

# A.7 Tahun 2022

*by - -*

---

**Submission date:** 11-May-2024 11:55AM (UTC+0500)

**Submission ID:** 2376640279

**File name:** N\_DIGITAL\_MARKETING\_DI\_PESANTREN\_AL\_HAYATUL\_ISLAMIYAH\_MALANG.pdf (437.16K)

**Word count:** 1905

**Character count:** 12406



## PEMBERDAYAAN SANTRI MELALUI PELATIHAN JILBAB LUKIS DAN DIGITAL MARKETING DI PESANTREN AL HAYATUL ISLAMIYAH MALANG

Penulis:

**Andriati Azizah Syafitri<sup>1</sup>**

([andriati.syafitri@uniramalang.ac.id](mailto:andriati.syafitri@uniramalang.ac.id))

**Hilda Sanjayawati<sup>2</sup>**

([hilda.sanjayawati@uniramalang.ac.id](mailto:hilda.sanjayawati@uniramalang.ac.id))

Sejarah Artikel:

Received: 20 Juni 2022

Revised: 1 Agustus 2022

Accepted: 13 Agustus 2022

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Raden Rahmat Malang*

### ABSTRAK:

Berdasarkan hasil wawancara dengan penanggung jawab pesantren Al Hayatul Islamiyah Kota Malang, permasalahan yang dihadapi antara lain adalah: (1) pesantren merasa penting untuk memberikan bekal kemandirian bagi santri agar dapat meningkatkan daya saing di masyarakat; (2) pesantren merasa penting untuk meningkatkan keterampilan santri. Menurut Siswanto (2020) kegiatan peningkatan keterampilan terhadap peserta didik pada dunia pendidikan juga dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan pesertanya. Selain itu menurut Singawinata (2020), program pelatihan yang diberikan langsung kepada masyarakat juga berguna untuk meningkatkan keahlian dan pengetahuan peserta pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan kewirausahaan dan berpikir kreatif dalam berinovasi. Terdorong oleh kenyataan tersebut, maka diperlukan program kemitraan masyarakat dalam pemberdayaan generasi muda khususnya santri di pesantren yang menjadi fokus kajian ini. Oleh karena itu, tim dosen dari Universitas Islam Raden Rahmad Malang berkerjasama dengan tenaga dosen dari Universitas Negeri Malang ingin melakukan program kemitraan masyarakat dalam pemberdayaan santri dengan memberikan pelatihan jilbab lukis dan digital marketing untuk santri di pesantren Al Hayatul Islamiyah Kota Malang.

Kata Kunci: *pengabdian kepada Masyarakat; santri; digital marketing; jilbab lukis; pesantren*

### ABSTRACT:

*Based on the results of interviews with the person in charge of the Al Hayatul Islamiyah Islamic boarding school in Malang City, the problems faced include: (1) Islamic boarding schools feel it*

*is important to provide independence for students in order to increase competitiveness in society; (2) Islamic boarding schools feel it is important to improve students' skills. According to Siswanto (2020), skills improvement activities for students in the world of education can also improve the entrepreneurial spirit of participants. Apart from that, according to Singawinata (2020), training programs provided directly to the community are also useful for improving the skills and knowledge of training participants in increasing entrepreneurial knowledge and creative thinking in innovation. Encouraged by the above facts, a community partnership program is needed to empower the younger generation, especially students in Islamic boarding schools which are the focus of this study. Therefore, a team of lecturers from the Raden Rahmad Islamic University of Malang, in collaboration with lecturers from the State University of Malang, want to carry out a community partnership program to empower students by providing training in hijab painting and digital marketing for students at the Al Hayatul Islamiyah Islamic boarding school, Malang City*

**Keywords:** *community engagement; santri; digital marketing; painted-hijab; pesantren*

---



## PENDAHULUAN

Pesantren Al Hayatul Islamiyah Kota Malang merupakan pondok pesantren yang berada di pinggiran kota dekat kantor Pemerintah Kota Malang. Demi menjunjung tinggi nilai-nilai integritas dan kepedulian mencapai keprimaan sebagai bentuk kepedulian dan *responsibility* terhadap masyarakat sekitar institusi, tenaga dosen dari Universitas Islam Raden Rahmat bekerjasama dengan tenaga dosen dari Universitas Negeri Malang melakukan program pengabdian pada masyarakat dengan melakukan pelatihan ketrampilan (*hard skill*) kepada masyarakat khususnya santri dalam bidang seni dan segala perangkatnya. Sehingga santri setelah keluar dari pesantren dapat menjadi anggota masyarakat yang mampu menciptakan karya seni dengan kualitas baik dan memiliki nilai jual (*financial*) serta mampu membangun ekonomi kerakyatan (Syarifudin and Hamzah 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dengan penanggung jawab pesantren Al Hayatul Islamiyah Kota Malang, permasalahan yang dihadapi antara lain adalah: (1) pesantren merasa penting untuk memberikan bekal kemandirian bagi santri agar dapat meningkatkan daya saing di masyarakat; (2) pesantren merasa penting untuk meningkatkan keterampilan santri. Menurut Siswanto (2020) kegiatan peningkatan keterampilan terhadap peserta didik pada dunia pendidikan juga dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan pesertanya. Selain itu, menurut Singawinata (2020), program pelatihan yang diberikan langsung kepada masyarakat juga berguna untuk meningkatkan keahlian dan pengetahuan peserta pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan kewirausahaan dan berpikir kreatif dalam berinovasi.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat mendorong kaum muda untuk lebih kreatif dan inovatif di bidang *entrepreneurship*. Dewasa ini menurut hasil survey sosial *networking* pengguna internet di Indonesia 73,58% sebagian besar digunakan untuk kegiatan *shopping online*. Generasi muda merupakan penerus bangsa yang harus kreatif dan inovatif dalam bermasyarakat dan ikut serta dalam industri pasar global. Oleh karena itu, perlu memberdayakan generasi muda penerus dan masyarakat akan pentingnya *entrepreneurship* dan *digital marketing*, dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Fajar Septian1, dkk., 2019). Untuk membangun kesejahteraan perkembangan ekonomi dan teknologi perlu adanya upaya yang dilakukan masyarakat Indonesia dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi tersebut salah satunya dengan *entrepreneurship* dalam mengoptimisasi *digital marketing*. Dalam menunjang itu semua perlu adanya edukasi kepada masyarakat Indonesia

tentang *entrepreneuership* dan *digital marketing* pada generasi muda, karena mereka adalah ujung tombak masa depan bagi bangsa dan negara serta bisa dijadikan landasan berpikir untuk bersaing dalam prestasi.

Terdorong oleh kenyataan di atas, maka diperlukan program kemitraan masyarakat dalam pemberdayaan generasi muda khususnya santri di pesantren yang menjadi fokus pengabdian ini. Oleh karena itu, tim dosen Universitas Islam Raden Rahmad Malang berkerjasama dengan dosen dari Universitas Negeri Malang melakukan program kemitraan masyarakat dalam pemberdayaan santri dengan memberikan pelatihan jilbab lukis dan *digital marketing* untuk santri di pesantren Al Hayatul Islamiyah Kota Malang.

### **METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN**

Metode yang digunakan dalam PKM ini adalah *Participatory Action Research* (PAR). PAR memiliki tiga pilar utama, yaitu metodologi penelitian, aksi dimensi, dan dimensi partisipasi. Artinya, PAR diimplementasikan dengan referensi ke metodologi penelitian tertentu, harus bertujuan untuk mendorong tindakan transformatif, dan harus melibatkan banyak warga atau anggota masyarakat sebagai pelaksana PAR itu sendiri (Nurhady Sirimorok, 2018). Pada layanan masyarakat di sini PAR diimplementasikan berupa:

#### **1. Pelatihan**

Para santri dibekali materi tentang metode membuat jilbab lukis, cara mematok harga dan menargetkan konsumen, serta bagaimana cara memasarkan produk dengan memaksimalkan sistem pemasaran digital (*digital marketing*).

#### **2. Pendampingan kegiatan**

Pada tahapan ini, praktik serta pendampingan dilaksanakan. Artinya pendampingan tersebut dilakukan untuk mencapai hasil yang ditargetkan.

#### **3. Monitoring hasil**

Monitoring kepada para santri yang berhasil membuat jilbab lukis yang layak jual dan berhasil memasarkan dengan teknik *digital marketing*. Dalam monitoring hasil ini, santri sebenarnya dapat mengkreasikan pengetahuan dan keterampilan yang didapatkan untuk diterapkan tidak hanya pada produk jilbab lukis saja, namun juga dalam setiap produk ataupun jasa yang memiliki nilai jual.

## HASIL DAN DISKUSI

Dampak hasil luaran bagi para santri diharapkan seluruh santri khususnya perempuan di lingkungan pesantren Al Hayatul Islamiyah Kota Malang, dapat membuat jilbab lukis yang memiliki nilai jual. Di samping itu, santri perempuan memiliki pengetahuan tentang *digital marketing*. Dengan harapan para setelah keluar dari pesantren dapat membuka usaha baik jilbab lukis maupun produk yang diinginkan sebagai wirausaha pemula di masyarakat. Target kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah agar santri memiliki keterampilan yang bernilai jual, langkah-langkah menentukan harga pasar, dan pengetahuan tentang *digital marketing*.

Pengabdian kepada Masyarakat ini berupaya melatih santri agar memiliki keterampilan berupa pembuatan jilbab lukis. Pelatihan jilbab lukis ini disampaikan oleh beberapa pemateri kolaboratif yang melibatkan beberapa anggota berikut ini:

No	Nama	Materi
1	Nurul Aini M.Pd	Cara membuat Jilbab Lukis
2	Andriati Aziizah Syafitri S.Pd M.AK	Cara menentukan harga produk
3	Hilda Sanjayawati S.a.b MAB	Strategi Pemasaran dan Produk
4	Andika	Cara memasarkan produk dengan teknik <i>digital marketing</i>

Materi yang disampaikan oleh ibu Nurul Aini M.Pd yang merupakan Dosen Universitas Negeri Malang pada Departmen Tata Busana. Beliau dalam pengabdian ini mengajarkan teknik pembuatan jilbab lukis antara lain:

- a. Teknik pemilihan warna jilbab dan warna cat
- b. Memberikan gambaran motif yang dapat dikembangkan dan direkreasikan
- c. Teknik melukis di jilbab
- d. *Finishing*



Gambar 1. Gambar 1. Produksi jadi dari hasil pelatihan

Materi kedua adalah penentuan harga produk di pasar. Materi ini disampaikan oleh Andriati Aziizah Syafitri S.Pd M.AK yang merupakan Dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang pada Prodi Perbankan Syariah dan mengajar Akuntansi Keuangan. Beliau dalam pengabdian ini mengajarkan beberapa hal berikut ini:

- a. Tips menentukan harga produk yang efektif
- b. Faktor yang memengaruhi harga produk dan strateginya
- c. Penentuan harga pokok produk

Pada materi tentang strategi pemasaran produk dan merk, Hilda Sanjayawati MAB yang merupakan dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang pada Prodi Perbankan Syariah dan mengajar Manajemen Pemasaran mengajarkan beberapa hal berikut ini:

- a. Evaluasi produk baru
- b. Pemberian merk
- c. Strategi memasuki pasar baru
- d. Alternatif strategi pemasaran

*Digital marketing* atau pemasaran digital adalah kegiatan promosi produk atau jasa atau mencari saluran atau *channel* termasuk kegiatan *branding* menggunakan berbagai media digital seperti website, e-mail, *database*, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya *blog*, *adwords*, *feed*, *podcast* dan jejaring sosial sehingga memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran (Muchlisin Riadi, 2020). Pembahasan berikut contoh implementasi *digital marketing*. Materi ini

disampaikan Saudara Andika yang merupakan pemilik konveksi yang berhasil memasarkan lewat digital marketing Beliau dalam pengabdian ini mengajarkan:

- a. Teknik pengelolaan
- b. Konsistensi pemasaran



Gambar 2. Dokumentasi pemberian materi digital marketing

Setelah mendapatkan bekal 3 materi tersebut diatas, langkah selanjutnya adalah praktek dan pendampingan membuat jilbab lukis yang layak jual dan pemasaran dengan teknik *digital marketing*. Monitoring kepada para santri yang berhasil membuat jilbab lukis yang layak jual dan berhasil memasarkan dengan teknik *digital marketing*.

#### **KESIMPULAN**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada masyarakat luas mengenai hal-hal penunjang dalam kegiatan sehari-hari. Begitu pula kegiatan PkM ini dilakukan untuk Santri Alhayatul Islamiyah khususnya adalah santri putri. Berdasarkan dengan target kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah ditetapkan, dapat diambil kesimpulan yaitu pertama, adanya peningkatan *skill* dalam mengembangkan produk untuk menghasilkan produk layak jual. Kedua, adanya peningkatan pengetahuan tentang bagaimana cara menghitung harga pokok penjualan dan ketiga, adanya peningkatan pengetahuan dalam penjualan melalui media digital.



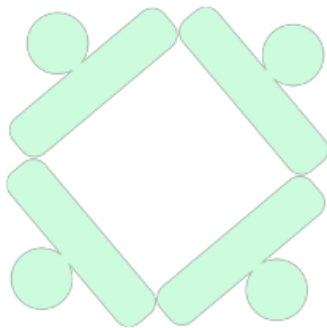
## DAFTAR PUSTAKA

- Dhyah Ayu Retno W, Alexander Beny P., R.A. Vita Noor P.A.2018. *Dinamika dalam Membangun Merek Kolektif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jurnal Komunikator Vol. 10 No. 2 November 2018.
- Fajar Septian1, Ari Syaripudin, Dimas Abisono, P, Fajar Agung, N.2019. *Sosialisasi Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM dan Pemuda Karang Taruna Cilandak Barat*..JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Volume: 2 Nomor: 1, Januari 2019
- Hefi Rusnita Dewi. 2019.*Pelatihan Melukis Jilbab Untuk Ibu-Ibu PKK*. SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat LPPM ITS. Volume 3 Nomor 3 Juli 20
- Muchlisin Riadi. 2020. *Digital Marketing: Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dimensi dan Strategi*. Online : <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/digital-marketing.html>. Diakses 22 Desember 2021
- Nurhady Sirimorok. 2018. Participatory Action Research (PAR) sebagai Model Pengabdian Masyarakat. Online: <http://diktis.kemenag.go.id/icon-uce/2018-m3.pdf>. Diakses 22 Desember 2021
- Singawinata, I.P., Fachrul, B.F., Zakarias, R., Fachrul. M.F. 2020. *Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Dodol Rumput Laut di Desa Kuta, Kecamatan Pujut- Mandalika Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat*. JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera. Volume 1 Nomor 2, Juli 2020
- Siswanto, T., Hartini, Shofiati, R., Kurniawan, W. 2020. *Strategi Pengembangan Kewirausahaan FTI USAKTI*. JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera. Volume 1, Nomer 1,. Januari 2020.
- Suryana, Pandanwangi, Effendi, Elnissi, Deniansha.2021 *Peningkatan Daya Saing Masyarakat: Pembuatan Kain Kanvas Lukis dengan Teknik Pelaburan menggunakan Lithopone di Pesantren Ranca Herang, Desa Cibogo, Bandung*.JUARA:. Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera Volume 2, Nomor 1, Januari 2021

Lampiran



Gambar 3. Lokasi Pengabdian



AKSI  
AFIRMASI

# A.7 Tahun 2022

---

## ORIGINALITY REPORT

---

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

---

## MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

3%

★ Submitted to University of Wollongong

Student Paper

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 15 words

Exclude bibliography  On

# A.7 Tahun 2022

---

## GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

# /100

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---