

Peningkatan Literasi Teknologi demi Penguatan Industri Kreatif di Pondok Pesantren

¹⁾Muhammad Hasyim Ibnu Abbas*, ²⁾ Yogi Dwi Satrio, ³⁾ Magisty Purboyo Priambodo

¹⁾²⁾³⁾ Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang, Indonesia

Email Corresponding: muhammad.hasyim.fe@um.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Santripreneur
Digitalpreneur
Ekonomi Kreatif
Ekonomi Digital

Beberapa pondok pesantren yang notabene adalah lembaga pendidikan informal yang fokus pada pengembangan religiusitas sumber daya manusia agaknya perlu mendapatkan perhatian terkait perkembangan industri bisnis. Setelah kelulusannya, santri akan kembali ke masyarakat dan memerlukan adaptasi dengan lingkungan untuk memperoleh penghidupan. Hal inilah yang mendasari tim Universitas Negeri Malang membuat program digitalpreneur. Dengan tujuan menciptakan santri yang melek terhadap perkembangan digitalisasi ekonomi serta memiliki pemahaman yang utuh terhadap industri kreatif. Dengan pelatihan ini diharapkan santri tidak hanya memiliki keahlian di bidang keagamaan tetapi juga di bidang wirausaha (santripreneur) terutama di bidang industri kreatif. Program ini dilaksanakan dengan metode sosialisasi, pelatihan dan pendampingan yang menghasilkan produk digital unggulan santri dengan pangsa pasar yang meningkat secara signifikan. Program pendampingan sampai saat ini masih berlanjut, dengan kendala belum terbentuknya pola bisnis kooperatif yang menghubungkan banyak pesantren, karena sejauh ini masih berjalan di 2 pondok pesantren. Adapun hasil evaluasi menunjukkan bahwa para santri mengalami peningkatan dalam pengetahuan dan minat berwirausaha.

ABSTRACT

Keywords:

Santripreneur
Digitalpreneur
Creative Economy
Digital Economy

Some Islamic boarding schools, which in fact are informal educational institutions that focus on developing the religiosity of human resources, need attention in relation to the development of the business industry. After graduation, students will return to society and need adaptation to the environment to earn a living. This is what underlies the team of Universitas Negeri Malang to create a digitalpreneur program which aims to create students who are literate about the development of economic digitalisation and have a complete understanding of the creative industry. With this training, it is expected that students will not only have expertise in the religious field but also in the entrepreneurial field (santripreneur). This program is implemented using socialization, training and mentoring methods that produce superior digital products for students with a significant increase in market share. The mentoring program to date is still continuing, with the obstacle of not having a cooperative business pattern that connects many 'pesantren', because so far it is still running in 2 Islamic boarding schools. The evaluation results show that the students have increased in knowledge and interest in entrepreneurship

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Digitalisasi ekonomi sudah tidak mungkin lagi dihindari. Segala sesuatu sangat mungkin dapat dikendalikan dari segala tempat melalui sambungan internet dengan perangkat gadget / smartphone. Hal itu semakin memudahkan mobilitas manusia dalam berkegiatan sehari - hari termasuk dalam dunia bisnis khususnya dalam bidang ekonomi kreatif, sehingga fenomena ini semakin mengukuhkan dunia menuju arah ekonomi digital. Contohnya, secara sederhana kita mengenal email, penggunaan website, aplikasi,

pengelolaan produk secara online, serta transaksi online (Ananda et al., 2018; Marti'ah, 2017; Mgiba, 2019). Peluang yang menantang ini, mengantarkan Indonesia ke pintu persaingan ekonomi. Setiap produk-produk lokal yang ada diseluruh wilayah Indonesia harus mampu bersaing di tingkat global agar produk yang dihasilkan masyarakat memiliki daya saing (Machmud et al., 2020). Tentunya hal ini menjadi bagian penting, bahwa pasar online menjadi suatu solusi untuk memudahkan dan memperkenalkan produk kreatif mereka kepada konsumen baik Nasional maupun dalam kancah Internasional (Fernando, SE., 2014). Beberapa program telah dijalankan pemerintah untuk menggarap potensi ekonomi digital yang berbasis ekonomi kreatif, terutama dari sisi regulasi, misalnya Kementerian Koordinator Perekonomian mengeluarkan Paket Kebijakan Ekonomi Jilid 14 soal e-commerce dan melahirkan startup lewat Gerakan Nasional 1.000 Startup Digital yang digalakkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan bekerjasama pihak terkait salah satunya adalah kerjasama dengan kementerian industri.

Sebagai bagian dari pemerintah, untuk mewujudkan wirausaha-wirausaha baru, kementerian industri mencanangkan program santripreneur dengan sasaran objeknya adalah para santri di pondok-pondok pesantren yang ada di Indonesia. Kementerian Perindustrian terus mendorong pondok pesantren di seluruh Indonesia menjadi ekosistem dalam menumbuhkan wirausaha industri baru. Upaya ini merupakan salah satu strategi nasional yang sedang dijalankan oleh pemerintah dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 sesuai peta jalan Making Indonesia 4.0. Pondok pesantren merupakan lembaga non-formal yang didalamnya memang secara khusus mengajarkan keilmuan agama, namun tidak bisa dihindari kenyataan bahwa individu-individu santri berasal dari latar belakang yang berbeda dan mempunyai minat serta bakat yang berbeda. Dengan kultur khas-nya, kombinasi antara minat-bakat santri dan kultur pesantren bisa menghasilkan wirausaha-wirausaha dalam bidang industri kreatif (Ananda et al., 2018; Ananda & Susilowati, 2019; Darwanto, 2012, 2013).

Berdasarkan kajian awal, salah satu lokasi pesantren yang cocok untuk pengembangan wirausaha di bidang industri kreatif sablon ini adalah Pondok Pesantren Anwarul Huda (PPAH) Kota Malang. Saat ini Pondok Pesantren Anwarul Huda (PPAH) memiliki ±300 santri yang memiliki latar belakang pendidikan formal bermacam-macam. Permasalahan muncul ketika kegiatan di pondok pesantren yang memang dikenal sebagai lembaga yang produktif di pendidikan agama, namun belum dikenal sebagai lembaga yang produktif di bidang ekonomi. Pondok Pesantren Anwarul Huda (PPAH) memiliki kantin dan toko alat-tulis dan pakaian yang sayangnya, semua produknya adalah produk dari luar pondok pesantren. PPAH secara institusi memiliki beberapa unit bisnis yang sebenarnya bisa dikembangkan menjadi unit pembelajaran kewirausahaan para santrinya. Selain toko serta warung/kantin yang sudah disebutkan di atas, PPAH juga memiliki unit usaha produksi air minum dalam kemasan Al-Manna, Depo isi ulang Al-Manna, dan Penyediaan air bersih bagi masyarakat sekitarnya. Akan tetapi, manajemen yang diterapkan di unit-unit usaha tersebut masih belum maksimal dalam meningkatkan kemandirian pesantren dan menumbuhkembangkan santripreneur-santripreneur baru serta belum terlihat terintegrasi dengan perkembangan perekonomian digital yang sudah ada.

Dengan adanya program peningkatan wawasan ekonomi kreatif dan ekonomi digital ini, diharapkan barang yang dijual di toko tersebut adalah produk hasil karya internal para santri, atau dengan kata lain para santri menjadi santripreneur yang juga melek terhadap perkembangan digitalisasi ekonomi yang berbasis industri kreatif yang sedang terjadi. Selain bisa meningkatkan ekonomi pesantren, program wirausaha ini juga diharapkan bisa menjadi tambahan keahlian para santri ketika mereka sudah pulang ke kampung masing-masing.

Tujuan dari kegiatan ini adalah menciptakan santri yang melek terhadap perkembangan digitalisasi ekonomi serta memiliki pemahaman yang utuh terhadap industri kreatif. Dengan pelatihan ini diharapkan santri tidak hanya memiliki keahlian di bidang keagamaan tetapi juga di bidang wirausaha terutama di bidang industri kreatif.

II. MASALAH

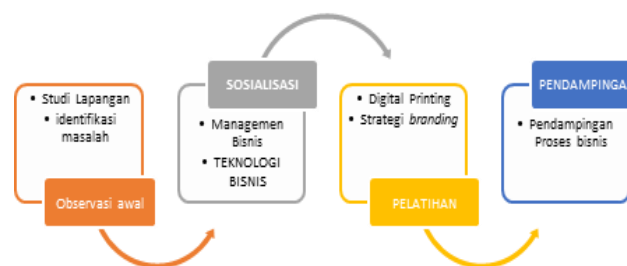
Dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dilingkungan pondok pesantren tersebut, tim Pengabdian akan memberikan pengetahuan tambahan yang dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi/ penyuluhan tentang tantangan global yang akan dihadapi dunia usaha di masa yang akan datang, sosialisasi tentang pentingnya Usaha bersama yang saling menguatkan antar wirausaha, perkembangan teknologi untuk menghadapi permasalahan tersebut dan mengajak para santri untuk mulai menyadari dan membuat perencanaan bisnis, memutuskan permasalahan bisnis dengan estimasi dan pembukuan yang tepat (Suhermi & Safitri, 2010).



Gambar 1. Lokasi Kegiatan

III. METODE

Tidak berhenti pada proses sosialisasi, tim pengabdian UM akan mendampingi para santri dalam membuat penyusunan Bussiness plan, penyusunan laporan keuangan, pelatihan teknologi baru dari sablon digital dan memberikan solusi penanaman merk dan diversifikasi produk yang akan menjadi ciri khas Bisnis yang dikelola Pondok Pesantren Anwarul Huda. Lebih lengkapnya dijelaskan dalam bagan sebagai berikut.



Gambar 2. Alur Program Pengabdian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN (Observasi Awal) Studi Lapangan

Obyek program pengabdian kepada masyatakat ini berfokus pada pondok pesantren anwarul huda. Peran serta para penghuni pondok pesantren sangat memberikan respon positif, terlebih pondok pesantren memiliki visi yang sama dengan pengabdi. Ust. K.H. Baidowi mengharapkan santri-santrinya setelah lulus belajar agama, mereka memiliki keahlian dibidang lainnya sebagai mata pencaharian. Semenjak 2018,

pondok pesantren anwarul huda sudah merintis unit bisnis yang dikelola oleh para santri. Banyak produk yang telah dihasilkan, diantaranya keripik tempe, keripik buah, dan referensi-referensi religious.

Padatnya aktivitas di pesantren baik itu secara akademis maupun keagamaan yang dijalankan oleh para santri merupakan kewajiban yang menjadi prioritas. Hal ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jadwal yang telah ditentukan oleh tim. Waktu pelaksanaan berubah atau bergeser disebabkan peserta program pengabdian kepada masyarakat merupakan santri yang memiliki jadwal yang berbeda beda. Oleh karena itu, penentuan jadwal kegiatan ditentukan pada waktu yang tidak berbenturan dengan kegiatan akademik pondok.

Program Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi ini diikuti sekitar 120 santri yang berminat pada bisnis. Materi kegiatan sosialisasi yang disampaikan adalah manajemen bisnis yang dijelaskan langsung oleh ketua tim, M. Hasyim Ibnu Abbas, S.E., M.Sc. Bahasan pengelolaan bisnis menjelaskan tentang konsep dasar bisnis dan komunikasi dalam bisnis, mulai dari bagaimana membagi kinerja sesuai dengan skill yang dimiliki pengelola hingga tips membuat pola koordinasi dalam struktur bisnis



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi

Kemudian pada sesi berikutnya, Yogi Dwi Satrio, M.Pd memberikan materi terkait perkembangan bisnis di era digital. Materi ini mengajak para santri untuk mempelajari pola data bisnis dan teknik menganalisa data bisnis dalam memenangkan pasar. Beberapa media online seperti Instagram dan facebook yang menjadi media *branding* dan penghubung kepada calon konsumen dijelaskan pada tahap sosialisasi ini.

Program Pelatihan

Program pelatihan dilaksanakan dengan didampingi anggota pengabdian Magisty Purboyo, M.E., sesi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan skill digital printing santri. Persiapan bahan berupa mesin sablon digital multi fungsi dan mesin cutting digital yang telah disiapkan oleh tim pengabdian.



Gambar 4. Suasana Pelatihan: Cutting

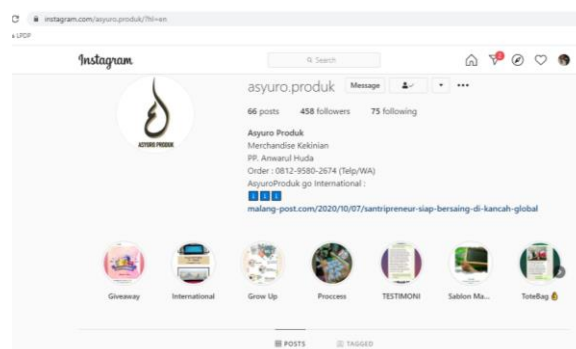


Gambar 5. Contoh Hasil Pelatihan

Sesi ini para santri dibagi menjadi 3 kelompok, 1) kelompok Desain, 2) Kelompok Produksi, 3) kelompok pengemasan, dengan harapan nantinya ada spesialisasi kerja pada proses produksi mandiri kedepannya. Sesi ini juga memberikan kesempatan secara bergantian kepada para santri untuk mencoba mengaplikasikan alat yang telah disediakan dengan harapan Ketika keluar dari pondok para santri minimal memiliki skill dasar dalam sablon digital.

Program Pendampingan

Setelah para santri dirasa cukup mahir dalam pengoperasian alat sablon digital. Pengabdian memberikan alat tersebut kepada pondok pesantren untuk segera diaplikasikan dalam kegiatan usaha. Sesi ini memberikan ruang kepada santri untuk menjalankan bisnis digital dan membantu para santri untuk *re-branding* produk yang sudah ada di pondok. Kegiatan pendampingan ini terus berlanjut hingga sekarang, dengan menghasilkan unit bisnis baru dengan merk "Asyuro.Produk". Adapun media yang sementara ini menjadi media pemasarannya adalah *Instagram* dengan nama akun **@asyuro.produk**.



Gambar 6. Branding dan Marketing di Socmed

Unit bisnis ini dikelola oleh para santri dengan mengaplikasikan metode pemasaran melalui sosial media dan marketplace yang memasarkan jasa cetak kaos, Mug, *goodie Bag*, dan kenang-kenangan wisuda. Pangsa pasar dari produk yang telah dihasilkan adalah para mahasiswa, orang tua santri, dan masyarakat sekitar.

Hasil Evaluasi

Untuk mengukur apakah para peserta mendapatkan tambahan pengetahuan dan peningkatan pengetahuan, tim melakukan test yang tersiri dari pre-test dan post-test. Kedua test tersebut dilaksanakan dengan maksud untuk mengevaluasi kegiatan dan program-program yang dijalankan. Adapun hasil dari pre-test dan post-test ditunjukkan oleh tabel 1 berikut:

Tabel 1. Pre-test dan Post-test

No.	Indikator	Rata-rata Skor		Selisih skor
		Pre Test	Post Test	
1	Pengetahuan tentang kewirausahaan	56,31	81,23	24,92
2	Minat Berwirausaha	70,23	88,87	18,64
3	Pengetahuan tentang Ekonomi Kreatif	60,24	88,21	27,97
4	Minat berwirausaha di Industri Kreatif	77,23	97,26	20,03
5	Kepemimpinan dan Manajemen Usaha	69,2	80,32	11,2

Tabel 1 menunjukkan bahwa para peserta yang merupakan santri Pondok Pesantren Anwarul Huda mengalami peningkatan pada setiap indikator yang dievaluasi. Peningkatan terbesar adalah pada indikator pengetahuan tentang kewirausahaan, pengetahuan tentang ekonomi kreatif, dan minat berwirausaha di bidang ekonomi kreatif. Selisih skor pre-test dan post-test pada tiga indikator tersebut meningkat lebih dari 20. Hal ini menunjukkan bahwa jika dilihat dari hasil test, program pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan dan minat peserta dalam bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif.

V. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang berbasis peningkatan pengetahuan dan skill para santri di bidang industri kreatif yang dalam hal ini adalah sablon digital bisa dikatakan mencapai keberhasilan dengan meningkatnya wawasan dan minat para santri untuk berwirausaha. Kemandirian pesantren juga bisa semakin meningkat dengan adanya unit usaha baru di pesantren yang menjadi pemasukan bagi pesantren dan digunakan untuk keberlangsungan lembaga pesantren. Kegiatan pengabdian ini pada dasarnya masih bisa dilanjutkan agar tercipta kesinambungan yakni dengan cara menjadikan unit-unit usaha di Pondok Pesantren Anwarul Huda (PPAH) menjadi UKM binaan dari Universitas Negeri Malang (UM). Dengan kata lain, mekanisme simbiosis mutualisme antara PPAH dan UM akan terus berlangsung. Tentunya program ini tidak berjalan dengan sempurna. Pengabdian merasa bahwa program pengabdian masyarakat ini masih dirasa kurang pada pengenalan model bisnis kooperatif. Semoga pada tahap berikutnya pengabdian atau program pengabdian berikutnya dapat menginternalisasikan model bisnis kooperatif sebagai kajian yang dapat diberikan pada program pengabdian kepada masyarakat

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak akan bisa berjalan lancar tanpa sokongan financial dari Universitas Negeri Malang melalui LPPM UM. Terima kasih pula kami sampaikan atas Kerjasama Pondok Pesantren anwarul Huda yang sangat kooperatif dalam program pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Hukum* *Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Ananda, A. D., Susilowati, D., Gevrenova, T., Jonnius, J., Iman, A., Ismail, A. I., Widiyanti, E., Selladurai, M., Darwanto, Safitri, T. A., Darwanto, Winarto, H., Chandra, Machmud, A., Suwatno, Nurhayati, D.,

-
- Aprilianti, I., Fathonah, W. N., Mgiba, F. M., ... Burhanuddin Ridlwan, Mahmud Fauzi, dan A. S. (2018). Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Generasi Muda Melalui Pelatihan Penyusunan Rencana Usaha. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 32–47. <https://doi.org/10.25170/mitra.v1i1.13>
- Darwanto. (2012). Peran Entrepreneurship Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Diseminasi Riset Terapan Bidang Manajemen & Bisnis Tingkat Nasional*, 11–24. <https://core.ac.uk/download/files/379/11735270.pdf>
- Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 20(2), 142–149.
- Fernando, SE., M. K. (2014). Student Entrepreneurship , Prospect or Problems ? Disusun Oleh : Vincentia Wahyu , SE ., MM . Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan.
- Machmud, A., Suwatno, Nurhayati, D., Aprilianti, I., & Fathonah, W. N. (2020). Effect of self efficacy ICT on technopreneurship intention of technopreneurial learning mediation: The case young generation in Indonesia. In *Journal of Entrepreneurship Education* (Vol. 23, Issue 1, pp. 1–7).
- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Mgiba, F. M. (2019). International Review of Management and Marketing Integrating Five Theories in Pursuit of Marketing Success in Gamification Interventions: A Conceptual Paper. *International Review of Management and Marketing* |, 9(2), 45–53. <http://www.econjournals.com>
- Suhermini & Safitri, T. A. (2010). Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Melalui Pembuatan Business Plan. *Dinamika Pendidikan*, 5(2), 180–196. <https://doi.org/10.15294/dp.v5i2.4926>.