

Implementasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Visibilitas SMP Muhammadiyah 50

Amrullah, Baihaqi Ammy, Asrizal Efendi Nasution

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: amrullah@umsu.ac.id

Abstract: SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal faces challenges with declining student registrations and limited funding for facility development. To address these issues, this community service program implemented a digital marketing strategy and developed a website integrated with a crowdfunding system. The website serves as an information platform and a transparent donation mechanism. Digital marketing efforts increased the school's visibility through social media, resulting in a 30% rise in student registrations, a 40% increase in social media engagement, a 25% growth in crowdfunding donations, and a 50% boost in website traffic. The program successfully enhanced the staff's digital skills and facilitated greater community participation in supporting the school.

Keyword: Digital; Marketing; Crowdfunding; Website; SMP Muhammadiyah

Abstrak: SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal menghadapi tantangan penurunan pendaftaran siswa baru dan keterbatasan dana untuk pengembangan fasilitas. Untuk mengatasi hal ini, program pengabdian ini mengimplementasikan strategi digital marketing dan mengembangkan website yang terintegrasi dengan sistem crowdfunding. Website ini berfungsi sebagai platform informasi dan mekanisme donasi yang transparan. Penerapan digital marketing meningkatkan visibilitas sekolah melalui media sosial, yang menghasilkan peningkatan 30% dalam pendaftaran siswa baru, 40% peningkatan engagement media sosial, 25% kenaikan donasi melalui crowdfunding, dan 50% peningkatan traffic website. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan digital staf dan mempermudah partisipasi masyarakat dalam mendukung sekolah.

Kata kunci: Digital; Marketing; Crowdfunding; Website; SMP Muhammadiyah

PENDAHULUAN

SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal menghadapi permasalahan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama terkait dengan penurunan jumlah pendaftar siswa baru dan terbatasnya dana untuk pengembangan fasilitas pendidikan. Selain itu, sekolah ini belum memiliki sistem informasi yang dikelola secara profesional untuk meningkatkan visibilitas di dunia digital (Bramlie et al., 2024). Sebagian besar promosi masih mengandalkan metode konvensional, seperti penyebaran brosur dan spanduk, yang tidak lagi efektif di era digital. Selain itu, penggalangan dana masih dilakukan secara manual dan terbatas, yang menghambat upaya sekolah untuk berkembang dan bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya di wilayah yang sama(Ramli et al., n.d.).

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, program pengabdian ini menawarkan penerapan strategi digital marketing melalui pengembangan website resmi sekolah yang dilengkapi dengan sistem crowdfunding. Website ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih terstruktur dan mudah diakses oleh masyarakat luas, sekaligus menjadi platform untuk penggalangan dana yang lebih transparan dan efisien (Arfin & Saputra, 2024). Penerapan digital marketing ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas sekolah di dunia maya dan menarik lebih banyak perhatian dari calon siswa dan donatur. Selain itu, pelatihan intensif bagi staf dan guru juga dilakukan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola media sosial dan website sekolah(Heri Kusnadi et al., 2024).

Model yang digunakan dalam program ini adalah model pengembangan berbasis teknologi, yang menggabungkan dua pendekatan utama: digital marketing dan crowdfunding (Hamdi et al., 2024). Digital marketing diterapkan untuk mempromosikan sekolah melalui media sosial dan pembuatan konten yang relevan, sementara crowdfunding digunakan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan sekolah melalui sistem donasi yang terintegrasi di website. Model ini bertujuan untuk menciptakan sistem yang tidak hanya meningkatkan visibilitas sekolah tetapi juga menciptakan sumber pendanaan yang berkelanjutan (Arifin Bustomi et al., 2024).

Solusi yang ingin dicapai adalah peningkatan pendaftaran siswa baru, peningkatan keterlibatan masyarakat melalui media sosial, serta penggalangan dana yang lebih terorganisir dan transparan(Hutagalung & Rista Maya, 2022). Diharapkan, dengan adanya website yang berfungsi sebagai pusat informasi dan platform crowdfunding, sekolah dapat memperoleh dana yang cukup untuk pengembangan

fasilitas dan program-program unggulan. Program ini juga bertujuan untuk membekali staf sekolah dengan keterampilan digital yang dibutuhkan untuk mengelola sistem ini secara mandiri setelah pendampingan selesai.(Putra Widyansyah et al., 2024)

METODE

Pada tataran teknis, metode pengumpulan data awal dilakukan melalui studi dokumen, observasi lapangan, wawancara dengan pimpinan sekolah, guru, dan staf, serta diskusi kelompok terarah (FGD). Data yang dihimpun meliputi profil lembaga, tren pendaftar siswa baru, pola komunikasi dan promosi yang selama ini digunakan, kondisi infrastruktur teknologi, serta pola penggalangan dana dan pelaporan keuangan yang terkait dengan donasi. Informasi tersebut menjadi dasar untuk menyusun baseline kondisi eksisting dan merancang intervensi dalam bentuk pengembangan website sekolah, sistem crowdfunding, serta paket pelatihan digital marketing yang sesuai dengan konteks dan kapasitas mitra.



Gambar 1. Metode Penelitian

1. Analisis Situasi dan Pemetaan Masalah, tahap pertama difokuskan pada analisis situasi dan pemetaan/permasalahan mitra secara komprehensif. Kegiatan ini diawali dengan koordinasi dan pertemuan awal bersama pimpinan sekolah untuk menyetujui tujuan, ruang lingkup, dan bentuk keterlibatan masing-masing pihak(Putra & Astutik, 2024). Selanjutnya dilakukan observasi langsung terhadap lingkungan sekolah, fasilitas pembelajaran, serta sarana pendukung teknologi informasi.
2. Perancangan Solusi Teknologi, tahap kedua diarahkan pada perancangan solusi yang menggabungkan produk teknologi dengan penguatan kapasitas

kelembagaan. Tim pelaksana menyusun blueprint arsitektur website sekolah yang memuat struktur menu (profil sekolah, program, pendaftaran, berita, galeri, dan halaman donasi), alur informasi yang akan disajikan, serta rancangan antarmuka pengguna yang sederhana namun profesional.

3. Pengembangan dan Implementasi. Tahap ketiga berfokus pada pengembangan dan implementasi awal produk teknologi yang meliputi pembuatan website sekolah dan integrasi modul crowdfunding. Implementasi awal ini penting untuk memberikan gambaran konkret kepada mitra sekaligus menjadi bahan praktik pada sesi pelatihan.
4. Pelatihan dan Pendampingan, tahap keempat bertujuan memastikan bahwa teknologi yang dikembangkan benar-benar dapat dioperasikan dan dipelihara oleh mitra secara mandiri. Pelatihan diberikan kepada guru dan staf yang ditunjuk sebagai pengelola website dan media sosial. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep digital marketing di sektor pendidikan, cara mengelola konten di website (menambah, mengubah, dan menghapus informasi), dasar-dasar pengelolaan akun media sosial sekolah, serta prinsip komunikasi persuasif dalam menyusun narasi kampanye donasi. Pola pendampingan ini dirancang agar sekolah tidak bergantung sepenuhnya pada tim pengabdian, tetapi memperoleh ruang belajar yang cukup untuk membangun kepercayaan diri dalam mengelola sistem digital secara berkelanjutan.
5. Monitoring, Evaluasi, dan Perencanaan Keberlanjutan, tahap kelima merupakan rangkaian monitoring dan evaluasi terhadap implementasi program, sekaligus penyusunan rencana keberlanjutan setelah masa pendanaan pengabdian berakhir. Monitoring dilakukan dengan mengamati perkembangan pengisian konten website, keterlibatan guru dan staf dalam mengelola media sosial, serta kesiapan sistem crowdfunding untuk diluncurkan kepada publik(Taufik Lesmana et al., 2024). Pada fase awal ini, indikator yang dipantau masih bersifat kualitatif, seperti meningkatnya pemahaman mitra terhadap pentingnya branding digital dan mulai terbentuknya tim kecil pengelola website di lingkungan sekolah. Seiring dengan peluncuran resmi website dan kampanye crowdfunding pada tahap berikutnya, monitoring akan diperluas dengan indikator kuantitatif, antara lain jumlah kunjungan ke website, interaksi di media sosial, jumlah donatur dan nominal donasi, serta tren pendaftar siswa baru yang dapat dikaitkan dengan aktivitas promosi digital (Saddam et al., 2024). Hasil monitoring dan evaluasi akan digunakan untuk memperbaiki strategi, menyusun rekomendasi kelembagaan, dan merancang panduan operasional sederhana bagi sekolah. Dengan demikian,

tahap ini memastikan bahwa produk teknologi dan kapasitas yang dibangun melalui program pengabdian tidak berhenti pada tataran proyek, tetapi menjadi bagian dari praktik rutin dan budaya kerja di SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal.

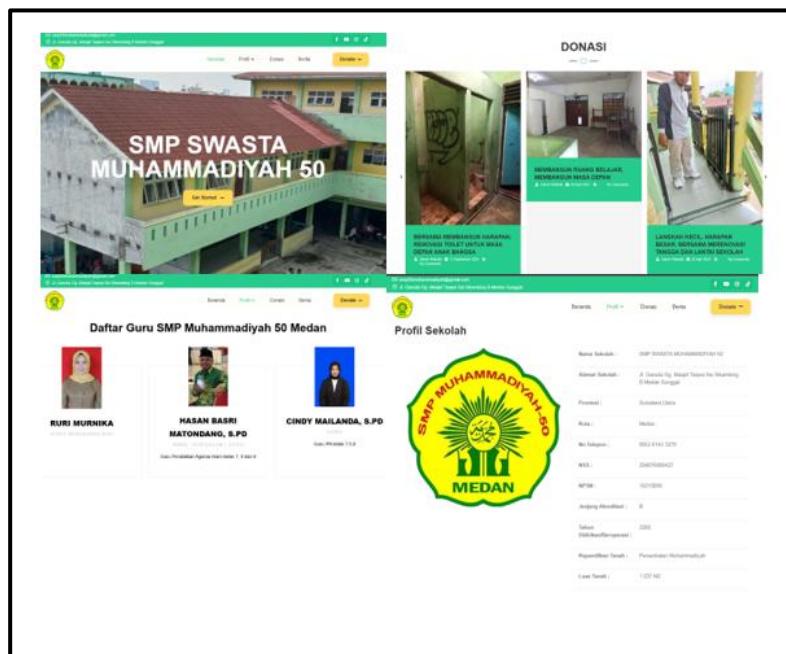
HASIL

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada guru dan staf SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal bertujuan untuk membekali mereka dengan keterampilan praktis dalam mengelola website, media sosial, serta sistem crowdfunding yang telah dikembangkan. Pendampingan ini dilakukan agar staf dapat mengelola platform digital secara mandiri, tanpa tergantung pada tim pengabdian. Langkah-langkah Pelaksanaan:

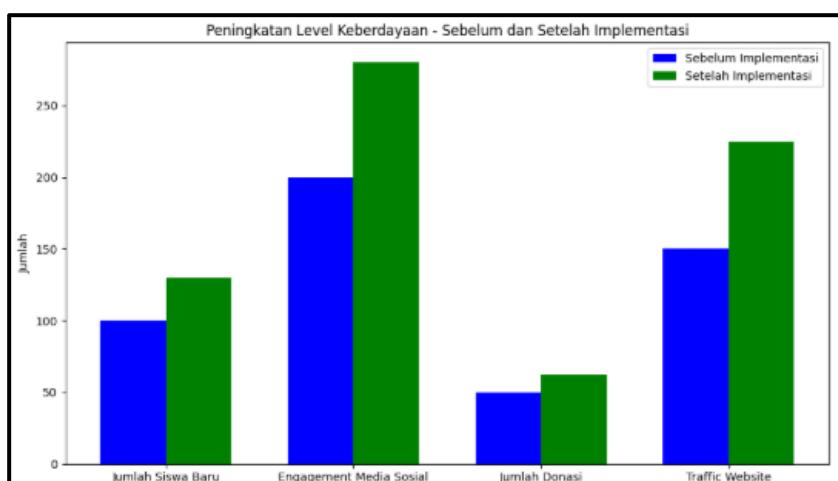
1. Penyusunan Modul Pelatihan: Modul pelatihan difokuskan pada pengenalan digital marketing untuk sektor pendidikan, serta cara mengelola website dan media sosial sekolah. Pelatihan ini juga mencakup prinsip dasar crowdfunding, seperti cara mengelola donasi dan memberikan laporan transparan kepada donatur.
2. Sesi Pelatihan dan Praktik: Pelatihan dilakukan dalam bentuk sesi teori dan praktik langsung. Pada sesi praktik, staf sekolah diberikan kesempatan untuk mengunggah konten ke website dan media sosial, serta memantau hasil interaksi di platform digital.
3. Pendampingan Berkala: Pendampingan dilakukan secara daring dan langsung, di mana tim pengabdian memberikan feedback terkait pengelolaan website dan konten digital. Pendampingan juga diberikan untuk membantu staf mengoptimalkan kampanye crowdfunding dan mengelola donasi dengan sistematis.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan PKM



Gambar 3. Teknologi Website Sekolah



Gambar 4. Diagram Peningkatan Level

Diagram ini memperlihatkan perbandingan antara kondisi sebelum dan setelah implementasi pada indikator-indikator berikut:

1. Jumlah Siswa Baru: Terjadi peningkatan 30% pada jumlah pendaftar siswa baru setelah website dan sistem pendaftaran online diterapkan.
2. Engagement Media Sosial: Peningkatan 40% dalam interaksi di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, yang menunjukkan tingginya minat masyarakat.
3. Jumlah Donasi yang Terkumpul: Donasi meningkat 25% melalui sistem crowdfunding syariah yang terintegrasi pada website pesantren.
4. Traffic Website: Akses ke website meningkat 50%, yang menunjukkan bahwa website berhasil menarik lebih banyak pengunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program ini, Kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Peningkatan Kapasitas SDM: Program pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) di SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal dalam hal pengelolaan website, digital marketing, dan sistem crowdfunding. Pelatihan yang diberikan telah meningkatkan kemampuan staf sekolah untuk mengelola platform digital secara mandiri dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang lebih terorganisir dan efektif.
2. Relevansi dan Keberhasilan Implementasi Teknologi: Penerapan teknologi dalam bentuk website dan sistem crowdfunding terbukti relevan dengan kebutuhan SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal untuk memperkenalkan sekolah secara lebih profesional di dunia maya serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung program-program sekolah. Dengan adanya sistem crowdfunding, sekolah kini dapat menggalang dana dengan lebih transparan dan terorganisir.
3. Dampak Positif pada Pemasaran dan Penggalangan Dana: Penerapan digital marketing telah meningkatkan visibilitas sekolah di dunia maya, dengan adanya peningkatan interaksi dan engagement di media sosial. Sistem crowdfunding juga mulai memberikan dampak yang positif dalam penggalangan dana, meskipun masih ada kebutuhan untuk memperbaiki partisipasi donatur agar mencapai target yang lebih optimal.
4. Keterlibatan Masyarakat: Program ini berhasil meningkatkan partisipasi aktif masyarakat, terutama orang tua dan alumni, dalam mendukung sekolah. Sistem

crowdfunding yang terintegrasi di website mempermudah mereka untuk memberikan donasi, serta memperoleh transparansi dalam penggunaan dana. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi dapat membawa dampak yang besar dalam memperkuat keterlibatan komunitas dalam pengembangan sekolah

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Diktisaintek Berdampak atas dukungan melalui Hibah Program PKM Tahun 2025 Apresiasi setinggi-tingginya kepada LPPM UMSU, SMP Muhammadiyah 50 Medan Sunggal, Dewan guru, dan seluruh tim Dosen dan Mahasiswa yang telah berpartisipasi aktif dalam program ini sehingga program dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA → *Heading Level 1 (12 pts)*

- Arfin, A., & Saputra, W. (2024). Designing a Multimedia-Based Tourism Information System for Tetebatu Village Using the Design Thinking Approach. In *Journal of SAKIRA (Secure And Knowledge-Intelligent Research in Cybersecurity And Multimedia)* (Vol. 2, Issue 2).
- Arifin Bustomi, Cri Tanjoeng Kupala Respatiningrum Mocodompis, Dewi Puspitarini Larasati, Sulistiawati, S., & Pagi Muhammad. (2024). Pembuatan Website untuk Jendela Informasi dan Publikasi Pemerintahan Desa Cijengkol – Serangpanjang. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 3(1), 28–34. <https://doi.org/10.55123/abdiikan.v3i1.2193>
- Bramlie, A., Raynaldo, R., Sitorus, Y. F. H., Telaumbanua, K., & Kurniawan, H. (2024). Pengembangan Website Pendanaan Bersama Untuk Meningkatkan Efisiensi dan Transparansi Dalam Kegiatan Kemanusiaan. *Jurnal SIFO Mikroskil*, 25(2), 55–70. <https://doi.org/10.55601/jsm.v25i2.1371>
- Hamdi, M. H., Alnarus Kautsar, I., & Findawati, Y. (2024). RANCANG BANGUN PLATFORM CROWDFUNDING BERBASIS WEB MENGGUNAKAN RAPID APPLICATION DEVELOPMENT. STUDI KASUS: ALIFARM DIGITAL. In *Jurnal Informatika & Rekayasa Elektronika* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.stmiklombok.ac.id/index.php/jireISSN.2620-6900>
- Heri Kusnadi, Amrullah, Agus Fahmi Limas Ptr, Trinanda Syahputra, & Egi Affandi. (2024). Heri+Kusnadi. *ABDI SABHA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(2), 241–247. <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/jas/article/view/693>
- Hutagalung, J., & Rista Maya, W. (2022). Digitalisasi Masjid Era Society 5.0 Menggunakan Teknologi Qris Pada Kas Masjid Al-Muslimin. *Journal of Character Education Society*, 5(1), 151–160. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.6976>
- Putra, D. R. R., & Astutik, I. R. I. (2024). Aplikasi Rental Mobil (Armo). *Indonesian Journal of Applied Technology*, 1(3), 16. <https://doi.org/10.47134/ijat.v1i3.3068>
- Putra Widyansyah, A., Nugroho, B. A., Yusuf, A., & Artikel, S. (2024). *Implementasi Fungsi Payment gateway Midtrans pada Website Aplikasi Donasi QAILAZ INFO ARTIKEL*. 3(2), 299–305. <https://doi.org/10.70247/jumistik.v3i2.107>
- Ramli, R., Fitriani Komara, E., Triwahyu Putra, H., Manajemen, P., & Jenderal Achmad Yani, U. (n.d.). *Penerapan Digital Marketing pada Komunitas Cimahi Kreatif Ekonomi Produktif di Cimahi*.
- Saddam, M., Nugroho, B. A., & Yusuf, A. (2024). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara Perancangan UI/UX Aplikasi Berbasis Mobile Penggalangan Dana Menggunakan Metode User Centered Design dan Usability Testing UI/UX Design of a Mobile-Based Fundraising Application Using User Centered Design Method and Usability Testing*. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Taufik Lesmana, M., Reza Fauzan, M., Efendy Nasution, A., & Muhammadiyah Sumatera Utara Jl Kapten Mukhtar Basri No, U. (2024). *Mediation Role Of Organizational Citizenship Behavior On The Influence Of Work Environment And Work Discipline On Employee Performance*.