



Dari Pesantren ke Pasar Digital: Literasi Pemanfaatan E-Commerce dan Digital Marketing untuk Santri MA Biroyatul Huda

Ariza Fuadi¹, Ahmad Syakir Kurnia², Firmansyah³, FX Sugiyanto⁴,
M. Fahri Bastomi Zusak^{*5}

¹ Universitas Diponegoro, Indonesia, email: ariza.fuadi@live.undip.ac.id

² Universitas Diponegoro, Indonesia, email: ahmadkurnia@lecturer.undip.ac.id

³ Universitas Diponegoro, Indonesia, email: fxsugiyanto@lecturer.undip.ac.id

⁴ Universitas Diponegoro, Indonesia, email: firmansyah@lecturer.undip.ac.id

⁵ Universitas Diponegoro, Indonesia, email: bastomifahri@lecturer.undip.ac.id

*Koresponden penulis : bastomifahri@lecturer.undip.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 30 April 2025

Diterima: 19 Mei 2025

Diterbitkan: 19 Mei 2025

Keywords:

Digital Marketing,
Pesantren,
Santripreneurship

Kata Kunci:

Digital Marketing,
Pesantren,
Santripreneurship



Abstract

This training aims to equip the students (santri) with basic skills in utilizing digital technology as a means to market their products. The program teaches how to use popular e-commerce platforms such as Tokopedia, Shopee, and Bukalapak, as well as how to leverage social media platforms like Instagram and Facebook for product promotion. In addition, the students are introduced to simple digital marketing strategies such as giveaways and discount promotions to attract customers. With these skills, it is expected that the students can develop their businesses online, reach a broader market, and enhance their economic independence.

Abstrak

Pelatihan ini bertujuan untuk membekali para santri dengan keterampilan dasar dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk memasarkan produk mereka. Program ini mengajarkan cara menggunakan platform e-commerce populer seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, serta memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk pemasaran produk. Selain itu, santri juga diberikan pemahaman mengenai strategi digital marketing sederhana seperti giveaway dan promo



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2025

penulis

diskon untuk menarik minat konsumen. Dengan keterampilan ini, diharapkan santri dapat mengembangkan usaha secara online, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan kemandirian ekonomi.

Cara mensitusi artikel:

Fuadi, A., Syakir Kurnia, A., Firmansyah, FX Sugiyanto, & Bastomi Zusak, M. F. (2025). Dari Pesantren ke Pasar Digital: Literasi Pemanfaatan E-Commerce dan Digital Marketing untuk Santri MA Biroyatul Huda. *Beujroh : Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 375-381.
<https://doi.org/10.61579/beujroh.v3i2.490>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk dalam dunia ekonomi (Bachtiar et al., 2020). Salah satu perubahan signifikan yang terjadi adalah digitalisasi dalam pemasaran produk. E-commerce (perdagangan elektronik) dan digital marketing kini menjadi strategi utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, baik untuk perusahaan besar maupun usaha kecil dan menengah (UKM) (Trimulato et al., 2020). Di Indonesia, penetrasi internet terus meningkat, dengan data menunjukkan lebih dari 200 juta pengguna internet pada tahun 2020, sebagian besar dari mereka aktif menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk berbelanja dan mencari produk (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Namun, di sisi lain, masih banyak masyarakat, terutama yang berada di daerah pedesaan atau yang memiliki latar belakang pendidikan tertentu, yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi digitalisasi untuk mengembangkan usaha mereka (Husin & Sukirno, 2023). Hal ini juga berlaku bagi para santri yang ada di pesantren-pesantren di Indonesia. Santri memiliki potensi besar dalam berwirausaha, namun sebagian besar mereka belum dilengkapi dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan teknologi dalam mengelola dan memasarkan usaha mereka secara efektif (Sutanto et al., 2022).

MA Biroyatul Huda di Kabupaten Banyumas adalah salah satu lembaga pendidikan yang memiliki santri dengan semangat

berwirausaha. Namun, berdasarkan pengamatan awal, sebagian besar santri belum terbiasa menggunakan platform digital, baik untuk memasarkan produk maupun untuk mengelola usaha mereka secara online. Selain itu, media sosial yang menjadi salah satu alat pemasaran digital juga belum digunakan secara optimal oleh santri untuk memperkenalkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas. Oleh karena itu, pengenalan dan pelatihan terkait e-commerce dan digital marketing sangat dibutuhkan agar mereka dapat memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka dengan cara yang lebih efisien dan modern.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Saputro (2021), kewirausahaan berbasis digital sangat berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi di kalangan pemuda, termasuk santri. Dalam konteks ini, pemberdayaan santri di MA Biroyatul Huda melalui pelatihan e-commerce dan digital marketing akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kapasitas mereka untuk berwirausaha. Dengan memanfaatkan platform digital yang ada, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook, santri dapat memperluas pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya mencapai kemandirian ekonomi.

Lebih jauh lagi, pendampingan dalam pemasaran digital ini juga sejalan dengan kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM berbasis digital sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing ekonomi nasional. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2020), UMKM Indonesia yang memanfaatkan e-commerce tercatat mengalami pertumbuhan yang signifikan. Oleh karena itu, pelatihan ini bukan hanya untuk memfasilitasi santri dalam memasarkan produk mereka, tetapi juga untuk mendukung tujuan besar dalam mengembangkan ekonomi digital di tingkat lokal.

Pengabdian ini sangat relevan mengingat pesatnya perkembangan teknologi digital yang mempengaruhi hampir seluruh sektor kehidupan, termasuk ekonomi. Di tengah keterbatasan akses terhadap modal usaha dan pasar, digitalisasi dapat membuka peluang baru bagi santri untuk memasarkan produk mereka secara luas. Pelatihan ini juga mendukung upaya pemerintah untuk meningkatkan kewirausahaan digital di kalangan masyarakat, terutama di daerah-

daerah seperti Kabupaten Banyumas yang memiliki potensi besar dalam sektor UMKM. Signifikansi dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pengetahuan yang aplikatif bagi santri agar mereka dapat mengelola usaha mereka secara lebih profesional, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui pemanfaatan platform digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan praktis dengan pendekatan partisipatif. Kegiatan dimulai dengan pemaparan materi teori yang sederhana namun aplikatif, dilanjutkan dengan praktik langsung menggunakan platform e-commerce dan media sosial. Pelatihan ini terbagi dalam beberapa sesi, yakni:

1. Pengenalan E-Commerce dan Platform Online: Pemaparan mengenai platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, serta bagaimana cara mendaftar dan mengelola akun.
2. Strategi Pemasaran di Media Sosial: Cara memanfaatkan Instagram dan Facebook untuk pemasaran, serta pembuatan konten yang menarik.
3. Digital Marketing untuk Pemula: Pembelajaran mengenai strategi seperti giveaway dan promo diskon untuk menarik pelanggan.
4. Simulasi Praktis: Santri akan langsung mempraktikkan cara membuat toko online dan mengelola akun media sosial untuk promosi produk mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilaksanakan sebagai respons untuk meningkatkan literasi digital santri di MA Biroyatul Huda, khususnya dalam pemanfaatan teknologi untuk kegiatan ekonomi. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka di lingkungan MA Biroyatul Huda, Kabupaten Banyumas, selama dua hari, dengan pendekatan pelatihan interaktif dan praktik langsung.

Pelatihan ini difokuskan untuk memberikan pengetahuan aplikatif dan keterampilan praktis yang dibutuhkan santri dalam memulai dan mengembangkan usaha secara digital. Kegiatan dibagi dalam beberapa sesi sebagaimana dirancang dalam metode pelaksanaan, yaitu:

Sesi 1: Pengenalan E-Commerce dan Platform Online

Pada sesi ini, peserta mendapatkan pemaparan mengenai konsep dasar e-commerce, manfaatnya dalam dunia bisnis, dan potensi pasar digital di Indonesia. Santri diperkenalkan dengan platform populer seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Para peserta kemudian dibimbing secara langsung untuk:

- Membuat akun toko online,
- Mengatur tampilan toko,
- Mengunggah produk dengan foto dan deskripsi menarik,
- Menentukan harga dan ongkos kirim.

Sesi 2: Strategi Pemasaran di Media Sosial

Materi selanjutnya adalah pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, sebagai alat promosi. Peserta diajarkan:

- Cara membuat akun bisnis di Instagram dan Facebook,
- Membuat konten pemasaran yang menarik secara visual,
- Menggunakan caption yang persuasif,
- Memahami waktu terbaik untuk memposting konten,
- Penggunaan fitur stories, highlights, dan hashtag.

Santri juga dilatih untuk membuat jadwal konten dan melakukan interaksi dengan audiens secara konsisten guna membangun loyalitas pelanggan.

Sesi 3: Digital Marketing untuk Pemula

Sesi ini membahas strategi pemasaran digital sederhana namun efektif, seperti:

- Program giveaway untuk meningkatkan engagement,
- Diskon promosi untuk menarik pembeli baru,
- Teknik soft selling,
- Pemanfaatan fitur promosi yang disediakan oleh platform e-commerce.

Santri dilatih untuk menyusun strategi marketing bulanan dan memahami pentingnya pencatatan hasil penjualan secara digital.

Sesi 4: Simulasi Praktis

Sebagai puncak dari rangkaian pelatihan, santri diminta membentuk kelompok kecil untuk membuat simulasi toko online, termasuk membuat akun di e-commerce, mendesain halaman toko, mengunggah produk, serta membuat konten promosi melalui media sosial. Masing-masing kelompok kemudian mempresentasikan toko mereka di depan peserta lain dan fasilitator.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa santri memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai wirausaha digital. Melalui pendekatan pelatihan partisipatif yang aplikatif, santri berhasil memahami konsep dan praktik dasar e-commerce serta digital marketing. Antusiasme yang tinggi dari peserta, serta dukungan aktif dari pihak sekolah, menunjukkan bahwa kegiatan ini layak untuk dilanjutkan dan diperluas cakupannya.

Pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran santri akan pentingnya digitalisasi dalam berwirausaha. Diharapkan, keterampilan ini dapat membantu mereka mencapai kemandirian ekonomi dan turut berkontribusi pada penguatan ekonomi pesantren dan masyarakat lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Secara khusus, kami sampaikan penghargaan kepada Yayasan Pondok Pesantren Biroyatul Huda, Kabupaten Banyumas, atas sambutan yang hangat, dukungan penuh, dan partisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Para pengurus yayasan, guru, dan siswa yang telah berpartisipasi dengan antusias dan berkontribusi dalam diskusi dan pembentukan tim inisiasi koperasi syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Bachtiar, P. P., Diningrat, R. A., Kusuma, A. Z. D., Izzati, R. Al, & Diandra, A. (2020). Ekonomi Digital untuk Siapa? Menuju Ekonomi Digital yang Inklusif di Indonesia. In *Smeru Research Institute* (Issue December).

- <https://smeru.or.id/en/content/who-digital-economy-toward-inclusive-digital-economy-indonesia>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Husin, & Sukirno. (2023). *Pengembangan Pesantren Berbasis Modal Sosial*. IAIN Pontianak Press.
- Sutanto, H., Utami, Y., & Diantoro, A. K. (2022). The Influence of Transformational Leadership on Job Satisfaction, Organizational Commitment and Human Resource Performance in Islamic Boarding School. *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*, 7(1), 124–136. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i3.1445>
- Trimulato, Ismawati, K, A., & Nuraeni, N. (2020). Penguatan Peran Ekonomi Islam Melalui Optimalisasi Pembiayaan pada Sektor Riil UMKM. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 5(2), 87–98. <https://doi.org/10.30736/jesa.v5i2.83>