

DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDONOR DI UTD PMI KABUPATEN BONDOWOSO

Yuliatin Azizah¹, Saiful Amin^{2*}, Hayatul Maspufah³

^{1,2,3}Manajemen, Institut Teknologi dan Sains Mandala

email: yuliatin.azizah@itsm.ac.id¹, saiful@itsm.ac.id^{*2}, ulfa@itsm.ac.id³,

ABSTRAK

Pelayanan darah di UTD PMI Kabupaten Bondowoso memiliki kendala karena pertumbuhan donor yang semakin menurun. Donasi juga setiap tahunnya mengalami penurunan. Dari analisis peneliti hal tersebut perlu strategi pemasaran untuk donor agar pendonor lebih aktif melakukan donasi. Strategi pelayanan di era sekarang paling sesuai adalah strategi pemasaran digital agar masyarakat lebih memahami pentingnya donor darah. Langkah-langkah penyelesaian permasalahan prioritas mitra yang bisa dilakukan melalui Program Kemitraan Masyarakat, antara lain: Perluasan akses pemasaran dengan melakukan promosi penjualan secara terpadu melalui market place dan aplikasi pemasaran digital, sosialisasi nilai pelanggan dan digital marketing, dan membuat strategi pemasaran melalui Instagram yang lebih menarik. Implementasi kegiatan program kemitraan masyarakat adalah memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran digital bekerjasama dengan tim Humas Institut Teknologi dan Sains Mandala. Luaran yang dihasilkan adalah media sosial UTD PMI Kabupaten Bondowoso serta artikel ilmiah tentang pemasaran digital UTD PMI Kabupaten Bondowoso.

Kata Kunci: Digital; Pemasaran; Donor-Darah

ABSTRACT

Blood services at UTD PMI Bondowoso Regency have problems due to the decreasing growth in donors. Donations also decrease every year. From the researchers' analysis, a marketing strategy for donors is needed so that donors are more active in donating. The most appropriate service strategy in the current era is a digital marketing strategy so that people better understand the importance of blood donation. Steps to resolve partner priority problems that can be carried out through the Community Partnership Program include: Expanding marketing access by carrying out integrated sales promotions through market places and digital marketing applications, socializing customer value and digital marketing, and creating a more comprehensive marketing strategy via Instagram. interesting. The implementation of community partnership program activities is to provide socialization and assistance to digital marketing management in collaboration with the Public Relations team of the Mandala Institute of Technology and Science. The output produced is UTD PMI Bondowoso Regency social media as well as scientific articles about digital marketing for UTD PMI Bondowoso Regency.

Keywords: *Digital; Marketing; Blood Donors*

PENDAHULUAN

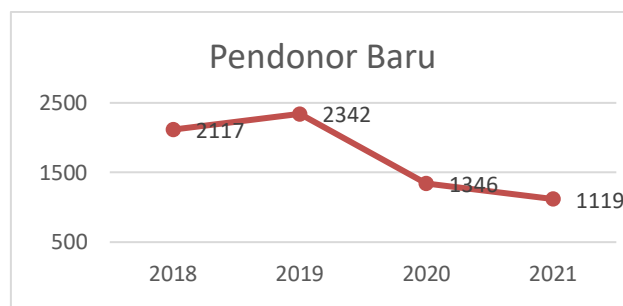
Unit transfusi darah Kabupaten Bondowoso bergerak dibidang pelayanan transfusi darah merupakan upaya pelayanan kesehatan yang memanfaatkan darah manusia sebagai bahan dasar dengan tujuan kemanusiaan dan tidak untuk tujuan komersial. Donor darah adalah orang yang menyumbangkan darah atau komponennya kepada pasien untuk tujuan penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan (Rachman, Fitriana S., Nur Aditya, 2013). Darah dilarang diperjualbelikan dengan dalih apapun. Pelayanan transfusi darah sebagai salah satu upaya kesehatan dalam rangka penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan sangat membutuhkan ketersediaan darah atau komponen darah yang cukup, aman, mudah diakses dan terjangkau oleh masyarakat. Pemerintah bertanggung jawab atas pelaksanaan pelayanan transfusi darah

yang aman, bermanfaat, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Pemerintah RI, 2011).

Darah dan produk darah memegang peranan penting dalam pelayanan kesehatan. Ketersediaan, keamanan dan kemudahan akses terhadap darah dan produk darah harus dapat dijamin. Terkait dengan hal tersebut, sesuai dengan World Health Assembly (WHA) 63.12 on Availability, safety and quality of blood products, bahwa kemampuan untuk mencukupi kebutuhannya sendiri atas darah dan produk darah (self sufficiency in the supply of blood and blood products) dan jaminan keamanannya merupakan salah satu tujuan pelayanan kesehatan nasional yang penting (Menteri Kesehatan RI, 2015).

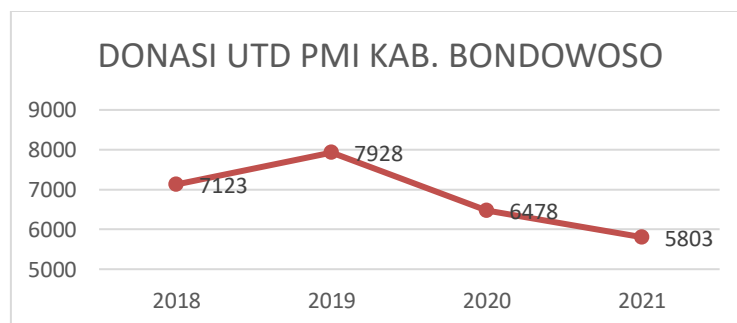
Saat observasi awal yang telah dilakukan oleh tim menunjukkan bahwa Mitra sebagai organisasi sosial memiliki beberapa persoalan yang menjadi kendala dalam pemenuhan kecukupan kebutuhan darah di UTD PMI Kabupaten Bondowoso. Salah satu kendala adalah penurunan terhadap pendonor. Padahal pendonor bukan hanya pelanggan PMI, namun pendonor sekaligus *supplier* darah sehingga pendonor adalah co producer dan co participant yang menentukan produk baik ketersediaan darah maupun kualitas darah (Azizah et al., 2022). Keterlibatan pendonor sangat penting bagi kelangsungan UTD PMI sebagai penyedia darah (Azizah, 2019).

Persoalan mitra terhadap pertumbuhan baru tergambar dari donasi yang dimiliki terhadap pertumbuhan pendonor baru yang dapat dilihat dari grafik 1 Pertumbuhan donor baru UTD PMI Kab. Bondowoso.



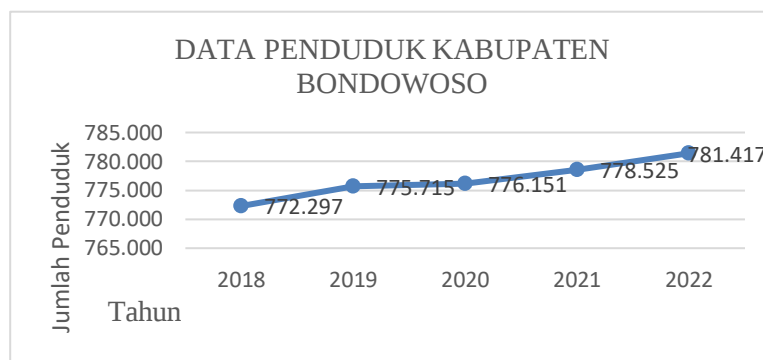
Grafik 1: Pertumbuhan Donor Baru UTD PMI Kab. Bondowoso

Penurunan tidak hanya untuk pertumbuhan pendonor baru namun juga donasi yang diperoleh mulai tahun 2018 hingga tahun 2021. Sesuai hasil wawancara dengan salah satu karyawan bahwa kondisi tersebut dimulai dari pandemi covid 2019 sehingga donasi menjadi turun secara signifikan.



Grafik 2: Data Ketersediaan Donasi UTD PMI Kab. Bondowoso

Ketersediaan darah yang menurun tidak sesuai dengan petunjuk WHO mengenai ketersediaan donor darah harus 1 % dari jumlah penduduk (WHO, 2010). 1 % dari jumlah penduduk di Kabupaten Bondowoso dapat tergambarkan dalam Data perkembangan penduduk Kabupaten Bondowoso dapat dilihat dalam grafik 3 Data Jumlah Penduduk Kabupaten Bondowoso



Grafik 3 Perkembangan Jumlah Penduduk Kabupaten Bondowoso

Sumber data : data diolah dari jumlah penduduk sesuai BPS Jawa Timur (BPS, 2023)

Permasalahan mengenai konsumen tersebut harus diidentifikasi sesuai pendapat Kotler dan Keller yang menjelaskan mengenai fase permintaan yang menurun dimana konsumen yaitu pendonor tidak atau enggan melakukan proses (Kotler, Philip., Keller, 2008). Perlu adanya strategi menaikkan niat atau motivasi karena hal tersebut adalah titik awal untuk meningkatkan perilaku (Azizah, 2023)

Mengatasi masalah tersebut perlu menggunakan strategi marketing optimal melalui digital marketing yaitu media sosial. Penelitian-penelitian terbaru banyak menghasilkan tentang efektifitas digital marketing untuk mendorong pemasaran perusahaan (Plangger et al., 2022). Tidak bisa dipungkiri media sosial menjadi media yang paling dibutuhkan karena koneksi dan Komunikasi. Media sosial memungkinkan untuk terhubung dan berkomunikasi dengan orang-orang terutama pendonor dengan mudah dan cepat. Perlu ditingkatkan kemampuan pemasaran terutama masaran digital. Kemampuan pemasaran digital adalah kemampuan perusahaan menggunakan proses yang didukung teknologi digital (Homburg & Wielgos, 2022).

Secara konsep digitalisasi dapat terhubung media sosial menjadi alat penting dalam membangun hubungan dengan teman, keluarga, dan rekan kerja yang tidak dapat kita temui secara fisik. Informasi: Media sosial mampu menyediakan informasi terkait kebutuhan darah donor sesuai komponen darah yang dibutuhkan. Perubahan dunia menjadi berkebutuhan akan teknologi marketing mengubah hubungan antara perusahaan dan konsumen, sehingga memaksa perusahaan untuk mengubah strategi pemasaran mereka melalui eksploitasi besar-besaran terhadap teknologi digital (Proença & Martins, 2023). Teknologi digital kini menjadi hal yang penting bagi pasar dan masyarakat, dan transformasi digital menjadi bidang utama dalam inovasi bisnis (Pascucci et al., 2023)

Media sosial juga menjadi alat penting dalam dunia juga termasuk perusahaan nirlaba dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan kegiatan donor darah terhubung dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan bisnis mereka. Perusahaan yang tidak mampu mengikuti teknologi akan dapat kehilangan kemampuan dan sulit memiliki daya saing memenangkan keputusan pelanggan (Proença & Martins, 2023).

Karena alasan-alasan tersebut, media sosial menjadi sangat penting dalam menaikan donasi di masyarakat Bondowoso.



Gambar 1. Foto Kantor Pelayanan UTD PMI Kabupaten Bondowoso
Sumber data: data diolah dari UTD PMI Kab. Bondowoso

Dalam melakukan pelayanan UTD PMI Kabupaten Bondowoso telah bermitra dengan berbagai Instansi dan sekolah. Produksi darah juga telah memiliki berbagai produk darah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.



Gambar 2. Foto Kegiatan donor darah
Sumber data: data diolah dari UTD PMI Kab. Bondowoso

Permasalahan lain yang dihadapi mitra adalah aspek kualitas layanan dalam bidang digital. Mitra UKM belum melangkah ke arah perkembangan teknologi digital dalam melayani pendonor.

MATERI DAN METODE

Metode Kegiatan

Implementasi Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat

Untuk mendukung tercapainya tujuan program ini, tim pengusul akan melibatkan pihak-pihak yang memiliki keahlian sesuai bidang pada setiap solusi yang ditawarkan. Tim pengusul akan bekerjasama dengan Tim Humas dari ITS Mandala untuk mensosialisasi, melatih dan mendampingi manajemen pemasaran digital marketing.

Partisipasi Mitra

Untuk mencapai tujuan pelaksanaan program diperlukan partisipasi mitra sebagai bentuk dukungan pelaksanaan program. Partisipasi mitra dalam kegiatan ini antara lain: 1) Mitra UKM bersedia untuk bekerjasama dalam peningkatan pelayanan melalui digital marketing. 2) Mitra UKM bersedia melakukan perluasan pemasaran online dengan menambah 1 tenaga kerja yang khusus menangani bidang pemasaran. 3) Mitra UKM bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan melaksanakan setiap hasil pelatihan yang diberikan oleh TIM pengusul maupun Tim Ahli.

Evaluasi Pelaksanaan Program yang Berkelanjutan

Untuk memastikan tercapainya tujuan kegiatan ini, tim pengusul akan melakukan pendampingan dan pemantauan yang akan dilakukan secara terjadwal setelah pelaksanaan program. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah munculnya permasalahan baru yang dapat menghambat tercapainya tujuan pelaksanaan program. Pemantauan akan dilakukan pada efektifitas penggunaan alat produksi dan aplikasi pemasaran serta aplikasi laporan keuangan usaha. Pemantauan juga akan dilakukan dengan melihat perkembangan jumlah permintaan melalui marketplace dan media sosial, jika masih belum mencapai target maka akan dilakukan peningkatan jumlah follower secara masif di akun-akun media sosial yang dimiliki Mitra UKM.

Lokasi Kegiatan

Mitra Program kemitraan masyarakat adalah Unit Transfusi Darah Kabupaten Bondowoso yang berada di Jl. Piere Tendean No. 523 Kabupaten Bondowoso

Peserta

Seluruh Staff atau pegawai UTD PMI Kabupaten Bondowoso

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan dilakukan dengan kerangka kerja :



Bagan 1. Pelaksanaan Kegiatan

1. Sosialisai Pentingnya Media Sosial untuk Meningkatkan Donasi

Sosialisasi telah dilakukan dengan dihadiri Direktur Unit Transfusi Darah PMI Kabupaten Bondowoso Kepala UTD : dr. Deni Agus Setiawan, Kepala Administrasi Ibu Devi dan rekan-rekan dari UTD.



Gambar 3. Foto Bersama Pada Saat Sosialisasi



Gambar 4. Sosialisasi Kepada Pimpinan dan Pegawai UTD PMI Kab. Bondowoso

Sosialisasi media sosial dengan kegiatan sebagai berikut :

Pengenalan kantor Utd pmi bondowoso: dengan berkeliling dan mensosialisasikan pentingnya pelayanan dengan menggunakan media sosial



Gambar 5. Pelayanan UTD PMI Kab. Bondowoso

Hasil dari sosialisasi ini adalah Direktur dan staff memiliki pemahaman mengenai digital marketing dan perlunya melaksanakan strategi marketing melalui media sosial. Akhirnya dapat disepakati untuk bersama mengaktifkan kembali Mengaktifkan berbagai media sosial yaitu IG [ig @uddpmibondowoso](#) dan Tiktok.

2. Pelatihan Desain dengan Menggunakan Program Canva

Penggunaan teknologi memang ada kendala dibeberapa pengabdian digital marketing yaitu ketersediaan akses terhadap alat-alat dan teknologi mutakhir yang diperlukan untuk mengembangkan website dengan efisiensi dan efektivitas mungkin terbatas (Ginting et al., 2023). Maka dipilih Penggunaan Canva untuk keperluan desain.

Canva adalah sebuah aplikasi untuk mendesain gambar dan video secara *online* yang dapat digunakan secara mudah oleh penggunanya. Staf yang biasa dapat mengoperasikan untuk membuat berbagai macam desain untuk keperluan digital marketing dalam donor darah. Aplikasi ini bahkan sangat cocok dan direkomendasikan untuk digunakan oleh staf walau gaptek tapi mahir menggunakan media sosial. Aplikasi mudah untuk dipelajari dan digunakan menggunakan HP yang dimiliki.



Gambar 6. Pelaksanaan Pelatihan Canva untuk Media Sosial

3. Pendampingan Media Sosial

Pendampingan untuk mengaktifkan kembali Platform media sosial seperti Facebook, TikTok dan lainnya yang memiliki karakteristik tertentu yang memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk dapat memasarkan atau menawarkan barang/jasa secara digital merupakan platform media sosial yang saat ini digunakan untuk kegiatan pasar digital (Mahfudhoh & Pujiyanto, 2023). Pendampingan dengan pengembangan IG dengan melibatkan 2 orang dari TIM Humas Institut Teknologi dan Sains Mandala yaitu Ratih Chyntia Dewi (21030082) dan Maulidatul Hasanah (21030349) dengan hasil kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Pendampingan

No	Tanggal	NAMA KEGIATAN	HASIL KEGIATAN
1	Senin,07 Austus	1. Pengenalan kantor Utd pmi bondowoso 2. Membuat pamflet ➤ penngertian pmi ➤ manfaat pmi ➤ peran pmi	➤ Kantor UTD PMI BONDOWOSO
2	Selasa,08 Agustus	1. Pembuatan konsep kegiatan 2. Membuat pamflet ➤ Selamat hari ulanng tahun ASEAN ➤ Manfaat donor darah ➤ Stok darah	Mendesain pamflet dan di posting di ig @UTDpmibondowoso
3	Rabu, 09 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Jadwal buka tutup kantor utd ➤ Hari masyarakat adat internasional dijadikan video ➤ Stok darah	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso

No	Tanggal	NAMA KEGIATAN	HASIL KEGIATAN
			https://www.instagram.com/reel/CvtVFVqp1uT/?igshid=MzRlODBiNWFlZA==
4	Kamis,10 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Motivasi donor darah ➤ Stok darah ➤ Motivasi donor darah ➤ Harai veterans ➤ Hari kebangkitan teknologi	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
5	Jumat,11 Agustus	1. Ikut kegiatan MU di kantor pengadilan mahkamah agung RI 2. Membuat pamflet ➤ Motivasi donor darah ➤ Dokumtasi foto MU di kantor mahkamah agung ➤ Dokumentasi vidio MU di kantor pengadilan mahkamah agung ➤ Stok darah	➤ Kantor pengadilan mahkamah agung ➤ Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso ➤ https://www.instagram.com/reel/Cvy1GXwps-d/?igshid=MzRlODBiNWFlZA==
6	Sabtu,12 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Info donor darah MU ➤ Informasi pelayanan donor darah ➤ Stok Darah ➤ Pengertian Hipertasi	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
9	Selasa,15 Agustus	1. Pembuatan pamflet ➤ Info donor darah MU ➤ Dokumentasi foto pelaksanaan MU ➤ Manfaat Donor darah ➤ Ketentuan/Syarat donor darah ➤ Stok Darah	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
10	Rabu,16 Agustus	1. Take vidio semua karyawan untuk hari kemerdekaan indonesia 2. Membuat pamflet ➤ Info Donor darah MU ➤ Apa itu pelayanan tranfusi darah ➤ Motivasi donor darah ➤ Stok darah	➤ Dilaksanakan di kantor UTD PMI BONDOWOSO ➤ Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
11	Kamis,17 agustus	Libur Tanggal merah 1. Membuat pamflet ➤ Hari kemerdekaan ➤ Vidio semua karyawan untuk ucapan Hari kemerdekaan indonesia	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso https://www.instagram.com/reel/CwCVQTyJGy9/?igshid=MzRlODBiNWFlZA==

No	Tanggal	NAMA KEGIATAN	HASIL KEGIATAN
12	Jumat,18 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Info donor darah MU ➤ Motivasi donor darah ➤ Stok darah	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
13	Sabtu,19 Agustus	1. Mengikuti kegiatan MU di CITY PLAZA 2. Membuat pamflet ➤ Info donor dara MU ➤ Vidio dokumentasi MU ➤ Stok darah	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
14	Libur Minggu,20 Agustus	➤ Uploud video MU	https://www.instagram.com/reel/CwKqzrqp3Hx/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==
15	Senin,21 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Foto dokumentasi MU di greja katolik	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
16	Selasa,22 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Mnfaat donor darah ➤ Dokumtasi MU di KUA kota	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
17	Rabu,23 Agustus	1. Wawancara pendonor 2. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah Mu ➤ Dokumtasi MU di korwil tenggarang	➤ Di kantor UTD PMI BONDOWOSO ➤ Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
18	Kamis.24 Agustus	1. Membuat pamphlet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah ➤ Syarat ketentuan donor darah dan jadwal buka kantor UTD	Mendesain pamphlet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
19	Jumat, 25 Agustus	➤ Stok darah tgl 25 ➤ Info donor darah MU tgl 25 ➤ Dokumentasi MU di perhutan	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
20	Sabtu, 26 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Proses screning darah ➤ 3tips sebelum donor darah	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
22	Senin, 28 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Dokumentasi MU di PONOES NURUL HUDA	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso

No	Tanggal	NAMA KEGIATAN	HASIL KEGIATAN
23	Selasa, 29 Agustus	1. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Indo donor darah MU ➤ Dokumentasi MU si SMKN 1 PRAJEKAN ➤ Uploud video review pendonor darah di UTD PMI Bondowoso	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso https://www.instagram.com/reel/CwjMYrYoMWO/?igshid=MzRIODBiNWFIZA=
24	Rabu, 30 Agustus	1. Menjadi panitia lomba Agustusan di kantor UTD 2. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Info donor MU ➤ Vidio proses donor darah ➤ Dokumtasi MU di kemenag ➤ Vidio lomba dalam rangka ikut memeriahkan Agustusan	➤ Di kantor UTD PMI BONDOWOSO ➤ Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso ➤ https://www.instagram.com/reel/CwjMYrYoMWO/?igshid=MzRIODBiNWFIZA== ➤ https://www.instagram.com/reel/Cwkc94vpOhM/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==
25	Kamis, 31 Agustus	1. Mengikuti kegiatan MU di BLK bondowoso 2. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Dokumtasi rapat bulanan ➤ Dokumtasi foto MU di BLK bondowoso ➤ Dokumtasi vidio MU BLK bws	➤ Kantor BLK bondowoso ➤ Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso ➤ https://www.instagram.com/reel/Cwmm05dJDjn/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==
26	Jumat. 01 September	1. Mengikuti kegiatan MU di perum permata bataan 2. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Syarat donor darah	➤ Di perum permata bataan ➤ Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
27	Sabtu, 02 September	1. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Dokumentasi donor darah MU perum permata bataan ➤ Dokumtasi vidio donor darah MU perum perum permata bataan	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso https://www.instagram.com/reel/CwrDWaAj4R/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==

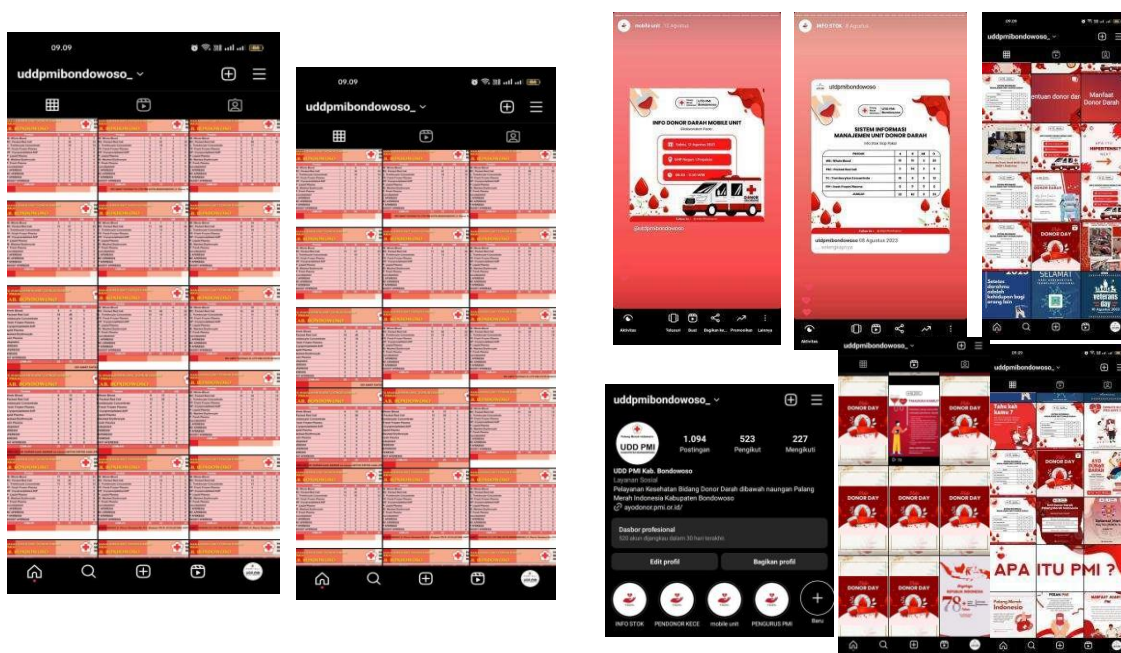
No	Tanggal	NAMA KEGIATAN	HASIL KEGIATAN
28	Minggu, 03 September	1. Hari libur 2. Membuat pamflet ➤ Stok darah ➤ Jadwal MU dalam bulan September ➤ Dokumentasi MU di perum PBI	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
29	Senin, 04 September	1. Membuat pamphlet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Pengertian komponen darah ➤ Apa saja larangan menjadi pendonor darah ➤ Keadaan yang menunda menjadi pendonor darah ➤ Dokumentasi MU di korwil botolinggo	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
30	Selasa, 05 September	1. Membuat pamphlet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Dokumentasi MU di pakem ➤ Manfaat donor darah ➤ Upload video animasi pahlawan pendonor darah	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso https://www.instagram.com/ reel/Cwy_Cffj1rV/?igshid=Mz RIODBiNWFIZA==
31	Rabu, 06 September	1. Membuat pamphlet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Dokumentasi MU di SATLANTAS ➤ Upload video kegiatan MU	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso https://www.instagram.com/ reel/Cw1yLL2JAC1/?igshid=M zRIODBiNWFIZA=
32	Kamis, 07 September	1. Membuat pamphlet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Dokumentasi MU Kampus Unej bondowoso	Mendesain pamflet dan di posting di ig @utdpmibondowoso
33	Jumat, 08 September	1. Membuat pamphlet ➤ Stok darah ➤ Info donor darah MU ➤ Dokumentasi MU di MI At-Taqwa	

4. Pemantauan

dilakukan dengan melihat Media sosial dari UTD PMI Kabupaten Bondowoso menjadi lebih bagus dan bervariasi menjadi lebih menarik baik dari segi konten dan cara menyampaikan informasi dari reel Instagram. Hal tersebut akan memudahkan masyarakat mendapatkan informasi dan tertarik terhadap program donor darah.

Kegiatan-kegiatan juga telah di dokumentasikan melalui media massa. Hal tersebut membuat instansi dan masyarakat yang berdonor menjadi senang dan menumbuhkan perasaan loyal terhadap UTD PMI Kabupaten Bondowoso. Monitoring dan evaluasi dilakukan juga dengan menjalin hubungan baik dengan UTD PMI Kabupaten Bondowoso dengan memberikan berbagai tips-tips marketing digital yang dapat digunakan untuk kemajuan perolehan darah donor.

Hasil pemantauan terlihat media sosial sebelum dan Setelah magang di media sosial



Gambar 7. Hasil Pemantauan Setelah Magang

KESIMPULAN

Kesimpulan

Pentingnya menggunakan strategi digital marketing untuk berupaya meningkatkan pendonor UTD PMI Kabupaten Jember dengan metode pelaksanaan dengan Sosialisasi pentingnya digital marketing untuk mendongkrak donor darah, pelatihan penggunaan salah satu platform yaitu Canva agar setiap karyawan mampu mengoperasikan, kemudian melakukan pendampingan dari TIM Humas ITS Mandala, dan terakhir adalah pemantauan. Hasil dari program ini adalah aktif kembali media digital UTD PMI Kabupaten Bondowoso yang diharapkan agar masyarakat semakin mendapatkan informasi dan tertarik terhadap donor darah.

Saran kegiatan Lanjutan

Saran kegiatan lanjutan adalah penelitian tentang efektifitas media sosial terhadap peningkatan pendonor karena pendonor itu bukan hanya konsumen biasa tetapi sekaligus mitra produksi (*Co Producer dan Co Participant*) karena darah di suplay pendonor dan pendonor yang menentukan kuantitas peroleh kantong darah sekaligus kualitas darah dari pola gaya hidup pendonor.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Insitutut Teknologi dan Sains Mandala (ITSM) yang telah memberi dukungan **financial dan Support melalui TIM Humas ITSM** terhadap pengabdian ini, Unit Transfusi Darah PMI Kabupaten Jember sebagai UTD Koordinator Jejaring di Wilayah V Jawa Timur.

REFERENSI

- Azizah, Y. (2019). Strategic Role of Service Quality to Donor Satisfaction. *The International Conference of Business and Banking Innovations (ICOBBI) 2019.*, 1(1). <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9810812>
- Azizah, Y. (2023). *Motivational Factor Analysis Intention To Buy Recycled Products: Self Determination Theory Concepts*. 840–851.
- Azizah, Y., Sari, N. K., East, J., & Indonesia, J. (2022). Self Determination Theory in the Context of Blood Donor as Co-Producer and Co- Participants : Literature Review. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, Dec-2022 ISSN (2226-8235), 11(12), 26–34.
- BPS. (2023). *Jawa Timur dalam Angka*. jatim.bps.go.id. <https://jatim.bps.go.id/publication/2023/02/28/446036fbb58d36b009212dbc/provinsi-jawa-timur-dalam-angka-2023.html>
- Ginting, S. H. N., Ruziq, F., & Wayahdi, M. R. (2023). Pelatihan Mendesain Website Menggunakan Figma Pada Siswa-Siswi SMK Swasta Jambi Medan. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 23–28. <https://doi.org/10.47776/praxis.v2i1.728>
- Homburg, C., & Wielgos, D. M. (2022). The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(4), 666–688. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00858-7>
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 13 ed.). Penerbit Erlangga.
- Mahfudhoh, D. H., & Pujianto, W. E. (2023). Digitalisasi Home Industry Produk Fashion Guna Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Journal.Unusia.Ac.Id*, 2(1), 1–7. <http://journal.unusia.ac.id/index.php/praxis/article/view/688%0Ahttp://journal.unusia.ac.id/index.php/praxis/article/download/688/404>
- Menteri Kesehatan RI. (2015). *PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 91 TAHUN 2015*.
- Pascucci, F., Savelli, E., & Gistri, G. (2023). How digital technologies reshape marketing: evidence from a qualitative investigation. *Italian Journal of Marketing*, 27–58. <https://doi.org/10.1007/s43039-023-00063-6>
- Pemerintah RI. (2011). *PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2011* (Nomor July).
- Plangger, K., Grewal, D., de Ruyter, K., & Tucker, C. (2022). The future of digital technologies in marketing: A conceptual framework and an overview. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(6), 1125–1134. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00906-2>
- Proença, M., & Martins, T. S. (2023). The role of absorptive capacity in the use of digital marketing analytics for effective marketing decisions. *Journal of Marketing Analytics*, 0123456789. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00224-8>
- Rachman, Fitriana S., Nur Aditya, R. (2013). *Questions & Answer Donor Darah*. PT. Gramedia.
- WHO. (2010). *Towards 100% Voluntary Blood Donation: A Global Framework for Action*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK305666/>. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK305666/>