



Article info : *Received*: August 2024; *Revised* : September 2024; *Accepted*: November 2024

Kewirausahaan Digital Pada Santri Pondok Pesantren Tahfizh di Cianjur

Rosa Lesmana¹; Yuga Pratama²; M. Yusuf Sunaryo³

¹⁻³Universitas Pamulang, Email : dosen01360@unpam.ac.id

Abstrak. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan tambahan pengetahuan bagi santri pondok pesantren tahfizh Al Mujtama Al Islam Cianjur 4 mengenai kewirausahaan digital agar para santri mampu menghadapi perkembangan, tantangan, dan persaingan dalam era globalisasi. Audiennya adalah santri pondok pesantren tahfizh Al Mujtama Al Islam Cianjur 4. Metode yang digunakan adalah melalui penyampaian materi lewat ceramah, pelatihan dan diskusi. Memperkenalkan beberapa alternatif pilihan kewirausahaan digital kepada para santri. Hasil dari kegiatan ini diharapkan agar kelak mereka mampu menjawab tantangan masa depan melalui kewirausahaan di era digital.

Kata Kunci : Kewirausahaan Digital; Komunikasi

Abstract. The aim of this community service is to provide additional knowledge for the students of the Tahfizh Al Mujtama Al Islam Cianjur 4 Islamic boarding school regarding digital entrepreneurship so that they are able to face developments, challenges and competition in the era of globalization. The audience is students from the Tahfizh Al Mujtama Al Islam Cianjur 4 Islamic boarding school. The method used is through delivering material through lectures, training and discussions. It is hoped that introducing several alternative digital entrepreneurship options to students will ensure that in the future they will be able to answer the challenges of entrepreneurship in the digital era.

Keywords : Digital Entrepreneurship; Communication

PENDAHULUAN

Dalam rangka membimbing para santri untuk menguasai ilmu-ilmu pengetahuan dan teknologi, Pondok Pesantren Al-Mujtama Al-Islami membekali para santrinya dengan bilingual language (bahasa Arab dan Inggris) sebagai dialog dan percakapan sehari-hari yang menjadi ciri khas santri Pondok Pesantren Al-Mujtama' Al-Islami. Disamping itu penguasaan ilmu-ilmu terapan seperti penguasaan teknologi komputer dan dunia maya serta keterampilan dan kesenian serta olah raga harus juga diikuti oleh para santri guna mengembangkan potensi diri.

Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua yang merupakan produk budaya Indonesia asli (Jalal & Aziz, 2017) dalam (Candra, 2021) . Keberadaan Pesantren di Indonesia dimulai sejak Islam masuk negeri ini, dengan mengadopsi sistem pendidikan keagamaan yang telah lama berkembang. Pondok pesantren diakui memiliki andil

yang sangat besar terhadap perjalanan sejarah bangsa Indonesia. Kediri, layak untuk mendapatkan sebutan Kota Santri, selain Kota Jombang.

Kewirausahaan di era digital yang lebih dikenal dengan istilah kewirausahaan digital (digital entrepreneurship) adalah kewirausahaan yang dipengaruhi oleh teknologi digital dengan mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan transformasi bisnis konvensional menjadi bisnis digital (Wardhana, et al, 2021; Puspitawati, Nurhasanah, Khaerunnisa, 2021; Sangaji, Wiyono, Mulyaningsih, 2019) dalam (Wardana, 2022).

Pada dasarnya berbagai prinsip dasar kewirausahaan (*basic principles of entrepreneurship*) masih tetap berlaku dan dapat diterapkan di dunia digital seperti: motivasi dan pola pikir kewirausahaan, kemampuan dalam mengidentifikasi peluang dengan baik, meningkatkan kompetensi sumber daya kunci, memberikan proposisi nilai pada produk dan layanan yang unggul dan berbeda dari pesaing, menjalin hubungan baik dengan pemasok dan distributor serta reseller, mengenali dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan, memenuhi aturan legalitas, mencari sumber-sumber modal usaha, melakukan promosi yang efektif dan efisien, dan lain sebagainya. Pada kewirausahaan di era digital, perubahan yang mendasar terletak pada aktifitas bisnis berbasis teknologi digital yang terkoneksi dengan konsumen maupun pelanggan yang mampu menggunakan teknologi digital (Wardhana, et, al, 2021; Alhadlaq, 2016).

Kewirausahaan di era digital ini dituntut untuk mampu berwirausaha dengan produk yang lebih bervariasi dan berbeda dengan pesaing, layanan yang lebih cepat, lebih mudah dijangkau, lebih mudah diakses, bahkan memperluas kesempatan berkolaborasi agar usaha menjadi lebih efektif dan efisien. Era digital menawarkan berbagai sumber daya baru bagi para wirausahawan untuk dapat memanfaatkannya mulai dari kemudahan pencarian berbagai informasi, pengumpulan data, pembuatan konten yang menarik, permintaan produk dan layanan yang terus bertumbuh sejalan dengan dinamika perubahan pasar, memanfaatkan berbagai jaringan promosi melalui berbagai platform, fitur aplikasi berbasis Artificial Intelligence, freelancer baik nasional maupun global, aplikasi penerjemah bahasa yang cepat dan mudah, dan lain sebagainya (Wardhana et, al, 2022; Puspitawati, Nurhasanah, Khaerunnisa, 2021; Sangaji, Wiyono, Mulyaningsih, 2019).

METODOLOGI PELAKSANAAN

Pelatihan ini dirancang untuk mengembangkan sumber daya manusia melalui identifikasi, pengkajian, dan proses belajar yang terencana. Fokusnya adalah pada pengenalan kewirausahaan digital dan manajemen bisnis untuk meningkatkan wawasan dan minat wirausaha di kalangan santri Al Mujtama Al Islami.

Metode Pelatihan, hari Pertama: Mengumpulkan data melalui wawancara dengan pengurus dan santri Pondok Pesantren Al-Mujtama' Al-Islami. Kemudian hari kedua: pelatihan pengenalan kewirausahaan digital. Hari ketiga: pendampingan dalam pengenalan kewirausahaan digital.

Tempat kegiatan adalah Pondok Pesantren Tahfizh Al Mujtama Al Islami 4, Cianjur, Jawa Barat. Sasaran kegiatan ini adalah para santri Pondok Pesantren Tahfizh Al Mujtama Al Islami 4. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal: 21 – 23 April 2024, Jam 09.00 – 17.00 WIB. Dengan prosedur kerja sebagai berikut :

Tahap Persiapan, para dosen pelaksana melakukan berbagai kegiatan seperti melakukan survei awal, misalnya meninjau lokasi yang akan dijadikan tempat kegiatan, melaksanakan observasi. Setelah survei dilaksanakan barulah ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan Pengabdian Masyarakat. Dengan berbagai diskusi dan rapat koordinasi dengan dosen tim pelaksana, guna melaksanakan penentuan jadwal dan pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, memulai dari persiapan segala sesuatu sarana dan prasarana yang dibutuhkan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.

Tahap pelaksanaan yang dilakukan meliputi, sosialisasi program dan pada tahap awal pelaksanaan dilakukan sosialisasi program pelatihan dalam pengenalan kewirausahaan

digital. Kemudian pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Sesuai dengan langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan/pendampingan berupa pengenalan kewirausahaan digital. Tahap berikutnya melakukan evaluasi, pada tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi.

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. Selain itu diharapkan dengan pengabdian kepada masyarakat tersebut keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi besar kepada pengembangan dan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Metode yang digunakan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupa ekspositori yaitu penyampaian materi secara verbal dan *inquiry* yaitu pembelajaran yang menekankan pada proses berpikir kritis dan analitis terkait keilmuan manajemen sumber daya manusia dan manajemen pemasaran dengan pemahaman mendalam terkait materi bagaimana menentukan masa depan.

HASIL DAN DISKUSI

Berikut ini adalah hasil dan pembahasan dan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada Bulan April 2024 :

Dari UNPAM dengan Bapak Yusuf Sunaryo, S.E., M.M. lalu dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh ibu Dr. Rosa Lesmana kepada para peserta PKM yang terdiri dari muslimah Indonesia di Malaysia mengenai kewirausahaan digital guna meningkatkan daya saing dan para santri Al Mujtama Al Islami 4 Cianjur dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mempromosikan usaha secara luas melalui kewirausahaan digital sehingga dapat melebarkan jangkauan diharapkan anggota organisasi memahami wirausaha bukan sebatas teori tetapi juga menjadi penting dalam proses dan 'doing'. Bidang yang dapat menjadi ruang lingkup pembahasan kewirausahaan sejalan dengan bidang pengembangan ekonomi kreatif yang disesuaikan dengan kompetensi dan karakteristik anggota organisasi yaitu :

Aplikasi dan game developer Meningkatnya penetrasi pemanfaatan gawai oleh masyarakat tak lepas dari peran aplikasi yang tertanam di dalamnya. Masyarakat sudah fasih menggunakan berbagai jenis aplikasi digital seperti peta atau navigasi, media sosial, berita, bisnis, musik, penerjemah, permainan dan lain sebagainya. Berbagai aplikasi tersebut didesain supaya mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Maka tak heran jika potensi subsektor aplikasi dan pengembang permainan sangat besar.

Desain komunikasi visual Desain Grafis (DKV) punya peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis pengusaha swasta, pemilik merek, dan bahkan kelancaran program-program pemerintah. Potensi pasar domestik sangat menjanjikan, terutama dengan semakin banyaknya praktisi.

DKV lokal yang lebih memahami situasi pasar, pengetahuan, dan nilai-nilai lokal.

Desain produk Desain produk merupakan proses membuat sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat. Kecenderungan sub sektor ini sangat positif. Dengan populasi penduduk yang didominasi oleh usia produktif, potensi terbentuknya interaksi antara pelaku industri dan pasar pun sangat besar. Ditambah lagi masyarakat dan pasar sekarang memiliki apresiasi terhadap produk yang berkualitas. Sub sektor desain produk juga didukung oleh para pelaku industri yang memiliki *craftmanship* andal. Para desainer produk mampu menggali dan mengangkat kearifan lokal, kekayaan budaya Indonesia yang beraneka ragam, dalam setiap karya-karyanya..

Sebagian peserta antusias untuk mengikuti kegiatan dengan memberikan saran melanjutkan kegiatan di lain hari dengan waktu pelatihan yang lebih lama, serta kelanjutan pelatihan-pelatihan lainnya.

Bisnis busana, kecenderungan bisnis busana senantiasa berubah dengan cepat. Dalam hitungan bulan, selalu muncul mode busana baru. Ini tak lepas dari produktivitas para perancang busana lokal yang inovatif merancang baju-baju model baru, dan munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri busana/pakaian ini. Masyarakat sebagai pasar pun juga semakin cerdas dan berselera tinggi dalam memilih busana.

Film, animasi, dan video Dunia perfilman saat ini sedang mengalami perkembangan yang positif. Para rumah produksi mulai berlomba-lomba menggenjot produktivitasnya menggarap film yang berkualitas dari segi cerita sekaligus menguntungkan secara komersial. Ini tak lepas dari potensi penonton Indonesia yang sangat besar dan bisa mengapresiasi film produksi lokal secara positif. Sub sektor ini memiliki potensi yang bisa dikembangkan menjadi lebih baik, walaupun masih harus menghadapi berbagai tantangan.

Fotografi Perkembangan subsektor fotografi yang cukup pesat tak lepas dari banyaknya generasi muda yang sangat antusias belajar fotografi. Tak sedikit pula dari mereka yang kemudian memutuskan terjun di bidang ini sebagai profesional. Masyarakat pun memberikan apresiasi yang positif terhadap dunia fotografi.

Kuliner Sub sektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, oleh karena itu pemerintah akan mendukung sub sektor ini supaya lebih maju.

Musik Musik merupakan industri cukup menjanjikan dalam dunia pentas. Besarnya minat dan antusiasme para musisi muda untuk terjun ke dalam bidang ini menunjukkan bahwa musik punya potensi menjadi industri yang lebih besar. Bekraf optimistis menempatkan musik sebagai salah satu sub sektor yang akan dikelola secara lebih maksimal.

Periklanan, Periklanan adalah sub sektor ekonomi kreatif yang karyanya memiliki daya sebar paling tinggi. Hal ini tak lepas dari peran sinergi para pemilik modal yang ingin memasarkan produk dan jasa mereka dengan media yang dimanfaatkan. Sampai saat ini, iklan masih menjadi medium paling efisien untuk memublikasikan produk dan jasa. Potensi industri ini pun tak perlu diragukan lagi. Pertumbuhan belanja iklan nasional bisa mencapai 5-7% setiap tahunnya. Ditambah lagi, iklan mempunyai soft power berperan dalam membentuk pola konsumsi, pola berpikir, dan pola hidup masyarakat. Oleh karena itu sangat penting apabila subsektor ini dikuasai oleh SDM lokal.



Gambar 1 Sambutan dari Pengasuh Ponpes Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur



Gambar 2 Penyampaian Materi



Gambar 3 Foto Bersama santri dan pengasuh Ponpes Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur

KESIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur dalam memperkenalkan kewirausahaan digital, memotivasi para santri Al Mujtama Al Islami 4 Cianjur.

Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melebarkan usaha baik pemasaran melalui Kewirausahaan yang berkelanjutan untuk dapat menghasilkan pribadi berpola pikir kewirausahaan. Untuk itu diperlukan pengelolaan dan pembinaan dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pengembangan program tersebut oleh seluruh komponen sesuai tugas, fungsi dan peran masing-masing. Keberhasilan program kewirausahaan dibangun oleh kinerja semua komponen organisasi para santri Al Mujtama Al Islami 4 Cianjur yang sinergi antara komponen satu dengan komponen lainnya. Kewirausahaan di organisasi merupakan program untuk meningkatkan kreatifitas, menjadi pribadi problem solver, mengenal konsep kewirausahaan, latihan mengembangkan usaha, mendapatkan pengalaman praktis berwirausaha, menumbuhkan minat berwirausaha dan mengembangkan potensi berwirausaha. Oleh karena itu program kewirausahaan di organisasi harus menjadi alternatif dalam mempersiapkan lulusan yang mampu menerapkan dan mengelola peluang usaha serta mampu menyesuaikan diri agar berhasil dalam kehidupan bermasyarakat serta memiliki kemampuan untuk menghadapi persaingan global.

Agar kedepannya kami peserta PKM dan para santri masih bisa terus mewujudkan kerjasama di bidang Pengabdian dan Penelitian agar para dosen mampu berkontribusi memberikan wawasan dan juga semangat bagi para santri Al Mujtama Al Islami 4 Cianjurdi Cianjur agar memiliki pola fikir wirausaha dan mmpu bersaing sehingga meningkatkan perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, A. I. (2021). Digital Marketing untuk Kewirausahaan Pesantren di Masa Pandemi COVID-19. JPM Wikrama Parahita.
- Do Paco, A. (2011). Entrepreneurial intention among secondary students: Findings from Portugal. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 92–106. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040418>
- Haque, & Kabir. (2017). Entrepreneurial Intentions: A Study on Students from Countryside University. *Asian Economic and Financial Review*, 7(10), 972– 980. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2017.710.972.980>
- Hermia, U. N., Novieyana, S., & Zain, D. (2011). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha Pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Eksos*, Jul. 2011, hlm. 130-141 Vol. 7. No. 02 ISSN 1693-9093.

- Indarti, & Rostiani. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia. Vol. 23.
- Malik, A., & Sungkowo, M. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat. Journal of Nonformal Education and Community Empowerment.
- Priyanto, S. H. (2008). Di dalam jiwa ada jiwa: The backbone and the social construction of entrepreneurship. Pidato Pengukuhan Guru Besar Universitas Kristen Satya Wacana.
- Suharsono, N. (2015). Pendidikan Kewirausahaan. JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia), 4(1), 528–539. <https://doi.org/10.23887/jpiundiksha.v4i1.4892>
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. JIMF Forkamma, 75 - 85.
- Turker, D., Selcuk, S., "Which factors affect entrepreneurial intention of university students?" Journal of European Industrial Training Vol. 33 No. 2. Turkey: Emerald Group Publishing Limited, 2008.
- Wardana, M. A. (2022). Kewirausahaan di Era Digital. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wijaya.(2008). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan
- Zimmerer, W.T. (1996). Entrepreneurship and The New Venture Formation. New Jersey : Prentice Hall Internatio