

MENDORONG MEMANFAATKAN INTERNET SEHAT UNTUK PEMASARAN DIGITAL PADA PONDOK PESANTREN MULTIMEDIA AN-NUQTHAH 2 SUKABUMI

Priyo Wibowo¹⁾, Patria Adistian²⁾, Antoni Maulana³⁾

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

Abstrak

Industri kecil di Kabupaten Sukabumi sangat beragam namun akses informasi pasar masih terbatas dan proses pengembangan produk masih minim. Usaha kecil yang dengan keterbatasan pengetahuan, sumber daya dan keterampilan harus terus mengembangkan produk baru untuk mempertahankan bisnis mereka. Pondok pesantren Multimedia An-Nuqthah 2 Sukabumi menyelenggarakan pembelajaran formal yang diintegrasikan dengan pembelajaran pesantren. Meskipun warga pesantren mengenal teknologi internet, namun potensi internet dalam berbisnis untuk mendorong perekonomian pesantren maupun lingkungan sekitar pesantren belum dikenal dengan baik. Internet masih sebatas digunakan sebagai media komunikasi dan bersosialisasi. Berangkat dari masalah tersebut, kelompok Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dari Program Studi Teknik Industri Universitas Pamulang mengadakan penyuluhan bagaimana berinternet secara sehat dan aman sekaligus memanfaatkannya sebagai media pemasaran dan pengelolaan usaha. Literasi internet sehat dan aman dimaksudkan untuk menumbuhkan budaya berinternet yang bermanfaat, aman, dan beretika. Selain itu, pemanfaatan teknologi Informasi dan komunikasi khususnya terkait e-commerce dapat mendorong kemampuan masyarakat pondok dalam mengembangkan strategi pemasaran digital untuk mendukung bisnis bagi warga pesantren maupun masyarakat disekitarnya.

Kata Kunci: pemasaran digital, internet sehat, teknologi informasi

Abstract

Sukabumi Regency's small-scale industries are very diverse, but access to market information and product development processes remain limited. Small businesses with limited knowledge, resources, and skills must continue to develop new products to sustain their business. An-Nuqthah 2 Sukabumi, a multimedia Islamic boarding school, organizes formal learning which is integrated with Islamic boarding school learning. Though the members of pesantren are familiar with Internet technology, the potential of the Internet in doing business to encourage the economy of pesantren and their environment is little known. The internet is only used for communicating and socializing. Refers to this problem, the Community Service (PKM) group from the Industrial Engineering Study Program, Pamulang University held counseling on how to surf the internet healthily and safely while also use it as a marketing media and business management. Healthy and safe internet literacy is intended to foster a culture of using the internet as useful, safe, and ethical. In addition, the use of information and communication technology, especially related to e-commerce, can encourage the ability of the Islamic boarding school members to develop digital marketing strategies to support business that owned by pesantren members and the surrounding community.

Keywords: digital marketing, healthy internet, information technology

Correspondence author: Patria Adhastian, dosen01529@unpam.ac.id, South Tangerang, Indonesia

PENDAHULUAN

Kecamatan Nagrak secara geografis berada disebelah utara dari kantor Pemerintah Kabupaten Sukabumi dengan radius \pm 69 Km dari arah ibukota, 150 Kilometer dari Ibukota Propinsi, serta 65 Kilometer dari pusat kedudukan Bakorwil di Bogor. Komposisi 1.229.168 laki-laki, 1.192.945 perempuan. Laju Pertumbuhan Penduduk 0,57 %, sedang kepadatan penduduk 582 orang per km² yang didominasi suku Sunda. (Saman et al., 2021)

Persebaran usaha industri di Kabupaten Sukabumi belum merata. Hingga tahun 2019 di Kecamatan Nagrak hanya terdaftar sebanyak 232 unit usaha industri mikro kecil/ kerajinan rumah tangga. Kecamatan Nagrak mempunyai jumlah perusahaan industri sebanyak 10 unit dengan kategori perusahaan industri kecil/menengah/sedang dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 1360 orang. Terdapat 8 industri sandang, 45 industri pangan dan 149 industri lainnya dimana 189 diantaranya merupakan industri rumah tangga. (Saman et al., 2020)

Industri makanan Kabupaten Sukabumi sangat beragam jenisnya. Hampir di seluruh Kecamatan di Kabupaten Sukabumi memproduksi makanan. Hal ini dikarenakan masyarakat yang rajin, kreatif, dan selalu ingin berkembang. Kabupaten Sukabumi juga memiliki potensi sumber daya alam yang cukup berlimpah. Bentuk usaha olahan makanan di Kabupaten Sukabumi adalah berbentuk home industry. Akses informasi pasar masih terbatas pada pameran-pameran yang diadakan oleh dinas terkait.

Proses pengembangan produk masih kurang baik dan sangat sedikit informasi yang tersedia tentang bagaimana berhasil merancang, mengembangkan, dan memasarkan produk baru di UMKM. Usaha kecil memiliki keterbatasan pengetahuan, sumber daya dan keterampilan. Akan tetapi, mereka harus terus mengembangkan produk baru untuk mempertahankan bisnis mereka. Akses informasi pasar masih terbatas pada papan iklan nama bengkel yang ada di lokasi usaha. Kecenderungan pasar akan terus meningkat seiring peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang tumbuh pesat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang mengemukakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha frekuensinya sangat jarang, bahkan beberapa pengusaha tidak pernah mempromosikan produknya di masyarakat. (Kusdiana & Gunardi, 2014)

Di sisi lain, hadirnya internet diasumsikan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi para santri yang bermukim di pondok pesantren dan membantu mempercepat perkembangan pendidikan di Pondok Pesantren. Meskipun warga pesantren mengenal teknologi internet, namun potensi internet sebagai media potensial untuk berbisnis yang mampu mendorong perekonomian warga pesantren maupun disekitarnya belum dikenal dengan baik. Internet masih sebatas digunakan sebagai media komunikasi dan bersosialisasi.

Media Sosial yang seharusnya dapat digunakan user dalam partisipasi sosial, meningkatkan wawasan, berbagi, bahkan sebagai media pemasaran produk. Namun sebagian pengguna internet malah digunakan secara negatif yang menyebabkan kerugian materiil maupun non materiil. Internet yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk kegiatan positif malah banyak digunakan untuk hal-hal negatif. Penggunaan internet yang kurang tepat pada generasi muda menjadi kekhawatiran bagi para orang tua saat ini.

Pondok Pesantren Multimedia An-Nuqthah 2 sebagai pencetak generasi penerus mempunyai peranan penting memberikan pendidikan formal dan non formal sekaligus

pembentukan karakter di kabupaten Sukabumi. Alumni Pondok Pesantren sejatinya mampu mengeluti dunia bisnis baik nasional maupun internasional. Oleh sebab itu perlu dilakukan penyuluhan bagaimana berinternet secara sehat dan aman sekaligus memanfaatkannya sebagai media pemasaran dan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat dilakukan dengan mengambil judul “Mendorong Memanfaatkan Internet Sehat Untuk Pemasaran Digital Pada Pondok Pesantren Multimedia An-Nuqthah 2 Sukabumi”.

Tujuan kegiatan ini yaitu menumbuhkan budaya berinternet sehat, aman dan beretika pada lingkungan pondok pesantren serta memperkenalkan strategi pemasaran digital dan memberikan pelatihan terkait e-commerce untuk mendukung bisnis yang dijalankan warga pondok pesantren An-Nuqthah 2, Sukabumi.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah sosialisasi internet sehat dan pengenalan *Platform e-commerce* dengan tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan komunikasi dengan pimpinan ponpes terkait jadwal dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian.
2. Memberikan materi literasi internet sehat dan aman serta sosialisasi *e-commerce* sehingga santri memahami pentingnya berinternet sehat dan aman sekaligus manfaat internet bagi pengembangan akses pasar atas produk-produk yang dihasilkan.
3. Sosialisasi penerapan *Platform e-commerce* dengan memberikan penjelasan kelebihan dan kekurangannya. Penjelasan beberapa contoh media pemasaran digital baik berbentuk *website*, toko online, *marketplace*, dan media sosial sebagai media pemasaran alternatif. Selain itu disampaikan juga jasa ekspedisi yang mendukung e-commerce.
4. Memberikan pelatihan bagaimana langkah-langkah pendaftaran dan pembuatan toko online pada *platform e-commerce* hingga teknis pengambilan dana setelah barang diterima konsumen.

Untuk melihat keberhasilan dan respond peserta setelah dilakukan pemaparan materi dan tutorial yang telah dilakukan maka digunakan kuisioner sebagai alat bantu. Kuisioner ini berisikan pertanyaan terkait pemahaman peserta tentang apa itu internet sehat, bagaimana menggunakan aplikasi penjualan online dan media alternatif pemasaran. Selain itu, kuisioner digunakan untuk mengetahui bagaimana respond peserta setelah mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) telah berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan ini diikuti oleh semua santri pondok pesantren An-Nuqthah 2, Sukabumi, termasuk pengajar, pegansuh dan pimpinan pondok KH. Khaerul Azmi Abbas, S.So.I., M.Sos.I.

Pada kegiatan ini disampaikan materi tentang pentingnya Internet sehat. Literasi internet sehat adalah bentuk kepedulian terhadap efek negatif dari media yang diakses melalui jaringan internet (Setiawan, 2012). Internet selain memberikan manfaat juga

dapat berdampak kurang baik. Beberapa dampak kurang baik antara lain; (1) mengurangi tingkat privasi, (2) meningkatkan potensi kriminalitas, (3) sulit dibatasi tentang apa yang seharusnya dilihat dan didengar, (4) memengaruhi masyarakat madani dan kohesi sosial, (5) banjir informasi yang tidak bermanfaat.

Tujuan internet sehat ialah mengajar untuk menganalisis pesan yang disampaikan, mempertimbangkan tujuan komersil dan politik dibalik pesan di internet dan meneliti siapa yang bertanggungjawab atas pesan tersebut. Internet sehat berkenaan dengan pembelajaran tentang etika berinternet, bukan pengajaran melalui media. Etika berinternet bertujuan untuk mengembangkan pemahaman kritis maupun partisipasi aktif, sehingga generasi muda sebagai konsumen media internet memiliki kemampuan dalam membuat tafsiran dan penilaian yang tepat berdasarkan informasi yang diperoleh dengan benar.

Selanjutnya pada pemaparan tentang E-commerce dijelaskan bahwa perkembangan teknologi informasi membawa perubahan dalam sistem bisnis, baik selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat. Pola bisnis juga berubah, dari pemasaran konvensional ke pemasaran online. Jika sebelumnya konsumen membeli produk di retail dan mall-mall yang terkenal, pada saat ini konsumen sudah mulai beralih ke transaksi *online shopping* untuk sejumlah produk tertentu yang belakangan ini semakin berkembang dan variatif.

Strategi pemasaran digital atau juga dikenal merupakan metode pemasaran yang sangat penting untuk diterapkan oleh perusahaan agar tetap dapat bersaing dipasar. Pemasaran digital (*digital marketing*) dapat diartikan bagaimana sebuah bisnis atau organisasi mengkomunikasikan kepada pelanggan mereka secara digital. Komunikasi dan transaksi dapat dilakukan secara real time dan menggloabal menggunakan digital marketing (Pradiani, 2018)

1. Pengguna internet

Berdasarkan hasil survey tahun 2020 yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tentang penetrasi pengguna internet tercatat bahwa 196,71 juta dari 266,91 juta total penduduk Indonesia atau 73,7% dari total penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Jawa barat memberi kontribusi terbesar pengguna internet sebesar 35 juta pengguna pada kuartal 2 tahun 2019-2020 yang semula 28 juta pengguna pada tahun 2018. Pengguna internet tidak hanya berasal dari golongan wirausaha, pedagang, mahasiswa atau pegawai tapi sudah menyentuh butuh tani (26%) dan petani penggarap (20%).

2. Keuntungan Bisnis Online.

E-commerce akan memberikan dampak positif bagi operasi bisnis suatu perusahaan, yakni meningkatkan efisiensi, penghematan biaya, memperbaiki kontrol terhadap barang, memperbaiki rantai distribusi (*supply chain*), membantu menjaga hubungan baik terhadap pelanggan dan membantu menjaga hubungan baik terhadap pemasok (*supplier*). (Dewi & Sri Darma, 2014). Berdasarkan penelitian (Alwendi, 2020), manfaat terbesar e-commerce yaitu dapat meningkatkan omzet penjualan dan peningkatan jumlah pelanggan. Bisnis secara online mampu menyediakan layanan tanpa batas waktu, menjangkau lebih luas namun tetap tertarget, biaya relatif lebih terjangkau dan terkontrol serta kebiasaan masyarakat berbelanja yang mulai berubah.

3. Keuntungan lain menjalankan bisnis dengan internet adalah tempat usahanya adalah digital yang berbentuk *website*, toko online, media sosial dan situs *marketplace*. Bagi penjualan online pada tahap awal dapat menggunakan :
 - a. Marketplace (pasar online) : shopee, tokopedia, lazada, oxi
 - b. media sosial : facebook, Instagram, pinterst
 - c. aplikasi sosial : whatshap, telegram
4. Sistem yang terintegrasi pada platform e-commerce yaitu (Handayani & Primawati, 2021):
 - a. Profil Toko, *Platform e-commerce* menyediakan semua informasi dari toko untuk dapat diketahui pembeli.
 - b. Katalog, berisikan produk yang dijual oleh penjual atau toko online yang tergabung dalam platform.
 - c. Keranjang Belanja, pembeli dapat melihat secara rinci produk yang akan dibayarkan untuk diproses selanjutnya.
 - d. Ekspedisi, Ekspedisi merupakan sistem penting pada platform e-commerce untuk mengirim produk ke konsumen. Ekspedisi yang biasa digunakan sepeeti JNE, J&T, Wahana, TIKI, dan lainnya.

Selain itu proses bisnis *platform e-commerce* juga didukung oleh media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mengarahkan pembeli pada *platform e-commerce*.

5. Langkah-langkah membuat toko online di marketplace antara lain
 - a. Memilih dan membuat akun.
 - b. Melengkapi profile toko, mulai dari nama toko online, deskripsi, logo jika perlu dan banner toko.
 - c. Mengatur Alamat Toko dan Jasa Pengiriman.
 - d. Memasukan Nomor Rekening Bank
 - e. Menambahkan produk baru yang akan dijual dilengkapi data produk, nama produk hingga harganya
 - f. Memulai berjualan

Pada kegiatan ini, kuisioner digunakan untuk menganalisa hasil kegiatan sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Kuisioner ini selain sebagai tolak ukur hasil kegiatan juga sebagai bahan evaluasi dari kegiatan PKM yang telah dilakukan. Berikut ini adalah tabel dari hasil kuisioner sebelum dan sesudah kegiatan.

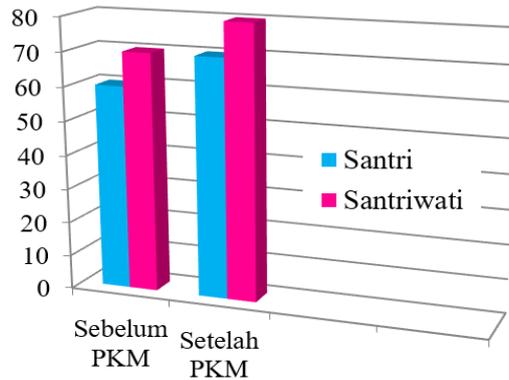
Tabel 1 Pengetahuan warga pondok tentang manfaat dan efek negatif internet

Pengetahuan warga pondok	Laki-laki	Perempuan
Sebelum PKM	50 %	70 %
Setelah PKM	100 %	100 %

Dari data yang diperoleh nampak bahwa pengetahuan peserta terkait manfaat dan efek negatif internet sebelum kegiatan, sekitar 57% saja untuk warga laki-laki sedangkan perempuan sedikit lebih tinggi sebesar 63%. Hal ini dapat terjadi karena santriwati lebih aktif bersosial media. Berdasarkan hasil kuisioner, semua warga pondok warga yang mengikuti kegiatan ini memahami manfaat dan efek negatif internet.

Selain manfaat internet, selama ini warga pondok lebih mengenal pemasaran secara konvensional. Meskipun ada beberapa yang sudah mengenal pemasaran digital atau penjualan secara online, namun hanya sebatas penggunaan saja. Berdasarkan hasil

analisis kuesioner yang dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat berlangsung, pengetahuan warga pondok dalam hal ini santri dan santriwati tentang e-commerce seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



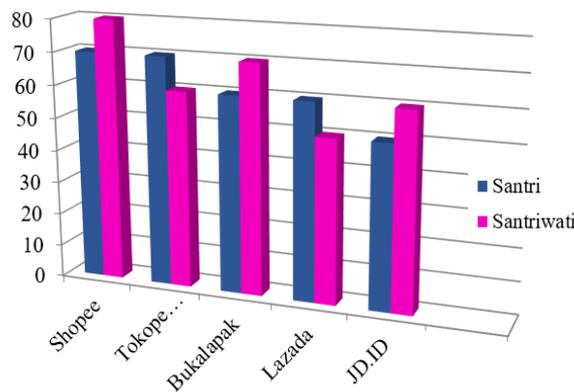
Gambar 1 Prosentase pengetahuan Santri dan Santriwati terhadap e-commerce

Sedangkan pengetahuan warga pondok pesantren terutama platform toko online seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan JD ID seperti ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Pengetahuan Santri – Santriwati Terhadap Platform Toko Online

Toko Online	Santri	Santriwati
Shopee	70 %	80 %
Tokopedia	70 %	60 %
Bukalapak	60 %	70 %
Lazada	60 %	50 %
JD ID	10 %	30 %

Setelah mengikuti kegiatan, pengetahuan terhadap e-commerce pada santri dan santriwati meningkat. Minat santri sebelum dan sesudah pelatihan untuk memanfaatkan e-commerce sebagai media pemasaran digital seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Prosentase Minat Santri – Santriwati memanfaatkan e-commerce

Data-data tersebut diatas menunjukkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah meningkatkan pemahaman warga di Pondok Pesantren Multimedia An-Nuqthah 2 terkait manfaat, dan efek negatif internet serta mendorong warga untuk memanfaatkan internet secara sehat. Selain itu kegiatan ini telah mendorong minat warga pondok baik santri maupun pengajar dalam memanfaatkan internet untuk mengembangkan bisnis dengan pemasaran digital.

SIMPULAN

Mayoritas warga pondok pesantren An – Nuqthah 2 dalam hal ini santri dan santriwati pada awalnya belum banyak memahami manfaat dan dampak negatif dari internet. Namun setelah mengikuti penyuluhan warga pondok pesantren yang mengikuti kegiatan lebih mehami manfaat dan dampak negatif internet. Pengetahuan warga pondok pesantren terkait pemasaran digital masih kurang, namun melalui kegiatan PKM ini terjadi peningkatan pengetahuan terkait pemasaran digital. Selain timbul minat peserta untuk memanfaatkan pemasaran digital menggunakan internet. Dengan pemahaman, minat dan pengetahuan terkait pemasaran digital, diharapkan santri dan santriwati mampu menjalankan strategi pemasaran digital dan memanfaatkan e-commerce untuk mendukung bisnis bagi diri sendiri maupun masyarakat disekitarnya. Meski masih skala home industri, produk yang dihasilkan pondok pesantren memiliki potensi untuk dikembangkan. Pemasaran produk yang masih secara offline dapat kembangkan lebih lanjut dengan pemasaran digital pelatihan lebih lanjut yang lebih mendalam terkait praktek pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhistian, P., Dahniar, T., Syahabuddin, A., Maulana, Y., & Mairizal, M. (2020). *Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Susu Kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad An-Nur Sukabumi*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)-Aphelion, 1(01), 27-36.
- Alwendi, A. (2020). *Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha*. Jurnal Manajemen Bisnis, 17(3), 317. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Dewi, C. R., & Sri Darma, G. (2014). *Website Usability, Satisfaction, Loyalty, Security Perception, Trust And Word Of Mouth In E-Commerce Business*. Jurnal Manajemen Bisnis, 11(2), 1–30. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Handayani, T., & Primawati, A. (2021). *Pemanfaatan E-Commerce bagi Kelompok Pendidik SDIT Fatahillah Kebagusan di Era Pandemi*. ABDITEKNIKA, 1(April), 13–20.
- Kusdiana, D., & Gunardi, A. (2014). *Pengembangan Produk Unggulan UMKM Kabupaten Sukabumi*. Trikonomika, 13(2), 153.
- Pradiani, T. (2018). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Saman, Rosmayanti, R., & Mahendra, D. (2021). *Kabupaten Sukabumi Dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi.

- Saman, Rosmayanti, R., Solehudin, A., & Mahendra, D. (2020). *Kecamatan Nagrak Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi.
- Setiawan, A. B. (2012). *Penanggulangan Dampak Negatif Akses Internet di Pondok Pesantren melalui Program Internet Sehat*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 15(1), 93–108. <https://doi.org/10.20422/jpk.v15i1.706>