

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL BAGI SANTRI PONDOK PASANTREN ABU DZAR DESA SUKAWANGI KABUPATEN BOGOR PAOPINSI JAWA BARAT

M Duddy Dinantara, Susanto, Edy Kristianto, Muger Apriansyah, Amirudin
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang
dosen00818@unpam.ac.id, susanto@unpam.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan PKM dilaksanakan bertujuan untuk melihat kemampuan diri pemuda pemudi santri Pondok Pesantren Abu Dzar melalui konsep diri, minat khususnya dalam wirausaha yang mereka rintis. Oleh sebab itu maka, perlu adanya upaya untuk menumbuhkan kembangkan ketrampilan dalam mendukung kegiatan wirausaha tersebut. Permasalahan yang diangkat mengenai belum pernah mendapatkan pembekalan tentang bagaimana memasarkan produk mereka terutama secara daring, dan juga kecemasan para santri untuk memulai suatu usaha. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa kegiatan yaitu (a). Tahap Persiapan meliputi : (1). Survey awal (2) Pemantapan dan penentuan lokasi sasaran, (3). Penyusunan bahan/materi pelatihan. Hasil kegiatan ini sangat bermanfaat bagi Santri Pondok Pesantren Abu Dzar dalam menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pemasaran digital. .

Kata Kunci: pemasaran digital, UMKM

ABSTRACT

The PKM activity was carried out aiming to see the self-ability of the students of the Abu Dzar Islamic Boarding School through their self-concept, interest in particular in the entrepreneurship they pioneered. Therefore, it is necessary to make efforts to cultivate and develop skills in supporting these entrepreneurial activities. The problems raised were that they had never received briefing on how to market their products, especially online, and also the anxiety of the students to start a business. The method of implementing this service is carried out in several activities, namely (a). Preparation phase includes: (1). Initial survey (2) Consolidation and determination of target locations, (3). Preparation of training materials/materials. The results of this activity are very useful for the Abu Dzar Islamic Boarding School Santri in adding insight and knowledge about digital marketing. .

Keywords: digital marketing, MSME

PENDAHULUAN

Di Indonesia terdapat bermacam-macam pesantren. Ada pondok pesantren yang bertaraf nasional, ada yang bertaraf regional, dan ada pula yang bertaraf lokal. Salah satu pondok pesantren yang ada ialah Abu Dzar merupakan tempat kegiatan pengembangan Pendidikan generasi

muda dalam bidang agama Islam, Pesantren ini tumbuh atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat khususnya generasi muda di wilayah Desa/ Kelurahan atau komunitas sosial sederajat, yang terutama bergerak dibidang pendidikan.

Pondok Pesantren Abu Dzar terletak di Jalan Abu Dzar, Sukawangi, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Dengan

didukung oleh lingkungan yang asri, Pondok Pesantren Darunnajah berupaya untuk mencetak manusia yang muttafaqoh fiddin untuk menjadi kader pemimpin umat/bangsa, selalu mengupayakan terciptanya pendidikan santri yang memiliki jiwa keikhlasan, kesederhanaan, kemandirian, ukhuwah Islamiyah, kebebasan berfikir dan berperilaku atas dasar Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW untuk meningkatkan taqwa kepada Allah SWT..

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara: a. memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan; b. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru. Dari ketiga aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek yang terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat.

Tumbuhnya wirausaha muda di lingkungan pondok pesantren harus dibarengi dengan kemampuan dalam memasarkan produk khususnya pemasaran digital yang dikemas dalam bentuk pelatihan. Fasilitasi pelatihan pemasaran digital bagi para santri meliputi tiga pilar program, yaitu pengenalan, pemberdayaan dan penguatan. Ketiga pilar program tersebut merupakan program yang saling terkait dan tidak terpisahkan antara yang satu dengan yang lainnya.

Program pelatihan dimaksudkan untuk memberikan dorongan dan pemacu untuk tumbuh dan berkembangnya kemampuan, cara pandang (pemasaran daring), pemanfaatan sosial media, serta keahlian untuk menjadi pemasaran daring yang handal. Program pelatihan ini pada akhirnya diharapkan dapat menumbuhkan ekonomi masyarakat khususnya di lingkungan pesantren.

Program pelatihan pemasaran digital ini dilaksanakan untuk memberikan bekal pengetahuan dan ketrampilan kepada pemuda dalam mengembangkan usaha online. Pengetahuan dan ketrampilan yang diberikan setelah para santri tersebut sadar akan pentingnya pemasaran daring dalam usaha online khususnya dalam suasana atau akibat dampak pandemi covid 19 yang masih menghantui, sehingga mereka memiliki motivasi dan percaya diri untuk membangun usaha online mereka. Pelatihan, pendidikan dan penyuluhan yang diberikan harus melalui tahap analisis kebutuhan sehingga pelatihan dan pendidikan yang diberikan tepat sasaran.

1. Pelatihan

Pelatihan kewirausahaan pemuda adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, seseorang santri untuk menjadi pemasaran daring.

2. Pemagangan

Pemagangan adalah kegiatan memberikan pengenalan hingga pemahaman tentang pemasaran digital dengan cara mengamati, melakukan, dan mempraktekan secara langsung dalam proses mengelola usaha online dan/atau proses produksi (barang atau jasa) pada sebuah usaha tertentu.

3. Pembimbingan

Pembimbingan bagi pemasara digital pemula adalah kegiatan membantu individu atau usaha pemuda agar dapat memaksimalkan potensinya dengan cara mengeksplorasi kebutuhan, memotivasi, membangkitkan hasrat, meningkatkan ketrampilan dan

proses berpikir guna membuat perubahan yang nyata dan berkesinambungan dalam usaha online khususnya.

4. Pendampingan

Pendampingan pemasar digital pemula adalah kegiatan pendampingan oleh seseorang yang dipandang lebih berpengalaman dalam pemasaran digital (mentor) kepada seorang atau beberapa orang pengusaha daring pemula (mentee).

Sebagai Lembaga Pendidikan merupakan wadah pembinaan dan pengembangan serta pemberdayaan dalam upaya mengembangkan Pendidikan, pondok pesantren Abu Dzar juga ingin mendorong seluruh sumberdaya yang dimiliki untuk dapat ikut kegiatan ekonomi produktif dengan pendayagunaan semua potensi yang tersedia di lingkungan yang telah ada. Pembinaan dan pengembangan pemasar digital harus dioptimalkan sedari dini mengingat arti pentingnya pemasaran digital dalam usaha online yang bisa menunjang kehidupan mereka dimasa mendatang baik dari sisi ekonomi (penambahan income) maupun sisi sosial kemasyarakatan. Banyak potensi ide kreatif untuk menjalankan usaha belum tergali secara optimal. Penyuluhan tentang kewirausahaan berguna untuk memotivasi agar orientasi berpikir siswa pondok pesantren tidak lagi sebagai pencari kerja, tetapi sebagai pencipta lapangan pekerjaan, (Yuliani et al, 2019).

Berdasarkan latar belakang analisis situasi tersebut diatas, maka dapat dilakukan pengabdian masyarakat terkait menumbuhkan jiwa wirausaha bagi siswa Pondok pesantren Abu Dzar Bogor dengan judul "Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Santri Pondok Pesantren Abu Dzar Bogor."

METODE PELAKSANAAN

Permasalahan yang ada bahwa para santri ini belum memahami tentang konsep pemasaran pemasar digital dan bagaimana menjadi pemasar digital yang baik, serta kurangnya penguasaan tentang Pemasaran digital. Kegiatan

pengabdian ini dikemas dalam bentuk ceramah dan workshop. Untuk memberikan solusi terhadap permasalahan di atas maka alternatif tindakan meliputi tahapan- tahapan sebagai berikut:

1. Ceramah materi pelatihan yang terdiri dari:
 - a. Konsep Dasar pemasaran digital
 - b. Menjadi pemasar digital yang baik
 - c. Pengelolaan keuangan
 - d. Digital entrepreneurship
2. Diskusi terkait dengan permasalahan- permasalahan pengelolaan yang ada di lapangan.
3. Pelatihan dan praktik Peserta pelatihan diberi soal kasus untuk mencoba membuat perencanaan, pengelolaan dan evaluasi kinerja.
4. Evaluasi, Untuk mengetahui seberapa dalam pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang diberikan, dilakukan pendampingan kepada peserta pelatihan secara mandiri dengan mendatangi secara langsung secara berkala

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Pemasaran Digital

Dalam era media yang canggih dan teknologi, di mana pelanggan dibanjiri dengan pesan dari pemasar sepanjang waktu, telah menjadi sangat sulit bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi perusahaan tanpa pemasaran terutama digital marketing di karenakan penyesuaian yang cepat dari internet dan penggunaan perangkat lainnya. Dengan investasi yang cukup kecil pada website dan pemasaran berbasis web, banyak pasar baru dan pelanggan dapat tertarik melalui teknik pemasaran ini.

Digital marketing atau pemasaran digital merupakan suatu bentuk usaha mempromosikan dan memasarkan sebuah merek "brand" dengan menggunakan media digital, seperti internet. Digital marketing kini merupakan strategi yang sangat populer dan digunakan oleh hampir sebagian besar marketers di seluruh dunia. Hal ini merupakan dampak dari meningkatnya dunia internet dan teknologi sehingga

membuat internet menjadi market yang sangat prospektif.

E-Marketing atau Digital Marketing adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti web, e-mail dan media nirkabel, tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan

Tujuan Pemasaran Digital

Menurut (Meyliana, 2011) dalam jurnalnya yang berjudul "Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company" mengatakan e-marketing merupakan bagian dari e-commerce yang merupakan sistem perdagangan melalui internet, dimana internet akan terus memberikan sifat yang up to date, maka perusahaan dapat memberikan layanan informasi produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah.

Hal ini akan memberikan dampak yang baik untuk kemajuan perusahaan jika sistem ini bisa dijalankan dengan baik. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan e-marketing adalah proses dan aktivitas pemasaran produk barang dan jasa perusahaan dengan menggunakan media elektronik seperti internet. Tujuan yang terdapat pada e-marketing mencakupi aspek: tugas, apa aja yang harus dicapai; jumlah yang terukur, berapa banyak, kapan.

Sebagian besar digital marketing bertujuan untuk mencapai berbagai tujuan, seperti di bawah ini:

1. Meningkatkan pangsa pasar;
2. Meningkatkan jumlah komentar padasebuah blog atau website;
3. Meningkatkan pendapatan penjualan;
4. Mengurangi biaya, misalnyabiaya distribusi atau promosi;
5. Mencapai tujuanmerek, seperti meningkatkan kesadaran merek;
6. Meningkatkan ukuran database;
7. Mencapai tujuan *Customer Relationship Management*, seperti

meningkatkan kepuasan pelanggan, frekuensi pembelian, atau tingkat referensi pelanggan;

8. Memperbaiki manajemen rantai suplai, seperti dengan meningkatkan koordinasi anggota, menambahkan mitra, atau mengoptimalkan tingkat persediaan.



Foto Bersama Kegiatan PKM

Upaya yang dilakukan oleh civitas akademika sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berikut ini penjabaran terkait solusi yang akan kami berikan kepada mitra:

1. Sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra tentang kurangnya pemahaman terkait pemasaran digital. Solusi yang kami berikan kepada mitra adalah memberikan pemahaman tentang konsep dasar pemasaran digital, dan bagaimana menjadi pemasar digital yang baik. Dengan adanya pelatihan ini maka diharapkan mitra menjadi paham tentang pemasaran digital dan sekaligus penerapannya.
2. Sebagai upaya menyelesaikan permasalahan kedua terkait kurangnya pemahaman tentang digital entrepreneurship, Solusi yang kami tawarkan adalah dengan memberikan pendampingan dan pelatihan yang maksimal tentang penerapan aplikasi pemasaran digital, seperti bagaimana penginstalan, register sampai dengan pengoperasian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) dan Dosen Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang di Pondok Pasantren Abu Dzar adalah sebagai berikut:

1. Para Peserta Sebagian besar belum memahami tentang konsep dasar pemasaran digital dan bagaimana menjadi pelaku UKM yang baik. Kegiatan PKM ini diharapkan mampu menghilangkan permasalahan tersebut.
2. Penguasaan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan para peserta kurang. Diharapkan dengan diberikan pelatihan pada kegiatan ini, pemahaman dan penguasaan pemasaran digital terkait dengan wirausaha dapat bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Wahana, Irvan Purliansyah. 2015, "Pembangunan E-Commerce (Penjualan ONLINE pada Turpez Shop", (Vol.6 No. 1), Universitas Islam Negeri Bandung.
- Hani Atun Mumtahana, Sekreningsih Nita, Adzinta Winerawan Tito. 2014. "Pemanfaatan WE E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran",
- Rahmanto, Toto, Basuki, 2018, Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja UKM, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fak Ek UNIAT vol 3, no 1 hal 1 – 10
- issn 2527 – 7502 e issn 2581 – 2165
- Shabur miftah maulana. "Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan On-Line (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). UNBRAW.
- Susanto, S., Sarwani, S., & Afandi, S. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Untuk Mengetahui Tingkat Kesehatan, Pertumbuhan Dan Prospek Usaha Pada Unit Usaha Koperasi (Studi Kasus Koperasi Awak Pesawat Garuda Indonesia di Tangerang). *INOVASI*, 1(1).
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Zulfitra, Z., Susanto, S., Mubarak, A., Sutoro, M., & Anwar, S. (2019). Manajemen Bisnis Sebagai Sarana Untuk Menumbuhkan Pengusaha-Pengusaha Baru (Studi Kasus pada PKBM Nurul Qolbi, Kota Bekasi, Jawa Barat). *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Zulfitra, Z., Ganar, Y., B., Krisyanto, E., Mubarak, A., Dinantara., M., D. (2020). Pelatihan Perpajakan Untuk UMKM Di Majelis Da'wah Al'adni. *Jurnal Abdi Laksana*, 1(1).