

**Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Dibidang Bisnis Digital Bagi Santri  
Menggunakan Metode Digital Marketing Facebook Ads dan Market Place  
Shopee**

**Despita Meisak<sup>1\*</sup>, Nurhadi<sup>2</sup>, Benni Purnama<sup>3</sup>, Ani Rohaini<sup>4</sup>, M.Riza Pahlevi<sup>5</sup>, Lola Yorita Astri<sup>6</sup>**

<sup>123456</sup>Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

Email : <sup>1)</sup>[despitam@gmail.com](mailto:despitam@gmail.com), <sup>2)</sup>[nurhadi@unama.ac.id](mailto:nurhadi@unama.ac.id), <sup>3)</sup>[bennipurnama@stikom-db.ac.id](mailto:bennipurnama@stikom-db.ac.id), <sup>4)</sup>[enirohaini@unama.ac.id](mailto:enirohaini@unama.ac.id), <sup>5)</sup>[rizapahlevi@unama.ac.id](mailto:rizapahlevi@unama.ac.id), <sup>6)</sup>[lolayoritaastri@unama.ac.id](mailto:lolayoritaastri@unama.ac.id)  
E-mail Korespondensi : <sup>1)</sup>[despitam@gmail.com](mailto:despitam@gmail.com)

**Abstrak**

*Pondok Pesantren BIDAYATUL ULUM merupakan lembaga pendidikan agama yang berlokasi di desan tunas muda kec sekernan. Seiring perkembangan zaman di era serba digital ini pesantren dituntut untuk dapat beradaptasi dengan segala perubahan yang ada. Para santri dapat dibekali ilmu dan kemampuan yang beragam sesuai dengan perkembangan zaman tanpa harus membuang sistem pendidikan khasnya pesantren yaitu pendidikan agama. Pesantren mengajarkan santrinya untuk mandiri. Kemandirian merupakan awal dari pendidikan wirausaha artinya penting bagi santri untuk membangun ekonomi yang tertinggal, maka pesantren harus mendidik santrinya menjadi pengusaha. Agar dapat mencetak santri yang memiliki mental kemandirian secara ekonomi. Maka dari itu team mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk santi pondok pesantren BIDAYATUL ULUM dengan judul "Menumbuhkan jiwa wirausaha dibidang bisnis digital bagi santri menggunakan metode digital marketing facebook ads dan market place Shopee.*

**Kata kunci:** *Wirausaha, Bisnis, Digital\_marketing, Market\_Place*

**Abstract**

*BIDAYATUL ULUM Islamic Boarding School is a religious educational institution located in Tunas Muda Village, Sekernan District. As times progress in this digital era, Islamic boarding schools are required to be able to adapt to all existing changes. Students can be equipped with various knowledge and abilities in accordance with current developments without having to throw away the typical Islamic boarding school education system, namely religious education. Islamic boarding schools teach their students to be independent. Independence is the beginning of entrepreneurial education, meaning it is important for students to develop an underdeveloped economy, so Islamic boarding schools must educate their students to become entrepreneurs. In order to produce students who have the mentality of economic independence. Therefore, the team held community service activities for the BIDAYATUL ULUM Islamic boarding school Santi with the title "Growing an entrepreneurial spirit in the digital business sector for students using the digital marketing method Facebook Ads and the Shopee market place."*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Business, Digital\_marketing, Market\_Place.*

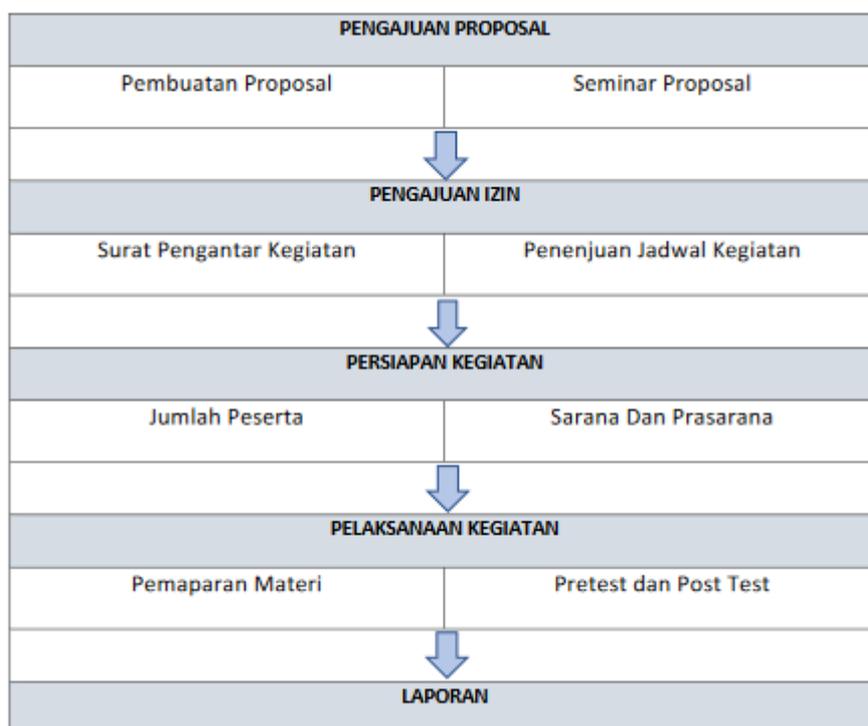
**1. PENDAHULUAN**

Teknologi internet telah membawa banyak perubahan dalam berbagai bidang termasuk dunia perdagangan dan jasa.(Megasari & Hutagalung, 2023). Hasil penelitian menyatakan bahwa salah satu faktor yang paling besar pengaruhnya dalam menentukan keputusan belanja online yaitu frekuensi penggunaan internet (Widiyawati et al., 2022). Dengan digital marketing dapat membantu kepuasan dari pembeli dan meningkatkan keuntungan bagi penjual (Hutagalung et al., n.d.). Terdapat 3% atau sekitar 7,8 jiwa penduduk Indonesia mempunyai jiwa entrepreneur, namun hal tersebut masi dibawah capaian negara tetangga di asia seperti Singapore dan Malaysia maka perlu ditingkatkan (Hanung Eka Atmaja, 2021). Jika pertumbuhan penduduk tidak diimbangi dengan peningkatan perekonomian masyarakat maka pertumbuhan ekonomi negara akan terhambat (Rochaida, 2016)

Berwirausaha saat ini banyak menggunakan teknologi namun tidak terlepas dari internet sebagai pendukung. Melihat peluang pada bisnis digital ini maka penting dipahami pengetahuan dasar bisnis digital (Syamsul Arifin, 2020)(Sinulingga & Zuhrinal M. Nawawi, 2022). Bisnis digital dimanfaatkan untuk menawarkan barang dan jasa kepada konsumen sehingga memudahkan transaksi (Arifianto & Choiri, 2018). Dengan bisnis digital dapat menjangkau konsumen sesuai target konsumen yang telah dibuat(Deni Apriadi, 2018) dan dapat di akses kapan pun dan dimanapun selama terkoneksi dengan jaringan internet (Rakanita, 2019)

Pesantren BIDAYATUL ULUM menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi modern seperti internet dan media sosial (Mumtaha & Khoiri, 2019), melihat besarnya peluang berwirausaha dari bisnis digital untuk santri menjadi pelaku wirausaha. (Dkk, 2023) Maka dari itu perlu diadakan pelatihan digital marketing/bisnis digital untuk “Menumbuhkan jiwa wirausaha dibidang bisnis digital bagi santri menggunakan metode digital marketing facebook ads dan market place shopee”

**2. METODE PELAKSANAAN**



**2.1 Profil Penyelenggara Kegiatan**

PPS. BIDAYATUL ULUM merupakan Lembaga pendidikan Agama swasta dan merupakan pondok pesantren yang berlokasi di desa tunas muda kecamatan sekernan memiliki akreditasi A berdiri sejak 2021 . Pesantren BIDAYATUL ULUM merupakan lembaga pendidikan Agama

**2.2 Peserta Pelatihan**

Peserta pada kegiatan pelatihan ini adalah Para santri putri dan putra yang ada di lingkungan Sekolah BIDAYATUL ULUM berjumlah 25 s/d 35 orang

**2.3 Penyuluhan/ Instruktur**

Pelatihan ini terdiri dari 6 orang dosen dan 1 orang mahasiswa, dimana kegiatan pelatihan akan diawali dengan pengenalan profil kampus dan tujuan kegiatan ini. Untuk mengetahui pemahaman santri sebelumnya akan dilakukan Pre test dan Post test sebelum dan sesudah kegiatan. Metode pada kegiatan

ini adalah Ceramah, Diskusi, Tanya Jawab dan pelatihan digital marketing dengan FB dan Shopee. Berikut adalah tugas atau peran untuk setiap team pelaksana kegiatan pelatihan ini, antara lain :

1. Dr. Nurhadi, S.Kom, M.Cs

- a. Bertanggung jawab berkoordinasi dengan mitra
- b. Bertanggung Jawab menjadi narasumber materi “ Digital Marketing dan Marketing Facebook Ads”

2. Dr. Benni Purnama, SE, M.Kom dan M.Riza Pahlevi

- a. Berkoordinasi dengan peserta mengenai persiapan kegiatan dan jadwal kegiatan
- b. Bertanggung Jawab menjadi narasumber materi “ Market Place Shopee
- c. Bertanggung jawab penyusunan laporan.

3. Eni Rohaini. M.Kom, dan Despita Meisak. M.S.I, Lola Yorita Astri

- a. Bertanggung jawab sebagai moderator kegiatan pelatihan
- b. Bertanggung jawab membantu peserta pelatihan mengikuti arahan
- c. Bertanggung jawab dalam publikasi dan penyusunan laporan.

4. Mahasiswa (Suwanto)

- a. Bertanggung jawab mengatur kelancaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
- b. Bertanggung jawab dalam mempersiapkan perlengkapan kegiatan pelatihan dan bahan pelatihan.

#### **2.4 Alat Bantu**

Guna kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka dibutuhkan beberapa alat bantu yaitu :

1. Untuk Perangkat Keras

- 1) Laptop
- 2) Infokus
- 3) Handphone (Untuk Dokumentasi)

2. Untuk Perangkat Lunak

- 1) Windows 7
- 2) AI Bing
- 3) Software Pendukung : Browser, App FB, Shopee, dan Canva,

#### **3.5 Tahapan Kegiatan**

Persiapan yang dilakukan dalam pelaksanaan pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu

A. Tahapan Persiapan

- a. Ketua team dan anggota mempersiapkan proposal perencanaan kegiatan pelatihan kepada pihak kampus Universitas Dinamika Bangsa. Dan mempersiapkan surat izin kegiatan kepada Sekolah BIDAYATUL ULUM
- b. Setelah pengajuan proposal selesai dan diizinkan, maka persiapan selanjutnya adalah menyusun jadwal dan kegiatan pelatihan nya antara lain seperti mendata peserta pelatihan, sarana dan prasarana yang dibutuhkan,

B. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal Sabtu 23 Maret 2024. Pada pukul 08.00 s/d 14.15 bertempat di Pondok Pesantren Bidayatul Ulum

C.Tahapan Akhir

Tahapan ini yakni pembuatan laporan Pengabdian Kepada Masyarakat dan luaran berupa publikasi pada jurnal JPMU dengan status “Submid”

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Sabtu 23 Maret 2024 di Aula Pondok Pesantren Bidayatul Ulum Jambi bersama bapak Paino selaku pimpinan pondok pesantren. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan ceramah, diskusi, tanya jawab terkait digital marketing seperti shope yang dapat membantu dalam memasarkan produk dan pelatihan dengan aplikasi AI untuk memberikan contoh produk digital yang dapat di pasarkan melalui digital marketing berupa gambar karikatur.

Kegiatan ini dilakukan oleh 5 orang dosen dan 1 orang mahasiswa untuk mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan dibuka oleh Bapak Paino, S.Pd selaku pimpinan pondok pesantren Bidayatul Ulum Jambi dan dilanjutkan oleh narasumber Bapak Dr.Benni Purnama, dan Bapak. Dr.Nurhadi, Bapak M.Riza Pahlevi menyampaikan materi.

Sebelum narasumber menyampaikan materi kepada peserta, team membagikan qusioner untuk mengetahui pemahama peserta terkait digital marketing. Hasil dari qusioner yang dibagikan yaitu

Tabel 1 : Pre Test

No	Pertanyaan	Ya %	Tidak
1	Pernah mengikuti pelatihan e-commerce dan market place sebelumnya		100
2	Apakah anda mengetahui tentang e-commerce dan market place	28	72
3	Apakah anda mengetahui manfaat digital marketing ?	75	25
4	Pernah bertransaksi di marketplace	7	93

Dari hasil qusioner yang dibagikan peserta sudah mengetahui tentang digital marketing, manfaat dan bertransaksi secara digital, namun peserta belum pernah mengikuti pelatihan bagaimana memasarkan atau berjualan melalui market place seperti shopee.

Setelah penyampaian materi dari narasumber kemudian peserta melakukan pelatihan pembuatan gambar karikatur dengan aplikasi AI yaitu BING yang mana hasil karya peserta dari aplikasi ini nantinya dapat di pasarkan di marketplace. Bagi peserta yang berhasil membuat karikatur yang bagus akan diberikan souvenir dari UNAMA sebagai hadiah. Sebelum menutup kegiatan peserta diminta mengisi kembali qusioner untuk mengetahui tanggapan peserta terkait pelatihan yang telah disampaikan. Hasil post test peserta adalah sebagai berikut :

Tabel : Post test

No	Pertanyaan	Ya %	Tidak%
1	Apakah materi yang disampaikan menambah pemahaman tentang digital marketing ?	100	
2	Apakah anda tertarik ber wirausaha dengan digital marketing	100	

Dari hasil post test dapat dilihat bahwa pelatihan yang diberikan menambah wawasan peserta terkait digital marketing dalam memasarkan produk dan peserta tertarik untuk ber wirausahaan dengan digital marketing

### 3.1 Tanggapan Peserta

Dari hasil post test dapat dilihat peserta tertarik berwirausaha dengan digital marketing dan menghasilkan karya dengan aplikasi AI yang nantinya dapat di pasarkan melalui market place seperti shopee. Tanggapan peserta pada pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini sangat bermanfaat untuk anak didik ponpes berwirausaha dengan digital marketing

### 3.2 Harapan Peserta

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan peserta dapat berwirausaha di ponpes dengan digital marketing yang nanti nya dapat menjadi bekal bagi para santri membuka usaha setelah menyelesaikan pendidikan di ponpes

### 3.3 Saran dari Peserta

Saran dari peserta yaitu diharapkan ada keberlanjutan pelatihan sablon digital untuk menambah keterampilan peserta menghasilkan produk dengan teknologi.

## Dokumentasi Kegiatan PKM



Gambar 1. Foto persiapan kegiatan Bapak Dr. Nurhadi dan Ketua Ponpes Bapak. Paino dan Team



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Bapak Dr.Nurhadi dan Bapak Dr. Benni Purnama



Gambar 3. Foto Peserta santri mengikuti Kegiatan Quis dan mendapatkan souvenir UNAMA



Foto Bersama peserta santri ponpes Bidayatul Ulum dan team pengabdian kepada masyarakat UNAMA

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan wawasan kepada peserta terkait digital marketing dan meningkatkan soft skill santri dalam membuat karya dengan aplikasi AI, Memberikan wawasan kepada santri untuk dapat melihat peluang usaha dengan teknologi, Menumbuhkan jiwa wirausaha pada santri agar dapat menghadapi masa depan secara mandiri

### 4.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam kegiatan ini adalah dengan pelaksanaan kegiatan ini, ponpes dapat mengembangkan ketrampilan santri dalam mengembangkan usahanya berbasis teknologi AI dan memasarkan hasil karyanya melalui digital marketing

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Yayasan Universitas Dinamika Bangsa yang telah memberi dukungan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik, dan terima kasih kepada pihak sekolah SMKN 2 Kota Jambi atas kerja sama dan dukungan yang telah diberikan sehingga kegiatan PKM ini dapat terlaksana dengan baik, dan terima kasih juga kepada rekan-rekan team PKM yang telah berkeja sama menyelesaikan kegiatan PKM ini dengan baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arifianto, E. Y., & Choiri, M. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pembelajaran Utilization of E-Commerce in Learning Small and. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77–85.
- Deni Apriadi, A. Y. S. (2018). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Resti*, 1(1), 19–25.
- Dkk, N. D. meisak. A. F. S. R. (2023). Peningkatan Kompetensi Dan Produktifitas Siswa TEFA SMKS 2 PGRI Kota Jambi Berbasis Sablon Digital Dan Digital Marketing. *Jurnal Budimas*, 05(02), 1–8.
- Hanung Eka Atmaja, D. M. V. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurja*, 6(1), 57–66. <https://doi.org/10.35968/jbau.v6i1.626>
- Hutagalung, D. D., Kom, M., Hanifurohman, C., Kom, S., Kom, M., Herdiansyah, R., Kom, S. K. M., & Baskhara, H. A. (n.d.). Pengenalan E Commerce untuk meningkatkan minat siswa-siswi pondok pesantren Daar El - Hikam Ciputat Dalam Berwirausaha. 339–349.
- Megasari, D., & Hutagalung, D. D. (2023). Pengenalan Digital Marketing Kepada Santri Pesantren Tahfidz Quran As-Sholah Gunung Sindur Bogor. *AMMA: Jurnal ...*, 2(5), 437–442. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/2887>
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2), 55–60. <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karangari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1280. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.237>
- Rochaida, E. (2016). Dampak Pertumbuhan Penduduk Terhadap Pertumbuhan. *Forum Ekonomi*, 18(1), 14–24. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/download/42/40>
- Sinulingga, C. P., & Zuhri M. Nawawi. (2022). Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha di Era Global Cahya. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1611–1617.
- Syamsul Arifin. (2020). Marketing Pendidikan :Strategi Dan Implementasi Pada Lembaga Pendidikan. *Tadris : Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Pendidikan Islam*, 14(1), 112–123. <https://doi.org/10.51675/jt.v14i1.75>
- Widiyawati, Y., Ningsih, C. D. S., Lestari, F., & Pramita, G. (2022). Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 3(02), 25. <https://doi.org/10.33365/jice.v3i02.2151>