To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat
Februari 2024, Vol.7, No.1, hal, 125-136
ISSN(P): 2622-6332; ISSN(E): 2622-6340
http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega

Pendampingan Program Santripreneur berbasis Kewirausahaan Digital pada Santri Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo Jawa Timur

Avi Sunani [1]*, Wahyu Fahrul Ridho [2], Muhammad Muharrom Al Haromainy[3], Fania Imelda Safitri [4], Lintang Putri Permatasari [5]

[1,5] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

[2] Program Studi Administrasi Bisnis, Fakuktas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

[3] Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

[4] Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitekur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

**Correspondent Email: avi.ak@upnjatim.ac.id*

Article History:
Received: 18-11-2023; Received in Revised: 17-12-2023; Accepted: 25-12-2023
DOI: http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v7i1.2441

Abstrak

Pondok Pesantren Jabal Noer merupakan salah satu pondok pesantren di Sidoarjo yang tergabung dalam program One Pesantren One Product (OPOP). Hasil focus group discussion diperoleh informasi permasalahan mitra, yaitu rendahnya pengetahuan tentang manajemen usaha dan kemampuan memasarkan produk. Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan meningkatkan keterampilan mitra dalam mengelola usaha, mengelola keuangan, desain produk dan fotografi produk serta meningkatkan kemampuan memasarkan hasil produksi dengan memanfaatkan teknologi digital. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan memberikan pelatihan, pendampingan, bantuan peralatan, komunikasi dengan instansi, dan evaluasi kegiatan. Hasil dari pelatihan dan pendampingan diukur menggunakan pre-test dan post-test. Hasil pre-test dan post-test tersebut diolah menggunakan statistik deskriptif yang menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan santri dalam mempromosikan hasil produksinya dengan memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan pendampingan pengelolaan usaha menunjukkan peningkatan kemampuan santri dan pengelola pondok pesantren dalam mengelola produk pondok dan membuat laporan. Meningkatnya kemampuan manajemen usaha dan digital pemasaran digital berhasil meningkatkan volume produksi dan penjualan produk yang berdampak pada meningkatnya income generating. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan program santripreneur dalam pemasaran digital ini perlu dilakukan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: santripreneur, digital, pemasaran, pendampingan.

Abstract

Jabal Noer Islamic Boarding School is one of the Islamic boarding schools in Sidoarjo which is part of the One Islamic Boarding School One Product (OPOP) program. The results of the focus group discussion obtained information on partner problems, namely low knowledge about business management and ability to market products. Community service activities aim to improve partners' skills in managing businesses, managing finances, product design and product photography as well as increasing their ability to market production results by utilizing digital technology. The method of implementing community service is by providing training, mentoring, equipment assistance, communication with agencies, and evaluation of activities. The results of training and mentoring are measured using pre-test and post-test. The pre-test and post-test results were processed using descriptive statistics which showed an increase in students' understanding and skills in promoting their

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

production results by utilizing digital technology. Business management assistance activities show an increase in the ability of students and Islamic boarding school managers in managing Islamic boarding school products and making reports. Increasing business management capabilities and digital marketing have succeeded in increasing the volume of production and product sales which has an impact on increasing income generation. Therefore, mentoring activities for the santripreneur program in digital marketing need to be carried out on an ongoing basis.

Key Word: santripreneur, digital, marketing, assistance.

1. Pendahuluan

Pentingnya berwirausaha harus dipahami oleh generasi muda khususnya remaja pesantren. Berdasarkan pertambahan jumlah angkatan kerja di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat namun tidak diikuti dengan peningkatan jumlah lapangan kerja. Ketidakseimbangan tersebut menyebabkan permasalahan pengangguran yang cukup kronis. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada Agustus 2021 mencapai 6,49 persen. Hal ini semakin diperparah dengan adanya pandemi COVID-19 yang menyebabkan terdapat 21,32 juta orang (10,32 persen penduduk usia kerja) yang terdampak COVID-19 (BPS, 2021).

Penanggulangan masalah pengangguran telah dilakukan oleh pemerintah dengan mencanangkan gerakan kewirausahaan, seperti One Pesantren One Product (OPOP) yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur (https://opop.jatimprov.go.id/). Program OPOP ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para remaja santri. Manfaat tersebut dapat berwujud manfaat *financial* maupun *non financial*. Manfaat *financial* dapat berupa kemandirian ekonomi yang diperoleh dalam menjalankan usaha, sedangkan manfaat *non financial* berupa penumbuhan mental yang tangguh dan pantang menyerah dalam menghadapi kesulitan hidup, menjauhkan diri dari pergaulan yang salah, dan pemanfaatan waktu dalam kegiatan yang positif dan produktif. Program kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Santri Pesantren Jabal Noer Taman Sidoarjo. Pesantren Jabal Noer Taman Sidoarjo merupakan lembaga pendidikan yang didirikan pada tahun 1992 dan banyak mengalami perkembangan jumlah santri yang terus meningkat setiap tahun (https://www.instagram.com/ponpesjabalnoer/).

Santri Pesantren Jabal Noer Taman Sidoarjo sudah membuat usaha yaitu produk klotok jaketan dan sabun cuci. Namun lambat laun usaha tersebut kurang berjalan maksimal dikarenakan minimnya SDM yang memahami cara memasarkan produk. Kegitan promosi yang saat ini dilakukan hanya saat ada event yang dilaksanakan pesantren, seperti kegiatan bazar. Padahal sebenarnya usaha yang dijalankan tersebut sangat berpeluang untuk dipasarkan secara massal, dengan didukung jumlah SDM yang cukup banyak yang tergabung dalam remaja Pesantren Jabal Noer Taman Sidoarjo (Huzaifi, et al., 2022). Masalah ini peneliti bantu selesaikan dengan kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa pengembangan santripreneur pada remaja pesantren Jabal Noer melalui pelatihan pemasaran produk berbasis digital.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Gambar 1. Produk "klotok jaketan" dan sabun cuci piring "Janur"

Salah satu hambatan yang dihadapi oleh santri dalam berwirausaha adalah minimnya kemampuan pemasaran. Banyak santri terbiasa dengan kegiatan keagamaan dan kurang memiliki eksposur terhadap prinsip bisnis dan pemasaran. Bahkan jika mereka memiliki produk atau jasa yang berkualitas, kurangnya keahlian dalam memasarkan ini secara efektif menjadi kendala utama, terutama dalam era digital saat ini (Harliana et al., 2021; Widiyanto et al., 2022).

Untuk mengatasi hambatan ini, penting bagi pesantren dan pemerintah untuk berkolaborasi dalam memberikan pelatihan pemasaran dan keterampilan bisnis lainnya (Herdinata & Kohardinata, 2019; Maknunah & Prasetyo, 2022). Khususnya, pelatihan berbasis digital akan sangat membantu santri dalam memahami cara efektif memanfaatkan media sosial dan platform online lainnya untuk memasarkan produk atau jasa mereka. Selain itu, memperkenalkan konsep bisnis dalam kurikulum pesantren juga bisa menjadi langkah proaktif untuk mempersiapkan santri menghadapi tantangan ekonomi dan sosial di masa depan.

Meskipun Program One Pesantren One Product (OPOP) telah diinisiasi oleh pondok pesantren Jabal Noer dengan produk sabun cuci dan klotok jaketan, implementasinya menghadapi sejumlah hambatan yang perlu diatasi. Berdasarkan analisis situasi, beberapa permasalahan khusus yang dihadapi oleh santri dan pengelola pesantren adalah: ***Pertama***, bagaimana menentukan segmentasi produk? ***Kedua***, bagaimana membuat branding yang menarik pembeli? Jika para santri hendak mendesain branding atau logo sendiri bagaimana caranya? bagaimana membuat packaging atau kemasan yang menarik, aman dan tahan lama terutama untuk makanan berbahan dasar ikan? ***Ketiga***, bagaimana cara menjangkau distribusi pemasaran yang luas berbasis digital menggunakan media social, e-commerce dan situs website berbasis promosi produk? ***Keempat***, bagaimana cara memperoleh legalitas usaha untuk izin edar dan sertifikasi halal produk klotok jaketan?

Berdasarkan analisa permasalahan yang dihadapi oleh Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo maka solusi bertahap yang peneliti berikan antara lain sebagai berikut. Untuk permasalahan pertama, peneliti memberikan pelatihan kepada para santri mengenai riset pasar dan penentuan segmentasi produk untuk mempelajari peluang memasarkan produk. Tahap ini bertujuan menyesuaikan positioning produk dan membidik pangsa pasar yang sesuai agar lebih tepat sasaran (Nadjal & Halimah, 2021, Danil et al., 2023). Menurut hasil penelitian, di era digitalisasi sekarang, usaha start up perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

keberlangsungan usaha, seperti faktor orientasi bisnis (Ridho & Azizah, 2022, Yanti et al., 2018). Bersama ustadz dan ustadzah Pondok Pesantren Jabal Noer, peneliti mempersiapkan beberapa hal untuk mendukung pelatihannya, seperti modul pelatihan, kuesioner untuk mengukur dampak positif (outcome) pelatihan, dan tempat serta sarana pelatihan.

Sementara itu, untuk kendala kedua peneliti atasi dengan pelatihan mengenai desain logo dan packaging produk yang diikuti para santri Pondok Pesantren Jabal Noer. Pada tahap ini dilakukan rebranding produk dengan membuat desain logo yang lebih menarik serta bernilai jual tinggi. Selain itu, peneliti membantu membuat packaging yang menarik, aman dan tahan lama, seperti menggunakan kertas, plastik, logam, fiber, dan bahan-bahan laminasi. Pada tahap ini juga diberikan pelatihan desain grafis untuk atribut produk dan promosi serta pelatihan branding seperti terlihat pada Gambar 2. Dampak positif pelatihan rebranding yang diterapkan pada para santri diukur dengan kuesioner. Desain yang dihasilkan oleh para santri diimplementasikan pada produk. Pada akhirnya, pelatihan ditutup dengan diskusi dan evaluasi (debriefing).



Gambar 2. Contoh Desain Kemasan “klotok jaketan” dengan karakter ikan

Kendala ketiga peneliti atasi dengan memberi pelatihan terkait dengan digital marketing bagi para santri meliputi promosi produk berbasis digital, seperti media social (Instagram, tiktok), e-commerce, dan website berbasis promosi produk (company profile). Dengan adanya website resmi produk (company profil) seperti yang telah peneliti kembangkan pada produk lain, konsumen akan dengan mudah mengakses, mencari informasi produk dan memesan produk yang dihasilkan oleh mitra (https://produk-mme.000webhostapp.com/about.html#). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, digital marketing telah terbukti efektif dalam memikat daya tarik konsumen (Pujianto, et al. 2022). Dengan menggunakan metode pemasaran berbasis digital ini, mitra dapat mengembangkan sistem penjualan konsinyasi guna meningkatkan kuantitas penjualan (Sunani & Effendi, 2022, Nurhadi, et al. 2023). Gambar 3 memperlihatkan alur pelatihan digital marketing, yang terdiri dari 5 aktivitas: arahan awal (briefing), pembuatan akun media social resmi produk, mendaftar toko di e-commerce dan perancangan website resmi produk (company profil), diskusi dan evaluasi (debriefing). Sewaktu diskusi dan evaluasi, ustadz dan ustadzah bersama para santri dapat menganalisis konten profil perusahaan maupun

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

produk yang dipasarkan, terutama seputar apakah kontennya sesuai dengan tujuan program santripreneur di Pondok Pesantren Jabal Noer.



Gambar 3. Alur Pelatihan Digital Marketing

Kendala keempat terkait legalitas usaha dan sertifikasi halal, peneliti atasi dengan mendampingi mitra mengakses https://halalmui.org/ untuk memperoleh sertifikasi halal produk klotok jaketan. Dengan mengimplementasikan solusi-solusi tersebut, Pondok Pesantren Jabal Noer dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi, sehingga dapat mencapai target penyelesaian luaran yang diinginkan baik dalam segi produksi, pemasaran maupun manajemen usaha. Selain itu, indikator capaian yang terukur atau dapat dikuantitifkan akan memudahkan dalam evaluasi dan peningkatan kualitas program Santripreneur di masa mendatang. Dengan solusi-solusi ini, implementasi dari program OPOP lebih efektif dalam membantu santri dan pesantren mereka, dan secara tidak langsung juga berkontribusi dalam menangani isu pengangguran yang menjadi perhatian nasional.

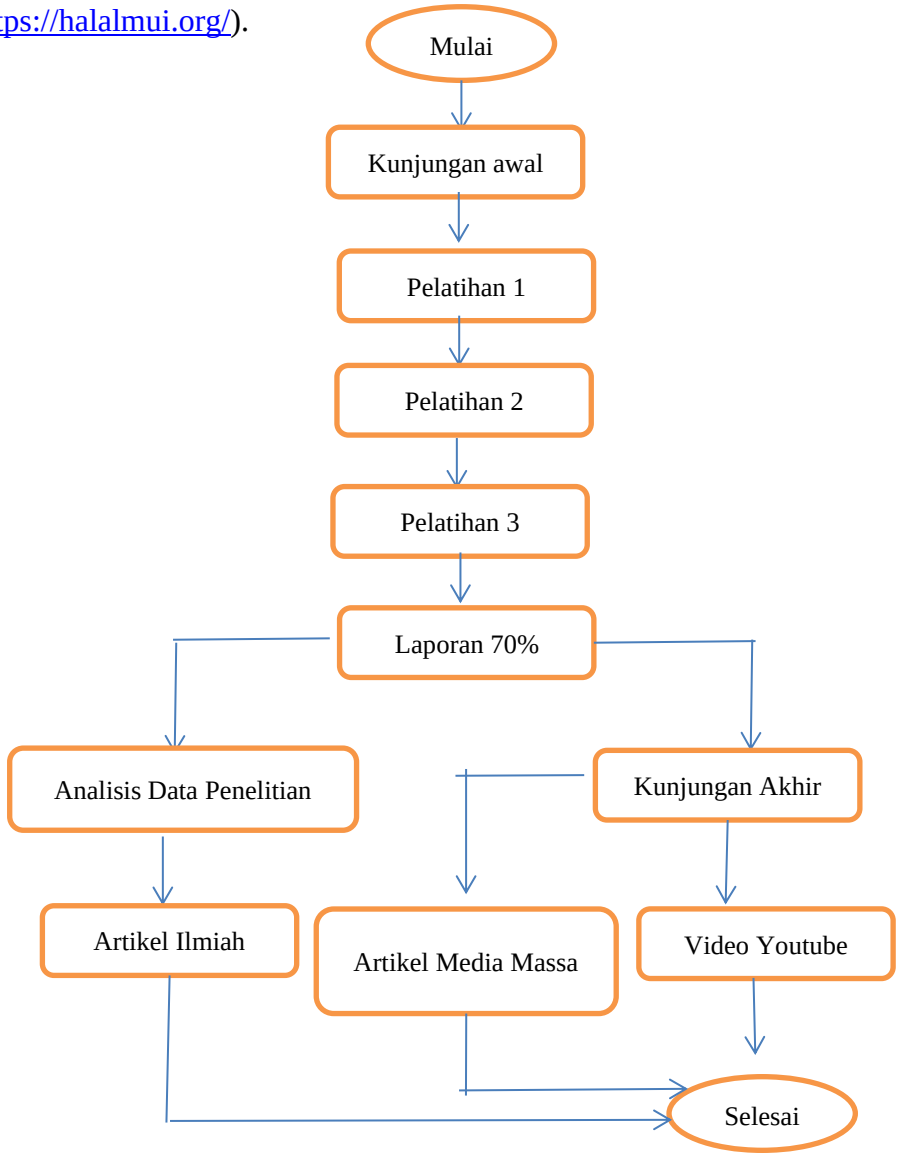
2. Metode

Gambar 4 memperlihatkan alur keseluruhan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Kegiatan dimulai dengan kunjungan awal ke Pondok Pesantren Jabal Noer untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan terkait sistem digital marketing dan pelatihan: karakteristik santri, metode pemasaran produk di Pondok Pesantren Jabal Noer, sarana pelatihan seperti ruang kelas dan laboratorium komputer, jadwal pelatihan, dan lain-lain. Setelah itu, peneliti mulai mempersiapkan pelatihan pertama, yaitu menentukan riset pasar dan segmentasi produk. Bahan-bahan yang peneliti persiapkan adalah modul dan kuesioner. Pelatihan tersebut diselenggarakan di Pondok Pesantren Jabal Noer selama dua jam pada tanggal 18 Agustus 2023. Pola yang sama berlaku untuk pelatihan kedua dan ketiga terkait pelatihan desain grafis, pembuatan web dan foto produk.

Bahan-bahan yang peneliti persiapkan adalah modul, bahan packaging, server hosting dan kuesioner. Secara paralel, peneliti juga memulai perancangan situs website resmi produk (company profil) (https://produk-mme.000webhostapp.com/about.html#). Pelatihan tersebut diselenggarakan di Pondok Pesantren Jabal Noer selama dua hingga enam jam, dan peneliti juga menunjukkan hasil desain label, packaging produk, dan website sebelum atau setelah

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

pelatihan. Setelah pelatihan ketiga, mitra didampingi dalam memperoleh sertifikasi halal dari MUI (https://halalmui.org/).



Gambar 4. Alur kegiatan pengabdian masyarakat

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan di pesantren, perencanaan evaluatif yang matang telah disusun untuk mengukur efektivitas dan dampaknya pada peserta. Adapun parameter evaluatif mencakup:

1. Kemampuan Mengetahui Strategi Marketing dan Branding: Di tahap ini, peserta diharapkan sudah mampu menerapkan konsep-konsep seperti STP dalam strategi marketing produk pesantren mereka.
2. Keterampilan dalam Desain Produk via Canva: Peserta diharapkan mampu menggunakan Canva atau aplikasi desain lainnya untuk meningkatkan kualitas produk, seperti sabun cuci dan klotok jaketan.
3. Kompetensi dalam Fotografi Produk: Peserta diharapkan menguasai teknik dasar fotografi produk untuk tujuan pemasaran, khususnya di kanal-kanal digital.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Ketiga parameter di atas terdiri dari beberapa indikator pertanyaan yang diberikan kepada peserta pelatihan melalui pre-test dan post-test. Peserta menjawab pertanyaan menggunakan skala likert 1-5. Skala 1 menunjukkan Sangat Tidak Paham (Mampu), skala 2 Tidak Paham (Mampu), skala 3 Netral, Skala 4 Paham (Mampu), dan skala 5 Sangat Paham (Mampu). Adapun indikator evaluasi yang diberikan kepada peserta pelatihan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Indikator Evaluasi

No.	Indikator
1	Pemahaman konsep STP (Segmentasi, Target, Posisi)
2	Pemahaman Analisis Pasar
3	Pemahaman Teknik Marketing
4	Kemampuan Mendesain Produk dengan Canva
5	Kemampuan Optimalisasi Desain Produk
6	Kemampuan Fotografi Produk
7	Pemahaman Teknik Fotografi Dasar
8	Kemampuan Editing Foto Produk
9	Kemampuan Visual Storytelling dalam Fotografi
10	Kemampuan Menggunakan Platform Penjualan Online

Berikut indikator keberhasilan yang menjadi tolok ukur efektivitas pelatihan ini:

a. Pemahaman Materi Pelatihan: Keberhasilan dianggap tercapai jika lebih dari 75% peserta mampu memahami dan menginternalisasi materi pelatihan.
b. Penerapan Keterampilan: Jika lebih dari 60% peserta mampu mempraktikkan keterampilan yang telah dipelajari—baik itu dalam strategi marketing, desain produk, atau fotografi produk—ini menandakan keberhasilan pelatihan.

Dengan parameter dan indikator ini, kami berharap dapat melakukan evaluasi yang obyektif untuk mengetahui efektivitas dan dampak dari pelatihan ini, serta membuat perbaikan-perbaikan untuk pelatihan di masa depan.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan di pesantren, peneliti telah mengidentifikasi sejumlah tantangan dan peluang yang ada. Awalnya, tim peneliti melakukan kunjungan dan diskusi dengan pengelola dan santri di pesantren untuk mengumpulkan data dan memahami kebutuhan mereka, khususnya terkait dengan produk dan pemasaran.

Setelah fase analisis, peneliti merancang dan melaksanakan serangkaian pelatihan dan pendampingan. Fase pertama adalah pelatihan strategi pemasaran dan branding, khususnya mengenai konsep STP (Segmentasi, Target, Posisi). Peneliti juga menyertakan pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas pelatihan ini. Fase kedua fokus pada pelatihan desain produk, menggunakan aplikasi web-based Canva, untuk meningkatkan estetika dan kualitas produk pesantren, seperti sabun cuci piring dan klotok jaketan. Fase terakhir adalah pelatihan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

fotografi produk, yang bertujuan untuk melengkapi santri dengan kemampuan membuat visualisasi produk yang menarik untuk saluran penjualan digital.

Sebelum pelatihan dimulai, peserta diberikan kuesioner pertanyaan tentang konsep pelatihan. Jawaban peserta diolah secara statistik deskriptif dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pre Test

No.	Indikator	Rata-rata Nilai
1	Pemahaman konsep STP (Segmentasi, Target, Posisi)	1.4
2	Pemahaman Analisis Pasar	2.5
3	Pemahaman Teknik Marketing	2.4
4	Kemampuan Mendesain Produk dengan Canva	2.7
5	Kemampuan Optimalisasi Desain Produk	2.6
6	Kemampuan Fotografi Produk	2.1
7	Pemahaman Teknik Fotografi Dasar	2.2
8	Kemampuan Editing Foto Produk	1.2
9	Kemampuan Visual Storytelling dalam Fotografi	2.4
10	Kemampuan Menggunakan Platform Penjualan Online	2.1

Berdasarkan skala evaluasi yang digunakan (dari 1 hingga 5), Tabel 1 menunjukkan kekurangan signifikan dalam hampir semua indikator yang diukur. Tidak ada satu pun indikator yang mencapai atau melampaui ambang batas 3, yang dianggap sebagai indikasi kompetensi minimal.



Gambar 5. Pelatihan Strategi Marketing

'Pemahaman Analisis Pasar' dan 'Kemampuan Mendesain Produk dengan Canva' mendapatkan skor tertinggi, masing-masing dengan nilai 2.5 dan 2.7. Meskipun ini menunjukkan sejumlah kemajuan, skor ini masih jauh dari apa yang dianggap memadai. Faktanya, 'Pemahaman konsep STP' dan 'Kemampuan Editing Foto Produk' mencapai skor sangat rendah, yakni 1.4 dan 1.2, yang mengindikasikan kebutuhan mendesak untuk intervensi pelatihan yang lebih terfokus. Skor rendah pada 'Kemampuan Fotografi Produk' dan 'Kemampuan Menggunakan Platform Penjualan Online', yang masing-masing mendapatkan 2.1, menunjukkan defisit kompetensi lain yang juga memerlukan perhatian. 'Pemahaman Teknik Fotografi Dasar' juga menunjukkan kebutuhan untuk peningkatan, dengan skor rata-rata 2.2.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Gambar 6. Pelatihan Desain Produk

Untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan dalam bidang pemasaran dan desain, survei pasca-pelatihan dijalankan dengan tujuan membandingkan tingkat pengetahuan, pemahaman, dan penerapan praktis para peserta sebelum dan sesudah pelatihan (Kamila & Subastian, 2020; Nurasikin et al., 2022). Survei dirancang untuk menilai berbagai aspek mulai dari konsep STP (Segmentasi, Target, Posisi), analisis pasar, hingga teknik fotografi dan desain produk. Dengan mempertimbangkan hasil survei pasca-pelatihan, evaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan dalam bidang pemasaran, desain produk, dan fotografi mengalami perubahan signifikan seperti terlihat pada Tabel 2. Analisis statistik deskriptif menunjukkan adanya peningkatan substansial dalam semua indikator yang diukur, dengan skor rata-rata semua indikator berkisar antara 4,1 hingga 4,7 dalam skala 1-5. Hasil ini memperkuat kesimpulan bahwa pelatihan yang telah dijalankan sangat efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta dalam desain dan fotografi, peserta pelatihan telah memehami berbagai aspek. Dari pemahaman konsep STP, analisis pasar, hingga kemampuan teknis dalam desain produk dan fotografi.



Gambar 7. Pelatihan Fotografi Produk

Tingkat keberhasilan pelatihan ini melebihi ekspektasi, dengan hampir semua peserta mencapai tingkat kompetensi yang sangat baik seperti terlihat dari hasil post test pada Tabel 2. Ini menandakan keefektifan metode pelatihan dan relevansi materi yang disampaikan. Dengan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

demikian, kegiatan pelatihan ini dapat dianggap sebagai model yang sukses, yang layak untuk diterapkan dalam skala yang lebih luas atau menjadi referensi untuk program pelatihan serupa di masa depan.

Tabel 3. Hasil Post Test

No.	Indikator	Rata-rata Nilai
1	Pemahaman konsep STP (Segmentasi, Target, Posisi)	4,4
2	Pemahaman Analisis Pasar	4,5
3	Pemahaman Teknik Marketing	4,4
4	Kemampuan Mendesain Produk dengan Canva	4,7
5	Kemampuan Optimalisasi Desain Produk	4,6
6	Kemampuan Fotografi Produk	4,1
7	Pemahaman Teknik Fotografi Dasar	4,2
8	Kemampuan Editing Foto Produk	4,2
9	Kemampuan Visual Storytelling dalam Fotografi	4,4
10	Kemampuan Menggunakan Platform Penjualan Online	4,1

Aspek luaran dari program pendampingan santripreneur melalui pelatihan pemasaran, desain produk, dan fotografi ini mencakup modul strategi pemasaran, desain dan fotografi untuk peserta, hak kekayaan intelektual dari karya visual, serta artikel yang diterbitkan media massa dan jurnal terkait. Selain itu, aspek vital lainnya adalah peningkatan substansial dalam kompetensi peserta dalam bidang kewirausahaan digital khususnya pemasaran, desain, dan fotografi.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menciptakan sebuah program pelatihan yang berkelanjutan, memastikan bahwa peserta—dalam kasus ini, santri dari pesantren Jabal Noer Taman Sidoarjo—mampu menerapkan konsep dan keterampilan yang telah dipelajari secara efektif. Tim pelatihan ini juga akan berfungsi sebagai konsultan, siap membantu peserta yang menghadapi tantangan dalam menerapkan strategi pemasaran, desain produk, atau fotografi di lapangan.

4. Kesimpulan

Program PkM yang dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan pemberian studio mini serta website company profil telah memberikan dampak peningkatan *income generating* bagi Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo. Dampak yang lain juga terlihat dari peningkatan keterampilan mitra dalam mengelola usaha, melakukan pencatatan transaksi penjualan, laporan keuangan, dan mitra mampu mengaplikasikan teknologi digital untuk memasarkan produk yang dihasilkannya.

Rencana tindak lanjut pengabdian kepada masyarakat periode selanjutnya adalah pengembangan volume produksi dan platform pemasaran digital produk santri Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo. Rencana ini sejalan dengan hasil diskusi antara tim pelaksana

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PkM dan mitra PkM. Harapan mitra dengan pengembangan ini tidak hanya melibatkan pihak pemerintah provinsi melalui program OPOP, tetapi juga akademisi dan industri menjadi sangat penting. Dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat lanjutan di Pondok Pesantren Jabal Noer ini, akan mampu meningkatkan *income generating* dan perekonomian Pondok Pesantren.

5.Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemdikbudristek yang telah memberikan bantuan melalui Program Kemitraan Masyarakat tahun 2023. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ketua Yayasan dan Santri Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo atas partisipasi kegiatan dan penyediaan fasilitas, Pimpinan dan Pengelola Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur dalam memberikan masukan dan dukungan fasilitas sarana PkM.

6. Daftar Pustaka

Danil, L., Iskandarsyah, T., Septina, N., Irsanti., dan Debby., T. (2023). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro melalui ProgramPelatihanSustaining Competitive and Responsible Enterprises. *DINAMISIA*: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 7, No. 4Agustus 2023, Hal. 975-987.

Harliana, H., Huda, M. M., & Yusron, R. D. R. (2021). Peningkatan Kompetensi Santri Melalui Pelatihan Instalasi Sistem Operasi Dan Jaringan Komputer. *Abdiformatika Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*. https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v1i2.143

Herdinata, C., & Kohardinata, C. (2019). Pengaruh Regulasi Dan Kolaborasi Terhadap Literasi Keuangan Dalam Upaya Penerapan Financial Technology Pada Usaha Kecil Dan Menengah. *Business and Finance Journal*. https://doi.org/10.33086/bfj.v4i2.135

Hufaizi, A., Hanifah, F., Harkart, M.A., Ardiansah, R., Christina, V.S., Sutoro, M., dan Sugiarti, E. (2022). Peran Sumberdaya Manusia dalam Mengembangkan Kinerja pada UMKM Griya Cendekia di Desa Curug, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. *Jimawabdi* (*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi*), Vol. 2, No. 1, April 2022, 1-14. https://dx.doi.org/10.32493/jmw.v4i2.18633.

Kamila, V. Z., & Subastian, E. (2020). Analisis Dan Perancangan Sistem Evaluasi Pelatihan Tenaga Kependidikan. *Sebatik*. https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i2.1125

Maknunah, J., & Prasetyo, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran Untuk Menunjang Promosi UMKM Di Kabupaten Malang. *JMM - Jurnal Masyarakat Merdeka*. https://doi.org/10.51213/jmm.v5i2.110

Nadjal, R.A. dan Halimah, A. S. (2021). Segmentasi Pasar Produk Keripik Pisang Industri Rumah Tangga Morinawa. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 334-342. Tersedia pada: https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/583

Nurasikin, A., Masyhari, K., & Imron, A. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Santri Menuju Kemandirian Pondok Pesantren. *Dimas Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*. https://doi.org/10.21580/dms.2022.221.10794

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Nurhadi, M., Supriyati, Pratama, Y.H.C., Akbar, H.Y., Lazuardy, N., dan Safinah, L. (2023). Peningkatan Income Generating Paguyuban Kampung Kue Melalui Pendampingan Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 6, No. 3, hal. 418-431. http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v6i3.1741.

Pemprov Jatim. (2023). Program Santripreneur Opop Provinsi Jawa Timur. https://opop.jatimprov.go.id/. https://opop.jatimprov.go.id/

Pujianto, W.E., Musyaffah, L., Haromainy, M.M.A., dan Lisdiyanto, A. 2022. Integrated Marketing Communication on Embryo Attractiveness of Marine Tourism Destinations through Brand Building. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1), 57-71. https://journal3.uinalauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/articl/view/29593

Ridho, W.F. dan Azizah, N. 2022. Factor Analysis of the Phenomenon of Mass Layoffs At Startups: Mixed Method Approach With Structural Equation Modeling. *Jurnal MEBIS* (*Manajemen Bisnis*), 7(2). https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3089265

Sunani, A. Dan Effendi, M.B. 2022. Pendampingan UMKM Toko Dias Jagir Wonokromo Surabaya Jawa Timur dalam Penyusunan Laporan Penjualan Konsinyasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1243-1248. https://jamsi.jurnal.id.com/index.php/jamsi/article/view/407/284

Widiyanto, N., Yanto, H., Nurkhin, A., Mukhibad, H., & Baswara, S. Y. (2022). Pelatihan Barista Kompetensi Manual Brew Sebagai Penguatan Minat Wirausaha Pada Santri Pondok Pesantren Al Asror Semarang. *Sarwahita*. https://doi.org/10.21009/sarwahita.192.9

Yanti, V. A., Amanah, S., Muldjono, P., dan Asngari, P. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Menengah di Bandung dan Bogor. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, Vol. 20, No. 2, hal. 137-148.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).