

Artikel Info

<i>Received:</i> November 18, 2024	<i>Revised:</i> December 21, 2024	<i>Accepted:</i> January 28, 2025	<i>Published:</i> February 20, 2025
---------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--

Pengembangan Bisnis Melalui Publikasi Media Sosial Di Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang

Aulia Rahman^{1*}, Fauziah Hanum², Vanessamae³

STAIN Sultan Abdurrahman *^{1,2,3}

¹email: aulia@stainkepri.ac.id

²email: fauziah@stainkepri.ac.id

³email vnssamae13@gmail.com

Abstract: Efforts to transform Islamic boarding schools to build an independent Islamic boarding school economy with the existence of Islamic Boarding School Cooperatives. To increase sales turnover by changing conventional marketing techniques to digital marketing, the Islamic boarding school cooperative is trying to develop digital business by developing business through social media publications at the Al-Kautsar Tanjungpinang Islamic boarding school cooperative.

Keywords: Business Development; Social Media; Islamic Boarding School Cooperatives.

Abstrak: Upaya transformasi pondok pesantren untuk membangun perekonomian mandiri pesantren dengan adanya Koperasi Pondok Pesantren. Untuk meningkatkan omzet penjualan dengan merubah teknik pemasaran konvensional menuju pemasaran digital, pengembangan bisnis digital yang coba dilakukan oleh Koperasi pesantren dengan pengembangan bisnis melalui publikasi media sosial di koperasi pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis; Sosial Media; Koperasi Pesantren.

A. Pendahuluan

Salah satu upaya transformasi pondok pesantren untuk membangun perekonomian mandiri pesantren dengan adanya Koperasi Pondok Pesantren. Keberadaan koperasi di suatu lembaga pendidikan seperti pondok pesantren sangat membantu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi pondok pesantren serta dapat membantu dalam mewujudkan kesejahteraan khususnya bagi anggota atau masyarakat yang berpusat di sekitar wilayah pondok pesantren. Pada umumnya koperasi pesantren hanya berfokus

pada memenuhi kebutuhan para santri dan juga masyarakat sekitar pesantren, padahal kenyataannya produk yang dihasilkan oleh koperasi pesantren bisa dipasarkan diluar dari lingkungan pesantren dan hal ini tentu sangat baik bagi keberlangsungan usaha koperasi pesantren.

Umumnya koperasi pesantren dibuat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari para santri, seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan, serta peluang usaha untuk menjadikan koperasi pesantren lebih berkembang dengan mengandalkan SDM dari Pesantren baik dari pengurus koperasi pesantren dan juga para santri, beberapa koperasi membuat inovasi produk yang bisa dinikmati oleh Masyarakat diluar pesantren. Berbagai inovasi yang dilakukan pihak koperasi pesantren sangat memungkinkan produk-produk yang dihasilkan tidak hanya dipasarkan dilingkungan pesantren, namun dengan perkembangan teknologi produk yang dihasilkan dapat dipasarkan melalui media digital. Potensi dari teknologi serta ketersediaan dukungan dari pemerintah ini seharusnya dapat di manfaatkan oleh para pelaku usaha khususnya koperasi pesantren secara maksimal dalam menjalankan usahanya melalui shifting sistem pemasaran yang semula konvensional (*offline*) ke digital (*online*). Koperasi pesantren dapat memanfaatkan media sosial, *e-commerce* atau *marketplace* yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital (Purmiyati et al., 2023). Selain itu, Koperasi pesantren juga dapat memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka melalui pemanfaatan media digital dengan penerapan strategi tertentu. Sosial media, *e-commerce* atau *marketplace* dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi bisnis koperasi pesantren.

Salah satu strategi dalam meningkatkan omzet penjualan adalah merubah teknik pemasaran konvensional menuju pemasaran digital, pengembangan bisnis digital yang coba dilakukan oleh Koperasi pesantren adalah melalui media sosial dan *marketplace*

yang tersedia secara gratis dan masif, untuk meningkatkan kemampuan dan pendapatan santri adalah dengan strategi pemasaran secara digital. Banyak bidang yang dilibatkan dalam pemanfaatan media sosial ini, salah satunya ialah dunia bisnis. Kini, di samping sebagian besar pebisnis menjalankan bisnisnya secara *offline*, pebisnis pun menjalankan bisnisnya secara online atas dilibatkannya media sosial. Media sosial menjadi wadah yang cocok dalam mengomunikasikan suatu bisnis khususnya berbasis online (Sulaeman, 2020). Berbisnis secara *online* banyak dijalankan para pebisnis karena memiliki manfaat yang cukup banyak bagi bisnis dalam menjalankan komunikasi sehingga dapat mengembangkan bisnisnya dalam berbagai aspek. Beberapa di antaranya ialah lebih mudah dalam menjangkau konsumen yang ditargetkan, biaya yang perlu dikeluarkan dalam menjalankan bisnisnya tidak sebesar pengeluaran bisnis yang dijalankan secara *offline*, dijalkannya pun menjadi jauh lebih mudah, dan manfaat lainnya. Manfaat media sosial pun dapat dirasakan bagi kedua belah pihak penjual dan pembeli. Dari sisi pebisnis, bisnis online mudah dijalankan sebab produk yang dijualnya cukup dipromosikan melalui media sosial. Sedangkan dari sisi pembeli, konsumen tidak perlu repot untuk berbelanja dengan mendatangi tokonya langsung sehingga konsumen dapat berbelanja melalui media sosial bisnisnya saja. Dengan begitu, media sosial ini mempermudah pebisnis dan konsumennya dalam berinteraksi sehingga dapat meningkatkan pengembangan bisnis tersebut. Media sosial dapat dijadikan sebagai sarana dalam mengembangkan bisnisnya bahkan hingga mempertahankan keberadaan bisnisnya tersebut. Tentunya media sosial pun menjadi perantara antara pebisnis dan konsumennya dalam mengomunikasikan produk yang dijualnya sekaligus profil yang dimiliki bisnisnya tersebut.

Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang merupakan salah satu pesantren modern yang memiliki koperasi pesantren. Koperasi pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan para santri tetapi juga memiliki usaha mikro sebagai penunjang kegiatan koperasi pesantren. Sebagai pesantren, tujuan utamanya adalah

mendidik para santri agar menjadi manusia yang memiliki akhlak mulia, berwawasan ilmu pengetahuan, dan mampu menguasai ilmu agama. Tujuan lain dari Pesantren al-Kautsar adalah menjadikan para santri memiliki kemandirian dan memberikan bekal keterampilan-keterampilan yang dibutuhkan para santri di dunia nyata di masa yang akan datang. Oleh karena itu, Pesantren al-Kautsar memiliki Usaha mikro yang dikembangkan di dalam lingkungan pondok, sebagai sarana yang diberikan pesantren kepada para santri untuk mengembangkan jiwa *enterpreunership*. (Aulia dkk, 2023) Usaha Mikro yang dikelola oleh Koperasi pesantren diantaranya adalah pembuatan *bakery*, pertanian, *laundry*, *barbershop* dan galon isi ulang. Dari hasil observasi awal bersama dengan salah satu kyai Pondok Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang menyatakan bahwa usaha mikro yang dimiliki Pondok Pesantren merupakan salah satu strategi para pimpinan sebagai upaya menopang kegiatan operasional pondok pesantren agar Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang dapat menjadi pesantren yang mandiri dan tidak bergantung pada lembaga lain sehingga fasilitas dan proses pembelajaran tetap berjalan meskipun ditengah-tengah krisis ekonomi yang melanda. Pada saat covid-19 melanda dunia, Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang sendiri terkena dampaknya, namun dengan pengelolaan koperasi dan usaha mikro yang baik, Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang sendiri mampu berdiri sendiri dan membantu para santrinya dengan mengurangi biaya SPP para santri. Dapat dilihat bahwa peran dari koperasi pesantren dan juga usaha mikro sangatlah berdampak besar membantu kegiatan operasional pesantren. Potensi besar yang dimiliki oleh Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang salah satunya memiliki lingkungan dimana para santri, guru dan para staffnya tinggal dilingkungan pesantren. Kondisi ini merupakan keuntungan bagi pesantren dimana dengan pengelolaan koperasi dan usaha mikro yang baik akan memiliki keuntungan besar sehingga Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang dapat menjadi pesantren yang Mandiri dalam mengelolan pesantrennya. Prdouk unggulan yang dimiliki oleh Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang salah satunya adalah pembuatan *bakery*. *Bakery* yang dibuat oleh Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang

sendiri bermula diperuntukkan untuk para santri, namun seiring dengan banyaknya konsumen yang datang dan juga adanya beberapa Kerjasama yang dilakukan Pesantren dengan pihak luar membuat *bakery* tersebut memiliki peminat yang banyak. Dalam sekali produksi *bakery* dapat menghasilkan 200-300 pcs, namun jika ada orderan produksi meningkat bisa sampai

500 pcs untuk sekali produksi. Jenis *bakery* yang dihasilkan pun berbagai varian sehingga membuat para pelanggan tertarik untuk memasan. Pemasaran *bakery* yang dimiliki pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang hanya disekitar lingkungan pesantren, padahal *bakery* ini bisa dikembangkan kepada masyarakat diluar lingkungan pondok pesantren dan juga diseluruh Kepulauan Riau. Dengan kemudahan akses internet dan penggunaan media digital dapat memungkinkan siapapun dapat memasarkan produknya, termasuk dalam mengembangkan bisnis *bakery*. Berdasarkan paparan diatas, tim pengabdian mencoba mengembangkan bisnis *bakery* yang dimiliki Pondok Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang dengan mengembangkan bisnis melalui publikasi media sosial pada usaha *bakery* koperasi Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Masyarakat adalah metode ABCD, yang dimana pada Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang dapat dilihat dari pendekatan berbasis aset. Pengabdian melihat potensi yang dimiliki Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang dari segi aset yang dapat dikembangkan, salah satunya adalah pengembangan bisnis *bakery* produksi pesantren. Umumnya ada berbagai bidang yang sering menjadi objek dari *Asset Based Community Development* ditengah-tengah Masyarakat, seperti bidang politik, ekonomi, sosial budaya dan lingkungan (Ndraha, 2003). Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang ini akan mengangkat bidang pemberdayaan ekonomi. Ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh pengabdian dalam melakukan Pengabdian Masyarakat di Pesantren Al-

Kautsar Tanjungpinang:

1. Tahap perencanaan merupakan proses menentukan tahapan-tahapan yang akan dilakukan, bagaimana cara mencapainya dan apa yang dibutuhkan. Dalam pengabdian ini tahap perencanaan yang dimulai dengan observasi dan mengidentifikasi aset-aset dan permasalahan yang ada pada Koperasi Pesantren Al- Kautsar Tanjungpinang.
2. Tahap persiapan yang dilakukan dengan menyusun rangkaian atau kerangka kegiatan yang akan dilakukan dengan tujuan agar waktu dan pekerjaan yang dilakukan bisa berjalan efektif dan tepat waktu. Persiapan pelaksanaan pengabdian berdasarkan data, fakta lapangan dan rujukan, mematangkan kegiatan sesuai dengan tema pengabdian. Mengorganisir Tim Pengabdi untuk mempersiapkan dan mengarahkan untuk bekerja pada setiap bagian yang telah ditentukan. Melengkapi keperluan- keperluan bahan pelatihan.
3. Tahap pelaksanaan merupakan tahapan untuk mewujudkan setiap rencana yang telah dibuat. Dalam tahapan ini pengabdi memulai dengan mengumpulkan peserta yang terdiri dari pimpinan Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang, pengurus koperasi, dan para santri.
4. Tahapan sosialisasi merupakan tahapan dimana pengenalan hal-hal baru kepada suatu kelompok atau organisasi yang akan diimplementasikan pada kehidupan sehari-hari. Pada tahapan ini tim pengabdi mensosialisasikan pemahaman terkait pemasaran digital dan penggunaan aplikasi CapCut sebagai media untuk membuat konten yang menarik.
5. Pada tahapan pendampingan merupakan proses mendampingi dan memberikan arahan dari tahapan-tahapan yang telah direncanakan. Pada tahapan ini, tim pengabdi mendampingi pengurus koperasi pengaplikasi dan tutorial cara membuat konten video yang menarik dengan menggunakan aplikasi CapCut.
6. Tahap evaluasi merupakan tahapan dimana proses mengkaji suatu program, aktivitas atau kebijakan apakah hal tersebut berjalan sebagaimana mestinya. Hal

ini melibatkan pengumpulan informasi tentang kegiatan atau hasil dari program. Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan kunjungan pada Koperasi Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang, kunjungan meliputi apakah materi-materi yang telah disampaikan dapat diimplementasikan dengan baik dan kendala apa yang dihadapi oleh pengurus koperasi. Tim pengabdian juga memberikan kuesioner kepada peserta yang mengikuti In House Training untuk menilai apakah materi dan praktek yang telah dilakukan dapat menambah wawasan para pengurus koperasi.

C. Hasil dan Pembahasan

Koperasi Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang yang dikembangkan oleh pesantren yang menyediakan kebutuhan harian santri, mulai dari alat tulis, peralatan/kebutuhan sekolah, peralatan mencuci, mandi, dan makanan ringan. Dalam menyediakan barang untuk memenuhi kebutuhan santri di kantin, pesantren merespon permintaan santri akan kebutuhan harian mereka. Barang-barang yang dijual dikantin disediakan sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini sebagai tindakan preventif pesantren untuk meminimalisir pelanggaran santri yang keluar tanpa izin disebabkan berbelanja di luar pesantren.

Koperasi Pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang merupakan koperasi pesantren yang tujuannya untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari para santri dan masyarakat sekitar Pesantren. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan terkait konsumsi dan pemenuhan perlengkapan santri, koperasi berusaha mengembangkan berbagai produk untuk dijual di koperasi. Beberapa produk lain yang dijual di koperasi adalah air galon, perlengkapan sekolah, laundry, pertanian dan *bakery*. *Bakery* yang dibuat oleh pesantren menjadi mayoritas bisnis yang dapat dikembangkan, dikarenakan *bakery* yang dihasilkan sangat diminati oleh para santri. Hal ini menjadi peluang bisnis yang bisa dikembangkan oleh pihak pesantren Al-Kautsar, yang dimana selama ini pesantren hanya melakukan penjualan secara *offline* di koperasi dan juga atas pesanan yang masuk. Tentunya ini menjadi peluang besar bagi pesantren jika bisnis *bakery* ini bisa

dikenal tidak hanya dilingkungan pesantren saja, namun sampai diseluruh kota Tanjungpinang. Penerapan *In House Training* penggunaan aplikasi CapCut bagi pengurus koperasi merupakan pelatihan yang dilaksanakan berdasarkan kebutuhan koperasi untuk mengembangkan sumber daya pengurus koperasi dalam mengelola dan memasarkan secara digital bisnis *bakery*. Dengan adanya *In House Training* dapat menambah wawasan dan pengetahuan para pengurus koperasi terkait pengembangan bisnis dan pemasaran digital yang baik dan dapat berkembang kedepannya.

D. Simpulan

Salah satu strategi dalam meningkatkan omzet penjualan adalah merubah teknik pemasaran konvensional menuju pemasaran digital, pengembangan bisnis digital yang coba dilakukan oleh Koperasi pesantren Al-Kautsar Tanjungpinang melalui media sosial yang tersedia secara gratis dan masif, untuk meningkatkan kemampuan dan pendapatan santri adalah dengan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan omset bisnis *bakery*. Berdasarkan hasil yang didapat *in house training* pemasaran digital dan penggunaan aplikasi CapCut untuk membuat konten menarik di media sosial dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengembangan bisnis dengan menggunakan media sosial sangat berpengaruh menambah omzet penjualan, sesuai dengan perkembangan zaman yang menuntut para pengusaha mulai berinovasi. tidak hanya dari segi produk, namun dari segi pemasaran. Memasarkan produk melalui media sosial nantinya akan menambah pengalaman baru bagi pegawai koperasi dan juga para santri yang ikut mengelola bakery untuk lebih mengembangkan bakat di dunia bisnis dan juga membuat konten yang menarik.
2. Dampak nyata dari pelatihan dapat dilihat dengan pembuatan konten yang dilakukan oleh para pegawai koperasi dan santri, yang dimana sebelumnya belum ada pelatihan terkait pembuatan konten dan pemasaran secara digital. Hal ini disambut baik oleh para peserta yang mengikuti pelatihan, dimana

kedepannya ada pelatihan lebih lanjut, tidak hanya tentang pengembangan bisnis bakery, namun bisa lebih di kembangkan bisnis di sekitar lingkungan Pesantren Al- Kautsar Tanjungpinang.

E. Daftar Pustaka

- Adhim, F. (2020). *Arah baru manajemen pondok pesantren*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Adhi Iman Sulaiman, et al. (2016). Pemberdayaan koperasi pondok pesantren sebagai pendidikan sosial dan ekonomi santri. *JPPM*, 3(2), 109–121. Retrieved from <http://journal.uny.ac.id/index.php/jppm>
- Agus Eko Sujianto. (2011). *Performance appraisal koperasi pondok pesantren*. Yogyakarta: Teras.
- Ahmad Walujayati, et al. (n.d.). PKM sistem informasi akuntansi pada koperasi Bukea As-Sakinah Aisyiyah Kota Malang. *Jurnal ADIMAS*. Retrieved from <https://journal.umpo.ac.id/index.php/adimas/article/view/2303>
- Akrimi, Y., & Khemakem, R. (2012). What drive customers to spread the word in social media. *Journal of Marketing Research and Case Studies*.
- Amrullah. (2019). Analisis manajemen pengelolaan koperasi pesantren dalam mewujudkan kemandirian pesantren Ummul Ayman Samalanga. *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam*, 1(2), 25777. Retrieved from <https://jim.arraniry.ac.id/index.php/tadabbur/article/view/36>
- Bambang Nurcahya, S., & Mialasmaya, S. (2022). Strategi Kopontren Baitul Hikam Assofa dalam pengembangan bisnis digital untuk meningkatkan omzet penjualan komoditas. *Jurnal Administrasi Perkantoran dan Kesekretariatan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.59820/apk.v1i1.5>
- Bungin, B. (2016). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Misbach, I. (2017). Perilaku bisnis syariah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5, 33–44.
- Ndraha, T. (2003). *Budaya organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Panji Anoraga, & Ninik Widiyanti. (1993). *Dinamika koperasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Shalahuddin, Y., Rahman, F., & Setyawan, W. H. (2021). Pemodelan simulasi untuk praktikum teknik otomasi industri berbasis Matlab/Simulink di SMKN 1 Kediri.