

## *Digital business strategy training through social media for students of MTs Al-Ittifaqiah 2*

Nurul Huda, Rahayu Amalia, Rasmila, Megawati, Fauzan Azhiman✉

Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

✉ [191420084@student.binadarma.ac.id](mailto:191420084@student.binadarma.ac.id)

🌐 <https://doi.org/10.31603/ce.6603>

### Abstract

Seeing the rapid development of the internet, digital marketing occupies a very strategic position as a mainstream marketing medium. One of them is for branding and marketing a product through social media. This activity aims to add insight to MTs Al-Ittifaqiah Indralaya students to become young entrepreneurs who have digital marketing soft skills to support marketing their products online. The results of this training show that 80% of the participants have understood digital marketing and the use of social media.

**Keywords:** Digital business; Digital marketing; Training; Product branding

## **Pelatihan strategi bisnis digital melalui sosial media pada siswa MTs Al-Ittifaqiah 2**

### Abstrak

Melihat perkembangan internet yang semakin pesat, *digital marketing* menempati posisi yang sangat strategis sebagai media pemasaran *mainstream*. Salah satunya untuk *branding* dan memasarkan sebuah produk melalui sosial media. Kegiatan ini bertujuan untuk menambahkan wawasan para siswa MTs Al-Ittifaqiah Indralaya untuk menjadi wirausaha muda yang mempunyai *softskill digital marketing* guna mendukung pemasaran produknya secara *online*. Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa 80% peserta telah memahami tentang *digital marketing* dan pemanfaatan sosial media.

**Kata Kunci:** Bisnis digital; Pemasaran digital; Pelatihan; *Branding* produk

## **1. Pendahuluan**

Dengan melihat potensi internet memasuki tahun 2000an semua orang memanfaatkannya sebagai media sosialisasi dan penjualan *online*. Dengan hadirnya Kaskus, OIX dan *platform* penjualan *online* lainnya kurang lebih satu dekade terakhir perkembangan dunia *online* sangat pesat. Menurut data pengguna internet sampai dengan tahun 2021 ini mencapai 203 Juta Jiwa, pertumbuhannya sangat meningkat dari tahun ke tahun, seperti dari tahun sebelumnya pengguna internet naik sebesar 15,5% atau sebesar 27 juta jiwa (Ersi & Zainuddin, 2023). Angka potensi tersebut menunjukkan penjualan *online* menjadi pilihan utama dibandingkan penjualan *offline* dan angka tersebut masih diprediksikan terus meningkat sampai tahun 2030 mendatang. Sehingga harapan mengais rezeki dari penjualan *online* sangat bisa diandalkan jika *maintenance* digital marketing secara konsisten terus menerus dilakukan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada Siswa MTs Al-Ittifaqiah Indralaya yang bertujuan untuk membuka peluang bagi siswa dalam menciptakan wirausaha-

wirausaha muda. Maka, dilakukanlah sebuah pelatihan untuk memahami implementasi *digital marketing* dalam pemanfaatan sosial media (Muqsith et al., 2023). Untuk menghadapi persaingan produk dari luar daerah maupun asing dibutuhkan kompetensi dalam dunia *digital marketing*, baik untuk memasarkan maupun mengumpulkan *database* calon pelanggan sesuai dengan minat dan targetnya (Wasan & Sariningsih, 2021).

*Digital marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana. Secara teknis, ada beberapa tahapan yang dilakukan untuk mewujudkan sebuah promosi untuk mencapai target audiens (Werdani et al., 2020). Instagram, Facebook dan lainnya dapat dimanfaatkan untuk melakukan berbagai kegiatan atau tips dan trik pada *digital marketing* (Amaliyah et al., 2023). Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara *online* dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara *online* pula. Adapun cara yang dapat diimplementasikan dalam *digital marketing*, antara lain *copywriting*, *email marketing*, *affiliate marketing*, *lead magnet*, *Facebook marketing*, *Instagram marketing*, *Whatspp marketing*, *Telegram marketing*, *branding* hingga *membership* (Nugrahaningsih et al., 2021).

## 2. Metode

---

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di MTs Al-Ittifaqiah 2 yang berada di Desa Tanjung Lubuk, Kecamatan Indralaya Selatan, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Waktu Pelaksanaan kegiatan PKM yaitu tanggal 19 November dan 20 November 2022 melalui Zoom Meeting. Khalayak sasaran atau mitra kegiatan dalam kegiatan PKM ini adalah siswa/siswi SMP MTs Al-Ittifaqiah 2 kelas VII dan VIII. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* dilaksanakan dengan empat fase pengembangan, antara lain pengumpulan data, persiapan teknis, pelaksanaan dan evaluasi. Pertama, pengumpulan data. Kami melakukan survei dan berkoordinasi dengan kepala sekolah, dimana kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam mengenalkan bisnis pada siswa, memberikan bekal untuk berbisnis serta meningkatkan kemampuan memanfaatkan teknologi dengan baik. Kedua, persiapan teknis berupa penyediaan materi serta link Zom Meeting. Ketiga, pelaksanaan kegiatan yang berupa pelatihan strategi *digital marketing* dan implementasi bisnis digital melalui sosial media. Keempat, evaluasi. Pada tahapan evaluasi ini, hasil dari pelatihan dan implementasi *digital marketing* serta masukan dari mitra akan dievaluasi dan direvisi sehingga strategi yang digunakan sesuai dengan keadaan pelaku bisnis.

## 3. Hasil dan Pembahasan

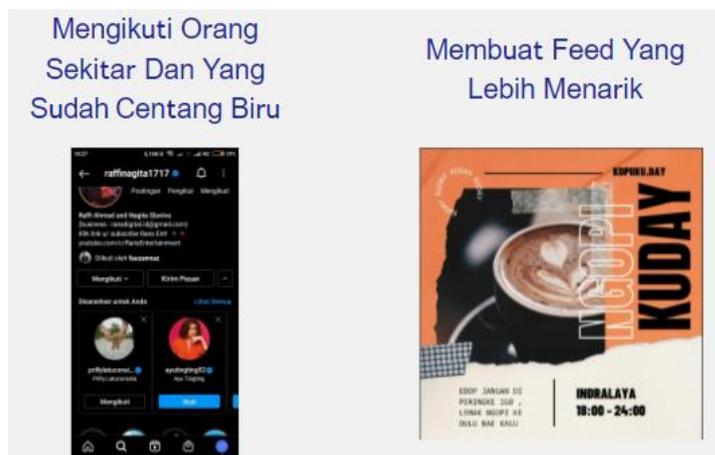
---

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan via Zoom Meeting di MTs Al-Ittifaqiah 2, Indralaya, Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Pelatihan strategi *digital marketing* dan implementasi bisnis digital melalui sosial media ini memiliki fungsi peningkatan *branding* pada produk untuk mempromosikan dengan memanfaatkan sosial media terkhusus pada sosial media Instagram. Pada kegiatan ini penyampaian materi dilakukan kepada siswa MTs Al-Ittifaqiah Indralaya yang sangat antusias untuk mengikuti pelatihan seputar *digital marketing* (Gambar 1).



Gambar 1. Kegiatan pelatihan *digital marketing*

Secara khusus, dalam pemanfaatan Instagram, tim pengabdian membagikan tutorial mulai dari pembuatan akun hingga pemanfaatan untuk promosi. Dalam pembuatan akun terdapat beberapa langkah yang dijadikan patokan untuk orang dapat mudah mengenal dan mencari keberadaan produk kita. Memasukkan beberapa persyaratan sebelum memulai penjualan dan pembuatan akun adalah hal yang sangat wajar, untuk meningkatkan pengamanan akun serta menjadikan akun terus merasa aman. Inilah yang selalu diterapkan oleh beberapa pihak untuk meminimalisir hal yang tidak diinginkan. Lebih lanjut, ada hal yang menarik yang dapat kita manfaatkan untuk *membranding* produk di media sosial, yaitu dengan memahami algoritma setiap sosial media yang dijadikan sebagai media promosi, seperti Instagram (Gambar 2). Dengan pemahaman tentang algoritma Instagram, postingan dapat dengan mudah memikat banyak orang, khususnya kalangan milenial. Terlebih dengan dukungan tampilan *feed* yang menarik yang membuat orang juga semakin tertarik untuk mengunjungi sosial media kita.



Gambar 2. Proses pemanfaatan algoritma Instagram

Para peserta merasa sekali kebermanfaatan dari pelatihan strategi *digital marketing* dan implementasi bisnis digital melalui sosial media pada siswa MTs Al-Ittifaqiah 2 via Zoom Meeting dan para peserta dalam kegiatan ini telah memahami tentang *digital marketing*. Ada beberapa tips dan trik yang dipaparkan dalam pelatihan ini seputar tentang dasar *copywriting*, *email marketing*, *affiliate marketing*, *lead magnet*, *Facebook marketing*, *Instagram marketing*, *Whatspp marketing*, *Telegram marketing*, *branding* hingga

*membership* dan terkhusus pada Instagram dan cara memanfaatkan aplikasi Instagram dalam memasarkan sebuah produk. Setelah kegiatan berlangsung, tim pengabdian memberikan sebuah survei kepada peserta untuk mengetahui kebermanfaatan dari kegiatan ini berlangsung. Hasil dari kuesioner tersebut menyatakan 80% siswa telah memahami materi pelatihan dan dan 20% sisanya belum begitu memahami tentang materi seputar *digital marketing*.

## 4. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan strategi *digital marketing* dan implementasi bisnis digital melalui sosial media ini sangat berdampak positif bagi siswa MTs Al-Ittifaqiah 2 Indralaya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya diskusi antar peserta dan pemateri dalam pengenalan tentang *digital marketing*. Pelatihan *digital marketing* sangat berguna bagi peserta dalam memanfaatkan sosial media sebagai cara untuk melakukan *branding* serta promosi bagi produk mereka setelah pandemi Covid-19.

## Daftar Pustaka

- Amaliyah, A., Saifuddin, & Jauhari, T. (2023). Empowerment of social forestry business group in improving village welfare in South Lampung. *Community Empowerment*, 8(4), 508–518. <https://doi.org/10.31603/ce.9015>
- Ersi, & Zainuddin. (2023). Pembaharuan pendidikan Islam tradisional menghadapi era society 5.0. *Raudhah Proud To Be Professionals : Jurnal Tarbiyah Islamiyah*, 8(1), 283–297. <https://doi.org/10.48094/raudhah.v8i1.292>
- Muqsith, M. A., Tayibnapis, R. G., & Tarsani, O. (2023). Improving the teenager creativity to become podcasters at the Media Kasih Islamic Orphanage, Tangerang. *Community Empowerment*, 8(4), 465–471. <https://doi.org/10.31603/ce.8142>
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>
- Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Bina Madani*, 1(1), 31–36. <https://doi.org/10.51805/jppm.v1i1.7>
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License