

**ENTREPRENEURSHIP TRAINING AND DIGITAL MARKETING TO SEIZE
BUSINESS OPPORTUNITIES****Saptaningsih Sumarmi^{*}, Murniady Muchran, Ginanjar Setyo Nugroho**

Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta

*Email: sapta@upy.ac.id

(Diterima 31-01-2022; Disetujui 25-02-2022)

ABSTRAK

Pondok Pesantren YAUMI memiliki visi menjadi bagian dari masyarakat yang diharapkan turut memberikan andil untuk menciptakan *santripreneur*, yaitu seorang santri yang memiliki pandangan visioner dan jiwa kewirausahaan serta berakhlak mulia. Tetapi dalam perjalanannya, terdapat kendala yang menghambat tujuan tersebut, dimana di ponpes memiliki keterbatasan daya manusia untuk memberikan edukasi tentang membangun karakter jiwa *entrepreneur* sebagai bekal santri untuk dapat mandiri. Tim pengabdian memberikan solusi dengan mengadakan pelatihan tentang kewirausahaan bagi para santri, dan menggunakan ponsel sebagai alat untuk *digital marketing*. Proses kegiatan pengabdian di Ponpes YAUMI dilaksanakan dari bulan Desember 2021 sampai dengan pendampingan pada bulan Februari 2022, yang dibagi dalam empat tahapan. Kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan kombinasi luring dan daring, dimana untuk pra survey dan pemberian pelatihan dilakukan secara luring dengan tatap muka. Sedangkan untuk konsultasi dan pendampingan dilakukan secara daring. Sasaran peserta pelatihan adalah santri kelas XI dan XII yang berjumlah 42 orang. Rangkaian kegiatan pengabdian di Ponpes YAUMI berhasil dilaksanakan tanpa ada kendala. *Value added, create new and different* merupakan inti dari inovasi yang dibutuhkan didalam kewirausahaan. Pemanfaatan dengan bijak teknologi ponsel menjadi sarana yang murah untuk *digital marketing*, sebagai media untuk mengenalkan usaha kepada masyarakat lebih luas. Koordinasi serta kerjasama antara tim pengabdian dan mitra berjalan dengan sangat baik, sehingga menjadi daya dukung yang memperlancar pelaksanaan kegiatan. Peserta kegiatan sejumlah 42 santri, dan semua mengikuti semua agenda kegiatan sesuai jadwal, serta dihadiri tiga ustadz pendamping. Berdasarkan hasil evaluasi bersama, mitra merasakan mendapatkan manfaat yang besar untuk membekali para santri, dengan hal yang belum bisa mereka berikan selama ini. Bahkan pengelola berharap jika kegiatan akan dilakukan secara terjadwal.

Kata kunci: kewirausahaan, digital marketing, santripreneur

ABSTRACT

YAUMI Islamic Boarding School has a vision of being part of the community, which is expected to create entrepreneurs. These students have visionary views, an entrepreneurial spirit, and noble character. However, along the way, some obstacles hinder this goal, where the Islamic boarding school has limited human resources to provide education about building the character of the entrepreneurial spirit as a provision for students to be independent. The service team provides solutions by holding training on entrepreneurship for students and using mobile phones as a tool for digital marketing. The process of service activities at YAUMI Islamic Boarding School is carried out from December 2021 to mentoring in February 2022, divided into four stages. Activities are carried out using a combination of offline and online, where pre-surveys and training are carried out offline and face-to-face. Meanwhile, consultation and assistance are carried out online. The target participants for the training are students of classes XI and XII, totaling 42 people. The series of service activities at YAUMI Islamic Boarding School was successfully carried out without any problems. Value-added, create new and different is the core of the innovation needed in entrepreneurship. Wise use of mobile phone technology is an inexpensive means for digital marketing to introduce business to the broader community. Coordination and cooperation between the service team and partners went very well, so it became a supporting force that facilitated the implementation of activities. The activity participants were 42 students, and all of them followed all the activity agendas according to the schedule and were attended by three accompanying ustadz. Based on the results of the joint evaluation, partners feel that they have received great benefits to providing students with things that they have not been able to give so far. Even the manager hopes that the activities will be carried out regularly.

Keywords: Entrepreneurship, Digital Marketing, Santripreneur

PENDAHULUAN

Keberadaan pondok pesantren (*ponpes*), *boarding school* saat ini sudah semakin berkembang di masyarakat. Khususnya pesantren, selain menjadi lembaga pendidikan agama, juga menjadi lembaga pendidikan sebagai hasil dari integralisasi-asimilatif agama (Islam) dan budaya Indonesia. Cikal bakal tumbuhnya pondok pesantren terkait erat dengan sejarah Islam di nusantara, dimana saat Islam dan kearifan lokal mulai diinkulturasikan, dan diikuti pengambilalihan lembaga pendidikan (*pesantren*), proses Islamisasi dapat berlangsung secara massal (Saihu & Rohman, 2019). Melalui *ponpes*, santri dapat diharapkan untuk menjadi corong di masyarakat dengan pengetahuan keagamaannya, juga memiliki potensi untuk dididik menjadi seorang *santripreneur* yang dapat menangkap peluang usaha di masyarakat.

Seperti disampaikan (Cahyo & Setiawan, 2019), keberadaan pesantren memiliki kontribusi moral, dimana pesantren secara riil dapat menjadi lembaga edukasi bagi santri agar mereka bisa menjadi *entrepreneur*. Selain moral, juga dapat membawa kontribusi material, yaitu pesantren sebagai lembaga pemberdayaan kemandirian ekonomi santri, dimana santri bisa memperoleh insentif-finansial (*income*) melalui praktik kewirausahaan, sekaligus sebagai daya dukung penopang perekonomian pesantren.

Penulis menggunakan Pondok Pesantren YAUMI yang berada di Jl. Godean KM 12, RW.12, Semingin, Sumbersari, Moyudan, Sleman sebagai lokasi kegiatan pengabdian. Berdasarkan wawancara dengan pengelola *ponpes*, mereka ingin menjadi bagian dari masyarakat yang turut memberikan andil untuk menciptakan *santripreneur*, yaitu seorang santri yang memiliki pandangan visioner dan jiwa kewirausahaan serta berakhlak mulia. Kurikulum yang diterapkan pada *Ponpes YAUMI* saat ini berisi tentang Tauhid, Tafsir, Fiqih, Ushul Fiqh, Bahasa Arab, Akidah, Hadist serta Mantiq. Sedangkan pengenalan tentang kewirausahaan belum diajarkan secara langsung kepada para santri.

Kewirausahaan sendiri merupakan orang yang melakukan suatu usaha baik lama maupun baru dan berani mengambil risiko dan keputusan terhadap usaha yang dilakukan, atau orang yang memiliki kemampuan dan kecermatan dalam memanfaatkan peluang usaha yang ada dengan pertimbangan dan perencanaan yang matang sehingga diperoleh suatu keuntungan atau kesuksesan (Yaqutunnafis & Nurmiati, 2021). Melalui kegiatan wirausaha ini, diharapkan santri akan membentuk usaha untuk memenuhi kebutuhan. Selain itu, terbatasnya kemampuan dalam melaksanakan pekerjaan, akan dapat mendorong manusia untuk saling membagi pekerjaan, tugas dan tanggung jawabnya (Afandi, 2019).

Tetapi permasalahan yang dihadapi, adalah kurangnya sumberdaya manusia (SDM) yang bersedia untuk mengedukasi santri agar memiliki pemahaman yang kuat tentang *entrepreneurship*. Padahal pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisional, dianggap efektif dalam menjalankan berbagai kegiatan. Salah satunya adalah kegiatan kewirausahaan yang berdaya saing khusus bagi komunitas pesantren itu sendiri. Interaksi yang intens antar santri, dan diantara santri dengan kiai-nya melalui melalui sistem pendidikan dan aktivitas keseharian yang sering dilalui secara bersama (Irawan, 2019). Selain itu, maraknya penggunaan ponsel sebagai *sarana* pendukung pembelajaran, menimbulkan keresahan tersendiri, sehingga dibutuhkan satu cara agar bagaimana menggunakan ponsel yang terkoneksi internet, dapat meningkatkan *value added* yang positif.

Berdasarkan paparan di atas, tim pengabdian memberikan solusi dengan mengadakan pelatihan tentang motivasi berwirausaha bagi para santri, dan menggunakan ponsel sebagai alat untuk pemasaran digital. *Digital marketing* merupakan kegiatan promosi dari suatu produk, pencarian pasar melalui perangkat atau media digital dengan memanfaatkan berbagai sarana online seperti media jejaring sosial (Purwana et al., 2017). Pemanfaatan media sosial online menjadi alternatif, dengan membuka toko online/berjualan melalui *e-commerce*. Transaksi jual beli melalui media online dari *website*, *Instagram*, *facebook*, *e-commerce*, saat ini sudah menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat. Pemasaran melalui media sosial, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen yang ditargetkan dengan mudah, efektif dan instan (Sumarmi et al., 2021).

Tujuan dari kegiatan ini adalah, agar para santri memiliki motivasi untuk menjadi *santripreneur* dan memanfaatkan ponsel sebagai perangkat awal untuk pengenalan usahanya.

BAHAN DAN METODE

Proses kegiatan pengabdian di Ponpes YAUMI dilaksanakan dari bulan Desember 2021 sampai dengan pendampingan pada bulan Februari 2022. Kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan kombinasi luring dan daring. Sasaran peserta pelatihan adalah santri kelas XI dan XII yang berjumlah 42 orang. Sedangkan untuk metode pelaksanaan kegiatan pengabdian secara umum digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pada Gambar 1 digambarkan tentang metode pelaksanaan kegiatan yang meliputi 4 (empat) tahapan. Pada tahapan pertama diawali dengan proses perijinan, dan penyiapan materi serta perangkat yang dibutuhkan selama pelatihan. Tahapan kedua adalah tahapan pelaksanaan kegiatan. Metode pelaksanaan di lokasi sasaran menggunakan metode (1) *training* tentang membangun motivasi wirausaha; (2) konsultasi dan pendampingan *digital marketing* yang dilaksanakan pada bulan Januari dan Februari 2022. Tahapan ketiga dilaksanakan pada bulan Februari 2022, yang sekaligus juga dilaksanakan tahapan keempat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti disampaikan di atas, rangkaian kegiatan pengabdian di Ponpes YAUMI telah dilaksanakan dari bulan Desember 2021 – Februari 2022. Koordinasi serta kerjasama antara tim pengabdian dan mitra berjalan dengan sangat baik, sehingga menjadi daya dukung yang memperlancar pelaksanaan kegiatan. Peserta yang diikuti oleh pengelola ponpes sejumlah 42 santri, dan semua santri mengikuti semua agenda kegiatan sesuai dengan yang sudah dijadwalkan, serta 3 ustadz ikut mendampingi pelaksanaan kegiatan tersebut. Berdasarkan hasil evaluasi bersama, mitra merasakan mendapatkan manfaat yang besar untuk membekali para santri, dengan hal yang belum bisa mereka berikan selama ini. Bahkan pengelola berharap jika kegiatan akan dilakukan secara terjadwal.

Kegiatan pelatihan dibagi dalam 4 sesi, dimana sesi pertama dipandu oleh Ustadz Zulkarnain, yang memberikan sambutan pengarahan untuk menyatukan persepsi dari para santri. Ustadz sebagai pihak internal ponpes memberikan pengarahan agar semua santri

mengikuti semua kegiatan pelatihan, dimana dari pihak ponpes tidak bisa memberikan materi sesuai yang disampaikan oleh tim pengabdian. Pentingnya nilai-nilai kewirausahaan untuk dikenalkan kepada para santri, diharapkan akan mampu membekali santri saat mereka dituntut harus terjun ke masyarakat secara langsung.



Gambar 2. Pengarahan Ustadz Zulkarnain

Sesi kedua dipandu oleh Saptaningsih Sumarmi, yang sekaligus menjadi Ketua Tim Pengabdian dengan memberikan materi umum tentang kewirausahaan. Inti dari sebuah kewirausahaan adalah bagaimana seseorang berusaha untuk menciptakan sebuah *value added*, dan *create new and different*. Hal tersebut bisa dilakukan dengan menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, atau sesuatu yang lama dimodifikasi menjadi suatu hal yang baru.



Gambar 2. Penyampaian Materi Kewirausahaan Umum

Sesi ketiga dipandu oleh Ginanjar Setyo Nugroho: dengan memberikan materi umum tentang Motivasi Berwirausaha, Level Wirausaha, mengenali asset dan liabilitas serta dilakukan uji pemahaman pertama. Para santri ikut berperan aktif dengan mengajukan pertanyaan pada tim, dan saat dilakukan uji pemahaman, para santri bisa menjawabnya dengan benar.



Gambar 4. Antusiasme Peserta Pelatihan

Sesi keempat dipandu oleh Murniady Muchran, dengan memberikan materi tentang *Digital Marketing*. Hadirnya teknologi berupa *smartphone* dalam bentuk telepon seluler (ponsel), harus dapat dimanfaatkan dengan cerdas oleh penggunanya. Berbagai media sosial, *marketplace* seperti Shopee, JDID, Tokopedia, Bukalapak bisa dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan *digital marketing*. Selain dilatih tentang bagaimana menggunakan media tersebut sebagai alat, juga disampaikan tentang adab dan etika dalam melakukan pemasaran secara digital.



Gambar 5. Penyampaian Materi *Digital Marketing*

Sampai dengan berakhirnya sesi pelatihan secara tatap muka, santri terlihat sangat antusias mengikuti dan berperan serta aktif. Bahkan saat pelatihan sudah ditutup, selepas acara beberapa santri sekitar 13 (tiga belas) orang masih bertanya dan meminta tambahan materi.

Pada tahapan evaluasi, dilakukan diskusi secara tatap muka dengan pengelola Ponpes, dan diharapkan kegiatan ini tidak hanya berhenti sampai pelatihan berakhir. Masih diperlukan kegiatan yang berkelanjutan, dengan memberikan materi yang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian yang direncanakan oleh tim pengabdian di Pondok Pesantren YAUMI sudah dapat dilaksanakan dengan lancar, tanpa adanya kendala. Tahapan kegiatan dirancang dalam empat tahapan yaitu dari tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan, tahapan Evaluasi bersama mitra, dan tahapan pelaporan. Semua tahapan sudah dilalui oleh tim pengabdian. Beberapa simpulan yang dapat dirangkum antara lain: 1) Permasalahan yang dialami oleh pengelola ponpes adalah keterbatasan SDM untuk mengedukasi kewirausahaan dan *digital marketing*. ditemukan juga bahwa belum ada dari kalangan akademisi yang selama ini bersedia untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di pondok pesantren tim pengabdian mengisi keterbatasan tersebut dengan memberikan edukasi dan pelatihan tentang kewirausahaan dan membangkitkan motivasi santri untuk berwirausaha dan sudah dilaksanakan dengan hasil yang memuaskan; 2) Santri antusias dalam belajar *digital marketing* sebagai strategi untuk mengenalkan usaha. Tambahan luaran yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah adanya peluang kerjasama jangka panjang, yang bermanfaat secara akademik.

Selain simpulan, tim pengabdian juga menyarankan bagi tim pengabdian ke depan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait peningkatan kreativitas dan inovasi terkait produk yang dihasilkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan ucapan terimakasih pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas PGRI Yogyakarta atas fasilitasi pendanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah penulis laksanakan. Selain itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk Pengelola Ponpes YAUMI beserta para santri yang sudah antusias berkolaborasi bersama tim pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Z. (2019). Strategi Pendidikan Entrepreneurship di Pesantren Al-Mawaddah Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i1.5191>
- Cahyo, H., & Setiawan, B. (2019). Pesantren Entrepreneur Mukmin Mandiri. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(2), 8–18.
- Irawan, E. (2019). Pola Pengembangan Kemandirian Kewirausahaan Pondok Pesantren Berbasis Santri (Studi Kasus Pondok Pesantren Nurul Hakim Kediri Lombok Barat)”. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 04(1), 16–21.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Saihu, & Rohman, B. (2019). Pembentukan Karakter Melalui Model ... Pembentukan Karakter Melalui Model *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 08(02), 435–452.
- Sumarmi, S., Wicaksono, S. W., Prakoso, D. W., Alrasta, D., Saputra, K. E., Putra, C. D., & Bisnis, F. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Digital Marketing Kerajinan Vinil di Desa Code, Tliringgo, Kabupaten Bantul, DIY. *Terapan Abdimas*, 6(2), 155–160.
- Yaqutunnafis, L., & Nurmiati, N. (2021). Manajemen Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Pendidikan Kewirausahaan Siswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 143–154. <https://doi.org/10.32502/jimn.v10i2.6490>