya membantu sekolah untuk berkembang saat ini, tetapi juga memberikan fondasi yang kokoh bagi pengembangan jangka panjang dalam menghadapi dinamika kebutuhan pendidikan di era digital.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berlangsung selama lima hari, dimulai dari tanggal 25 hingga 29 September 2024, dan dirancang untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital bagi staf TK Islam Al-Kamal. Program ini melibatkan beberapa tahap, mulai dari identifikasi kebutuhan sekolah, survei preferensi masyarakat, hingga pelatihan intensif yang mencakup manajemen media sosial, pembuatan konten digital, pengembangan situs web, dan analisis kampanye pemasaran. Pada hari pertama, peserta akan mempelajari dasar-dasar pemasaran digital, termasuk pentingnya strategi digital, penggunaan media sosial, dan pengenalan alat pemasaran seperti Google Ads dan Facebook Ads. Hari kedua difokuskan pada manajemen media sosial, di mana peserta dilatih untuk mengelola akun media sosial sekolah secara profesional, membuat konten menarik, dan memaksimalkan fitur-fitur engagement. Hari ketiga melanjutkan dengan pelatihan pembuatan konten kreatif menggunakan alat desain grafis sederhana, seperti Canva, dan teknik dasar pembuatan video promosi. Pada hari keempat, peserta akan belajar membangun dan mengoptimasi situs web sekolah, yang mencakup SEO dan fitur pendaftaran online. Hari terakhir diisi dengan pelatihan analisis dan evaluasi kampanye pemasaran digital menggunakan alat seperti Google Analytics dan Facebook Insights, sehingga peserta mampu menilai

efektivitas strategi dan menyusun rencana lanjutan yang lebih efektif. Evaluasi dilakukan pada setiap sesi pelatihan untuk menilai efektivitas kegiatan dan memberikan tindak lanjut yang diperlukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program PKM bertema pemasaran digital di TK Islam Al-Kamal selama lima hari berjalan sesuai rencana dan memenuhi harapan yang ditetapkan. Setiap sesi berhasil membekali peserta dengan pengetahuan dasar dan keterampilan praktis di bidang pemasaran digital, khususnya untuk mendukung kegiatan branding sekolah. Pada hari pertama, peserta mulai memahami pentingnya pemasaran digital dan konsep-konsep dasar yang dihadirkan, sehingga mereka memiliki pondasi kuat dalam menyusun strategi pemasaran digital di bidang pendidikan. Manajemen media sosial pada hari kedua membantu peserta merancang konten yang relevan dan menarik bagi calon orang tua siswa, serta meningkatkan keterlibatan audiens melalui pemanfaatan fitur-fitur media sosial. Pelatihan pembuatan konten kreatif di hari ketiga memberikan wawasan lebih dalam mengenai penggunaan alat desain dan pembuatan video, sehingga peserta mampu memproduksi materi visual yang dapat menarik perhatian audiens.

Selanjutnya, pelatihan pembuatan dan optimasi situs web sekolah pada hari keempat memungkinkan peserta untuk mengelola situs yang user-friendly dan interaktif serta memahami pentingnya SEO dalam meningkatkan visibilitas sekolah di mesin pencari. Pada hari terakhir, analisis pemasaran digital memperkuat kemampuan peserta dalam mengevaluasi efektivitas kampanye yang dilakukan. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kompetensi pemasaran digital peserta, memungkinkan mereka untuk menjalankan dan mengevaluasi strategi pemasaran yang lebih efektif dalam mendukung branding dan menarik minat calon siswa baru.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulannya, program PKM pemasaran digital yang dilaksanakan di TK Islam Al-Kamal selama lima hari telah sukses memberikan pemahaman yang komprehensif kepada peserta mengenai pentingnya strategi pemasaran digital dalam upaya branding sekolah. Mulai dari pengenalan konsep pemasaran digital, manajemen media sosial, pembuatan konten kreatif, hingga optimasi situs web dan analisis pemasaran digital, setiap materi disusun secara sistematis untuk membantu peserta mengembangkan keterampilan yang dapat langsung diaplikasikan dalam kegiatan promosi sekolah. Kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kompetensi peserta dalam memanfaatkan media digital untuk

menarik minat calon siswa dan orang tua. Dengan pelatihan ini, TK Islam Al-Kamal diharapkan dapat memaksimalkan potensi pemasaran digital guna meningkatkan pendaftaran siswa baru dan memperkuat citra sekolah di tengah masyarakat.

Saran yang dapat diberikan adalah agar sekolah melanjutkan pengembangan keterampilan pemasaran digital melalui pelatihan lanjutan secara berkala, guna memperbarui pengetahuan peserta terkait tren dan teknik pemasaran yang berkembang pesat. Selain itu, diharapkan sekolah dapat lebih aktif dalam mempraktikkan strategi-strategi yang telah dipelajari, seperti membuat konten kreatif secara konsisten, mengoptimalkan SEO situs web, dan mengevaluasi kampanye pemasaran digital secara teratur. Dengan langkah-langkah ini, upaya branding sekolah akan menjadi lebih efektif dan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi pengenalan dan daya tarik TK Islam Al-Kamal di tengah persaingan pendidikan yang semakin kompetitif

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Johnston, K., & Mayer, R. (2019). *Digital Marketing*. Pearson.
- Hamid, A. (2018). Islamic Marketing: A Conceptual Framework. *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 115-128.
- Kotler, P. (2016). *Marketing for Higher Education*. Pearson.
- Simon Sinek (2009). *Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. Simon & Schuster.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Whitmore, D. (2016). *Strategic Marketing for Education*. Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2004). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-57.
- Smith, M. K., & Marx, M. (2019). *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. Springer.