

Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding di SMA 8 Muhammadiyah

Derizka Inva Jaswita*¹, Syafiq Fahlevi Almassawa², Hamdi Supriadi³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: dosen02042@unpam.ac.id¹

Diterima 26/Agustus/2024 | Direvisi 15/November/2024 | Disetujui 22/Desember/2024

Abstract

The partner in this program is SMA 8 Muhammadiyah Ciputat school. The main problem faced by partners is that there are many kinds of Digital Marketing strategies that become quality factors driving the progress of educational institutions so that they must be responded to by the arrival of quality educational institutions. This is considered a challenge faced by SMA 8 Muhammadiyah Ciputat school to be able to understand important aspects in the application of digital marketing as well as the forms and stages of its implementation. So it is necessary to build familiarity with the school staff and students of SMA 8 Muhammadiyah to provide counseling and socialization of Digital Marketing Strategies in improving digital strategies and knowing the obstacles faced in improving school branding at SMA 8 Muhammadiyah Ciputat - South Tangerang.

Keywords: Strategy, Digital Marketing

Abstrak

Mitra dalam program ini adalah sekolah SMA 8 Muhammadiyah Ciputat. Masalah utama yang dihadapi oleh mitra adalah banyaknya berbagai macam strategi *Digital Marketing* yang menjadi faktor kualitas penggerak kemajuan lembaga pendidikan sehingga wajib direspon dengan kedatangan lembaga pendidikan yang bermutu. Hal ini dinilai sebagai tantangan yang dihadapi sekolah SMA 8 Muhammadiyah Ciputat untuk bisa memahami aspek-aspek penting dalam penerapan *digital marketing* serta bentuk dan tahapan implementasinya. Sehingga diperlukan membangun keakraban dengan jajaran sekolah serta siswa siswi didik sekolah SMA 8 Muhammadiyah untuk memberikan penyuluhan dan sosialisasi terhadap Strategi *Digital Marketing* dalam meningkatkan strategi digital dan mengetahui kendala yang dihadapi dalam meningkatkan *school branding* di SMA 8 Muhammadiyah Ciputat - Tangerang Selatan.

Kata kunci: Strategi, Digital Marketing

PENDAHULUAN

SMA Muhammadiyah 8 yang berlokasi di Ciputat didirikan pada tanggal 01 Januari 1968 oleh Pengurus Muhammadiyah Cabang Ciputat dibantu beberapa mahasiswa ikatan dinas IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tujuan pendirian SMA Muhammadiyah 8 Ciputat selain sebagai amanah persyarikatan juga lebih didasari oleh keperdulian anggota Muhammadiyah Cabang Ciputat terhadap masyarakat ekonomi lemah dalam hal kesinambungan pendidikan putera-puterinya. Hal ini terlihat pada salah satu tujuan didirikan SMA Muhammadiyah 8 Ciputat, yaitu, menolong masyarakat kecil (ekonomi lemah) agar dapat melanjutkan pendidikan putera-puterinya ke sekolah lanjutan tingkat atas. Kehadiran SMA Muhammadiyah 8 Ciputat dinilai banyak memberikan sumbangan bagi masyarakat khususnya di wilayah Kecamatan Ciputat. Hal ini dapat dilihat pada penyebaran para lulusan SMA Muhammadiyah 8. Ciputat yang hampir menempati berbagai sektor, baik negeri maupun swasta serta mampu peserta didik keperguruan tinggi negeri, luar negeri maupun swasta. Selain itu para lulusan SMA Muhammadiyah 8 Ciputat memegang jabatan atau profesi, antara lain, guru, dosen, tenaga kesehatan, TNI, POLRI, pemerintahan, (Wakil Bupati Kab. Tangerang Bapak Norodom Soekarno) anggota Dewan Perwakilan Rakyat, dan lain-lain SMA Muhammadiyah 8 Ciputat akan berupaya mengerahkan segala kemampuan untuk berbuat sekaligus berperan aktif dalam membangun bangsa sesuai dengan visi, misi dan tujuan sekolah. Khususnya mengenai kemajuan teknologi dan informasi saat ini juga memiliki peranan penting bagi sebuah jasa pendidikan seperti halnya pemasaran

jasa pendidikan dimana meliputi aktivitas dan alat untuk mempromosikan lembaga pendidikan secara konsisten dan efektif sebagai pilihan pendidikan terbaik bagi peserta didik dan orang tua peserta didik.

Pemasaran jasa pendidikan menjadi pendukung dalam pendidikan yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Sebab jasa pendidikan sendiri memegang peranan penting dalam memajukan dan menaikkan mutu sumber daya manusia. Pemasaran menjadi faktor kualitas penggerak kemajuan lembaga pendidikan. Sebab tantangan di masa global semakin kompleks sehingga wajib direspon dengan kedatangan lembaga pendidikan yang bermutu. Dengan itu, setiap elemen khususnya para praktisi pendidikan harus berjuang lebih kolektif kolegal untuk memajukan lembaga pendidikan yang menjadi tumpuan utama kemajuan bangsa.

Dengan melihat fenomena seperti diatas maka salah satu langkah yang perlu diambil adalah dengan memberikan penyuluhan dan sosialisasi mengenai strategi digital marketing dalam meningkatkan school branding. khususnya di SMA Muhammadiyah 8 Ciputat Tangerang selatan. Dengan memberikan penyuluhan dan sosialisasi tersebut, besar harapannya kepada SMA Muhammadiyah 8 Ciputat dapat memberikan dampak positif dalam menerapkan mengenai strategi digital marketing dalam meningkatkan school branding.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah dua dosen terpanggil untuk ikut serta membantu memberikan penyuluhan dan sosialisasi kepada sekolah SMA Muhammadiyah 8 Ciputat dengan judul PKM: **Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding, di SMA Muhammadiyah 8 ciputat tangerang selatan.**

1. Rumusan Masalah

- a. Belum optimalnya pengelolaan konten dalam pengembangan digital marketing
- b. Kurangnya sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan pemasaran secara digital
- c. Belum adanya tim khusus yang menjadi penanggung jawab school branding dalam pemasaran.
- d. Kurangnya pemahaman lembaga pendidikan mengenai branding
- e. Lembaga pendidikan belum optimal dalam melihat pesaing pasar dalam membranding

2. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui peran sekolah SMA 8 Muhammadiyah Ciputat Tangerang Selatan dalam menerapkan digital marketing di SMA 8 Muhammadiyah Ciputat Tangerang Selatan
- b. Untuk mengembangkan strategi digital marketing di SMA 8 Muhammadiyah Ciputat Tangerang Selatan
- c. dalam Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi meningkatkan school branding di SMA 8 Muhammadiyah Ciputat Tangerang Selatan

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu dengan melakukan tatap muka langsung dengan siswa siswi SMA 8 Muhammadiyah Ciputat Tangerang Selatan, Memberikan Penyuluhan dan diskusi serta melakukan tanya jawab secara langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat bertempat di Sekolah SMA 8 Muhammadiyah Jl. Dewi Sartika Gg. Nangka No.4 Cimanggis Ciputat Tangerang Selatan. Salah satu kendala yang

dihadapi oleh Sekolah SMA Muhammadiyah 8 yaitu kurang melihat pesaing pasar dalam membranding, karena kompetisi yang bermanfaat tidak hanya pendidikan yang bermutu namun biaya yang terjangkau dengan fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan jasa pendidikan. Selanjutnya, kurangnya sumber daya manusia (SDM) membuat pembuatan konten di sosial media kesulitan dan informasi tentang lembaga pendidikan di media sosial menjadi kurang efektif sehingga menimbulkan kurangnya komunikasi dan informasi antara praktisi pendidikan dengan publik. Oleh sebab itu, tim dosen Program Studi Manajemen mencoba memberikan penyuluhan dan sosialisasi mengenai strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding Di SMA 8 Muhammadiyah Ciputat - Tangerang Selatan Adapun tahapan dalam merealisasikan kegiatan tersebut adalah dimulai dengan:

- a. Sosialisasi mengenai program Pengabdian kepada Masyarakat dosen Universitas Pamulang
- b. Penyuluhan dan diskusi mengenai strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding Kegiatan ini dilakukan dengan harapan agar sekolah SMA Muhammadiyah 8 Ciputat dapat memahami aspek- aspek penting dalam penerapan digital marketing serta bentuk dan tahapan implementasinya.
- c. Tahap Pertama ini meliputi diskusi tanya jawab seputar permasalahan dan solusi dalam mengetahui aspek aspek apa saja yang penting dalam penerapan digital marketing serta bentuk dan tahapan implementasinya.
- d. Games dan pembagian doorprize kepada peserta
Setelah dilakukan penyampaian materi seputar strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding, selanjutnya mengadakan games dan pembagian doorprize kepada peserta, hal ini bertujuan untuk membangun rasa keakraban antara Tim PKM dengan siswa siswi sekolah SMA Muhammadiyah 8 Ciputat
- e. Foto bersama.

KESIMPULAN

Kegiatan ini mendapat respons yang baik kepala sekolah dan siswa siswi sekolah SMA Muhammadiyah 8 Ciputat, Siswa sangat antusias mengikuti penyuluhan dan sosialisasi yang disampaikan oleh tim PKM Program Studi Manajemen Universitas Pamulang. Simpulan dari kegiatan penyuluhan dan sosialisasi strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan School Branding. adalah dengan menggunakan metode diskusi tanya jawab sehingga terjadi komunikasi yang interaktif antara siswa siswi didik dengan nara sumber yang memberikan materi. Hal ini terlihat dari kemampuan para siswa memberikan pertanyaan dan menjawab pertanyaan yang diberikan. Di samping itu, siswa pun dapat menyerap materi dengan sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Maula Auladina, Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di Mts. Darul Muttaqien Parung Bogor. *Skripsi* pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Aditia Fradito, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikasus Di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2), *Tesis* pada UIN Malik Ibrahim Malang, 2016.
- Agus Darma Putra, A. A. (2021). Pembelajaran Bahasa Indonesia Melalui Media Digital Pada Anak-Anak di Desa Ganti (Lombok). *jurnal global education*, 147-150.
- Anisah, s. S. (2021). pengaruh pembelajaran digital terhadap hasil belajar siswa. *jurnal Manajerial*, 1-4.
- Azis. T. N. (2019). strategi pembelajaran di era digital *jurnal islamisasi pengetahuan di era revolusi industri*, 308-318.

- Bramastia, H. F (2022), literatur riview pengembangan media pembelajaran sains *jurnal pendidikan IPA*, 63-69.
- Darmayanti. N. K. (2021). pengembangan media pembelajaran daring komik virtual dalam muatan materi gagasanpokok dan gagasan pendukung bahasa Indonesia, *jurnal mimbar PGSD*, 171-179.
- Eni Setyowati, Maulidiyah, Soeptini, dkk., Pendampingan Digital Marketing SD Muhammadiyah Program Khusus Baturan Menuju Branding Lembaga Pendidikan Berkarakter, *Jurnal Abdi Psikonomi*, Vol. 3, No. 2, 2022
- Fuziah, DH (2022). media pembelajaran digital untuk stimulasi motorik halus otak anak. *jurnal pendidikan anak usia dini*, 58-72.
- Habibur Rahman, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP IT Al-Kholis, *Skripsi* pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Hartono, R. (2019). Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Digital Berbasis Video Terhadap Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP NEGERI I Binamu.
- Tias Putri Utaminingsih, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikusus di SDI Surya Buana Dan MIN Malang 2). *Skripsi* pada Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.