

PELATIHAN E-MARKETING DI PONDOK PESANTREN MUKMIN MANDIRI SIDOARJO

Teguh Herlambang

Prodi Sistem Informasi, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, teguh@unusa.ac.id

Firman Yudianto

Prodi Sistem Informasi, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

Abstrak

Pemanfaatan internet telah mengubah pola hidup dan budaya manusia dalam belajar, bekerja, berkomunikasi, berbelanja dan aspek lainnya. Saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan internet dalam berkomunikasi seperti surat elektronik (*e-mail*), serta jejaring sosial (*socialnetworking*) yang dianggap lebih efektif dan efisien. Dengan jumlah pengguna internet yang mayoritas menggunakan jejaring sosial dan berbagai akses informasi maka sangat diperlukan edukasi yang tepat mengenai internet itu sendiri. Internet dapat digunakan untuk media promosi pondok pesantren. Hasil dari pelatihan E-Marketing dapat digunakan untuk menambah skill dari santri pondok pesantren mukmin mandiri. Sasaran pengabdian masyarakat ini adalah santri di pondok pesantren mukmin mandiri. Pelatihan e-marketing dilakukan dengan memaparkan materi e-marketing dan peserta dapat mengimplementasikan e-marketing secara langsung dengan dipandu oleh mahasiswa. Peningkatan pengetahuan para santri terlihat dari antusiasme dan ketepatan dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

Kata Kunci: E-Marketing, pondok pesantren mukmin mandiri Sidoarjo

Abstract

Internet utilization has changed human's lifestyle in learning, working, communication, shopping and other aspect of life. Nowadays, people use internet more in communication such as email, social, networking. That are though of effective and efficient way. Since the majority of internet users access social networking and various information. So the right education of wrong internet itself is badly needed. Internet can be used to promoted media of pondok pesantren. The result of E-Marketing training can be used to added skills from santri of pondok pesantren mukmin mandiri Sidoarjo. Target community service is santri in pondok pesantren mandiri. E-marketing training is done by exposing e-marketing materials and participants can implement e-marketing directly with guided by students. Increased knowledge of santri seen from the enthusiasm and accuracy in answering the questions was given.

Keywords: E-Marketing, pondok pesantren mukmin mandiri Sidoarjo

PENDAHULUAN

Pemanfaatan internet telah mengubah pola hidup dan budaya manusia dalam belajar, bekerja, berkomunikasi, berbelanja dan aspek lainnya. Saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan internet dalam berkomunikasi seperti surat elektronik (*e-mail*), serta jejaring sosial (*social networking*) yang dianggap lebih efektif dan efisien. Menurut Kemkominfo pada tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia

mencapai 82 juta orang dan berada pada peringkat ke-8 dunia. Dari jumlah tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Untuk pengguna Facebook, Indonesia berada di peringkat 4 dunia. Dengan jumlah pengguna internet yang mayoritas menggunakan jejaring sosial dan berbagai akses informasi maka sangat diperlukan edukasi yang tepat mengenai internet itu sendiri. Internet juga dapat

digunakan sebagai media promosi instansi pemerintah ataupun swasta.

Pemasaran Internet atau pemasaran elektronik (*Internet marketing, e-marketing, atau online-marketing*) adalah segala upayayang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet (Sheth dkk, 2000). Internet untuk pemasaran sangat berpengaruh pada percepatan pendapatan dan penjualan barang karena dengan media social dapat memasarkan produk/barang dengan cepat. Media social seperti Facebook, instagram, Whatsaap, twitter, BBM dll sudah banyak diterapkan oleh online shop untuk memasarkan produk-produknya. Bahkan Multi Level Marketing (MLM) sudah sangat terbantu oleh E-Marketing (Rahayu and Day, 2015).

Berdasarkan wawancara yang kami lakukan pada santri Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo diketahui sebagian besar santri masuk dalam kategori remaja yang aktif menggunakan internet baik untuk mengerjakan tugas sekolah maupun untuk sosial media. Sehingga Mereka perlu diberikan pelatihan E- Marketing untuk membantu pihak Pondok pesantren dalam mempromosikan pondok pesantren baik usaha produksi kopi atau kegiatan yag

lainnya. Gambar 1 dan 2 merupakan gambaran dari E-Marketing.



Gambar 1. Inti dari E-Marketing



Gambar 2. Beberapa Jenis Media Sosial dalam E-Marketing

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

Pada pondok pesantren Mukmin Mandiri di Graha Tirta Bougenville Sidoarjo terdapat santri dan santriwati yang masih aktif sekolah baik tingkat SD maupun yang sedang menempuh kuliah S1. Di ponpes tersebut ada agenda untuk hafalan Al Qur'an, selain itu santri dan santriwati yang ada disana diberikan bekal kewirausahaan dengan produksi kopi. Pendapatan dari produksi dan penjualan kopi tersebut digunakan untuk semua kegiatan pondok pesantren, disamping juga untuk penghasilan tambahan dari para santri dan santriwati.

Saat ini pada santri dan santriwati gemar sekali menggunakan media social dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari facebook, WhatsApp, Instagram, twitter, BBM dan masih banyak lagi jenisnya. Pada usia yang masih remaja itulah para santri kurang begitu paham terkait penggunaan media sosial untuk bisnis usaha kopi dan koperasi ponpes yang merupakan ponpes agrisibisnis yang tampak pada Gambar 3 dan 4, Sehingga dengan adanya pelatihan E-Marketing dapat menambah keterampilan santri dari pondok pesantren Mukmin Mandiri.



Gambar 3. Koperasi Pondok Pesantren Mukmin Mandiri.



Gambar 4. Pondok Pesantren Mukmin Mandiri merupakan Ponpes Agribisnis dan Agriindustri

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan, dimulai dengan koordinasi dengan pihak pondok pesantren sampai dengan pembuatan laporan pengabdian masyarakat. sebagaimana seperti terpapar pada tabel 1.

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

No	Kegiatan
1	Observasi Masyarakat dan Lingkungan
2	Identifikasi Masalah dan Penentuan Solusi
3	Pendekatan kepada Masyarakat dan Pencarian Informasi terkait kegiatan Masyarakat sekitar serta proses perizinan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat.
4	Pembuatan dan Penyerahan Proposal
5	pelatihan E-Marketing Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo
6	Pembuatan Laporan Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Mukmin Mandiri Sidoarjo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi penggunaan media sosial yang Sehat dengan peserta yang ditunjuk oleh pihak pondok pesantren yang terdiri dari santriwati. Adanya pengabdian masyarakat berupa pelatihan E-Marketing untuk memberikan wawasan terkait penggunaan medsos dalam kehidupan sehari-hari agar dapat bermanfaat bagi santri dan santriwati

untuk mempromosikan pondok pesantren, sehingga santri dapat mengoptimalkan manfaat media sosial. kegiatan ini sangat diapresiasi oleh pihak Pondok Pesantren Mukmin Mandiri, Sehingga dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu Pondok Pesantren dalam mempersiapkan santrinya dalam era digitalisasi saat ini. Pada awal kegiatan, masing-masing santri diberikan wawasan terhadap penggunaan media sosial, selanjutnya siswa praktek langsung menggunakan E-Marketing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat, berikut adalah kesimpulan yang dihasilkan dari kegiatan tersebut:

- a) Pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pengabdian masyarakat kepada santri di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo terlaksana dengan baik dan lancar
- b) Kegiatan pelatihan E-Marketing di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo dapat menambah pengetahuan

terkait penggunaan internet untuk pemasaran.

- c) Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara maksimal dengan respon positif dari peserta yang dihadiri oleh perwakilan santri dan santriwati yang difasilitasi oleh Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo dengan menyediakan tempat dan waktu dalam pelaksanaan pelatihan E-Marketing
- d) Kegiatan ini sangat diapresiasi oleh pihak pondok pesantren dikarenakan Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo adalah salah satu pondok pesantren yang memiliki usaha dan koperasi, Sehingga dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu ponpes dalam mempersiapkan santrinya agar dapat membantu promosi Pondok Pesantren.

REFERENSI

- Sheth, J.N., Eshghi A, and Krishnan B.,C., 2000, Internet Marketing,
- Rahayu, R and Daym J. Determinant Factors of E-Commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Science* Vol 195, July 2015.