MUJAHADA: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*
E- ISSN 3026-3565 | P- ISSN 3026-7382
Vol. 03, No. 1, Juni 2025

Pelatihan Santripreuner Melalui Pengenalan Digital Marketing Untuk Santri Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung

Novi Anisa[1] Dahlia[2]
[1] *Sekolah Tinggi Agama Islam, Magelang, email: anovia294@gmail.com*
[2]*Sekolah Tinggi Agama Islam, Magelang, email : dahlia@staia-sw.or.id*

Article Info

Submitted: -
Accepted: -
Published: -

Keywords:
Pondok Pesantren; Digital Marketing; Santripreneur;Asset Based Community Development; Kewirausahaan Digital

Abstract

Pondok pesantren, as traditional Islamic educational institutions, play a strategic role in shaping the character and skills of their students. To address the challenges of globalization and technology, students need to be equipped with digital entrepreneurial skills, particularly in digital marketing. A Santripreneur training program based on the Asset Based Community Development (ABCD) approach was conducted at Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung over 21 days. The training aimed to enhance students' understanding of digital marketing, including the use of social media, creative content creation, and online marketing strategies. The results demonstrated significant improvement in students' skills, as they became more confident in utilizing technology to support their businesses. The program also addressed challenges such as the lack of financial reporting knowledge, which previously hindered their access to financial institutions. By integrating Islamic values with the local context, the training not only empowered students individually but also improved the competitiveness of the pesantren. This initiative is expected to foster independent students who can contribute to local and national economic development.

Kata Kunci:
Pondok Pesantren; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Santri;Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset; Kewirausahaan Digital

Abstrak

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional memiliki peran strategis dalam membentuk karakter dan keterampilan santri. Untuk menghadapi tantangan globalisasi dan teknologi, santri perlu dibekali dengan keterampilan kewirausahaan digital, khususnya digital marketing. Program pelatihan santripreneur berbasis pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dilaksanakan di Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung selama 21 hari. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan pemahaman santri dalam pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial, pembuatan konten kreatif, dan strategi pemasaran online. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan santri, yang kini lebih percaya diri memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha mereka. Program ini juga membantu santri mengatasi kendala seperti kurangnya pemahaman laporan keuangan, yang sebelumnya menghambat akses mereka ke lembaga keuangan. Dengan integrasi nilai-nilai keislaman dan konteks lokal, pelatihan ini tidak hanya memberdayakan santri secara individu tetapi juga meningkatkan daya saing pesantren. Kegiatan ini diharapkan

Lisensi: *cc-by-sa*
Copyright © 2023 penulis

menciptakan generasi santri mandiri yang mampu berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan nasional

Cara mensitasi artikel:
Novi Anisa dan Dahlia. (2025). Pelatihan Santripreuner Melalui Pengenalan Digital Marketing Untuk Santri Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung.
MUJAHADA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, *3*(1)

PENDAHULUAN

Pondok pesantren sebagai kembaga pendidikan islam tradisional di Indonesia memiliki peran strategis dalam membantuk karakter, moral, dan keterampilan santri. Dalam mengahadapi globalisasi dan perkembangan teknologi, pesantren perlu membekali santri dengan keterampilan relevan, seperti kewirausahaan digital, khususnta digital marketing. Keterampilan ini membuka peluang bagi santri untuk bersaing di dunia usaha modern melalui permanfaatan teknologi untuk pemasaran produk jasa. Santri sebagai bagian dari generasi mudah memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha yang inovatif, terutama dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa banyak santri yang belum memiliki akses maupun pemahaman yang memadai tentang strategi pemasaran berbasis digital.

Menurut penelitian (Fuadi et al., 2024), pelatihan digital marketing di pesantren mampu meningkatkan pemahaman santri dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa pengenalan digital marketing membantu santri dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dan daya saing pondok mereka di pasar. Permaslahan yang kerap muncul dalam pertumbuhan usaha ultra mikro yang dimiliki oleh santri muda adalah adanya rasa takut untuk mengakses lembaga keuangan, sehingga usaha yang mereka bangun mengalami kesulitan untuk berkembang. Salah satu alasan untuk hal ini adala usaha ultra mikro tersebut tidak memiliki laporan keuangan yang akurat dan terorganisir dengan baik, yang membuat pihak lembaga keuangan sulit untuk memberikan akeses terhadap modal. Ketidaktahuan mengenai cara membuat laporan keuangan dan kebiasaan yang kurang baik dala mencatat pemasukan serta pengeluaran usaha adalah alsan mengapa laporan keuangan tidak ada di usaha ultra mikro tersebut. Kurangnya pemahaman tentang pelaporan keuangan dapat mengakibatkan campur aduknya uang pribadi dan uang hasil usaha, yang berujung pada pemanfaatan sumber daya yang tidak efisien bagi para santri.

Semakin capatnya perkembangan teknologi, setiap individu dituntut untuk menyesuaikan diri dengan inovasi yang ada, termasuk para santri muda yang menjalankan bisnis ultra mikro. Sebagian besar santri muda telah

memanfaatkan smartphone dalam aktivitas sehari-hari mereka, seperti untuk mengakses Whatsapp, Facebook, dan YouTube (Chaffery et al., 2019). Penggunaan beberapa aplikasi tersebut menandakan bahwa mereka sudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada, walaupun masih belum maksimal dalam penggunaan nya untuk menunjang kegaitan lainnya.

Melihat peluang tersebut, maka aktivitas diarahkan pada pengelolaan atau manajemen usaha yang tepat. Pengetahuan mengenai kewirausahaan dan pemasaran yang ada masih memerlukan banyak penyesuaian saat berhadapan dengan dunia sisnis secara nyata, terutama dalam menghadapi persaingan di ranah digital (Klotler et al.,2016). Kemampuan untuk menyesuikan barang dengan keingann konsumen atau merancang posisi produk masih sangat terbatas, sehingga produk-produk terbaik deari desa ini kurang mendapat perhatian dari pasar. Selain itu, masih adanya kekurangan dalam mengakses atau menjangkau peluang pasar yang lebih luas perlu menjadi fokus utama (Ryan et al., 2019). Melalui program kerja sama dengan masyarakat, diharapkan para santri muda dapat mengembangkan kemandirian ekonomi mereka, serta memiliki keterampilan kewirausahaan yang sangat baik setelah menyelesaikan pendidikan (Aghnaita et al., 20224; Giantomi Muhammad et al., 2024). Pelatihan serta perkenalan tentang pemasaran digital menjadi fokus dalam acara ini. Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberdayakan ekonomi santri yang kurang mampu melalui pengelolaan usaha dan keuangan yang menggunakan platfrom online
(digital).

Pada kegaitan Pengabdian Kepada Masyarakat, tim pelaksana berhasil melaksanakan serangkaian pelatihan digitall marketing bagi santri Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung. Dengan dukungan dan peran aktif mitra kunci dan Pondok Pesantren, program ini tidak hanya berlangsung lancar, tetapi juga memberikan dampak positif yang signifikan. Pondok pesantren tidak hanya menyediakan lingkungan yang mendukung untuk pelaksanaan kegiatan, tetapi juga memberikan pandangan berharga tentang bagaimana nilai-nilai keislaman dapat diintegrasikan dalam praktif digital marketing. Kolaborasi yang erat antara tim pelaksana dan para santri membantu merancang program pelatihan yang sesuai dengan konteks lokal serta kebutuhan pesantren, yang mengasilkan majuan dalam meningkatkan potensi santri dan kemajuan pesantren secara keseluruhan. Dengan demikian, program ini bukan sekedar memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada santri, tetapi juga memperkuat kemitrraan yang berkelanjutan antara perguruan tinggi dan komunitas, serta menciptakan dampak yang bekerlanjutan dalam pengembangan potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan santripreneur melalui pengenalan digital marketing bagi santri Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agun. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan santri dalam menafaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha, sehingga mereka mampu bersaing dalam nudia usaha yang semakin pompetitif. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membangun kiwa kewirausahaan yang mandiri dan inovatif di kalangan santri, sehingga mereka dapat berkontribusi dalam pengembangan ekonomi lokal maupun nasional. Pelatihan ini juga menjadi bagian dari upasa pemberdayaan masyarakat melalui pendiidkan berbasis keterampilan. Dengan memberikan pelatihan ini, diharapkan santri tidak hanya memiliki bekas spiritual dan moral, tetapi juga keterampilan praktid yang releevan dengan kebutuhan zaman. Program ini sejalan dengan visi misi Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung untuk mencetak generasi yang tidak hanya berilmu, tetapi juga berdaya guna di masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung selama 21 hari, yang di mulai dari tanggal 20 November 2024 hingga 1 Januari 2025. Program pengabdian m=ini bertujuan untuk memberdayakan santri dengan keterampilan kewirausahaan berbasis digital marketing, yang diharapkan dapat memebrikan mereka peluang usaha yang lebih luas di era digital. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Develoment (ABCD). Pendekatan ABCD berasumsi bahwa yang mampu menuntaskan masalah peserta didik adalah pendidikan itu sendiri dan semua upasaya perbaikan di awali dari perbaikan media sosial (Fatmawati, 2020). Pendekatan (ABCD) ini berfokus pada pemberdayaan melalui potensi dan sumber daya yang sudah ada dalam komunikasi, dalam hal ini adalah para santri dan pengasuh Pondok Pesantren Al-Ma'shum.

Pendekatan (ABCD) dipilih karena prinsip dasarnya yang sanagt relevan dengan tujuan pengabdian ini, yaitu memberdayakan komunitas dengan menggunakan potensi internal mereka sendiri. (ABCD) berasumsi bahwa masyarakat memiliki aset yang dapat dimanfaatkan untuk membangun dan perbaikan kondisi sosial ekonomi mereka. Pendekatan (ABCD) terdiri dari lima tahap pokok yang saling berkaitan, yaitu Discovery, Dream, Design, Define, dan Destiny (Widyaningsih, 2019). Pada tahap Discovery, pengabdi melakukan identifikasi terhadap potensi dan sumber daya yang ada di Pondok Pesantren Al-Ma'shum, khususnya yang

berhubungan dengan keterampilan santri dalam bidang digital marketing. Tahap kedua yaitu Dream, yaitu menggali cita-cita dan harapan para santri serta pengasuh terkait dengan peningkatan keterampilan kewirausahaan berbasis digital marketing. Tahap ketiga yaitu Design, yaitu merantang program pelatihan yang akan mengajarkan keterampilan digital marketing. Tahap keempat yaitu Define, tahap ini anatara pengabdi dan pengasuh bekerja sama untuk menentukan langkah-langkah yang perlu diambil untuk mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari. Tahap kelima yaitu Destiny, tahap ini melakukan tindakan inspiratif mulai diterapkan untuk mendukung pengembangan kewirausahaan berbasisi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Santripreneur melalui pengenalan digital marketing yang dilaksanakan di Pondok pesantren Al-Ma'shum Japun Agung menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan berbasis digital marketing di kalangan santri. Pendkatan yang di gunakan dalam kegiatan ini adalah metode (ABCD), yang memungkinkan pemberdayaan santri dengan memanfaatkan posensi aset dan yang sudah ada di dalam komunitas. Setiap tahap dalam ABCD berkontribusi besar terhadap pengembangan keterampilan dan karakter santri, serta mendukung tercapainya tujuan utama pelatihan ini.

Descovery

Pada tahap Discovery, tujuan uatama adalah untuk mengidentifikasi potensi dan hambatan yang ada di lingkungan pesantren terkait dengan pengembangan keterampilan digital marketing di kalangan santri. Proses ini melibatkan wawancara mendalam dengan pengasuh pesantren dan beberapa santri untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas mengenai aset yang dimiliki oleh komunitas pesantren serta tantangan yang mereka hadapi. Melalui wawancara, ditemukan bahwa banyak santru sudah memiliki pemahaman dasar tentang teknologi informasi dan komunikasi, serta memiliki minat yang tinggi terhadap kewirausahaan. Berdasarkan wawancara dan analisisi data yang diperoleh, program pelatihan difokuskan pada pengenalan dasar digital marketing. Pembuatan konten kreatif, dan pemanfataan media sosial sebagai alat pemasaran.

Dream

Pada tahap Dream, setiap individu diberikan kesempatan untuk mengungkapkan harapan dan cita-cita mereka mengenai potensi yang ingin mereka capai. Baik itu dalam aspek pribadi maupaun dalam konteks sosial atau organisasi. Di Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung, harapan

besar dari para pengasuh dan sntri terkait pengembangan keterampilan digital marketing ini tidak hanya untuk meingkatkan daya saing santri dalam dunia ditigal. Tetapi juga untuk mendorong mereka menjadi sntri yang mandiri dan mampu mengembangkan usaha berbasis digital. Impian mereka adalah agar setiap santri tidak hanya memiliki pengetahuan agama yang luas dan mendalam, tetapi juga keterampilan yang relevan dengan perkembangan saman, seperti pemasaran digital yang kini menjadi bagian integral dari banyak sektor usaha.

Harapan utama mereka adalah agar santri dapat memanfaatkan keterampilan digital marketing yang diperoleh dalam program pelatihan ini untuk membangun bisnis sendiri yang berbasis digital, serta mempromosikan produk atau jasa dari pesantren, seperti kerajinan tangan, dan lain sebagainya. Dalam kontek pendidikan kewirausahaan berbasis digital, (Galloway et al., 2019) mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang mengintegrasikan teknologi digital dapat memotivasi generasi muda untuk lebih mandiri dalam berbisnis, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan global yang semakin terhubung secara digital.



Gambar 1. Sharing Bersama Santri Mengenai Pengalaman dan Harapan dalam Digital Marketing

Design

Pada tahap Design, tahap ini dilakukan dengan merancang kegiatan yang memperhatikan aset dan potensi yang dimiliki oleh santri. Pada tahap ini, penting untuk mengidentifikasi kemampuan dan kekuatan yang sudah ada dalam diri santri, seperti pengetahuan dasar mengenai teknologi, keterkaitan terhadap kewirausahaan, dan keterampilan interpersonal yang mereka miliki. Langkah awal dalam proses ini adalah mengidentifikasi karakter dan potensi yang dimiliki oleh santri. Hal ini dilakukan dengan mengikuti kegiatan pembelajaran yang telah berlangsung dan mengamati secara langsung sikap dan karakter para santri. Setelah mengidentifikasi, selanjutnya adalah

merancang materi yang dapat mengatasi kelemahan tersebut sekaligus mengembangkan potensi santri.



Gambar 2. Menyampaikan Materi Dasar Digital Marketing

Define

Pada tahap awal sebuah pelatihan kewirausahaan, pentng untuk melakukan pemantapan dan penegasan terhadap tujuan yang akan dicapai. Dalam konteks Pelatihan Santripreneur untuk santri Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung, tahap ini bertujuan untuk memberikan arah yang jelas tentang apa yang ingin dicapai peserta pelatihan serta memberikan semangat dan keyakinan kepada mereka. Penetapan tujuan dalam pelatihan ini dilakukan denganc ara menegaskan pentingnya penguasaan digital marketing sebagai keterampilan yang sangat relevan dalam dunia usaha dan modern. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengajarkan santri keterampilan dalam bisang digital marketing, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran, dan strategis content marketing. Pelatihan ini juga bertujuan untuk memberikan motivasi kepasa santri, agar mereka merasa lebih percaya diri dalam memulai dan mengembangkan usaha mereka.

Destiny

Tahapan ini yaitu meralisasikan atau melaksanakan setiap rancangan dan strategi yang dirancang dalam tahap yang sebelumnya dibahas. Tahap ini

terealisasikan ketike lembaga secara kontinyu menjalankan perubahan dipantau terus perkembangnnya. (Alfu laila et al., 2021) Destiny yaitu serangkaian tindakan inspiratif yang mendukung proses Define secara terus menerus dan inovasi tentang “apa yang terjadi”. Hal ini merupakan fase akhir yang secara khusus fokus pada caracara personal atau kelompok untuk melangkah maju. Langkah terakhir adalah melaksanakan kegiatan yang sudah disepakati dalam rangka memanfaatkan aset berjalan sepenuhnya.

Pelatihan santripreneur di Pondok Pesantren Al-Ma’shum Japun Agung berfokus pada pengenalan digital marketing, bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan santri dalam memanfaatkan platflom digital untuk mendukung wirausaha. Beberapa materi yang di ajarkan antara lain :

1. Pengenalan Dasar Digital Marketing
   Menjelaskan konsep digital marketing, manfaatnya, dan bagaimana penggunaannya dalam bisnis santriprenuer.

2. Pemanfaatan Media Sosial untuk Bisnis
   Pelatihan tentang cara membuat dan mengelola akun bisnis di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business.

3. Pembuatan Konten yang Menarik
   Memberikan panduan untuk membuat konten kreatif seperti foto produk, video pendek, dan tulisan yang menarik untuk meingkatkan interaksi dengan calon pelanggan.

4. Strategi Pemasaran Online
   Membahas strategi pemasaran digital, seperti iklan pembayaran, teknik SEO sederhana, dan analitik dasar untuk evaluasi kinerja.

5. Evaluasi
   Melakukan evaluasi materi yang telah disampaikan melalui kuis interaktif tanya jawab kepasa santri. Untuk mendorong penerapan konsep yang telah diajarkan, pendamping memberikan penghargaan sederhana bagi santri yang menunjukkan keterampilan dan kemajuan selama pelatihan berlangsung. Hal ini akan memotivasi mereka untuk terus mengembangkan kemampuan mereka di bidang digital marketing.



Gambar 3. Memberikan Arahan Mengenai Digital Marketing

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil dilaksanakan di Pondok Pesantren Al-Ma'shum Japun Agung selama 21 hari, dari tanggal 20 November 2024 hingga 1 Januari 2025. Program ini bertujuan memberdayakan santri dengan keterampilan kewirausahaan berbasis digital marketing, menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) yang fokus pada pemberdayaan melalui potensi dan sumber daya yang sudah ada dalam komunitas.Setiap tahapan ABCD, yakni Discovery, Dream, Design, Define, dan Destiny, berkontribusi signifikan terhadap pengembangan keterampilan santri. Pelatihan ini memberikan pemahaman mendalam tentang konsep digital marketing, pembuatan konten kreatif, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran.

Selain itu, santri dilatih untuk mengembangkan strategi pemasaran online yang efektif, sehingga mampu memanfaatkan platform digital dalam mendukung kegiatan kewirausahaan mereka. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan santri di bidang digital marketing, yang diharapkan dapat membuka peluang usaha baru dan memperkuat kemandirian mereka. Melalui evaluasi dan penghargaan yang diberikan, santri termotivasi untuk terus belajar dan mengembangkan kemampuan mereka, sekaligus mempersiapkan diri menghadapi tantangan era digital. Program ini menjadi contoh nyata bagaimana pendidikan berbasis keterampilan dapat membantu pemberdayaan komunitas,

khususnya di lingkungan pondok pesantren, dengan hasil yang berdampak pada peningkatan sosial ekonomi mereka.

DAFTAR RUJUKAN

Aghnaita, A., & Giantomi, M. (2024). Program pemberdayaan santri melalui pelatihan kewirausahaan digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5*(2), 123–134.

Chaffery, D., et al. (2019). Digital marketing and its role in the empowerment of small businesses. *Journal of Digital Economics, 8*(1), 45–57.

Fuadi, M., et al. (2024). The impact of digital marketing training in Islamic boarding schools. *Journal of Islamic Education and Entrepreneurship, 12*(3), 98–110.

Galloway, L., et al. (2019). Pendidikan kewirausahaan yang mengintegrasikan teknologi digital: Motivasi generasi muda menghadapi tantangan global.

Kotler, P., et al. (2016). *Marketing management: Competitive strategies for a digital era*. Pearson Education.

Ryan, D., et al. (2019). Social media marketing for small businesses: An analytical approach. *Journal of Marketing and Business Development, 10*(2), 87–102.

Widyaningsih, S. (2019). Pendekatan ABCD: Lima tahap pokok dalam pengembangan pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan, 12*(3), 45–58.