

# PENGENALAN FUNGSI DIGITAL MARKETING BAGI SISWA MAN 2 KLATEN

Dixian Bhikuning<sup>1\*</sup>, Hera Wasiati<sup>2</sup>, Indah Putri listyani<sup>3</sup>, dan Guntur B L PratamaAyu<sup>4</sup>

## Ringkasan

Pemasaran digital merupakan strategi untuk mempromosikan produk atau layanan melalui media sosial, yang telah menjadi sangat penting dalam konteks saat ini. Sebelumnya, perubahan signifikan dalam pendidikan di Indonesia dan di seluruh dunia terjadi setelah situasi pasca pandemi yang mengubah cara siswa dan siswi beroperasi. Sekarang, penggunaan platform digital menjadi semakin umum. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Teknologi Digital Indonesia memberikan kesempatan kepada siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten untuk memahami konsep pemasaran digital lebih dalam. Ini tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga penerapannya dalam proses belajar mengajar. PKM diadakan di MAN 2 Klaten, Provinsi Jawa Tengah, dengan tujuan memperluas wawasan siswa dan siswi tentang pemasaran digital. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pandangan tentang cara membangun bisnis di era digital dengan memanfaatkan potensi yang ada di Klaten dan sekitarnya. Dengan demikian, diharapkan siswa dan siswi dapat memberikan kontribusi yang lebih besar, tidak hanya bagi diri mereka sendiri dan keluarga, tetapi juga untuk masyarakat di sekitarnya. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pelatihan dasar-dasar pengetahuan serta membangun mindset yang benar pada digital marketing dengan materi yang dikhususkan untuk membangun mindset para siswa dan siswi bahwa dengan teknik digital marketing akan jauh lebih mudah dan efisien dalam melakukan penjualan produk maupun jasa, misalnya bagaimana cara mengetahui produk atau jasa apa yang sedang trending di daerah tertentu, bagaimana dengan menggunakan digital marketing bisa menjadi lebih mudah dalam memasarkan produk maupun jasa secara lebih luas dan sebagainya. Selain itu akan dilakukan pelatihan dalam menggali mindset positif dari para siswa tentang betapa mudahnya menjual melalui digital marketing.

**Madrasah Aliyah Negeri 2 beralamatkan di Jl. Ki Ageng Gribig, Perak, Ngingas, Bareng Lor, Klaten Utara, Klaten, Jawa Tengah 57438. Madrasah Aliyah 2 Negeri Klaten yang merupakan salah satu Madrasah Aliyah Negeri terkemuka di Indonesia didirikan berdasarkan alih fungsi dari PGAN Klaten dengan SK menteri agama nomor : 64 tahun 1992 pada tanggal 25 April 1990.**

## Keywords

Bisnis di era digital, digital marketing, mindset, Pelatihan pemasaran, platform digital, Strategi pemasaran

**Submitted:** 20/02/24 — **Accepted:** 25/02/24 — **Published:** 09/03/24

<sup>1-4</sup> *Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Teknologi Digital Indonesia, Indonesia — email: dixian@utdi.ac.id*

\* *correspondent author*

## 1. Pendahuluan

*Digital marketing* adalah penggunaan teknologi digital untuk memahami perilaku konsumen, menyusun strategi pemasaran yang relevan, dan mengukur kinerja kampanye dengan cermat [3], dan adalah upaya memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan interaksi, berkomunikasi, dan berkolaborasi dengan konsumen dengan tujuan mempromosikan dan menjual produk atau layanan [2], serta merupakan rangkaian strategi dan taktik pemasaran yang menggunakan platform digital seperti situs web, media sosial, email, dan mesin pencari untuk mempromosikan produk atau layanan kepada target pasar [3].

Madrasah Aliyah Negeri 2 beralamatkan di Jl. Ki Ageng Gribig, Perak, Ngingas, Bareng Lor, Klaten Utara, Klaten, Jawa Tengah 57438 (terlihat pada Gambar 1). Madrasah Aliyah 2 Negeri Klaten yang merupakan salah satu Madrasah Aliyah Negeri terkemuka di Indonesia didirikan berdasarkan alih fungsi dari PGAN Klaten dengan SK menteri agama nomor : 64 tahun 1992 pada tanggal 25 April 1990. Dengan demikian sejarah MAN 2 Klaten tidak bisa dipisahkan dari sejarah PGAN Klaten. Madrasah Aliyah Negeri adalah lembaga pendidikan umum di tingkat menengah, yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama yang mempunyai keunggulan di bidang pemahaman agama Islam. MAN 2 Klaten yang telah dipilih oleh Kementerian Agama menjadi salah satu MAN Model di Indonesia berdasarkan SK Dirjen Binbaga Islam Nomor E.IV/PP.00.6/KEP/17.A/1998 tanggal 20 Februari 1998 memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pusat keunggulan akademik dan nonakademik. Hal itu sesuai dengan visi yang diemban yaitu terwujudnya madrasah model sebagai pusat keunggulan dan rujukan dalam kualitas akademik dan nonakademik serta akhlak karimah.



(a) Tampak Dalam Gedung Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten



(b) Tampak salah satu bagian dari Civitas Akademika MAN 2 Klaten

**Gambar 1.** Madrasah Aliyah Negeri 2, Klaten

Seiring berjalanya waktu, MAN 2 KLATEN telah menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu Madrasah Aliyah terkemuka dan berprestasi di Indonesia. Hal itu ditunjukkan dengan banyaknya prestasi akademik dan nonakademik baik di tingkat lokal, regional maupun nasional bahkan Internasional. Sebanyak 75 persen lulusan MAN Klaten juga telah diterima di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) terkemuka di Indonesia antara lain UNIBRAW, UIN, UNEJ, UNS, UNAIR, UNESA, UNDIP, UGM, dsb.

Namun demikian, kami menyadari bahwa tantangan dan tanggung jawab dalam dunia pendidikan ke depan tidak mudah sehingga kami harus senantiasa merapatkan barisan guna mempersiapkan diri menjadi bagian dari *learning community* yang diperhitungkan. Berkenaan dengan hal itu, MAN 2 Klaten siap mengantarkan civitas akademika pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk menjadi lebih baik, berkualitas, dan memiliki keunggulan kompetitif dalam bidangnya. Sebagai salah satu upaya untuk membantu peningkatan pada standar pengetahuan siswa dalam Pendidikan Nasional, maka dilaksanakannya pengenalan fungsi *digital marketing* kepada para siswa di Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten.

Dengan adanya pengenalan fungsi terkait *digital marketing* para siswa nantinya bukan hanya dapat memulai bisnis baru yang akan membuka peluang usaha bagi diri sendiri, tetapi juga akan mengajarkan secara tidak langsung proses berbisnis berbasis digital di era digital, yang akan membantu para murid yang memiliki jiwa

kewirausahaan dalam proses berdagang. Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum dengan mulai memenuhi kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu para siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten adalah: (1) Siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten belum memiliki mindset positif dan pemahaman akan pentingnya pemasaran digital; (2) Siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten belum mengenal besarnya peluang dari digital marketing; (3) Siswa dan siswi Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten belum mengetahui cara menerapkan digital marketing di era digital.

## 2. Metode Penerapan

Pelayanan kepada Masyarakat dilaksanakan melalui tiga langkah, yakni menganalisis situasi untuk mengidentifikasi permasalahan, memberikan pelatihan untuk menghasilkan solusi, dan mengevaluasi hasilnya.

### 2.1 Tempat dan Waktu

Adapun Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan:

Tempat : MAN 2 KLATEN, Klaten Utara, Klaten, Jawa Tengah 57438

Waktu : 7 November 2023

### 2.2 Khalayak Sasaran

Sasaran utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah murid-murid yang bersekolah di MAN 2 Klaten, Jawa Tengah.

### 2.3 Teknik Pengumpulan Data

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan sejumlah aktivitas dalam proses pengumpulan data agar memperoleh informasi yang dapat dianalisis dan dievaluasi. Berikut adalah detail kegiatan yang telah dilaksanakan:

1. Analisis Kebutuhan Mitra.

Tujuan dari analisis kebutuhan ini adalah untuk memahami kebutuhan mitra sehingga kegiatan yang dilakukan dapat berlangsung secara efektif dan efisien. Dengan adanya analisis kebutuhan mitra, diharapkan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan sosialisasi yang sesuai dan tepat sasaran. Sosialisasi

2. Pemahaman *Digital Marketing*.

Pembukaan wawasan terhadap penggunaan pemasaran digital di lingkungan akademis, khususnya dalam konteks promosi sekolah dan peningkatan pembelajaran, dilakukan melalui sosialisasi. Ini bertujuan untuk menggali manfaat atau keuntungan yang dapat berguna bagi murid-murid di masa mendatang.

3. Sosialisasi Pentingnya *Personal Branding*.

Sosialisasi ini dilakukan untuk memperluas pengetahuan dan memberikan keterampilan baru kepada para siswa, yaitu kemampuan untuk mengevaluasi citra diri mereka sendiri yang akan menjadi identitas pribadi dalam pemasaran personal. Dengan demikian, personal branding ini dapat berfungsi sebagai sarana untuk membantu mereka menetapkan keunggulan yang dimiliki oleh setiap siswa.

### 2.4 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Persiapan

Tahap persiapan yaitu ketua dan tim berkoordinasi dengan Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Teknologi Digital Indonesia untuk melakukan perencanaan pengabdian kepada masyarakat kepada mitra MAN 2 Klaten, Jawa Tengah.

## 2. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini, ketua dan tim melakukan pelaksanaan kegiatan yang dimulai dengan melakukan analisis situasi dan mengidentifikasi permasalahan yang ada pada mitra. Selanjutnya tim membuat program pendampingan berupa sosialisasi untuk mendukung pengembangan kemampuan pemasaran digital di era digital.

## 3. Pelatihan dan Pendampingan

Tahap ini di mana ketua dan tim akan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam mengimplementasikan materi yang telah diperoleh, sehingga dapat membantu secara langsung kendala yang dihadapi oleh mitra.

## 4. Pelaporan dan Publikasi

Pada tahap ini, ketua dan tim akan membuat pelaporan kemajuan, laporan akhir program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dan publikasi di media *online*.

## 5. Evaluasi

Ketua dan tim akan mengevaluasi dari penerapan program-program yang telah diberikan dan dilaksanakan agar tetap tepat sasaran dan membantu mitra jika menghadapi kendala dalam pelaksanaan program.

### 3. Hasil dan Ketercapaian Sasaran

Setelah melakukan analisis situasi, langkah berikutnya adalah mengevaluasi permasalahan yang dihadapi oleh MAN 2 KLATEN secara menyeluruh. Hal ini penting untuk memahami akar masalah serta dampaknya terhadap lingkungan sekolah dan siswa-siswanya. Setelah pemahaman yang mendalam tercapai, tim yang bertanggung jawab dapat merancang solusi yang tepat guna mengatasi permasalahan tersebut. Solusi-solusi ini perlu disusun dengan cermat, mempertimbangkan berbagai faktor yang terlibat, seperti sumber daya yang tersedia, kebijakan sekolah, dan kebutuhan siswa.

Selanjutnya, solusi-solusi yang telah dirancang haruslah diimplementasikan secara bertahap dan terukur. Proses implementasi ini memerlukan koordinasi yang baik antara semua pihak terkait, termasuk pengelola sekolah, guru, siswa, dan orang tua. Langkah-langkah yang diambil perlu dipantau secara berkala untuk memastikan bahwa tujuan dari solusi yang diusulkan dapat tercapai dengan efektif.

Selain itu, komunikasi yang jelas dan terbuka perlu dijaga selama proses implementasi berlangsung. Hal ini penting untuk menghindari miskomunikasi dan memastikan semua pihak terlibat memahami peran serta tanggung jawab mereka dalam menjalankan solusi-solusi yang telah disepakati. Dengan adanya komunikasi yang baik, potensi untuk mencapai kesuksesan dalam menyelesaikan permasalahan di MAN 2 KLATEN akan semakin besar.

Terakhir, evaluasi berkala perlu dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas dari solusi-solusi yang telah diterapkan. Dari hasil evaluasi ini, dapat ditentukan apakah perlu dilakukan penyesuaian atau perbaikan tertentu agar solusi yang diimplementasikan dapat lebih optimal dalam mengatasi permasalahan yang ada di MAN 2 KLATEN. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan, diharapkan permasalahan di MAN 2 KLATEN dapat terselesaikan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

#### 3.1 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

Berikut pemahaman dari sebelum kegiatan di laksanakan dan setelah kegiatan dilaksanakan, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Pemahaman siswa MAN 2 Klaten dari sebelum hingga sesudah pelatihan

Sebelum	Sesudah
Siswa/i MAN 2 Klaten belum memiliki pemahaman akan pentingnya pemasaran digital.	Para siswa/i mengetahui bahwa akan pentingnya pemasaran digital dalam dunia akademis yaitu meliputi personal <i>branding</i> untuk menunjang kehandalan secara personal.
Siswa/i MAN 2 Klaten belum mengenal besarnya peluang dari digital marketing	Siswa/i dapat memanfaatkan peluang peluang digital marketing melalui pengembangan <i>website</i> , <i>social media reference landing</i> , serta teknik <i>copywriting</i>
Siswa/I MAN 2 Klaten belum mengetahui cara menerapkan <i>digital marketing</i> di era digital	Siswa/i dapat memahami penggunaan <i>tools digital marketing</i> melalui aplikasi seperti <i>desty.page</i> sebagai <i>social media reference</i> .



**Gambar 2.** Materi Presentasi tentang *Digital Marketing*

Pertemuan dibuka dengan pengenalan materi (seperti terlihat pada Gambar 2) disampaikan oleh Dixian Bhikuning, S.E., M.M. Para Siswa/i menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis yang dinyatakan pada bagian analisis situasi. Belum meratanya pengetahuan siswa/i MAN 2 Klaten akan pentingnya pemasaran digital. Dengan demikian, para peserta diberikan gambaran mengenai definisi *digital marketing* dan materi bahasan yang disampaikan melalui kegiatan pengabdian. Agenda selanjutnya membahas mengenai materi inti dan pelatihan serta pendampingan pembuatan *social media reference landing* khususnya untuk tujuan promosi sekolah. Materi pembahasan mencakup persiapan yang perlu dipertimbangkan dan tujuan yang ingin dicapai oleh para siswa/i dalam mengembangkan pemasaran di dunia akademis yang bermanfaat bagi sekolah dan sekitarnya. Berikut ini merupakan hasil *post-test* peserta dalam merefleksikan pengetahuan dan keterampilan mereka ke dalam 5 item pernyataan seperti terlihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil *Post Test* Peserta Pelatihan *Digital Marketing*

No	Item	Rata-rata Jawaban
1.	Dengan adanya pelatihan <i>Digital Marketing</i> ini, saya mengetahui tentang tips dan trik <i>marketing</i> berbasis digital.	Setuju
2.	Pelatihan menambah pengetahuan saya tentang tips melakukan <i>marketing</i> berbasis digital. Setuju	
3.	Materi pelatihan relevan dengan tujuan pelatihan	Setuju
4.	Saya bisa memahami topik pelatihan <i>digital marketing</i> dengan baik.	Setuju
5.	Latihan yang diberikan dalam pelatihan mudah diikuti	Setuju

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan penjelasan mengenai teknik penggunaan *digital marketing* dengan menggunakan *platform digital* dan wawasan mengenai bisnis. Para siswa/i MAN 2 Klaten menyimak dan aktif melakukan tanya jawab mengenai *Digital Marketing*. Pada Gambar 3, tim melakukan ramah-tamah kepada pemangku kepentingan di MAN 2 Klaten. Pada Kegiatan ini pula, Tim UTDI berkesempatan untuk menandatangani *Memorandum of Understanding (MoU)* sebagai komitmen kerjasama jangka panjang, seperti terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 3.** Ramah-tamah kepada pemangku kepentingan di MAN 2 Klaten

Kegiatan dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan respon yang baik pula dari peserta kegiatan (dapat dilihat pada Gambar 5 dan 6). Peserta kegiatan dapat memahami materi dengan baik, dan memberikan interaksi yang baik pula.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan PKM sekolah binaan sebagai berikut terdapat peningkatan pemahaman mengenai wawasan *digital marketing* pada siswa/i MAN 2 Klaten. Pihak MAN 2 Klaten khususnya para guru mendukung penuh kegiatan yang dilakukan dan telah menjalin kerjasama jangka panjang melalui penandatanganan nota kesepahaman (MOU) UTDI- MAN 2 Klaten.

Dengan kegiatan ini, harapannya para siswa/i dapat memanfaatkan peluang *digital marketing* untuk personal *branding* dan usaha lainnya dengan memanfaatkan *tools digital marketing* yang telah disampaikan. Untuk kedepannya karna Mitra telah menjadi sekolah binaan dapat dilanjutkan dengan kegiatan yang lebih besar dan mencakup kegiatan teknologi yang lain dan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan *softskill* siswa.



**Gambar 4.** Penandatanganan MOU



**Gambar 5.** Pendalaman materi *Digital marketing*



**Gambar 6.** Foto Dokumentasi Bersama dengan para Dosen dan peserta Pelatihan

## Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada yayasan Widya Bakti Yogyakarta yang telah memfasilitasi baik materil maupun non materil untuk terselenggaranya kegiatan ini dan juga kepada pihak MAN 2 Klaten sebagai lokasi pelaksanaan PKM ini, terimakasih atas kerjasama dan fasilitasnya yang membantu kelancaran kegiatan kami.

## **Pustaka**

- [1] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit* (pp. 139-156). Springer Singapore.
- [2] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- [3] Abdurrahman et al., (Jasmani, Maduningtias and Irmal, 2019; Abdurrahman et al., 2020; Munarsih et al., 2020; Susanti, 2020; Wijoyo et al., 2020). (Urmila Dewi et al., 2018). (Chaffey, 2002).
- [4] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- [5] Putri, A. D., Kuswoyo, H., Gulo, I., Ngestirosa, E., & Febrina, E. G. (2023). *Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur*. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 147-153.