

Penerapan Digital Marketing Terhadap peningkatan Amal Usaha Muhammadiyah di Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai

Linzzy Pratami Putri, Irma Christiana, Ichwan Arsy Muharmansyah, Aflahun
Fadhly Siregar

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: linzzypratami@umsu.ac.id

Abstract: *This community service activity was carried out to increase promotion and public awareness about the existence of the Muhammadiyah Medan Denai Branch charity, with a focus on the use of digital technology to achieve this goal. Socialization and discussion methods are used to provide understanding to administrators and teachers at Muhammadiyah charities about the importance of digital marketing. The results include registering the location of the Medan Denai Branch of Muhammadiyah Branch on Google Maps and promotion via social media. Supporting factors include positive responses from administrators and teachers as well as stable internet access, while obstacles include limited time and communication. In conclusion, implementing digital marketing in Muhammadiyah's charitable efforts is a relevant and important step to expand reach, increase promotional effectiveness, and strengthen communication with stakeholders.*

Keyword: *Digital Marketing, Muhammadiyah Charity Business*

Abstrak: *Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan promosi dan kesadaran masyarakat tentang keberadaan amal usaha Muhammadiyah Cabang Medan Denai, dengan fokus pada penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan ini. Metode sosialisasi dan diskusi digunakan untuk memberikan pemahaman kepada pengurus dan guru di amal usaha Muhammadiyah tentang pentingnya pemasaran digital. Hasilnya mencakup pendaftaran lokasi Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai di Google Maps dan promosi melalui media sosial. Faktor pendukung meliputi respon positif dari pengurus dan guru serta akses internet yang stabil, sedangkan kendala meliputi keterbatasan waktu dan komunikasi. Kesimpulannya, penerapan digital marketing dalam amal usaha Muhammadiyah adalah langkah relevan dan penting untuk memperluas jangkauan, meningkatkan efektivitas promosi, dan memperkuat komunikasi dengan pemangku kepentingan.*

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Amal Usaha Muhammadiyah

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor sosial, ekonomi, dan amal usaha. Salah satu organisasi Islam yang aktif bergerak dalam sektor amal usaha adalah Muhammadiyah. Muhammadiyah, sebagai organisasi sosial dan keagamaan terbesar di Indonesia, memiliki berbagai amal usaha yang bertujuan untuk memajukan masyarakat dan memberikan kontribusi positif kepada bangsa.

Pemasaran pendidikan lebih tertuju pada meningkatkan mutu pendidikan serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap pendidikan tersebut (Rimiyati et al., 2022).

Promosi dan penggalangan dukungan menjadi kunci kesuksesan bagi amal usaha Muhammadiyah dalam mencapai tujuan-tujuannya. Dalam konteks ini, penerapan digital marketing menjadi sebuah strategi yang semakin relevan dan penting. Digital marketing mencakup penggunaan platform online seperti website, media sosial, email, dan berbagai alat digital lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas, berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, dan membangun hubungan yang lebih kuat.

Pemasaran digital menjadi alternatif, selain karena kondisi pandemi yang mengharuskan semua orang menjaga jarak, juga karena pada masa ini semua orang menjadi terbiasa dan terdorong untuk menggunakan media informasi *online*. Hal ini dapat diketahui dengan meningkatnya akses pengguna internet (Hakim et al., 2021).

Dalam konteks penerapan *digital marketing* terhadap amal usaha Muhammadiyah, beberapa hal perlu dipertimbangkan. Pertama, *digital marketing* memiliki potensi untuk memperluas jangkauan amal usaha Muhammadiyah ke tingkat nasional maupun internasional, sehingga mampu mendatangkan lebih banyak dukungan dan sumber daya. Kedua, *digital marketing* dapat memberikan alat analisis data yang kuat untuk mengukur efektivitas kampanye promosi, mengidentifikasi tren, dan merespons perubahan pasar dengan cepat. Ketiga, penerapan digital marketing juga memungkinkan Muhammadiyah untuk berkomunikasi secara lebih efisien dengan pemangku kepentingan, termasuk donatur, relawan, dan masyarakat yang diuntungkan.

Oleh karena itu, dalam konteks penerapan *digital marketing* terhadap amal usaha Muhammadiyah, diperlukan pemahaman mendalam tentang bagaimana teknologi digital dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan amal usaha, bagaimana mengukur dampaknya, dan bagaimana beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam teknologi dan perilaku konsumen yang terus berkembang. Dengan demikian, penulis akan menjelaskan penerapan

digital marketing dalam konteks amal usaha Muhammadiyah dan mengidentifikasi strategi serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam mengadopsi pendekatan ini untuk tujuan amal sosial dan kebaikan bersama.

Amal usaha Muhammadiyah didirikan untuk memperjuangkan maksud dan tujuan organisasi dengan selalu menggalakkan atau mengembirakan serta mendorong semua anggotanya untuk mencintai atau menyenangi semua kegiatan yang bertujuan untuk menegakkan ajaran agama Islam. Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai mempunyai sebuah amal usaha, Yaitu SD Terpadu Muhammadiyah 36.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu metode sosialisasi dan diskusi. Metode sosialisasi digunakan untuk memberikan pemahaman dan gambaran bagaimana *digital marketing* dapat meningkatkan kuantitas siswa di sekolah tersebut. Metode diskusi dilakukan guna menggali informasi serta keinginan pengurus dan kepala sekolah dalam meningkatkan kuantitas siswa/siswinya (Kurniawan et al., 2021).

Metode ini dirancang untuk membantu Amal Usaha Muhammadiyah di Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai dalam menerapkan digital marketing secara efektif untuk meningkatkan kehadiran online dan mencapai audiens target dengan lebih baik. Selama pelaksanaan kegiatan, penting untuk selalu memantau dan mengevaluasi kinerja dan mengadaptasi strategi sesuai kebutuhan.

HASIL

Sosialisasi tentang Penerapan Digital Marketing terhadap Amal Usaha Muhammadiyah kepada pengurus Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai dan Kepala Sekolah SD Terpadu Muhammadiyah 36 Medan.

Pemasaran amal usaha Muhammadiyah merupakan langkah yang perlu diambil oleh pihak pengurus Ranting Amal Usaha Muhammadiyah dan Kepala Sekolah dalam rangka untuk memperkenalkan dan mengembangkan kualitas serta kuantitas yang ada pada amal usaha Muhammadiyah Cabang Medan Denai kepada masyarakat dan para calon konsumen.

Penulis melakukan kegiatan sosialisasi dan diskusi untuk meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya pemasaran digital bagi pengurus Ranting Muhammadiyah Cabang

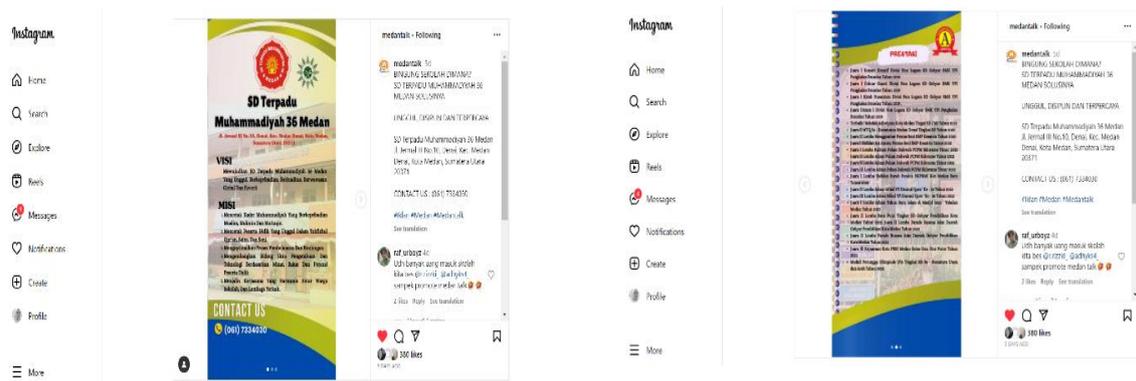
Medan Denai dan guru pada amal usaha Muhammadiyah, mendaftarkan lokasi area Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai ke Google Maps yang nantinya akan memudahkan bagi masyarakat untuk mengakses lokasi tersebut dan memposting iklan mengenai Amal Usaha Muhammadiyah pada Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai ke Instagram @medantalk.



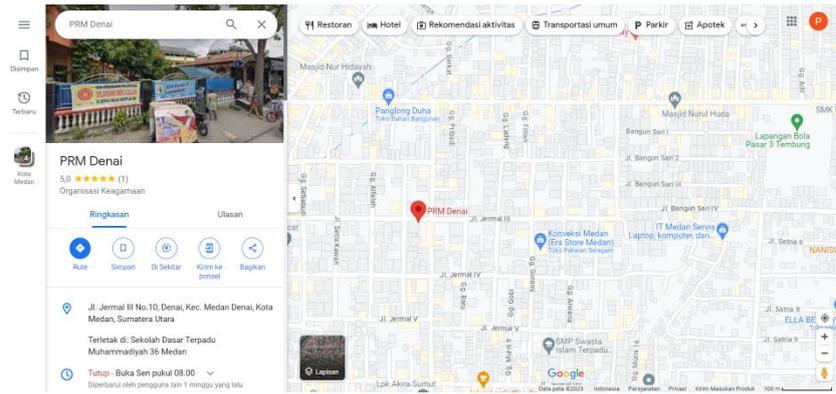
Gambar 1. Diskusi Kegiatan Pengabdian dan Foto Sosialisasi kepada Siswa/i

Sasaran yang ingin dicapai yaitu meningkatkan promosi dan kesadaran masyarakat tentang keberadaan amal usaha Muhammadiyah Cabang Medan Denai, masyarakat lebih mudah mengetahui lokasi Ranting Muhammadiyah dimana dan kemudahan dalam akses perjalanan.

Kesuksesan dalam mempromosikan amal usaha Muhammadiyah Cabang Medan Denai bisa diukur melalui peningkatan dalam jumlah penyuka pada postingan di Instagram @medantalk, memiliki lokasi yang akurat yang dapat diketahui oleh orang banyak yang sudah terdapat di Google Maps.



Gambar 2. unggahan Foto Media Sosial



Gambar 3. Unggahan Lokasi Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai

Faktor pendukung yaitu Pengurus Ranting Muhammadiyah dan guru memberikan respon yang positif sehingga berjalan dengan lancar, sekolah guru dan murid dapat diajak bekerja sama pada saat sesi dokumentasi sehingga memudahkan penulis dalam kegiatan yang nantinya akan dipasarkan, dan sinyal internet yang stabil dan smartphone yang memadai sehingga memudahkan masyarakat mengakses informasi.

Kendala yang dihadapi yaitu sesi dokumentasi dilakukan pada hari sabtu yang mana pada hari tersebut kegiatan sekolah tidak berlangsung lama sehingga penulis melakukan pekerjaan dengan cepat, menunggu lokasi tersebut ada di Google Maps, Google terlebih dahulu memverifikasi lokasi dan data yang dikirimkan dalam kurun waktu 24 jam sampai lokasi tersebut ada di dalam Google Maps, dan *miss communication* dikarenakan perbedaan umur antara audiens dan penulis.

KESIMPULAN

Adapaun kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah penerapan *digital marketing* dalam amal usaha Muhammadiyah di Ranting Muhammadiyah Cabang Medan Denai adalah suatu langkah yang relevan dan penting. Teknologi digital memberikan peluang untuk memperluas jangkauan, meningkatkan efektivitas promosi, dan memperkuat komunikasi dengan pemangku kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Pendidikan dan Kesehatan”. Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah (JASIKA), 2(2).
<https://doi.org/10.18196/jasika.v2i2.31>
- Hakim, L., Nanda, I., Bahtiar, Y., & Jasiah. (2021). “Digital Marketing Pada Lembaga Pendidikan: Pemahaman, Penerapan dan Efektifitas. Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis 41 UTP Surakarta”, 1(01), 128–138.
<https://doi.org/10.36728/semnasutp.v1i01.20>
- Kurniawan, E., Nofriadi, N., & Maharani, D. (2021). “Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk UMKM”. Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat, 1(1), 31. [HTTPS://DOI.ORG/10.54314/JPSTM.V1I1.542](https://doi.org/10.54314/JPSTM.V1I1.542)
- Rimiyati, H., Supriyono, E., & Saputri, R. D. (2022). “Pemberdayaan Amal Usaha 'Aisyiyah Melalui Digital Marketing Sekolah TK ABA Patukan Yogyakarta”. DedikasiMU : Journal of Community Service, 4(4), 410.
<https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i4.4721>