



PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA PONDOK PESANTREN TAHFIDZ AL-QUR'AN ATH-THOHIRIYAH MUHAMMADIYAH

¹Muhammad Halim Maimun, ²Kussudyarsana, ³Huda Kurnia Maulana,

⁴Ahmada Auliya Rahman, ⁵Ihsan Cahyo Utomo

¹²³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

⁴Komunikasi, Fakultas Informatika dan Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

⁵Informatika, Fakultas Informatika dan Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: ¹mhm160@ums.ac.id, ²kus165@gmail.com, ³hm665@ums.ac.id,

⁴Aar360@ums.ac.id, ⁵icu886@ums.ac.id

ABSTRAK

Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah (PPTA Ath-Thohiriyah Muhammadiyah) merupakan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) yang fokus dalam pembelajaran menghafal Al-Qur'an. Permasalahan utama yang dihadapi PPTA Ath-Thohiriyah Muhammadiyah adalah sulitnya mencari santri. Untuk meningkatkan jumlah santri PPTA Ath-Thohiriyah Muhammadiyah merencanakan mengganti model pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital. Permasalahan yang dihadapi PPTA Ath-Thohiriyah Muhammadiyah untuk penyelenggaraan pemasaran digital yaitu: (1) Pemasaran dilakukan PPTA Ath-Thohiriyah Muhammadiyah masih konvensional, (2) Media branding dan pemasaran online dimiliki oleh PPTA Ath-Thohiriyah Muhammadiyah belum dikelola dengan baik (3) Lemahnya pengetahuan dan ketrampilan pengurus PPTA Ath-Thohiriyah Muhammadiyah dalam produksi konten digital dalam pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan kepada pengurus Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah. Proses kegiatan yang dilakukan, antara lain: (1) sosialisasi

dan persiapan pengabdian (2) pelatihan dan pendampingan digital marketing, branding, konten digital dan sosial media.

Kata Kunci: pesantren, digital marketing, branding, konten, sosial media

1. Pendahuluan

Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah merupakan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) dibawah Lembaga Pengembangan Pesantren Muhammadiyah (LP2M). Pesantren yang fokus dalam pembelajaran menghafal Al-Qur'an(tahfidz). Pondok Pesantren yang menghasilkan alumni yang bisa menghafal Al_Qur'an sebanyak 30 Juz dalam waktu dua bulan. Beberapa alumni mewakili sekolah formalnya (SMP atau SMA atau Pesantren) menjadi juara MTQ berbagai tingkatan di daerahnya.

Model pembelajaran Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah menggunakan sistem dauroh selama 2 bulan. Penggunaan model pembelajaran tersebut mengakibatkan Pondok Pesantren harus melakukan penerimaan santri baru tiap 2 bulan sekali. Model pemasaran Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah masih menggunakan pemasaran konvensional dengan mengandalkan jaringan pesantren dan sekolah Muhammadiyah. Penggunaan model pemasaran tersebut, mengakibatkan jumlah pendaftar Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah mengalami penurunan. Maka Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah harus meningkat jangkauan pemasarannya dengan menggunakan digital marketing (pemasaran digital).

Digital marketing (pemasaran digital) merupakan produk teknologi informasi yang berfungsi mempromosikan barang atau jasa melalui sarana internet. Penerapan digital marketing semakin tinggi sejalan peningkatan angka pengguna media internet setiap tahunnya. Digital marketing

merupakan salah satu solusi bagi pesantren untuk memperluas jaringan pemasaran. Digital marketing memungkinkan pendaftar (santri) mendapatkan informasi mengenai informasi pesantren melalui internet, sehingga memungkinkan pesantren dapat berinteraksi dengan pendaftar (santri) tanpa batasan waktu dan lokasi. Penggunaan digital marketing Maka Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah dapat meningkatkan jangkauan pemasaran sehingga pendaftar (santri) tidak hanya berasal dari jaringan pesantren dan sekolah Muhammadiyah saja.

Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah adalah :

1. Untuk meningkatkan pengetahuan pengurus Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah tentang pentingnya penggunaan media internet untuk menambah jumlah pendaftar (santri).
2. Untuk meningkatkan kemampuan pengurus Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah dalam penggunaan digital marketing sebagai media dalam pemasaran Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah.

Manfaat kegiatan Pengabdian Masyarakat di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah adalah :

1. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya penggunaan media internet untuk menambah jumlah pendaftar (santri)
2. Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuannya dalam penggunaan media digital (internet) se-

bagi media dalam pemasaran pesantren

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pengurus. Tahapan-tahapan proses kegiatan yang dilakukan, antara lain: (1) sosialisasi dan persiapan (2) pelatihan.

Kegiatan mengunjungi Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah pada 12 Februari 2022. Agenda sosialisasi tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan cara berdiskusi dengan mitra mengenai persiapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari hal jadwal pelaksanaan, sarana, prasarana yang dibutuhkan dan peserta yang dilibatkan.

Kegiatan pelatihan digital marketing di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah terdiri dari

- a. Sosialisasi Digital Marketing
Materi sosialisasi terdiri dari pengantar konsep digital marketing dan branding yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai sarana penunjang dalam promosi (pemasaran) pesantren
- b. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing
Metode pelatihan dan Pendampingan pesantren dalam penerapan dan optimalisasi teknologi informasi (internet). Materi pelatihan mengenai konten digital dan sosial media.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Tahap Sosialisasi dan Persiapan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah diawali dengan kegiatan observasi yang berfungsi untuk mengidentifikasi permasalahan mitra dan rencana tindak lanjutnya. Obsevasi awal dilakukan oleh tim pengabdian dengan melakukan diskusi

dengan pengurus Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah. pada tanggal 12 Februari 2022. Hasil wawancara dengan pihak pengurus pesantren menunjukkan bahwa pesantren perlu meningkatkan jangkauan pemasaran dengan menggunakan digital marketing.

Model pemasaran Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah masih menggunakan pemasaran konvensional dengan mengandalkan jaringan pesantren dan sekolah Muhammadiyah. Penggunaan model pemasaran tersebut, mengakibatkan jumlah pendaftar Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah mengalami penurunan. Maka Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah harus meningkatkan jangkauannya dengan menggunakan digital marketing.

Hasil diskusi ditindak lanjuti dengan penyelenggaraan kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing untuk meningkatkan jangkauan pemasaran pesantren. Pelaksanaan pelatihan akan dilakukan setiap hari sabtu pada tanggal 12 maret -2 April 2022.



Gambar 1 Kegiatan diskusi sosialisasi dan persiapan pengabdian

2. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

a. Sosialisasi Digital Marketing

Digital marketing adalah penggunaan data dan aplikasi elektronik untuk perencanaan dan pelaksanaan konsep, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu

dan organisasi (Untari & Fajariana, 2018). Digital marketing berarti juga bentuk upaya dari pemasar untuk memasarkan barang dan jasanya serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui sarana media internet. Bentuk pemasaran ini pada dasarnya merupakan bagian dari pemasaran langsung (Corley, J. K., Jourdan, Z., & Ingram, 2013).

Pelatihan Digital marketing pesantren sebagai upaya memberikan pemahaman pemasaran digital. Materi disampaikan oleh Muhammad Halim Maimun, SE, MM. Dilanjutkan dengan diskusi terkait implementasi digital marketing untuk Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 2022. Pengurus pesantren yang mengikuti mengikuti kegiatan sangat antusias, dapat dilihat dari peserta yang memperhatikan penjelasan materi yang disampaikan oleh pembicara dengan baik. Peserta juga berdiskusi dengan pemateri lama dengan pembicara tentang implementasi digital marketing di pesantren. Sehingga dapat diindikasikan bahwa peserta sosialisasi menyambut positif kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2 Kegiatan sosialisasi digital marketing

b. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

i. Pelatihan Branding

Branding adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang

dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing Kotler (2012). Sedangkan menurut Landa (2006), pengertiannya bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut.

Pelatihan branding pesantren disampaikan oleh Kussudyarsana S.E., M.Si., Ph.D sebagai upaya memberikan pemahaman Branding bagi Pesantren. Setelah pemateri dilakukan diskusi pembuatan logo Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 19 Maret 2022. Logo yang disepakati antara tim pengabdian dengan mitra sebagai berikut :



Gambar 2 Logo Pesantren

ii. Pelatihan Konten Digital

Konten digital adalah konten yang berupa tulisan atau teks, gambar, audio, video atau kombinasi darinya yang diubah dalam bentuk digital, sehingga konten yang diciptakan dan mudah dibaca menggunakan platform media digital seperti, smartphone, tablet dan laptop.

Pelatihan konten digital media sosial pesantren sebagai upaya memberikan pemahaman memahami teori konten mampu membuat konten yang kreatif dan menarik. Materi disampaikan oleh Ahmada Auliya Rahman, S.I.Kom., M.Pd. Setelah meteri dilanjutkan praktek pembuatan konten untuk Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-

Thohiriyah Muhammadiyah. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 26 Maret 2022. Salah satu hasil konten foto yang dibuat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 3 Hasil Pelatihan Konten Digital

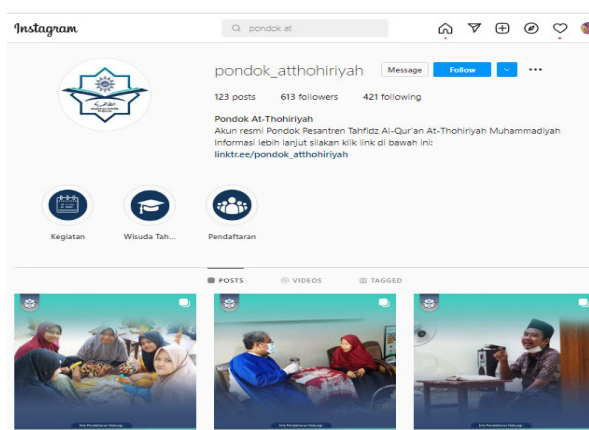
iii. Pelatihan Media Sosial

Media sosial dapat digunakan sebagai sarana penghubung informasi dan komunikasi dari seorang pesantren ke calon santri. Calon santri bisa mendapat informasi tentang pesantren dari media sosial begitu juga sebaliknya. Pesantren dapat memenuhi kebutuhan informasi calon santri dengan menggunakan media sosial. Seperti yang dikemukakan oleh Merril (2011), menyebutkan bahwa media sosial menjadi media yang potensial untuk menemukan konsumen (pengguna produk/ calon santri) dan membangun citra. Media sosial merupakan salah satu sistem komunikasi yang memiliki fungsi : (1). Sebagai administrasi, (2). Media mendengarkan dan belajar, (3). Media berfikir dan melakukan perencanaan.

Pelatihan media sosial sebagai sarana meningkatkan kemampuan pengurus promosi pesantren sebagai membuat media sosial yang menarik dan sehingga menarik banyak pengunjung dalam jangka Panjang akan meningkatkan jumlah santri. Materi Pelatihan media sosial disampaikan oleh Huda Kurnia Maulana, S.E., MBA. Dilanjutkan dengan

diskusi dan praktek pembuatan media sosial dan Penerapan SEO dan Hastag yang baik untuk Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 2 April 2022.

Dari hasil wawancara dengan pengurus pesantren ada kenaikan jumlah follower media sosial pesantren. Jumlah percakapan menanyakan informasi pesantren melalui *direct message* (DM) Instagram dan chat Whatsapp juga mengalami kenaikan.



Gambar 4 Hasil Pelatihan Media Sosial

4. Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat digital marketing yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah di Kartosuro Sukoharjo. Kegiatan pendampingan ini merupakan kegiatan yang penting untuk dilaksanakan, dengan pendampingan dan pelatihan dapat memberikan kontribusi positif terhadap promosi pesantren.

Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan bagi para peserta yakni pengurus Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran Ath-Thohiriyah Muhammadiyah tentang pentingnya peng-

gunaan internet untuk meningkatkan jumlah pendaftar (santri). Berdasarkan hasil observasi pesantren mengalami kendali promosi ditandai menurunnya jumlah santri.

Setelah diadakan kegiatan pengabdian masyarakat digital marketing ada kenaikan jumlah follower media sosial pesantren. Jumlah percakapan menanyakan informasi pesantren melalui *direct message* (DM) Instagram dan chat Whatsapp juga mengalami kenaikan.

5. Persantunan

1. Kegiatan ini didanai oleh Hibah Pengabdian Pada Masyarakat Persyarikatan/Aum/ Desa Binaan (P2AD) UMS dengan No. kontrak 42.12/A.3-III/LP-MPP/III/2022
2. Terima kasih kepada seluruh tim PKM yang bekerja menyelesaikan PKM secara totalitas.

6. Referensi

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas website dan instagram sebagai sarana promosi kawasan wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451–466.
- Ali, H., Lilik, P., Nugroho, H., Halim, T., Firdaus, K., & Huda, N. (2020). *Indonesia Gen Z And Millenial Report 2020: The Battle Of Our Generation*. Retrieved from <http://alvara-strategic.com/indonesia-gen-z-and-millenial-report-2020/>
- Corley, J. K., Jourdan, Z., & Ingram, W. R. (2013). Internet marketing: A content analysis of the research. *Electronic Markets*, 23(3), 177–204. <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0118-y>
- Isnaini, S. (2010). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia . *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik*. Vol. 22 No. 4., 324-332.
- Kotler, P. (2012). *Marketing management. 14th edition / Philip Kotler; Kevin Lane Keller*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 : moving from traditional to digital*.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33
- Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning.
- Lubis, T. A., & Junaidi. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 163-174
- Merril, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D.2011. *Social Media : The Business Benefit May Be Enermous, But Can The Risks Reputation, Legal, Operational Bemitigated Information Law Group*.
- 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
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Astuti, I. P., Buntoro, G. A., & Ariyadi, D. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Barang Bekas Untuk

- Pembuatan Buket Bunga Dan Cara Pemasarannya. Warta LPM, 21(2), 6-10.
- Harismah, K. (2017). Pemanfaatan Daun Salam (*Eugenia Polyantha*) Sebagai Obat Herbal Dan Rempah Penyedap Makanan. Warta Lpm, 19(2), 110-118.
- Warsito, B. (2018). Pengelolaan Limbah Batik Cair Secara Biologis Pada Ukm Batik Mutiara Hasta Dan Katun Ungu Semarang. Warta LPM, 21(2), 136-142.