

## PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI SANTRI PONDOK PESANTREN

Iskandar Ali Alam<sup>1</sup>, Bambang Hartono<sup>2</sup>, Lukmanul Hakim<sup>3</sup>,  
Haris Muwardi<sup>4</sup>, Erlangga<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

Email: [iskandar@ubl.ac.id](mailto:iskandar@ubl.ac.id)

**Abstrak:** Pelatihan digital marketing bagi santri pondok pesantren merupakan inisiatif strategis untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan santri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran digital menawarkan berbagai keuntungan, termasuk kemampuan untuk menjangkau pasar global dan efisiensi biaya. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek digital marketing, seperti penggunaan media sosial, SEO (*Search Engine Optimization*), dan strategi konten. Melalui analisis kebutuhan awal, pelatih dapat mengidentifikasi area di mana santri memerlukan pengetahuan tambahan. Pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui sesi interaktif, praktik langsung, dan evaluasi untuk mengukur efektivitas program. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan santri merancang kampanye pemasaran yang efektif serta kepercayaan diri dalam menggunakan alat digital. Meskipun ada tantangan terkait akses teknologi, dukungan berupa program pelatihan sangat penting untuk memastikan keberhasilannya.

**Kata Kunci:** *Digital marketing, pelatihan, santri, pondok pesantren, media sosial, SEO, strategi konten.*

### 1. Pendahuluan

Digital marketing telah menjadi komponen yang sangat penting dalam strategi bisnis modern, terutama di era digital yang terus berkembang. Dengan kemajuan teknologi dan akses internet yang semakin luas, pemasaran digital menawarkan berbagai keuntungan yang signifikan bagi pelaku usaha. Salah satu manfaat utama dari digital marketing adalah kemampuannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Berbeda dengan pemasaran tradisional yang sering kali terbatas pada wilayah geografis tertentu, digital marketing memungkinkan santri pondok pesantren untuk memasarkan produk atau layanan mereka kepada audiens global. Hal ini sangat relevan bagi santri yang ingin memperluas jangkauan bisnis mereka di luar komunitas lokal, sehingga menciptakan peluang baru untuk

pertumbuhan ekonomi. Menurut (Kotler, 2012), pemasaran digital tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih baik dengan konsumen melalui *platform online*.

Selain itu, digital marketing juga dikenal sebagai metode pemasaran yang lebih efisien dari segi biaya. Dengan menggunakan platform dan alat digital yang tepat, santri dapat melakukan promosi dengan anggaran yang relatif kecil. Ini sangat penting bagi mereka yang mungkin tidak memiliki modal besar untuk beriklan secara konvensional. Melalui strategi pemasaran digital seperti media sosial, konten kreatif, dan iklan online, santri dapat menarik perhatian konsumen dengan biaya yang lebih terjangkau, sekaligus meningkatkan potensi keuntungan dari usaha mereka. Chaffey, D. and Smith, (2018) mencatat bahwa perusahaan yang memanfaatkan pemasaran digital dapat mengurangi biaya akuisisi pelanggan secara signifikan dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

Pelatihan digital marketing bagi santri pondok pesantren menjadi sangat krusial dalam konteks ini. Pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis dalam menggunakan berbagai alat digital seperti media sosial, SEO (Search Engine Optimization), dan email marketing, tetapi juga membekali santri dengan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen di dunia digital. Keterampilan ini sangat dibutuhkan di pasar kerja saat ini, di mana kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi baru dan tren pemasaran menjadi kunci sukses. Dengan pelatihan yang tepat, santri tidak hanya akan mampu memasarkan produk mereka secara efektif tetapi juga dapat menciptakan peluang usaha baru melalui *e-commerce* dan layanan berbasis online. Ryan, (2016) menekankan bahwa keterampilan digital adalah salah satu faktor utama dalam meningkatkan daya saing individu di pasar kerja global.

Lebih jauh lagi, pelatihan digital marketing membantu santri untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat dan dinamis. Dalam dunia bisnis yang terus berubah, pemahaman tentang tren terbaru dalam pemasaran digital menjadi sangat penting untuk menjaga relevansi dan daya saing. Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dalam bidang ini dapat meningkatkan kemampuan pemasaran individu dan organisasi secara signifikan. Misalnya, penelitian oleh (Chaffey, D. and Smith, 2018) mengungkapkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif mengalami peningkatan signifikan dalam penjualan dan pengenalan merek. Selain itu, studi oleh Ryan, (2016) menekankan bahwa keterampilan digital sangat penting dalam meningkatkan daya saing individu di pasar kerja global.

Dengan demikian, pelatihan digital marketing tidak hanya relevan tetapi juga sangat penting bagi santri pondok pesantren dalam mempersiapkan diri menghadapi tantangan ekonomi dan sosial di masa depan. Melalui penguasaan keterampilan ini, santri dapat memberdayakan diri mereka sendiri secara ekonomi, menciptakan peluang usaha baru, dan berkontribusi pada perkembangan masyarakat secara lebih luas.

## 2. Metode

Pelatihan digital marketing bagi santri pondok pesantren dapat dilakukan melalui beberapa tahapan strategis yang dirancang untuk memastikan pemahaman dan penerapan yang efektif. Tahap pertama adalah analisis kebutuhan, di mana pelatih melakukan survei atau wawancara untuk memahami latar belakang, pengetahuan, dan keterampilan yang dimiliki oleh santri. Hal ini penting untuk mengidentifikasi area di mana santri memerlukan pelatihan dan pengetahuan tambahan tentang digital marketing. Setelah analisis kebutuhan, langkah selanjutnya adalah merencanakan program pelatihan yang sesuai, termasuk menentukan materi yang akan diajarkan, seperti dasar-dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial, SEO (*Search Engine Optimization*), dan strategi konten. Rencana ini juga mencakup durasi pelatihan dan metode pengajaran yang digunakan, baik itu kelas tatap muka, workshop, atau pembelajaran online.

Setelah perencanaan, tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini, program yang telah dirancang diimplementasikan melalui sesi interaktif di mana santri dapat belajar melalui praktik langsung, diskusi kelompok, dan studi kasus. Penggunaan alat digital seperti *platform e-learning* juga dapat dimanfaatkan untuk memberikan fleksibilitas dalam pembelajaran. Setelah pelatihan selesai, penting untuk melakukan evaluasi guna mengukur efektivitas program. Ini bisa dilakukan melalui kuis, tes praktis, atau umpan balik dari peserta mengenai materi yang diajarkan dan metode pengajaran. Evaluasi ini membantu menentukan apakah tujuan pelatihan tercapai dan area mana yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

Tahap terakhir adalah tindak lanjut dan pengembangan berkelanjutan. Pada tahap ini, pelatih melakukan tindak lanjut dengan santri untuk memastikan bahwa mereka dapat menerapkan keterampilan yang telah dipelajari dalam praktik nyata. Ini bisa meliputi sesi mentoring atau dukungan berkelanjutan dalam proyek pemasaran digital mereka. Pengembangan berkelanjutan juga penting agar santri tetap update dengan tren terbaru pemasaran digital. Melalui tahapan-tahapan ini, pelatihan digital marketing bagi santri pondok pesantren dapat berlangsung secara efektif dan memberikan manfaat jangka panjang dalam pengembangan keterampilan pemasaran di era digital saat ini.



**Gambar 1.** Pelatihan Digital Marketing bagi Santri Pondok Pesantren

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan mengenai pelatihan digital marketing pada santri pondok pesantren menunjukkan bahwa program ini memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pengetahuan dan keterampilan santri dalam dunia pemasaran digital. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, SEO (*Search Engine Optimization*), dan strategi konten. Setelah mengikuti pelatihan, santri menunjukkan peningkatan kemampuan dalam merancang kampanye pemasaran yang efektif, serta kemampuan untuk menganalisis dan memahami perilaku konsumen di platform digital.

Salah satu hasil yang paling mencolok adalah peningkatan kepercayaan diri santri dalam menggunakan alat digital untuk memasarkan produk mereka. Dalam sesi evaluasi, banyak santri melaporkan bahwa mereka merasa lebih siap untuk menerapkan keterampilan yang telah dipelajari dalam praktik nyata. Ini sejalan dengan penelitian oleh Chaffey, D. and Smith, (2018), yang mencatat bahwa pelatihan yang terstruktur dalam digital marketing dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan pengenalan merek. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang pentingnya konten berkualitas dan interaksi dengan audiens sebagai kunci sukses dalam pemasaran digital.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mencakup pengembangan sikap kewirausahaan di kalangan santri. Dengan memahami bagaimana memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen, santri didorong untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usaha mereka. Hal ini sangat penting dalam konteks pondok pesantren, di mana santri sering kali memiliki potensi untuk menciptakan usaha berbasis komunitas yang dapat memberdayakan diri mereka sendiri secara ekonomi.

Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam hal akses terhadap teknologi dan internet yang stabil. Beberapa santri melaporkan kesulitan dalam mengakses sumber daya online selama pelatihan. Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk terus menyediakan dukungan teknis dan fasilitas yang memadai agar semua santri dapat memanfaatkan pelatihan ini secara maksimal. Dengan demikian, pelatihan digital marketing bagi santri pondok pesantren tidak hanya meningkatkan keterampilan pemasaran mereka tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi di komunitas mereka.

### 4. Kesimpulan dan Saran

Pelatihan digital marketing bagi santri pondok pesantren merupakan upaya strategis untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para santri dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran. Program ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek digital marketing, mulai dari dasar-dasar pemasaran digital hingga strategi konten yang efektif.

Melalui analisis kebutuhan awal, pelatih dapat mengidentifikasi area di mana santri memerlukan pengetahuan tambahan dan keterampilan spesifik. Kemudian, rencana pelatihan disusun untuk mencakup materi seperti penggunaan media sosial, *Search Engine Optimization* (SEO), dan strategi

konten. Implementasi pelatihan dilakukan melalui sesi interaktif yang mencakup praktik langsung, diskusi kelompok, dan studi kasus. Alat digital seperti platform e-learning juga digunakan untuk memberikan fleksibilitas dalam pembelajaran.

Setelah pelatihan selesai, evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program. Evaluasi ini biasanya melibatkan kuis, tes praktis, atau umpan balik dari peserta tentang materi yang diajarkan dan metode pengajaran. Tujuan evaluasi adalah untuk menentukan apakah tujuan pelatihan sudah tercapai dan mengidentifikasi area mana yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

Langkah final yaitu tindak lanjut dan pengembangan berkelanjutan. Di sini, pelatih melakukan follow-up dengan santri untuk memastikan bahwa mereka dapat menerapkan keterampilan yang telah dipelajari dalam praktik nyata. Sesi mentoring atau dukungan berkelanjutan dalam proyek pemasaran digital mereka juga ditawarkan. Pengembangan berkelanjutan penting agar santri tetap update dengan tren terbaru dalam pemasaran digital.

Hasil pelatihan menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap pengetahuan dan keterampilan santri. Mereka menunjukkan peningkatan kemampuan dalam merancang kampanye pemasaran yang efektif serta kemampuan untuk menganalisis dan memahami perilaku konsumen di platform digital. Pelatihan ini juga meningkatkan kepercayaan diri santri dalam menggunakan alat digital untuk memasarkan produk mereka, sesuai dengan penelitian yang menunjukkan efektivitas program pelatihan digital marketing.

Dengan demikian, pelatihan digital marketing bagi santri pondok pesantren bukan hanya meningkatkan keterampilan pemasaran mereka tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi di komunitas mereka. Meski ada tantangan terkait akses teknologi dan internet stabil, dukungan teknis dari lembaga pendidikan sangat penting agar semua santri dapat memanfaatkan pelatihan ini secara maksimal.

## Referensi

- Chaffey, D. and Smith, P. R. (2018). *Digital Marketing / Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick. Pearson Education.*
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Pearson Education International, 817.*
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the digital generation - Damian Ryan - eBook. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation.*