

Pemberdayaan Santri Melalui Pengenalan Digital Marketing Berbasis *Role-Play* di Lingkungan Pondok Pesantren Huraidhah Bogor

¹Abdullah Fathoni, ²Sari Nalurita, ³Dewi Dyah Widyastuti, ⁴Agus Purwo Wicaksono, ⁵Saur Costanius Simamora
^{1,2,3,4,5}Prodi Manajemen, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Jakarta Timur

E-mail: [1fathoni444@yahoo.co.id](mailto:fathoni444@yahoo.co.id), [2sarinalurita@unsurya.ac.id](mailto:sarinalurita@unsurya.ac.id),
[3dewidyah@unsurya.ac.id](mailto:dewidyah@unsurya.ac.id), [4aguspurwodr@gmail.com](mailto:aguspurwodr@gmail.com),
[5saurcsimamora@gmail.com](mailto:saurcsimamora@gmail.com)

ABSTRAK

Pondok Pesantren Huraidhah memiliki potensi dalam pengembangan kewirausahaan berbasis santri, namun masih menghadapi kendala pada aspek manajemen usaha dan pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan santri dalam manajemen usaha serta digital marketing melalui pendekatan *role-play*. Metode yang digunakan meliputi pelatihan interaktif, simulasi peran (*role-play*), praktik langsung (*learning by doing*), pendampingan, dan evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test* terhadap 60 peserta. Materi pelatihan mencakup konsep manajemen usaha, strategi pemasaran, segmentasi pasar, penyusunan konten promosi, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk pesantren. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata pemahaman peserta dari 17,08% pada *pre-test* menjadi 37,64% pada *post-test* dengan nilai *Normalized Gain* (N-Gain) sebesar 0,25 yang termasuk kategori rendah. Meskipun demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa metode *role-play* mampu meningkatkan pemahaman dasar peserta mengenai manajemen usaha dan pemasaran digital. Selain itu, santri berhasil menghasilkan konten promosi digital sederhana dan menunjukkan peningkatan kemampuan bekerja sama, komunikasi, serta pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap penguatan kapasitas kewirausahaan santri dan mendukung kemandirian ekonomi pesantren melalui penerapan strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

Kata kunci: *digital marketing*, *role-play*, pemberdayaan santri, kewirausahaan.

ABSTRACT

Huraidhah Islamic Boarding School has considerable potential for developing student-based entrepreneurship; however, it faces challenges in business management and digital marketing. This community service program aimed to enhance students' knowledge and practical skills in business management and digital marketing through a *role-play*-based learning approach. The program employed interactive training, *role-play* simulation, *learning by doing*, mentoring, and evaluation using *pre-tests* and *post-tests* involving 60 participants. The training covered business management, marketing strategies, market

segmentation, promotional content creation, and the utilization of social media for product marketing. The evaluation results indicated an improvement in participants' average understanding score from 17.08% in the pre-test to 37.64% in the post-test, with a *Normalized Gain* (N-Gain) score of 0.25, categorized as low. Nevertheless, the findings demonstrate that the *role-play* approach effectively improved participants' fundamental understanding of business management and digital marketing. Furthermore, the participants successfully produced simple digital promotional content and demonstrated improved teamwork, communication, and social media marketing skills. Overall, the program contributed to strengthening students' entrepreneurial capacity and supported the economic empowerment of the Islamic boarding school through more effective digital marketing practices.

Keywords: *digital marketing, role-play, student empowerment, entrepreneurship.*

1. PENDAHULUAN

Pondok Pesantren Huraidhah yang berlokasi di Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor merupakan lembaga pendidikan Islam berbasis masyarakat yang memiliki peran strategis dalam pembentukan karakter dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) santri. Selain menjalankan fungsi pendidikan keagamaan, Pondok Pesantren Huraidhah juga memiliki potensi dalam pengembangan kegiatan kewirausahaan sebagai upaya mendorong kemandirian ekonomi pesantren dan santri. Secara geografis, wilayah Megamendung berada pada jalur strategis Bogor–Puncak yang memiliki potensi ekonomi dan pasar yang cukup besar. Lingkungan sosial masyarakat yang religius serta kedekatan pesantren dengan komunitas sekitar menjadi modal sosial yang mendukung pengembangan usaha berbasis pesantren. Dari sisi sumber daya manusia, santri Pondok Pesantren Huraidhah didominasi oleh usia produktif yang memiliki semangat belajar dan minat untuk mengembangkan keterampilan praktis di luar pembelajaran formal.

Berdasarkan kondisi eksisting, Pondok Pesantren Huraidhah telah mulai merintis kegiatan ekonomi produktif yang melibatkan santri, baik dalam bentuk produk sederhana maupun aktivitas kewirausahaan skala kecil. Dari sisi hulu, proses produksi telah berjalan dengan

memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan keterlibatan santri secara langsung. Namun, dari sisi hilir, khususnya pada aspek pemasaran, usaha yang dijalankan belum berkembang secara optimal.

Kegiatan ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM), khususnya dalam memberikan pengalaman belajar kontekstual bagi mahasiswa melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Dosen berperan sebagai fasilitator dan pendamping mitra, sementara mahasiswa memperoleh pengalaman praktis yang relevan dengan bidang keilmuannya (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2020).

2. PERMASALAHAN MITRA

2.1. Permasalahan utama mitra

Teridentifikasi pada rendahnya kapasitas santri dalam manajemen pemasaran, terutama pemasaran digital. Promosi produk masih dilakukan secara konvensional dan terbatas pada lingkungan internal pesantren serta masyarakat sekitar. Pemanfaatan media digital, seperti media sosial dan platform daring, belum dilakukan secara terencana dan strategis. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar sempit, tingkat penjualan belum maksimal, serta rendahnya daya saing produk pesantren. Selain itu, santri belum memiliki pemahaman yang

memadai mengenai konsep dasar manajemen pemasaran, seperti segmentasi pasar, penentuan target konsumen, penetapan posisi produk, penyusunan konten promosi, serta evaluasi kinerja pemasaran. Pembelajaran kewirausahaan yang ada masih bersifat teoritis dan belum sepenuhnya didukung oleh metode pembelajaran berbasis praktik. Padahal, karakter santri yang aktif dan kolaboratif sangat potensial dikembangkan melalui pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman. Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama mitra adalah :

1. Permasalahan Manajemen Usaha : Permasalahan pada aspek manajemen usaha menjadi prioritas karena santri belum memiliki kapasitas yang memadai dalam mengelola usaha secara terstruktur dan berorientasi pasar. Adapun subpermasalahan yang dihadapi meliputi:

- a. Rendahnya pemahaman santri terhadap konsep dasar manajemen usaha, khususnya dalam perencanaan kegiatan usaha dan pengambilan keputusan bisnis sederhana.
- b. Minimnya pengalaman praktik kewirausahaan berbasis simulasi nyata, yang menyebabkan santri kurang percaya diri dalam menjalankan peran sebagai pelaku usaha. Permasalahan manajemen usaha ini berdampak pada rendahnya efektivitas pengelolaan kegiatan ekonomi pesantren dan belum optimalnya potensi santri sebagai sumber daya manusia ekonomi.

2. Permasalahan Hilir Permasalahan pemasaran merupakan permasalahan paling dominan dan menjadi fokus utama kegiatan PKM ini. Subpermasalahan pada aspek pemasaran meliputi:

- a. Rendahnya kemampuan santri dalam manajemen pemasaran, khususnya pemahaman tentang

segmentasi pasar, penentuan target konsumen, dan posisi produk.

- b. Pemanfaatan media digital yang belum optimal, di mana media sosial dan platform digital belum digunakan secara terencana sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.
- c. Keterbatasan keterampilan dalam pembuatan konten promosi, baik dari sisi pesan pemasaran, visual, maupun konsistensi branding produk pesantren. Akibat permasalahan tersebut, jangkauan pemasaran produk pesantren masih terbatas pada lingkungan internal dan masyarakat sekitar, serta belum mampu meningkatkan daya saing dan nilai ekonomi produk secara berkelanjutan.

2..2. Solusi Permasalahan Mitra

1. Pelatihan Dasar Manajemen Usaha Berbasis Simulasi Peran.

Kegiatan dilakukan melalui pelatihan interaktif yang mengintegrasikan teori sederhana manajemen usaha dengan simulasi peran (*role play*). Dalam simulasi ini, santri dibagi ke dalam beberapa peran, seperti pengelola usaha, bagian pemasaran, dan pengelola operasional, sehingga santri dapat memahami fungsi dan tanggung jawab masing-masing peran dalam sebuah usaha. Pendekatan *role play* memungkinkan santri belajar mengambil keputusan usaha secara sederhana, seperti menentukan tujuan usaha, mengatur alur kerja, dan berkoordinasi dalam tim. Dengan demikian, santri tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga memiliki pengalaman praktis dalam pengelolaan usaha (Kolb, 1984). Target luaran solusi ini adalah meningkatnya pemahaman santri terhadap manajemen usaha,

terbentuknya pembagian peran usaha sederhana, serta tersusunnya gambaran alur pengelolaan usaha pesantren yang lebih terstruktur.

2. Permasalahan Pemasaran (Hilir Usaha) yaitu melalui pelatihan strategi pemasaran dan digital marketing. Solusi utama dalam kegiatan ini adalah pelatihan strategi pemasaran dan digital marketing. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep dasar pemasaran, seperti segmentasi pasar, penentuan target konsumen, penetapan posisi produk, serta pengenalan media digital sebagai sarana pemasaran. Pelatihan dirancang secara aplikatif dengan contoh kasus yang relevan dengan kondisi usaha pesantren. Santri dilatih untuk memahami bahwa pemasaran bukan sekadar menjual produk, tetapi juga membangun nilai dan citra produk. Dengan pemahaman ini, santri diharapkan mampu merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan sesuai dengan karakter pasar. Target luaran solusi ini adalah meningkatnya pemahaman santri mengenai strategi pemasaran dan digital marketing, serta tersusunnya rancangan sederhana strategi pemasaran produk pesantren.
3. Praktik *Role Play Digital Marketing*. Solusi berikutnya adalah praktik langsung digital marketing melalui metode role play. Santri dibagi ke dalam peran-peran pemasaran, seperti pengelola media sosial, pembuat konten promosi, dan calon konsumen. Melalui simulasi ini, santri mempraktikkan pembuatan konten promosi, penyusunan pesan pemasaran, serta interaksi dengan konsumen secara daring. Metode *role play* dipilih untuk memberikan pengalaman nyata kepada santri dalam mengelola pemasaran digital,

sekaligus melatih kemampuan komunikasi dan kerja sama tim. Praktik ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan santri dalam memanfaatkan media digital secara efektif (Kotler, 2016). Target luaran solusi ini adalah terciptanya konten promosi digital, aktifnya akun media sosial usaha pesantren, serta meningkatnya keterampilan praktis santri dalam pemasaran digital.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, diperlukan program pemberdayaan yang berorientasi pada peningkatan keterampilan praktis santri dalam pemasaran digital. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang dalam bentuk pelatihan dan pendampingan digital marketing berbasis *role play*, sehingga santri dapat mempraktikkan langsung peran sebagai pelaku usaha dan pengelola pemasaran secara nyata. Tujuan utama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah meningkatkan kapasitas santri Pondok Pesantren Huraidhah dalam manajemen pemasaran dan digital marketing guna mendukung penguatan kewirausahaan dan kemandirian ekonomi pesantren.

Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk:

1. meningkatkan pemahaman santri mengenai konsep dan strategi pemasaran digital;
2. melatih keterampilan santri dalam menyusun dan mengelola konten promosi produk;
3. menumbuhkan sikap kewirausahaan dan kemampuan pengambilan keputusan pemasaran melalui metode pembelajaran berbasis role play.

Kegiatan ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM), khususnya dalam memberikan pengalaman belajar kontekstual bagi mahasiswa melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Dosen berperan sebagai

fasilitator dan pendamping mitra, sementara mahasiswa memperoleh pengalaman praktis yang relevan dengan bidang keilmuannya (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2020). Dari sisi Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, kegiatan ini mendukung IKU 2 melalui keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan di luar kampus, IKU 3 melalui aktivitas dosen berkegiatan di luar kampus, IKU 5 karena hasil kerja dosen dimanfaatkan langsung oleh masyarakat, serta IKU 7 melalui penerapan metode pembelajaran kolaboratif dan partisipatif berbasis role play. Kegiatan ini juga selaras dengan fokus pengabdian kepada masyarakat pada bidang Sosial Humaniora, Pendidikan, dan SDM, dengan penekanan pada pengembangan kapasitas SDM santri sebagai pelaku ekonomi berbasis kewirausahaan.

3. METODOLOGI

Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan secara partisipatif melalui pendekatan pelatihan, praktik langsung (*learning by doing*), pendampingan, serta evaluasi berkelanjutan. Kegiatan dilakukan melalui pelatihan interaktif yang mengintegrasikan teori sederhana manajemen usaha dengan simulasi peran (*role play*). Pendekatan *role play* memungkinkan santri belajar mengambil keputusan usaha secara sederhana, seperti menentukan tujuan usaha, mengatur alur kerja, dan berkoordinasi dalam tim (Wibowo, 2019). Melalui simulasi ini, santri mempraktikkan pembuatan konten promosi, penyusunan pesan pemasaran, serta interaksi dengan konsumen secara daring (Setyawati, 2021). Metode *role play* dipilih untuk memberikan pengalaman nyata kepada santri dalam mengelola pemasaran digital, sekaligus melatih kemampuan komunikasi dan kerja sama tim.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Hasil Evaluasi Program

Evaluasi efektivitas kegiatan dilakukan menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* yang diberikan kepada 60 peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan. Instrumen evaluasi terdiri atas enam indikator yang mengukur pemahaman peserta mengenai digital marketing, fungsi POAC dalam manajemen pemasaran, analisis SWOT, konsep kewirausahaan, karakteristik startup, serta tujuan pengembangan startup.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban peserta, terlihat adanya peningkatan tingkat pemahaman setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan praktik digital marketing berbasis *role play*. Sebagian besar peserta mengalami pergeseran kategori jawaban dari "Tidak Paham" menuju "Cukup Paham" dan "Paham" pada hampir seluruh indikator.

Untuk memperoleh gambaran efektivitas program, dilakukan analisis menggunakan Normalized Gain (N-Gain) berdasarkan skor rata-rata kelompok. Dengan pemberian bobot skor Paham = 2, Cukup Paham = 1, dan Tidak Paham = 0, diperoleh:

- Skor rata-rata pre-test : 17,08%
- Skor rata-rata post-test : 37,64%
- Nilai N-Gain = 0,25

Berdasarkan klasifikasi Hake [4], nilai N-Gain sebesar 0,25 termasuk dalam kategori rendah (*low gain*). Meskipun demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan peserta. Mengingat sebagian besar peserta berasal dari kalangan santri yang sebelumnya belum pernah memperoleh materi mengenai digital marketing, peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis *role play*, praktik langsung, dan pemanfaatan teknologi

berupa tripod mampu meningkatkan pemahaman dasar peserta mengenai pemasaran digital. Ke depan, peningkatan hasil belajar dapat dioptimalkan melalui program pendampingan yang lebih intensif, praktik produksi konten digital secara berkelanjutan, serta penguatan implementasi media sosial sebagai sarana promosi usaha pesantren.

Tabel 1. Hasil Perbandingan Pre-Test dan Post-Test

Indikator	Pre-test	Post-test	Ket
Jumlah peserta	60	60	Tetap
Skor rata-rata	17,08%	37,64%	Meningkat
N-Gain	-	0,25	Kategori rendah
Interpretasi	-	Terjadi peningkatan pemahaman peserta	Program efektif sebagai pengenalan awal

Sumber : data di olah (2026)

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Pondok Pesantren Huraidhah, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan baik berkat partisipasi aktif pimpinan pondok pesantren, pengurus, serta santri sebagai mitra sasaran.

4.2. Penyelesaian Permasalahan Aspek Manajemen Usaha

Permasalahan utama pada aspek manajemen usaha adalah rendahnya pemahaman santri mengenai pengelolaan usaha dan minimnya pengalaman praktik kewirausahaan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan dasar manajemen usaha yang membahas konsep perencanaan usaha, pengorganisasian,

pelaksanaan, dan pengendalian (POAC), serta pengambilan keputusan dalam kegiatan usaha. Selain penyampaian materi, peserta mengikuti simulasi (*role play*) dengan membagi peran sebagai pemilik usaha, bagian produksi, bagian pemasaran, dan bagian pelayanan konsumen. Pendekatan ini memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif sehingga peserta mampu memahami fungsi setiap bagian dalam menjalankan suatu usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pembagian tugas, koordinasi tim, dan perencanaan usaha sebagai dasar dalam mengembangkan unit usaha pesantren secara lebih profesional.

4.3. Penyelesaian Permasalahan Aspek Pemasaran Digital

Pada aspek pemasaran, kegiatan difokuskan pada peningkatan kemampuan santri dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk pesantren. Materi yang diberikan meliputi konsep digital marketing, segmentasi pasar, penentuan target konsumen, branding produk, penyusunan konten promosi, serta optimalisasi media sosial sebagai media pemasaran. Peserta kemudian melakukan praktik secara langsung dengan membuat foto produk, video promosi sederhana, penyusunan caption pemasaran, serta simulasi pengelolaan akun media sosial menggunakan metode *role play*. Melalui kegiatan tersebut, peserta memperoleh pengalaman nyata dalam menyusun strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk pesantren. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten promosi digital sederhana dan memahami tahapan dasar pemasaran melalui media sosial sebagai upaya memperluas jangkauan pemasaran produk pesantren.

4.4. Implementasi Teknologi Tepat Guna

Sebagai bentuk dukungan terhadap keberlanjutan program, tim pengabdian

menyerahkan *tripod* kepada Pondok Pesantren Huraidhah sebagai teknologi pendukung dalam produksi konten digital. Peralatan tersebut dimanfaatkan untuk menghasilkan foto dan video produk yang lebih stabil dan berkualitas sehingga mendukung kegiatan promosi melalui media sosial.

Pemberian teknologi ini tidak hanya berupa penyerahan alat, tetapi juga disertai pelatihan mengenai teknik pengambilan gambar, perekaman video, pencahayaan sederhana, serta penyusunan konten promosi yang menarik. Dengan demikian, mitra memperoleh kemampuan sekaligus sarana untuk mengembangkan promosi digital secara mandiri setelah kegiatan selesai.

4.5. Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* terhadap 60 peserta untuk mengukur peningkatan pemahaman mengenai manajemen usaha dan digital marketing. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Selain peningkatan hasil belajar, observasi selama kegiatan menunjukkan meningkatnya partisipasi peserta dalam diskusi, kemampuan bekerja sama melalui metode *role play*, serta keterampilan dalam membuat konten promosi digital. Peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk pesantren.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Pondok Pesantren Huraidhah telah terlaksana dengan baik dan mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan santri dalam manajemen usaha dan digital marketing. Penerapan metode *role play* dan pemberian tripod sebagai teknologi pendukung membantu peserta

menghasilkan konten promosi digital yang lebih baik serta mendukung pengembangan pemasaran produk pesantren.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih bagi LPPM Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma yang telah mendukung dan membiayai program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Ponpes Huraidhah dan kepada seluruh tim dosen dan mahasiswa serta kepada Pimpinan Ponpes dan penanggung jawab serta para Ustad/Ustadzah dan Santri/Santriwati yang telah mendukung kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hake, R. R. (1999). *Analyzing change/gain scores*. Indiana University, Department of Physics
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Buku Panduan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka. Jakarta: Kemendikbud; 2020. 2. Kolb DA. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall; 1984. 3. Kotler P, Keller KL. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education; 2016. 4. Wibowo A, Prabowo H. Implementasi role play sebagai metode pembelajaran kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 2019;12(1):67–75. 5. Setyawati HA, Abrilia H. Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 2021;7(2):123–131.
- Kolb, D.A. (1984) *Experiential Learning: Experience as the*

Source of Learning and Development. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016) *Marketing Management*. 15th edn. Harlow: Pearson Education.
- Setyawati, H.A. and Abrilia, H. (2021) 'Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM', *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), pp. 123–131.
- Wibowo, A. and Prabowo, H. (2019) 'Implementasi role play sebagai metode pembelajaran kewirausahaan', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), pp. 67–75.

