

**Pelatihan dan Pengajaran Implementasi Strategi Pemasaran *Digital E-Wom* untuk Meningkatkan Jumlah Siswa di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai**

***Training and Teaching Implementation of E-Wom Digital Marketing Strategy to Increase the Number of Students at Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai***

**Edy Firmansyah<sup>\*1</sup>, Arham Syaukani<sup>2</sup>, Dea Okviar Egano Napitupulu<sup>3</sup>,  
Ficha Aulia Nanda<sup>4</sup>, Ilhamsyah Siregar<sup>5</sup>, Rio Dwi Fikriansyah<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Dosen Fakultas Teknologi dan Bisnis Universitas Putra Abadi Langkat, Indonesia

<sup>6</sup>Mahasiswa Fakultas Teknologi dan Bisnis Universitas Putra Abadi Langkat, Indonesia

[edyf81867@gmail.com](mailto:edyf81867@gmail.com)<sup>1</sup>, [arham.syaukani@gmail.com](mailto:arham.syaukani@gmail.com)<sup>2</sup>, [Deaokviaregano1994@gmail.com](mailto:Deaokviaregano1994@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[fichampd@gmail.com](mailto:fichampd@gmail.com)<sup>4</sup>, [ilhamsyah891@gmail.com](mailto:ilhamsyah891@gmail.com)<sup>5</sup>

Alamat: Jl. Letjen R. Soeprapto No.10, Kwala Bingai, Kec. Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara 20814

Korespondensi penulis : [edyf81867@gmail.com](mailto:edyf81867@gmail.com)\*

**Article History:**

Received: November 02, 2024;

Revised: November 25, 2024;

Accepted: Desember 09, 2024;

Published: Desember 11, 2024;

**Keywords:** Training, teaching, implementation, e-WOM, increasing the number of students

**Abstract:** Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan is a junior high school in Medan Denai District that promotes not only through manual media, but also through social media. However, during the period of 2023, the number of students who want to attend Madrasah Tsanawiyah Azzidin has decreased from 85 students in 2022 to 73 students in 2023. This is because there are still many teachers, education staff and school marketing staff who are unable to convey good and positive communication to prospective consumers through e-wom facilities, so they are less able to give a positive impression when conducting promotions. As a result, promotions with e-wom have not been utilized optimally, which makes parents of students as consumers unable to communicate carefully every message and positive impression through the school, because they still prioritize manual promotions, so that many of these prospective consumers have not been moved, so they decide not to attend Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai so that training and teaching are needed regarding the implementation of e-WOM. The method of implementing this training is done by conducting lecture methods, as well as through real presentations and simulations in implementing e-WOM applications on social media to carry out promotional activities in order to increase the number of students attending Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. From the results of community service in the form of training on implementing e-WOM marketing applications, it can be seen that 37 education personnel, teachers and marketing personnel at Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan can improve their ability to implement the use of e-WOM applications when conducting promotions to increase the number of students who will attend Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan.

**Abstrak**

Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan adalah sekolah tingkat menengah pertama di Kecamatan Medan Denai yang melakukan promosi tidak hanya melalui media manual, tetapi juga melakukan promosi melalui media sosial. Akan tetapi selama kurun waktu Tahun 2023 jumlah siswa yang mau bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azzidin ini semakin menurun dari 85 siswa Tahun 2022 menjadi 73 siswa Tahun 2023. Hal ini disebabkan masih banyaknya guru, tenaga kependidikan dan tenaga marketing sekolah yang tidak mampu menyampaikan

komunikasi yang baik dan positif kepada calon konsumen melalui fasilitas e-wom, sehingga kurang dapat memberikan kesan yang positif ketika melakukan promosi akibatnya promosi dengan e-wom belum bisa dimanfaatkan secara maksimal yang membuat orang tua siswa selaku konsumen tidak mampu mengkomunikasikan dengan cermat setiap pesan dan kesan yang positif melalui sekolah, karena masih memprioritaskan promosi secara manual, sehingga membuat calon konsumen ini banyak yang belum tergugah hatinya, sehingga memutuskan untuk tidak bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan denai sehingga dibutuhkan pelatihan dan pengajaran mengenai implementasi e-WOM. Adapun metode pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan melakukan metode ceramah, serta melalui pemaparan dan simulasi yang nyata dalam mengimplementasikan aplikasi e-WOM di media sosial untuk menjalankan kegiatan promosi dalam rangka meningkatkan jumlah siswa yang bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. Dari hasil pengabdian masyarakat berupa pelatihan implementasi aplikasi pemasaran e-WOM dapat terlihat sebanyak 37 tenaga kependidikan, guru dan tenaga marketing di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan dapat meningkatkan kemampuan untuk melakukan implementasi penggunaan aplikasi e-WOM ketika melakukan promosi untuk meningkatkan jumlah siswa yang akan bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai.

**Kata Kunci :** Pelatihan, pengajaran, implementasi, e-WOM, meningkatkan jumlah siswa

## **1. PENDAHULUAN**

Meningkatnya pemahaman pengetahuan dan ilmu yang ada menuntut lembaga pendidikan untuk dapat menciptakan bentuk kreatifitas agar siswa dapat bersekolah di lembaga pendidikan yang favorit dalam membina, serta meningkatkan kemampuan siswa sebagai output dalam pengembangan kualitas pendidikan di suatu lembaga Pendidikan. Untuk meningkatkan jumlah siswa yang akan dididik dan di bentuk kemampuannya, maka diutuhkan sebuah transformasi kegiatan promosi dalam rangka meningkatkan kapasitas sekolah, dimana sekolah sangat membutuhkan jumlah siswa yang ada, agar sekolah dapat berkembang, sekaligus menghasilkan SDM yang berkualitas baik dan dapat membantu masyarakat mencari pemecahan masalah secara solutif.

Dalam perkembangannya ada beberapa media pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan sebagai saluran pemasaran yang ada, seperti melalui brosur, pamphlet, hingga melalui iklan di media sosial. Sekarang ini ada proses transformasi kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi digital, dimana seiring dengan perkembangan zaman muncullah aplikasi digital yang memudahkan pengguna, yaitu pihak guru, pihak marketing sekolah, serta pihak tenaga kependidikan dalam melakukan promosi melalui aplikasi yang ada (Sukma, 2023).

Salah satu aplikasi pemasaran yang ada dan serupa dengan saluran pemasaran secara langsung dari mulut-ke mulut adalah E-Word-of Mouth (e-WOM), dimana e-WOM merupakan contoh komunikasi dari mulut ke mulut yang dilakukan secara daring. Ide ini menggambarkan ulasan, saran, atau sudut pandang yang diungkapkan oleh pelanggan melalui saluran daring termasuk blog, media sosial, papan diskusi, situs web ulasan, atau aplikasi pesan instan (Arifin, Zainal, 2024).

Setiap lembaga pendidikan yang akan melakukan promosi melalui media sosial sudah pasti akan mengkomunikasikan keunggulan sekolah yang dimiliki, sambil mengunggah kolom komentar mengenai respon dan umpan balik yang dilakukan oleh calon konsumen yang mau menggunakan jasa lembaga pendidikan (sekolah) yang ada (Kurniawati, Yaputra, Hermanto dan Aryati, 2024).

Pihak sekolah akan mempromosikan bentuk fasilitas, seperti sarana dan prasarana sekolah di media sosial, dari mulai ruangan kelas fasilitas pendukung untuk proses belajar, seperti memiliki fasilitas penunjang yang ada, kemudian pihak sekolah melibatkan orang tua yang telah memasukkan anaknya ke sekolah tersebut dengan jangkauan yang jauh dan luas melalui media sosial facebook, website dan instagram, dimana di media sosial sekolah yang dibuat terdapat kolom komentar yang berfungsi sebagai tempat untuk menciptakan komentar positif, kesan positif dan pesan yang positif tentang sekolah, dimana dengan adanya kolom komentar, kesan dan pesan yang positif dari para orang tua siswa yang bersekolah di lembaga pendidikan tersebut, maka diperlukan adanya umpan balik atau reaksi yang positif dari calon konsumen yang diikuti oleh orang tua yang memang ingin anaknya bersekolah di lembaga pendidikan tersebut (Arrizki, Muhammad Zidan, Trihudiyatmanto, M. dan Purwanto, 2023).

Dengan adanya umpan balik yang ada diharapkan pihak sekolah, melalui para guru, serta tenaga kependidikan dan pihak marketing dapat merespon dengan baik dan juga dengan menggunakan komunikasi yang baik dalam menyikapi respon melalui media sosial dengan menciptakan komunikasi yang berorientasi positif mengenai bentuk promosi sekolah, seperti penjelasan melalui hal-hal yang positif berkaitan dengan fasilitas, berkaitan dengan jumlah biaya sekolah, serta berkaitan dengan bentuk keringanan atau diskon terhadap biaya sekolah (Ningsih, Sri Restu, 2024).

Komunikasi yang efektif akan cenderung membuat hati konsumen tergugah dan akan cenderung bereaksi positif dengan mengirimkan komentar yang baik dan positif, sehingga nantinya dengan adanya timbal balik yang positif dari calon konsumen, konsumen yang telah bersekolah akan memberikan kesan positif ke orang tuanya, serta orang tuanya akan berkomentar positif mengenai kemampuan sekolah dalam menunjang pembelajaran anak-anak, sehingga orang tua akan menceritakan kesan dan komentar yang positif terhadap fasilitas, biaya sekolah dan proses pembelajaran yang akan dilakukan, termasuk kesan positif terhadap cara dan metode belajar dari beberapa guru yang ada di sekolah tersebut. Dengan adanya kondisi positif semacam ini diharapkan sekolah akan mendapatkan jumlah siswa yang banyak setiap tahunnya dan terus meningkat dari waktu ke waktu karena kesan yang ada di benak calon konsumen melalui kolom atau link komentar di media sosial adalah kesan yang positif.

Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan adalah sekolah tingkat menengah pertama di Kecamatan Medan Denai yang melakukan promosi tidak hanya melalui media manual, tetapi juga melakukan promosi melalui media sosial. Akan tetapi selama kurun waktu Tahun 2023 jumlah siswa yang mau bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azzidin ini semakin menurun dari 85 siswa Tahun 2022 menjadi 73 siswa Tahun 2023. Hal ini disebabkan masih banyaknya guru, tenaga kependidikan dan tenaga marketing sekolah yang tidak mampu menyampaikan komunikasi yang baik dan positif kepada calon konsumen melalui fasilitas e-wom, sehingga kurang dapat memberikan kesan yang positif ketika melakukan promosi akibatnya promosi dengan e-wom belum bisa dimanfaatkan secara maksimal yang membuat orang tua siswa selaku konsumen tidak mampu mengkomunikasikan dengan cermat setiap pesan dan kesan yang positif melalui sekolah, karena masih memprioritaskan promosi secara manual, sehingga membuat calon konsumen ini banyak yang belum tergugah hatinya, sehingga memutuskan untuk tidak bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Aidin Medan denai.

Selain tidak mampu memaksimalkan e-wom, Madrasah tsanawiyah ini memiliki keterbatasan dalam fasilitas internet untuk tenaga pendidik dalam proses promosi, sehingga yang mampu memakai fasilitas ini untuk melakukan promosi sangat terbatas dan Cuma bisa digunakan 5-6 orang, sehingga tidak maksimalnya penggunaan fasilitas internet terutama penggunaan e-wom ini, bahkan tidak mampu memberikan bahasa promosi dan pemasaran dengan positif akan mempengaruhi kesan yang negative kepada calon konsumen, sehingga penurunan jumlah siswa pada Tahun 2023 menjadi nyata. Untuk mengetahui kondisi fasilitas internet untuk penggunaan media sosial dan e-wom dapat dilihat pada Gambar berikut ini:



**Gambar 1.** Kondisi Fasilitas Internet Untuk Promosi Di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai

Sesuai Gambar 1 di atas dapat terlihat kondisi penggunaan fasilitas pendukung untuk promosi yang terbatas di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan, serta infrastruktur internet yang belum mampu dimaksimalkan, sehingga akan berdampak kepada tidak maksimalnya

penggunaan internet dengan menggunakan media sosial facebook dan instagram milik Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan.

Dengan adanya kondisi semacam ini diperlukan adanya pelatihan dan pendidikan terhadap penggunaan internet dengan bijak. Hal ini diperuntukkan agar para guru, tenaga kependidikan dan pihak marketing dapat lebih cepat memahami penggunaan internet bagi kegiatan promosi dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan.

Untuk gambaran kondisi kemampuan guru, tenaga kependidikan dan tenaga *marketing* dalam mempromosikan sekolah Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan data dilihat pada Gambar berikut:



**Gambar 2.** Kondisi Kemampuan Tenaga Kependidikan, Guru dan Marketing Sekolah  
Dalam Mempromosikan Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan

Sesuai Gambar di atas dapat terlihat bahwa kondisi pihak-pihak yang melakukan promosi melalui media sosial facebook dan instagram dalam mempromosikan fasilitas sekolah, biaya, serta layanan proses pengajaran yang tepat dengan melibatkan aplikasi e-WOM melalui pelibatan di kolom komentar dari setiap aplikasi media sosial belum mampu dimaksimalkan dengan baik, sehingga diperlukan adanya suatu bentuk pelatihan untuk mengimplementasikan penggunaan facebook, instagram dan e-WOM di aplikasi media sosial facebook dan instagram. Selain itu, dibutuhkan pelatihan dan pengajaran mengenai manajemen pemasaran terutama berkaitan dengan cara melakukan promosi dan proses penetapan harga, serta cara berkomunikasi yang baik ketika melakukan promosi. Untuk meningkatkan kemampuan tenaga kependidikan dan marketing sekolah, maka dibutuhkan pengajaran mengenai etika berbicara ketika melakukan promosi di media sosial, sehingga implementasi aplikasi e-WOM di media sosial dapat menciptakan bentuk kemontar yang

positif, sehingga nantinya akan memberikan kesan, pesan dan rekomendasi yang positif dari calon konsumen kepada orang tua yang anaknya bersekolah untuk disampaikan kepada pihak sekolah melalui pihak-pihak yang melakukan promosi dengan baik

## **2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Adapun metode pelaksanaan kegiatan dapat dilakukan dengan menggunakan metode ceramah melalui pemaparan dan simulasi yang nyata mengenai penggunaan internet untuk kegiatan promosi, mengimplementasikan media sosial facebook dan instagram untuk melakukan kegiatan pemasaran, serta mengimplementasikan penggunaan e-WOM melaluielibatan orang tua yang menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut dengan meningkatkan komentar positif tentang fasilitas sekolah dan biaya dengan mengkomunikasikan hal-hal yang positif dari sekolah tersebut kepada calon konsumen. Selain itu, metode pelaksanaan kegiatan dapat dilakukan dengan menggunakan kegiatan simulasi mengenai manajemen pemasaran yang berkaitan dengan cara melakukan promosi dan proses penetapan harga, cara berkomunikasi yang baik ketika melakukan promosi, serta pengajaran mengenai etika berbicara ketika melakukan promosi di media sosial.

## **3. PELAKSANAAN KEGIATAN DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan metode ceramah dilakukan mulai Pukul 09.00 WIB, dimana pelaksanaan kegiatan pertama dilakukan dengan pemaparan mengenai penggunaan internet dengan menggunakan media sosial facebook dan instagram milik Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan untuk kegiatan promosi, dimana selama ini penggunaan internet belum dimaksimalkan. Materi tentang penggunaan internet ini akan dibawaikan oleh Pak Arham Syaukani, M.M, materi ini sangat penting untuk dilakukan penjabaran dan simulasi, karena ada pihak tenaga kependidikan, guru dan tenaga marketing tidak bisa memanfaatkan internet melalui penggunaan facebook dan instagram dengan baik dengan mengupload materi promosi dan brosur dari sekolah yang dengan fasilitas, pengajaran dan pembelajaran, serta biaya pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Azidin, sehingga dibutuhkan suatu penjelasan dan penjabaran, serta simulasi dalam bentuk pelatihan dan pengajaran agar nantinya pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan promosi dapat mengimplementasikan penggunaan internet dengan baik. Adapun gambaran mengenai pelaksanaan pemaparan dan simulasi penggunaan internet melalui simulasi dan pembelajaran penggunaan facebook dan instagram untuk kegiatan promosi dapat dilihat pada Gambar berikut:



**Gambar 3.** Pelaksanaan Pelatihan Internet di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai

Dengan adanya proses pelatihan dan pengajaran tentang penggunaan internet media sosial facebook dan isntagram untuk kegiatan promosi, maka diharapkan guru, tenaga kependidikan dan tenaga marketing Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan akan mudah untuk menjalankan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial dan diharapkan dapat melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah siswa di Tahun yang akan datang.

Selanjutnya pada Pukul 10.30 WIB dilakukan pelatihan dan simulasi dengan memaparkan penggunaan e-WOM yang tertera di kolom komentar facebook dan isntagram Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. Kegiatan ini dilakukan dengan melibatkan konsumen yang diwakili oleh orang tua menjelaskan dan berkomentar mengenai hal-hal yang dipromosikan mengenai fasilitas di sekolah, biaya, serta metode dan sistem pembelajaran yang baik di Madrasah Tsanawiyah Azidin Medan, dimana pemeberian materi dan pelaksanaan simulasi akan dibawaikan oleh Bapak Dea Okviar Egano Napitupulu, S.E., M.M. CHRA selaku pembicara dan pembimbing peaksanaan pelatihan tersebut. Adapun gambaran pelatihan dan simulasi penggunaan e-WOM dengan melibatkan konsumen yang diwakili oleh orang tua menjelaskan dan berkomentar mengenai hal-hal yang dipromosikan mengenai fasilitas di sekolah, biaya, serta metode dan sistem pembelajaran di Madrasah Tsanawiyah Azidin Medan dapat dilihat pada Gambar berikut:



**Gambar 4.** Pelaksanaan Pelatihan e-WOM Dengan Melibatkan Orng Tua Selaku Konsumen di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan

Gambar di atas, dapat terlihat antusiasme tenaga keendidikan, guru dna tenaga marketing dalam mengikuti pelatihan penggunaan e-WOm untuk promosi dan diharapkan agar nantinya dapat memahami penggunaan aplikasi e-WOM untuk kegiatan promosi dalam rangka meningkatkan jumlah siswa selaku konsumen yang akan menggunakan jasa dari Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan.

Pada Pukul 11.30 WIB dilakukan pelatihan mengenai penjabarna materi tentang manajemen pemasaran dengan memberikan materi mengenai pemahaman apa itu manajemen pemasaran kepada tenaga kependidikan, guru dna tenaga marketing di Madrasah tsanawiyah Azzidin Medan, serta kegiatan manajemen pemasaran yang dilakukan melalui proses promosi dan penetapan harga (biaya) yang tepat, seperti jenis promosi, alat atau sarana melakukan promosi dan cara melakukan promosi yang baik. Selain itu, dilakukan pelatihan mengenai cara menentukan dan menetapkan harga (biaya) untuk kegiatan promosi agar nantinya konsumen tertarik untuk menggunakan jasa Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan, sehingga dengan harga yang tepat dan tidak memberatkan konsumen akan membuat konsumen bertambah ditambah lagi dengan adanya testimony konsumen melalui e-WOM akan membuat yakin konsumen untuk bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. Materi pelatihan dan simulasi atau praktek manajemen pemasaran ini dibawakan oleh Bapak Ilhamsyah Siregar, S.E., M.M. Adapun gambaran mengenai pelatihan dan simulasi mengenai manajemen pemasaran yang berkaitan dengan promosi dan penetapan harga dapat dilihat pada Gambar berikut ini:



**Gambar 5.** Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Pemasaran Berkaitan Dengan Promosi dan Proses Penetapan Harga (Biaya) Promosi di Madrasah Tsanawiyah Azidin Medan

Diharapkan dengan adanya pelatihan tersebut tenaga kependidikan, guru dan tenaga pemasaran di Madrasah Tsanawiyah Azidin Medan akan semakin memahami dan mampu mempromosikan sekolah tersebut dalam rangka meningkatkan jumlah siswa yang akan didik dan dibimbing menjadi orang yang memiliki kemampuan dna kompetensi dengan baik.

Pada Pukul 13.30 WIB dilakukan pelatihan dan simulasi mengenai cara berkomunikasi yang baik ketika melakukan promosi, serta pengajaran mengenai etika

berbicara ketika melakukan promosi di media sosial, dimana pemaparan materi dan simulasi yang dilakukan dilakukan dengan memberikan pelatihan tentang cara-cara berkomunikasi, serta pengajaran tentang etika saat berbicara atau berkomunikasi ketika melakukan promosi menggunakan e-WOM, dimana pemaparan materi diselingi dengan praktik berkomunikasi di depan kelas pelatihan. Materi pelatihan ini disampaikan oleh Ibu Fichia Aulia Nanda, S.Pd, M.Pd., dimana materi ini dipaparkan agar nantinya pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan promosi memiliki kemampuan melakukan komunikasi secara efektif dan bermakna ketika melakukan promosi terhadap calon konsumen yang akan bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azidin Medan. Untuk mengetahui Adapun gambaran mengenai pelatihan dan simulasi mengenai pengajaran tentang etika saat berbicara atau berkomunikasi, dimana pemaparan materi diselingi dengan praktik berkomunikasi dapat dilihat pada Gambar berikut:



**Gambar 6.** Pelaksanaan Pelatihan Etika Saat Berbicara dan Berkomunikasi Ketika Melakukan Promosi Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai

Setelah dilakukan pelatihan yang ada, maka dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pengajaran mengenai implementasi tentang e-WOM dalam proses promosi sekolah Madrasah Tsanawiyah melalui penilaian secara objektif melalui penyebaran kuesioner dari jawaban yang ada dari beberapa pertanyaan dari hasil elatihan dari beberapa bentuk pelatihan yang ada, sehingga diharapkan agar terjadi penilaian apakah pelatihan implementasi strategi pemasaran melalui aplikasi e-WOM dapat meningkatkan kemampuan dan kompetensi tenaga kependidikan, guru dan tenaga marketing Madrasah Tsanawiyah agar bisa meningkatkan kualitas komunikasi, sehingga dirinya akan dapat mengasah komunikasi dalam melakukan promosi melalui e-WOM, sekaligus akan dilakukan pendampingan serta evaluasi berkala yang akan dilakukan oleh Sdr. Edy Firmansyah, S.E., M.M.

#### **4. KESIMPULAN**

Dari hasil pengabdian masyarakat berupa pelatihan implementasi aplikasi pemasaran e-WOM dapat terlihat sebanyak 37 tenaga kependidikan, guru dan tenaga marketing dapat meningkatkan kemampuan untuk melakukan implementasi penggunaan aplikasi e-WOM melalui kegiatan pelatihan dan pengajaran tentang penggunaan internet melalui pemanfaatan media sosial facebook dan instagram, pelatihan implementasi aplikasi e-WOM dalam melakukan promosi sekolah, pelatihan dan pengajaran mengenai manajemen pemasaran yang berkaitan dengan promosi dan proses penetapan harga (biaya) berkaitan dengan promosi sekolah, serta pelatihan dan implementasi mengenai etika komunikasi dan tata cara berkomunikasi di aplikasi e-WOM dalam rangka meningkatkan kesan dan pesan positif mengenai Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan dalam rangka meningkatkan keterampilan dan kompetensi untuk meningkatkan ketertarikan calon konsumen dalam rangka meningkatkan jumlah konsumen yang bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azidin Medan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, Zainal, dkk. (2024). Sosialisasi Strategi Pemasaran World of MOuth (WOM) Pada UD Doni Desa Sukaraya Kecamatan Pancur Batu. *JALIYE: Jurnal Abdimas, Loyalitas Dan Edukasi*, 3(1), 40–45.
- Arrizki, Muhammad Zidan, Trihudyatmanto, M. dan Purwanto, H. (2023). Pengaruh Electronic of Mouth (E-WOM), Brand Image, Fasilitas dan Kualitas Peayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Alam Posong Di Kabupaten Temanggung). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(5), 18–35.
- Kurniawati, Yaputra, Hermanto dan Aryati, T. (2024). Strategi Positif e-WOM Dalam meningkatkan Purchase Intention. *Dirkantara Indonesia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 7–14.
- Ningsih, Sri Restu, dkk. (2024). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Kampung Akrilik Menggunakan Metode E-WOM. *Community Development Journal*, 5(5), 8699–8704.
- Sukma, A. dan R. (2023). Sukma, Andhi, The Influence of Electronic Word of Mouth and Digital marketing on Decision to Purchase Hotel Tickets Through Traveloka Applications (Case Study of Consumers in The City of Bandung). *Jurnal Abdimas Umtas*, 6(2), 1–10.