

PENGUATAN DAN PENDAMPINGAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING UNTUK PENGABDIAN MASYARAKAT DILINGKUNGAN PESANTREN DI KABUPATEN TASIKMALAYA

Faiz Muqorri Kaaffah¹, Khaerul Manaf²

¹UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

²Universitas Sangga Buana Bandung

E-mail: faiz@syekh Nurjati.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 05-09-2024

Revised :25-09-2024

Accepted :30-09-2024

Kata Kunci: Teknologi
Digital, Pengabdian
Masyarakat, Pesantren

Doi: 10.62335

ABSTRACT

Several Islamic boarding schools which are informal educational institutions that focus on developing human resource religiosity seem to need attention related to the development of the business industry. Unfortunately, there are still many Islamic boarding schools in West Java that do not have experience participating in OPOP. Therefore, this Madrasah and Pesantren-based program is very much needed. This assistance aims to optimize the products and economic potential of Islamic boarding schools in Tasikmalaya Regency. This program applies a qualitative case study method and an appreciative inquiry approach. The results obtained are that all students, alumni, and Islamic boarding schools can synergize more optimally to build better financial management, marketing, and product packaging and increase understanding of the benefits, strategies, and participation in OPOP. In short, they understand the right way to increase their economic potential as a whole in order to realize more empowered Islamic boarding schools and prosperous communities.

ABSTRAK

Beberapa pondok pesantren yang merupakan lembaga pendidikan informal yang fokus pada pengembangan religiusitas sumber daya manusia tampaknya perlu mendapat perhatian terkait dengan pengembangan industri bisnis. Masih banyak pondok pesantren di Jawa Barat yang belum memiliki pengalaman mengikuti OPOP. Oleh karena itu, program berbasis Madrasah dan Pesantren ini sangat dibutuhkan. Pendampingan ini bertujuan untuk mengoptimalkan produk dan potensi ekonomi pondok pesantren di Kabupaten Tasikmalaya. Program ini menerapkan metode studi kasus

kualitatif dan pendekatan inkuiri apresiatif. Hasil yang diperoleh adalah seluruh santri, alumni, dan pondok pesantren dapat bersinergi lebih optimal untuk membangun pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengemasan produk yang lebih baik serta meningkatkan pemahaman tentang manfaat, strategi, dan keikutsertaan dalam OPOP. Singkatnya, mereka memahami cara yang tepat untuk meningkatkan potensi ekonomi mereka secara menyeluruh guna mewujudkan pondok pesantren yang lebih berdaya dan masyarakat yang sejahtera.

PENDAHULUAN

Digitalisasi ekonomi sudah tidak mungkin lagi dihindari. Segala sesuatu yang memungkinkan dapat dikontrol dari mana saja melalui koneksi internet dengan perangkat gadget/smartphone. Hal ini memudahkan mobilitas manusia dalam aktivitas sehari-hari termasuk dalam dunia bisnis, khususnya ekonomi kreatif, sehingga fenomena ini semakin memperkuat dunia menuju ekonomi digital. Misalnya saja, kita sudah cukup familiar dengan email, penggunaan website, aplikasi, pengelolaan produk secara online, serta transaksi online.

Kebijakan baru yang diterapkan pemerintah seperti Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), pengurangan jam kerja, dan transisi Work From Home (WFH) menjadi langkah penting yang diambil untuk menekan risiko penyebaran virus. Namun, kebijakan tersebut juga memicu pengurangan tenaga kerja bahkan pemutusan hubungan kerja (PHK) sehingga banyak pelaku usaha yang terpaksa melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap karyawannya. Dampak ini tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha besar, tetapi juga pelaku ekonomi kelas bawah, termasuk usaha rumahan atau UKM (Amalia et al., 2024).

Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan ketika berjualan dari sebuah UMKM, pemasaran terus menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha di era saat ini (Arumsari et al., 2022). Pemasaran mulai dari media cetak hingga media online sudah tidak asing lagi dan bukan lagi menjadi kata yang asing bagi masyarakat di segala usia. Misalnya saja di suatu tempat perbelanjaan pasti ada iklan pemasaran berupa brosur, majalah, bahkan ada yang menawarkannya langsung kepada kita. Bahkan ketika kita menggunakan media sosial pun pasti ada iklan yang muncul di media sosial kita seperti internet. Belanja online di Indonesia saat ini memang sedang berkembang pesat dan pesat. Kini Indonesia menjadi salah satu negara yang sedang tren dengan belanja online (Silvi Noviyanti et al., 2022). Fokus utamanya memang untuk meningkatkan penjualan, termasuk melihat kualitas produk kita. Namun tidak hanya itu, pemasaran yang baik juga dapat meningkatkan brand awareness (Zainuddin Hamidi et al., 2023).

Beberapa pondok pesantren yang notabene adalah lembaga pendidikan informal yang fokus pada pengembangan religiusitas sumber daya manusia agaknya perlu mendapatkan perhatian terkait perkembangan industri bisnis.

Pengabdian kepada masyarakat di sekitar pesantren ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara para pelaku usaha memasarkan produknya dan ingin membantu para pelaku UMKM yang masih kurang memahami pemasaran di era saat ini serta membantu para pelaku UMKM yang memang membutuhkan dana untuk

merenovasi lapaknya agar lebih layak dan agar masyarakat lebih berminat untuk membeli produk. Harapannya dengan adanya bantuan ini, mereka dapat meningkatkan penjualan dan pendapatannya serta agar lapaknya lebih layak untuk ditempati oleh para konsumen. Saat ini UMKM memiliki peran yang strategis dalam perekonomian karena kedudukannya sebagai pelaku utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor (Zaky & Zainuddin Hamidi, 2022)

Pondok Pesantren Muhammadiyah Kabupaten Tasikmalaya memiliki banyak program inovasi dalam proses pembelajaran yang semakin hari semakin baik dan inovatif dengan melibatkan penggunaan dan pemanfaatan teknologi tepat guna. Salah satu program inovasi yang dilakukan adalah dengan menjalin kerjasama dengan Program Studi Informatika yang sejalan dengan rencana strategis pengabdian kepada masyarakat Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon kepada masyarakat luas. Salah satu programnya adalah dengan menyelenggarakan pelatihan dan pemanfaatan teknologi digital marketing. Kegiatan pemanfaatan penerapan teknologi digital marketing ini bertujuan untuk memajukan pendidikan di pondok pesantren dalam memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi di masa diteliti teknologi digital marketing untuk mengembangkan produk santri (Rizal et al., 2021).

Tidak dapat dipungkiri bahwa pesantren memiliki peran penting dalam kehidupan sosial, pendidikan, dan ekonomi masyarakat Indonesia, khususnya di daerah pedesaan. Selain sebagai lembaga pendidikan yang berfokus pada pengajaran ilmu agama, pesantren juga dapat menjadi pusat pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, sebagai salah satu penyumbang ekonomi terbesar di Indonesia, kolapsnya sebagian besar UMKM termasuk UMKM pesantren di masa pandemi menjadi perhatian khusus bagi pemerintah untuk melakukan berbagai aksi dukungan dan penguatan. Salah satu inisiatif yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi pesantren adalah program One Pesantren One Product (OPOP) yang dicanangkan pemerintah sebagai bagian dari upaya menciptakan kemandirian ekonomi di lingkungan pesantren. Kebijakan ini diimplementasikan Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam Peraturan Gubernur Nomor 62 Tahun 2020 tentang pemberdayaan masyarakat berbasis pesantren melalui program One Pesantren One Product atau OPOP (Dan, 2024).

Oleh karena itu, program pendampingan bagi pondok pesantren terkait OPOP sangat diperlukan. Setelah dilakukan pemberdayaan dan pendampingan di beberapa pondok pesantren di wilayah Pantura Lamongan, diharapkan mampu mengikuti beberapa program OPOP dan mampu meningkatkan produk yang memiliki potensi ekonomi, serta meningkatkan pemasaran dengan memberdayakan santri, alumni, dan masyarakat sekitar untuk bersama-sama menjadikan pondok pesantren berdaya dan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sebagaimana slogan yang diusung OPOP "Pondok pesantren berdaya, masyarakat sejahtera." Penelitian dan pendampingan tentang pemberdayaan ekonomi pondok pesantren melalui OPOP telah banyak dilakukan, namun masih terdapat beberapa kesamaan yang perlu dijawab. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Adawiyah (2023) berfokus pada pengembangan kapasitas santri pondok pesantren dalam keterampilan berwirausaha, namun tidak membahas tentang strategi pemasaran produk pondok pesantren agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Berbeda dengan program pendampingan sebelumnya yang hanya difokuskan pada pesantrenpreneur, PKM ini berupaya meningkatkan potensi ekonomi dengan mengoptimalkan sinergi tiga unsur, yakni pesantren, santri, alumni, dan masyarakat sekitar lingkungan pesantren. Program pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan perekonomian di lingkungan pesantren, tetapi juga melibatkan peran serta masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat sekitar lingkungan pesantren, serta alumni pesantren yang memiliki potensi ekonomi turut serta dalam pengembangan bersama melalui program OPOP. Salah satu pilar utama OPOP, yakni sosiopreneur, menegaskan bahwa program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan perekonomian pesantren dan santrinya, tetapi juga berupaya meningkatkan potensi dan perekonomian masyarakat serta alumni. Pendekatan yang sinergis ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan bersama, sejalan dengan prinsip OPOP yang bertujuan mewujudkan pesantren berdaya dan masyarakat sejahtera.

Program pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan perekonomian di lingkungan pesantren, tetapi juga melibatkan peran serta masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat sekitar lingkungan pesantren, serta alumni pesantren yang memiliki potensi ekonomi, turut serta dalam pengembangan bersama melalui program OPOP. Salah satu pilar utama OPOP, yaitu sociopreneur, menegaskan bahwa program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan perekonomian pesantren dan para santrinya, tetapi juga berupaya untuk meningkatkan potensi dan perekonomian masyarakat beserta para alumninya. Pendekatan yang sinergis ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan bersama, sejalan dengan prinsip OPOP yang bertujuan untuk mewujudkan pesantren berdaya dan masyarakat sejahtera.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan ekonomi di dalam pesantren, tetapi juga melibatkan peran masyarakat. Dengan **Penguatan dan pendampingan teknologi digital marketing untuk pengabdian masyarakat dilingkungan pesantren di kabupaten Tasikmalaya.**

METODE PELAKSANAAN

Penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Analisis kualitatif merupakan analisis yang menyampaikan data dalam bentuk verbal dan lebih menekankan pada permasalahan kontekstual, serta tidak terikat pada angka dan perhitungan (Chotimah, 2016). (Widiati et al., 2023).

Desain penelitian ini adalah studi Tinjauan Pustaka yang menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan untuk menarik simpulan dari penelitian yang sedang dilakukan. Tinjauan Pustaka merupakan suatu pencarian dan penelitian pustaka dengan cara membaca berbagai buku, jurnal dan terbitan lain yang berhubungan dengan topik untuk menghasilkan tulisan yang berhubungan dengan suatu topik. Terdapat dua tujuan utama dari tinjauan pustaka. Pertama, tinjauan pustaka dilakukan dengan tujuan untuk menulis suatu karya tulis guna memperkenalkan kajian-kajian baru tentang suatu topik tertentu yang perlu diketahui oleh mereka yang bergelut di bidang keilmuan tersebut. Tujuan kedua dari

tinjauan pustaka adalah untuk kepentingan proyek penelitian itu sendiri. Tiga database yang digunakan untuk pencarian artikel adalah Google Scholar dengan kata kunci Teknologi Digital, Pengabdian Masyarakat , Pesantren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian pustaka yang telah dipaparkan di atas terkait peran kepemimpinan santri dalam kemandirian ekonomi pesantren, maka dibahas bahwa terdapat 5 hasil literatur review. Berikut tabel Penguatan dan pendampingan teknologi digital marketing untuk pengabdian masyarakat dilingkungan pesantren di kabupaten Tasikmalaya

No	Jurnal / judul & Penulis	Tujuan	Kesimpulan
1.	Jurnal : Indonesia Jurnal of community Reserch and Enty Judul :Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui One Pesantren One Product (OPOP) di Pondok Pesantren Kawasan Pantura Lamongan Penulis : Dini Amalia ¹ , Shofiyah ² , Sifwatir Rif'ah , Nur Sa'idaturrohmah 2023	endampingan ini bertujuan untuk mengoptimalkan produk dan potensi ekonomi tiga pondok pesantren di Pesisir Utara Lamongan, yaitu Pondok Pesantren Maslakul Huda, Pondok Pesantren Mazraatul Ulum, dan Pondok Pesantren Raudlatut Thulla.	Hasil yang diperoleh adalah seluruh santri, alumni, dan pondok pesantren dapat bersinergi lebih optimal untuk membangun pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengemasan produk yang lebih baik serta meningkatkan pemahaman tentang manfaat, strategi, dan keanggotaan OPOP. Pendek kata, mereka memahami cara tepat untuk meningkatkan potensi ekonomi mereka secara menyeluruh guna mewujudkan pesantren yang lebih berdaya dan masyarakat yang sejahtera (Amalia et al., 2024).
2.	Jurnal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Judul : Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM Penulis : Aliah Ghina, Leriza Desitama Anggraini, Reny Aziatul Pebriani 2024	Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membangun kemampuan UMKM dalam menetapkan harga produk makanan yang sesuai dengan tren pasar dan target konsumen.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Materi pelatihan mencakup konsep penetapan harga, analisis tren pasar, analisis target konsumen, dan strategi penetapan harga yang efektif. Hasil kegiatan menyatakan bahwa ada perubahan yang terjadi dalam peningkatan pemahaman UMKM tentang konsep penetapan harga, peningkatan kemampuan UMKM dalam menganalisis tren pasar dan target konsumen, peningkatan kemampuan UMKM dalam menetapkan harga produk makanan yang optimal (Ghina et al., 2024).
3.	Jurnal : Indonesia Jurnal of community Reserch and Enty Judul : Optimalisasi Manajemen UMKM melalui Pendampingan dan Pelatihan Pengabdian pada Masyarakat Penulis : Dendi Zainuddin Hamidi ¹ , Noornissa Sarah Ginanjar ² , Asep Deni ³ ,	Tujuan untuk Optimalisasi Manajemen UMKM melalui Pendampingan dan Pelatihan Pengabdian pada Masyarakat	Hasil penelitian dilakukan di Warung makan ayam penyết lestari menjadi target pada pengabdian kali ini, tujuannya untuk mengembangkan hal pemasaran dan komunikasi pemasaran. Beberapa hal yang dilakukan adalah membuat tempat untuk berjualan yang nyaman, tentunya bagi semua orang yang terlibat dalam bisnis ini supaya bisa merasakan kepuasan dan bisa dinilai baik oleh para konsumen. Perbaikan atas komunikasi pemasaran berupa desain baliho, memperbarui daftar

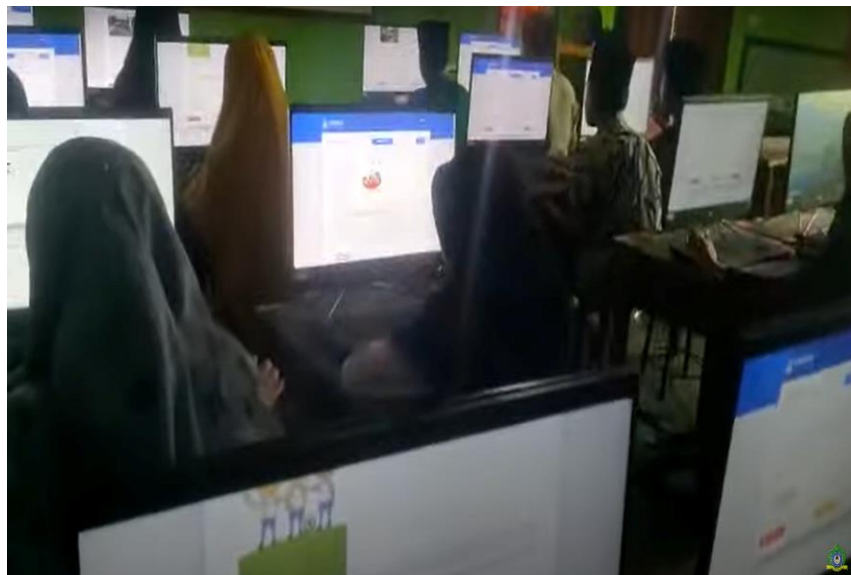
No	Jurnal / judul & Penulis	Tujuan	Kesimpulan
	Niken Safitri ⁴ , Berliana ⁵ , Idun Suwarna 2023		menu, pendaftaran produk ke media sosial seperti Go-Food, dengan tujuan memberikan informasi yang penting berkenaan dengan penjualan ayam penyet(Zainuddin Hamidi et al., 2023)
4.	Jurnal : Jurnal Pengabdian masyarakat Judul : Penguatan Kapasitas Manajerial Menuju Pesantren Mandiri dan Berdaya Saing Unggul Penulis : Dini Amalia ¹ , Shofiyah ² , Sifwatir Rif'ah , Nur Sa'idaturrohmah 2024	bertujuan untuk penguatan kapasitas manajerial pondok pesantren di Kabupaten Bogor	Berdasarkan hasil kegiatan Penguatan Kapasitas Manajerial Pesantren yang dilaksanakan melalui metode assessment berupa pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta kegiatan pendampingan, menunjukkan bahwa ada peningkatan dari jumlah rata-rata skor pre-test dan post-test yaitu sebesar 45% untuk SPMI, 37% untuk topik iklim pesantren ramah anak, 29% untuk topik literasi teknologi pembelajaran, dan 17% untuk topik digital marketing dan digital branding. Hal itu menunjukkan terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman pimpinan, pengasuh, pengelola dan guru-guru pesantren di lingkungan kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor setelah mendapatkan sosialisasi dan pendampingan terkait Penguatan Kapasitas Manajerial, Literasi Teknologi, Iklim dan Income Generating Pesantren yang Mandiri dan Berdaya Saing Unggul(Dan, 2024).
5.	Jurnal : Pngabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN) Judul : Peningkatan Literasi Teknologi demi Penguatan Industri Kreatif di Pondok Pesantren Penulis : Muhammad Hasyim Ibnu Abbas Yogi Dwi Satrio, Magisty Purboyo Priambo 2023	Dengan tujuan menciptakan santri yang melek terhadap perkembangan digitalisasi ekonomi serta memiliki pemahaman yang utuh terhadap industri kreatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa menghasilkan produk digital unggulan santri dengan pangsa pasar yang meningkat secara signifikan. (Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, Yogi Dwi Satrio, 2023)



Gambar 1 . Kegiatan Pendampingan Teknologi Digital Marketing



Gambar 2 . Kegiatan Pendampingan Teknologi Digital Marketing



Gambar 3 . Kegiatan Pendampingan Teknologi Digital Marketing

KESIMPULAN

Kesimpulan dapat diambil dari Minat santri dalam di gital marketing cukup antusias, hal ini dapat dilihat dari beberapa penelitian terdahulu. Dimana santri memiliki keseriusan dalam mengikuti program one pesantren One Produk (OPOP) Setelah mengikuti program pendampingan, ketiga pondok pesantren tersebut menjadi lebih memahami manfaat dan pentingnya mengikuti OPOP. Program ini memberikan pengetahuan kepada para santri, alumni, masyarakat sekitar pondok pesantren, dan pengelola pondok pesantren yang sebelumnya belum pernah mengikuti OPOP.

Melalui pendampingan program yang meliputi pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengemasan produk, para santri dan pelaku usaha di pondok pesantren memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang strategi pemasaran, pengemasan, dan pengelolaan usaha. Pengetahuan tersebut berdampak signifikan terhadap identifikasi dan optimalisasi potensi ekonomi pondok pesantren serta

peningkatan nilai jual produk yang ada. Program ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk dan potensi ekonomi pondok pesantren. Dengan pemahaman tersebut bukan hanya kepada santri tapi juga kepada masyarakat, mereka dapat mengetahui langkah-langkah untuk mengikuti OPOP dan memanfaatkan akses pasar dan jaringan yang lebih luas untuk mengembangkan produk dan usaha 691 wirausahawan di pondok pesantren. Keikutsertaan dalam OPOP memungkinkan pondok pesantren untuk memperluas jaringan usaha dan berkolaborasi antarpondok pesantren dan lintas negara. Serta ada bekal tentang digital marketing. Setelah kelulusannya, santri dapat mengembang lagi ilmunya di luar .

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D., Rif, S., & Sa, N. (2024). *Pemberdayaan Ekonomi Pesantren melalui One Pesantren One Product (OPOP) di Pondok Pesantren Kawasan Pantura Lamongan*. 5(2), 677–693. <https://doi.org/10.37680/amalee.v5i2.2426>
- Dan, M. (2024). *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Ghina, A., Desitama Angraini, L., & Aziatul Pebriani, R. (2024). Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1956–1974.
- Muhammad Hasyim Ibnu Abbas, Yogi Dwi Satrio, M. P. P. (2023). Peningkatan Literasi Teknologi demi Penguatan Industri Kreatif di Pondok Pesantren. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 1951–1957.
- Rizal, R., Ruuhwan, R., & Sudiarjo, A. (2021). Implementasi Dan Pelatihan Google Apps For Education (GAFE) Untuk Pesantren Muhammadiyah Kabupaten Tasikmalaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(1), 7. <https://doi.org/10.36339/je.v6i1.533>
- Widiati, A., Helvira, R., & Nurjannah, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Kemandirian Ekonomi. *Ar-Ribhu : Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 43–54.
- Zainuddin Hamidi, D., Sarah Ginanjar, N., Deni, A., Safitri, N., Suwarna, I., Linggabuana PGRI Sukabumi, U., & PASIM Sukabumi, S. (2023). Optimalisasi Manajemen UMKM melalui Pendampingan dan Pelatihan Pengabdian pada Masyarakat. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(03), 206–212.