

Peningkatan Pengetahuan Pengelola Unit Usaha Pesantren Dalam Penggunaan Media Digital Sebagai Pemasaran Produk dan Income Generating Pondok Pesantren

Increasing Knowledge of Islamic Boarding School Business Unit Managers in the Use of Digital Media as Product Marketing and Income Generating Islamic Boarding Schools

Imam Abdul Aziz¹, Zahra Khusnul Lathifah², Abdul Kholik³, Agung Muttaqien⁴,
Lilis Fauziah Balgis⁵, Nyntyas Nurul Inayah⁶

¹Program Studi Perbankan Syariah Universitas Djuanda; Jl. Tol Ciawi No 1, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor, e-mail: imam.abdul.aziz@unid.ac.id

²Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Djuanda; Jl. Tol Ciawi No 1, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor, e-mail: zahra.khusnul.lathifah@unida.ac.id

³Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Djuanda; Jl. Tol Ciawi No 1, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor, e-mail: abdul.kholik@unida.ac.id

⁴Program Studi Pendidikan Bahasa Arab Universitas Djuanda; Jl. Tol Ciawi No 1, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor, e-mail: agung.muttaqien@unida.ac.id

⁵Program Studi Perbankan Syariah Universitas Djuanda; Jl. Tol Ciawi No 1, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor, e-mail: lilis.fauziah.blgis@unida.ac.id

⁶Program Studi Perbankan Syariah Universitas Djuanda; Jl. Tol Ciawi No 1, Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor, e-mail: nyntyas.nurul.inayah@unida.ac.id

(Diterima: 03-12-2022; Ditelaah: 10-12-2022; Disetujui: 21-12-2022)

Abstrak

Pondok pesantren merupakan Lembaga Pendidikan tertua di Indonesia yang telah memberikan banyak kontribusi terhadap negeri ini. Banyak putera puteri bangsa yang berperan penting untuk kemajuan negeri berasal dari para santri yang berlatar belakang Pendidikan pesantren. Akan tetapi masih banyak pondok pesantren yang memiliki kekurangan secara finansial dalam Lembaga pendidikannya meskipun sudah memiliki unit usaha untuk kemajuan pesantrennya. Masalah utamanya adalah belum berkembangnya unit usaha yang dijalankan oleh para pengelola dan para santri serta belum meratanya pemahaman teknologi digital dalam pemasaran produk. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pengelola unit usaha pesantren dalam penggunaan media digital sebagai pemasaran prooduk dan income generating pondok pesantren. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode popular education dengan pendekatan The Training Cycle. Hasil dari pengabdian ini pengelola unit usaha pondok pesantren memiliki peningkatan pengetahuan dan wawasan tentang digital marketing sejumlah 70% dan masing-masing unit usaha pondok pesantren mulai membuat media pemasaran online melalui media sosial demi meningkatkan income generating pondok pesantren.

Kata kunci: Digital marketing, Income generating, Pondok Pesantren, Unit Usaha.

Abstract

Islamic boarding schools are the oldest educational institutions in Indonesia which have contributed a lot to this country. Many sons and daughters of the nation who play an important role for the progress of the country come from santri who have a background in Islamic boarding schools. However, there are still many Islamic boarding schools that have financial deficiencies in their educational institutions even though they already have business units for the development of their pesantren. The main problem is the underdeveloped business units run by managers and santu and the uneven understanding of digital technology in product marketing. This service activity aims to increase the understanding of Islamic boarding school business unit managers in the use of digital media as product marketing and income generating Islamic boarding schools. The method

of implementing this community service activity uses the popular education method with The Training Cycle approach. As a result of this dedication, the management of the Islamic boarding school business unit has increased knowledge and insight about digital marketing by 70% and each Islamic boarding school business unit has started to create online marketing media through social media in order to increase the income generating of Islamic boarding schools.

Keywords: Business Units, Digital Marketing, Income Generating, Islamic Boarding Schools.

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu lembaga pendidikan yang tertua di Indonesia. Peran pesantren dalam pembangunan masyarakat Indonesia telah terbukti dari ribuan tahun sejak berdirinya hingga saat ini. Banyak putra puteri bangsa yang berperan penting dalam perkembangan negeri berasal dari Lembaga pondok pesantren di seluruh Indonesia. Jumlah pesantren di Indonesia juga saat ini semakin bertambah yang kurang lebih sekitar 37.626 pesantren, sejumlah 11.674 di Jawa Barat dan di Kabupaten Bogor sejumlah 1.381 pesantren. Dengan jumlah massa yang cukup besar pesantren memiliki peluang untuk mewarnai pengembangan sumber daya manusia bangsa. Namun begitu, belum semua pesantren memiliki kemandirian dan kualitas unggul. Hal ini disebabkan karena banyaknya tipikal pesantren dan iklim ataupun budaya dari sebagian besar Pesantren yang cenderung menutup diri dari adanya campur tangan pihak-pihak luar pesantren yang ditengarai tidak memahami nilai-nilai budaya dan kearifan lokal Pesantren.

Kemandirian pondok pesantren sangat bergantung oleh pendapatan keuangan yang selama ini ditunjang oleh banyak sumber salah satunya adalah unit usaha pondok pesantren. Santri-santri yang belajar di pondok pesantren sebetulnya memiliki kreatifitas untuk memproduksi banyak produk seperti hasil pertanian, makanan dan peternakan dan pakaian yang dapat dijual kepada masyarakat, namun selama ini hasil produksi dari para santri hanya diperjual belikan diruang lingkup pesantren dan daerah local saja. Padahal apabila dipasarkan secara lebih luas maka pondok pesantren akan memiliki income generating yang lebih tinggi.

Pondok Pesantren Modern Ar Ridlo merupakan bagian dari masyarakat pesantren yang memiliki basis komunitas pesantren dalam satu wilayah Pokja Sukaraja. Ada sekitar 5 pesantren yang tergabung dalam wilayah ini, yaitu: Pesantren Darul Ulum 2, Pesantren al Muhajirin, Pesantren Darul Ulum Lido, Pesantren al Kahfi dan Pesantren Fathan Mubina.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra pesantren yaitu mereka memiliki unit-unit usaha mikro berupa koperasi, kantin, fotokopi, perkebunan, persawahan, dan travel, namun pengelolaan unit-unit usaha ini masih terkendala dengan sumber daya manusia yang belum mumpuni dengan keilmuan kewirausahaan sehingga dampaknya masih terbatas kepada santri saja dan belum meluas kepada masyarakat sekitar pesantren. Selain itu, pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif terkendala oleh modal usaha yang minim karena hanya mengandalkan hasil dari iuran santri sehingga pengembangan usaha ke pasar yang lebih luas, terutama dalam skema digital masih terbatas. Untuk itu,

tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan upaya-upaya strategis dalam pemberdayaan kapasitas manajerial pesantren, literasi teknologi, dan *income generating* pesantren melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang berdampak terhadap peningkatan kapasitas manajerial, literasi teknologi dan *income generating* pesantren yang juga berdampak secara signifikan terhadap peningkatan daya saing komunitas masyarakat berbasis pesantren dalam bidang ekonomi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Modern Ar-Ridho Sentul yang beralamat di Jl. Parung Aleng Rt 003 Rw 003, Cikeas, Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. Adapun kegiatan ini dihadiri oleh perwakilan dari 35 peserta dari 20 pesantren se-Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor yang terdiri dari berbagai jenis pesantren baik kmodern maupun salafi. Kegiatan dilakukan dengan metode Pendidikan Masyarakat (*popular Education*), yakni kegiatan pengabdian yang ditujukan untuk belajar bersama masyarakat atau menguatkan kemampuan, potensi dan aset peserta pelatihan. Metode Pendidikan Masyarakat ini diselenggarakan dengan pola *explicit instruction* atau pengajaran langsung dan tanya jawab dengan melibatkan peran aktif semua elemen yang terlibat dalam pelatihan. Adapun pra pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persiapan/ Perencanaan

Tahap persiapan meliputi:

- a. Penetapan Tim Pelaksana Program
- b. Melakukan identifikasi masalah dan Kebutuhan Mitra
 - 1) Melakukan inventarisir data pondok pesantren yang ada di Kecamatan Sukaraja
 - 2) Melakukan pemetaan jenis-jenis pondok pesantren yang ada di Kecamatan Sukaraja

2. Menentukan Mitra

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan terhadap pimpinan/ pengelola/ pengurus unit usaha pondok pesantren se Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. Kegiatan ini akan dilaksanakan di salah satu Pondok Pesantren yang ada di Kecamatan Sukaraja yaitu Pondok Pesantren Ar-Ridho Sentul yang beralamat di Jl. Parung Aleng, RT.003/RW.003, Cikeas, Kec. Sukaraja, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16710. Peran mitra dalam kegiatan pengabdian ini sebagai fasilitator dari kegiatan pengabdian. Mitra memberikan pendanaan in kind sebesar Rp. 1.000.000,- dalam bentuk sewa Gedung dan dana kebersihan.

3. *Screening*

Pemetaan tingkat Pengetahuan mitra dilakukan dengan melakukan Pre-Test terkait Pengetahuan Pengelola/ Pengurus, unit usaha pesantren dalam bidang ekonomi dan *income generating*.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *The Training Cycle* (Refugio et al., 2020). Tahap yang dilakukan adalah identifikasi kebutuhan pelatihan, menetapkan tujuan pelatihan dan perencanaan, pelaksanaan pelatihan diakhiri dengan evaluasi. Adapun uraian metode kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat diuraikan dalam 4 tahapan, yaitu:

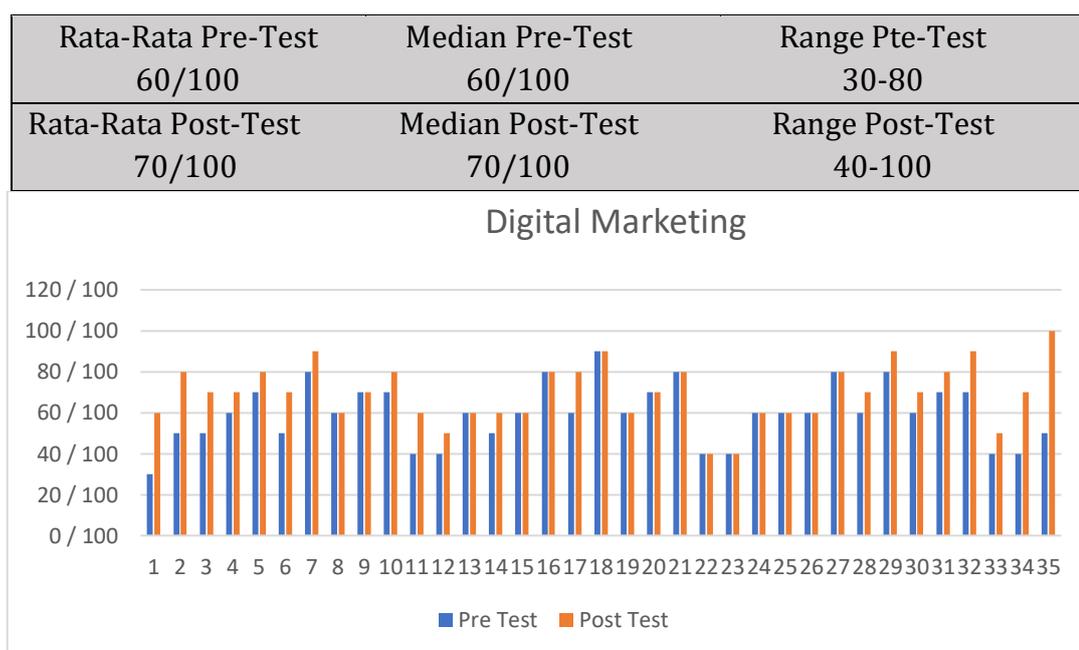
1. Identifikasi Kebutuhan; Pada tahap ini, tim pelaksana kegiatan melakukan survey ke lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan terkait pemanfaatan teknologi digital pada unit usaha pondok pesantren dalam melakukan digital marketing dan digital branding dari produk yang dihasilkan santri.
2. Perencanaan Kegiatan Pengabdian; Pada tahap ini, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat adalah dosen dan mahasiswa Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru yang berjumlah 14 orang yang terdiri dari 9 dosen, 5 mahasiswa. Pada proses perencanaan ini dilakukan pembagian tugas dosen dan mahasiswa serta perencanaan seluruh kegiatan Pengabdian. Dosen bertugas merencanakan seluruh kegiatan dari awal sampai selesai berikut menyusun luaran kegiatan. Mahasiswa bertugas membantu teknis pelaksanaan di lapangan pada saat kegiatan dan bertugas memobilisasi peserta yang akan mengikuti kegiatan pelatihan. Perencanaan kegiatan dilaksanakan selama dua minggu dan dilaksanakan melalui diskusi langsung di ruang rapat.
3. Pelaksanaan Kegiatan; pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan penggunaan media digital dalam upaya digital marketing dan digital branding guna meningkatkan pendapatan unit usaha dan *income generating* pondok pesantren.
4. Evaluasi Pelatihan; Tahap ini melakukan evaluasi kegiatan pelatihan melalui 3 tahapan kegiatan, yaitu evaluasi input, proses, dan evaluasi output. Evaluasi input dilakukan secara internal oleh penyelenggara meliputi jumlah peserta, jumlah narasumber, dan sumber daya kegiatan. Selanjutnya evaluasi proses yang meliputi keefektifan dan efisiensi waktu pelaksanaan, hambatan yang dirasakan saat pelaksanaan berlangsung, tingkat partisipasi aktif peserta dan terlaksananya seluruh rangkaian jadwal kegiatan. Pada evaluasi output yaitu mengidentifikasi peningkatan kognitif peserta yang dilihat berdasarkan hasil penilaian pengisian form pre-test dan post-test oleh peserta, serta menilai tanggapan peserta terkait kepuasan terhadap pelatihan (fasilitas, panitia dan narasumber).

HASIL & PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian dimulai dengan pengisian soal pre-test guna mengukur sejauh mana pengetahuan peserta tentang teknologi digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Kegiatan pengabdian ini juga diakhiri dengan pengisian soal post-test untuk membandingkan sejauh mana pemahaman baru yang didapatkan. Hasil dari pre-test menunjukkan bahwa ternyata mitra memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang media digital. Hal ini akan sangat memudahkan narasumber untuk menyampaikan

materi. Akan tetapi pada umumnya peserta kurang memahami tentang bagaimana praktik pemasaran yang harus dilakukan didalamnya karena peserta hanya sebatas mengetahui secara umum saja tanpa mengetahui bagaimana praktiknya. Oleh karena itu dalam pelatihan ini diajarkan bagaimana caranya membuat akun di media sosial dan e-commerce dan mengisinya dengan konten.

Pelaksanaan Pre-test dan Post-test sangat membantu dalam kegiatan pengabdian ini. Hasilnya menunjukkan ada peningkatan sebesar 10% dimana jumlah rata-rata jawaban benar pada pre-test yaitu 60%, sedangkan pada post-test meningkat menjadi 70%. Adapun perbedaan jawaban pre-test dan post-test dapat dilihat dalam gambar berikut :



Gambar 1. Hasil Pre Test dan Post Test

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman peserta pelatihan dan hal ini juga diharapkan peserta dapat memptakrikan secara langsung tentang teodi yan disampaikan narasumber tentang pembuatan konten dan akun di berbagai media digital.

Tahap awal kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Moredn Ar-Ridho Sentul yang dihadiri oleh 35 peserta dari 20 pondok pesantren. Pelaksanaan kegiatan ini berjalan sesuai dengan rencana dengan mengundang narasumber yang kompeten di bidang digital marketing. Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini dibuktikan dengan maih aktifnya peserta sampai akhir acara. Pelaksanaan kegiatan ini juga dinilai sangat memberikan manfaat bagi peserta dengan narasumber yang menceritakan kisah sukses dalam mendirikan rumah makan sate maranggi dengan nama "Sate Maranggi SN5555" yang terletak di daerah Ciawi dan penyampaian materi-materi

tentang pemasaran online yang dapat ditiru melalui berbagai cara dengan memanfaatkan media digital.



Gambar 2 Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap awal sebelum dilaksanakannya pelatihan, banyak dari peserta yang belum mengetahui tentang penggunaan media sosial sebagai media pemasaran dan pentingnya melakukan branding produk dalam kegiatan usaha sehingga materi lebih dititik beratkan kepada bagaimana cara membuat akun dan mengisinya dengan konten-konten guna menarik perhatian publik. Para peserta diajarkan untuk membuat akun di berbagai media sosial dan e-commerce sebagai langkah-langkah pemanfaatan media digital. Adapun salah satu konten yang berhasil dibuat oleh peserta dalam rangka memasarkan pondok pesantren dapat dilihat pada link berikut :

<https://www.instagram.com/reel/CmnR-SSBdRi/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Narasumber juga menyampaikan materi tentang bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran Lembaga pesantren kepada masyarakat luas. Salah satu hasil dari digital branding yaitu dengan dibuatnya akun media sosial pondok pesantren modern Ar-Ridho Sentul berikut :



Gambar 3 Akun Instagram PPM Ar-Ridho Sentul

Dalam upaya memasarkan produk dari unit usaha pesantren, para peserta dilatih untuk mengenal e-commerce seperti tokopedia, tiktokshop dan shopee dengan harapan produk-produk santi yang dihasilkan di pesantren yang selama ini hanya dijual di area pesantren saja dapat dipasarkan sampai tingkat nasional sehingga pesantren dapat bersaing secara ekonomi dan memiliki income generating dengan tujuan kemandirian pesantren sebagai Lembaga Pendidikan yang unggul. Upaya pembuatan akun di e-commerce terkendala dengan dokumentasi produk yang belum dimiliki oleh pesantren sehingga tidak dapat dilaksanakan saat kegiatan berlangsung. Oleh karena itu akan dilakukan monitoring secara berkala untuk memastikan berjalannya kegiatan unit usaha di masing-masing pesantren.

Tahap terakhir dalam kegiatan pengabdian ini adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi dilakukan guna menjamin keberlangsungan manfaat yang didapatkan oleh pesantren. Kegiatan monitoring menghasilkan beberapa akun media sosial yang sudah dibuat oleh masing-masing pesantren dan sudah tersedianya foto-foto produk yang siap untuk diunggah di dalam official market e-commerce untuk dipasarkan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan program peningkatan pengetahuan pengelola unit usaha pesantren dalam penggunaan digital sebagai upaya pemasaran produk dan income generating pondok pesantren dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun meskipun belum semua peserta pendampingan menguasai dengan sempurna materi yang disampaikan.

Kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik dari peserta terbukti dengan keaktifan peserta mengikuti pendampingan dengan tidak meninggalkan tempat sebelum waktu kegiatan berakhir. Selain itu mitra mengharapkan adanya pendampingan yang berkelanjutan setiap tahun guna meningkatkan kapasitas manajerial pesantren.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia atas hibah untuk pendanaan Kegiatan Kemandirian Masyarakat (KKM) Program Insentif Pengabdian Masyarakat Yang Terintegrasi Dengan MBKM Berbasis Kinerja IKU Bagi PTS Tahun 2022. Selain itu, kami mengucapkan terimakasih kepada Universitas Djuanda yang telah memfasilitasi kegiatan melalui LPPM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz IA, Nurwahidin N, Chailis I. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *J Syarikah J Ekon Islam*. 2019;5(1):94–108.
- ditpdpontren kemenag. Statistik Pesantren [Internet]. 2021. Available from: <https://ditpdpontren.kemenag.go.id/pdpp>
- Kholik A, Bisri H, Lathifah ZK, Kartakusumah B, Maufur M, Prasetyo T. Impelementasi Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Berdasarkan Persepsi Dosen dan Mahasiswa. *J Basicedu*. 2022;6(1):738–48.
- Laar E van, Deursen AJAM van, Dijk JAGM van, Haan J de. Determinants of 21st-Century Skills and 21st-Century Digital Skills for Workers: A Systematic Literature Review. *SAGE Open*. 2020 Jan;10(1):215824401990017.
- Lathifah ZK, Setyaningsih S, Wulandari D. Development of Internal Quality Assurance System Model for Pesantren Using the 2020 Education Unit Accreditation Instrument. *AL-TANZIM J Manaj Pendidik Islam*. 2022;6(4):983–98.
- Muttaqien A. Al-Muyassar : Journal of Arabic Education Strategi Pelatihan Bahasa Arab dengan Metode Debat bagi Mahasiswa Komunitas Al- Kindy di Pusat Ma ' had Al - Jaami ' ah. 2022;1(1):41–58.
- Ridwan M, Sri N, Nengsi W, Karlinda AE, Manajemen), Ekonomi F, et al. MEMPERSIAPKAN SDM HANDAL DALAM MENGHADAPI SMART SOCIETY 5.0 PADA SANTRI RAHMATAN LIL'ALAMIN INTERNATIONAL ISLAMIC BOARDING SCHOOL. *Communnity Dev J*. 2022;3(2).
- Seftianti, A., & Imam Abdul Aziz. (2021). Pendampingan Produksi UMKM Dalam Meningkatkan Usaha Sale Pisang Di Desa Padamulya. *ALMUJTAMAE: Jurnal*

Aziz, et al.

Peningkatan Pengetahuan Pengelola Unit Usaha Pesantren Dalam Penggunaan Media Digital Sebagai Pemasaran Produk dan Income Generating Pondok Pesantren

Pengabdian Masyarakat, 1 (1), 40–45.
<https://doi.org/10.30997/almujtamae.v1i1.2908>

Setyaningsih S, Suchyadi Y. Classroom Management In Improving School Learning Processes In The Cluster 2 Teacher Working Group In North Bogor City. 2021;05(01):99–104.

Smith P. Learning to know, be, do, and live together with in the cross-cultural experiences of immigrant teacher educators. *Teach Teach Educ* [Internet]. 2018;69:263–74. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.10.018>

Suardipa IP, Pitriani K. Urgensi Sistem Penjaminan Mutu dan Akreditasi dalam Pemetaan Mutu Satuan Pendidikan. *J Penjaminan Mutu*. 2020;1(2):143–53.

Wiranata RRS. PROGRESIVISME: TITIK TEMU KEABSAHAN UU PESANTREN NOMOR 18 TAHUN 2019. *Komun dan Pendidik Islam*. 2019;8(pendidikan islam):103–29.