

## **Pelatihan dan Pendampingan Teknik Pemasaran yang Efektif pada ISMA'U Nusa Tenggara Barat di Jombang**

Sunardi

[sunardi.ppuw@gmail.com](mailto:sunardi.ppuw@gmail.com)

STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

Isah Munfarida

[munfarida360@gmail.com](mailto:munfarida360@gmail.com)

MA Al-Urwatul Wutsqo Jombang

Senang

[senangstit7@gmail.com](mailto:senangstit7@gmail.com)

STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

Moh. Kholik

[mohkholikabdahu@gmail.com](mailto:mohkholikabdahu@gmail.com)

STIT Al-Urwatul Wutsqo Jombang

Ari Kartiko

[ariKartiko5@gmail.com](mailto:ariKartiko5@gmail.com)

Universitas Pesantren Kh Abdul Chalim, Mojokerto

**Abstract:** The Effective Marketing Techniques training at Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo Jombang aimed to enhance the skills of santri in marketing the pesantren to the wider community, especially through digital media. The training utilized methods such as lectures, interactive discussions, demonstrations, and field practice to provide both theoretical understanding and practical skills in marketing. The results of the training showed that participants were able to grasp marketing concepts, utilize social media, and implement persuasive marketing techniques. Despite challenges related to limited time and access to technology, the training successfully equipped santri with the skills needed to market the pesantren effectively. It is expected that this training will contribute positively to enhancing the pesantren's image and attracting prospective students to join.

**Keywords:** *Training and Mentoring, Effective marketing techniques.*

**Abstrak :** Pelatihan Teknik Pemasaran yang Efektif di Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo Jombang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan santri dalam memasarkan pesantren kepada masyarakat luas, terutama melalui media digital. Pelatihan ini menggunakan metode ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi, dan praktik lapangan untuk memberikan pemahaman teoretis dan keterampilan praktis dalam pemasaran. Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa peserta berhasil memahami konsep pemasaran, memanfaatkan media sosial, dan mengimplementasikan teknik pemasaran yang persuasif. Meskipun terdapat tantangan terkait waktu terbatas dan akses teknologi, pelatihan ini berhasil membekali santri dengan keterampilan yang

dibutuhkan untuk memasarkan pesantren secara efektif. Diharapkan, pelatihan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan citra pesantren dan menarik minat calon santri untuk bergabung.

Kata Kunci: Pelatihan dan Pendampingan, Teknik Pemasaran yang efektif.

## Pendahuluan

Dalam era digital yang berkembang pesat ini, perkembangan dunia pendidikan<sup>1</sup>, terutama pendidikan berbasis pesantren, menghadapi tantangan yang tidak ringan<sup>2</sup>. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi adalah meningkatnya persaingan antara berbagai lembaga pendidikan formal dan non-formal<sup>3</sup>, serta perubahan pola pikir masyarakat yang semakin berfokus pada pendidikan akademik dan prestasi formal<sup>4</sup>. Selain itu, munculnya lembaga pendidikan alternatif dan minat yang cenderung beralih ke sekolah-sekolah umum membuat banyak pesantren<sup>5</sup>, termasuk Al-Urwatul Wutsqo, harus lebih giat dalam memperkenalkan keunggulannya kepada masyarakat.

Pemasaran adalah proses mengenalkan, mempromosikan, dan mendistribusikan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen<sup>6</sup>. Tujuan pemasaran di pesantren adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan pesantren kepada masyarakat, menarik minat orang tua untuk memondokkan anak-anak mereka, serta memperkuat citra pesantren<sup>7</sup>. Pemasaran juga bertujuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas melalui strategi yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial dan teknologi digital<sup>8</sup>. Pemasaran berperan penting dalam meningkatkan jumlah santri baru, membangun hubungan yang baik dengan orang tua dan masyarakat, serta memastikan keberlanjutan pesantren dalam mencetak generasi yang berakhlak mulia

---

<sup>1</sup> Verdinandus Lelu Ngongo, Taufiq Hidayat, dan Wiyanto Wiyanto, "Pendidikan Di Era Digital," *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 30 Juli 2019, <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Prosidingpps/article/view/3093>.

<sup>2</sup> Qurrotul Ainiyah dkk., "Pendampingan Peningkatan Pemahaman Dan Praktik Ibadah Santri Melalui Kajian Kitab Sulam At-Taufiq Di Pondok Pesantren Al Urwatul Wutsqo Jombang," *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (2 Februari 2025): 34–43, <https://doi.org/10.54437/annafah.v3i1.1945>.

<sup>3</sup> Nurfrida Aulia Tiarani dan Rahmi Hidayati, "Integrasi Pelatihan Dalam Pendidikan NonFormal Dalam Magang Untuk Pengembangan Profesional: Studi Kasus BKD Provinsi Banten," *AMANAHA: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 2, no. 2 (3 November 2024): 86–91, <https://doi.org/10.70451/amanah.v2i2.197>.

<sup>4</sup> Taufik Ruudyan Mainaki dkk., "Optimalisasi Pengajaran Rutin Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Banjarsari Kec. Enggano Kab. Bengkulu Utara," *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (30 Januari 2025): 24–33, <https://doi.org/10.54437/annafah.v3i1.1772>.

<sup>5</sup> Solechan Solechan dkk., "Pelatihan Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Tim Marketing Mahasiswa," *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (20 Januari 2025): 1–10, <https://doi.org/10.54437/annafah.v3i1.1844>.

<sup>6</sup> Muhammad Irkham Firdaus dkk., "Pengembangan Marketing Budidaya Jamur Dengan Cara Branding Melalui Tiktok Di Desa Prajegan Ponorogo," *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (26 Juli 2024): 92–102, <https://doi.org/10.54437/annafah.v2i2.1570>.

<sup>7</sup> Solechan dkk., "Pelatihan Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Tim Marketing Mahasiswa."

<sup>8</sup> Yuyun Bahtiar dkk., "Peran Pemuda Dalam Pengembangan Pemasaran Digital Terhadap UMKM Desa Sidomulyo," *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (5 Februari 2024): 20–28, <https://doi.org/10.54437/annafah.v2i1.1364>.

dan berilmu<sup>9</sup>. Selain itu, pemasaran membantu pesantren untuk tetap relevan dan berkembang di tengah persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya, serta memperkenalkan nilai-nilai pendidikan Islam yang unggul kepada masyarakat luas<sup>10</sup>.

Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo, sebagai lembaga pendidikan yang memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan akhlak berbasis nilai-nilai Islam yang kuat, masih menghadapi tantangan dalam menarik minat orang tua untuk memondokkan anak-anak mereka. Salah satu penyebab utama adalah kurangnya promosi yang efektif dan sistematis, serta pemanfaatan media digital yang masih terbatas. Tanpa pendekatan pemasaran yang tepat, pesantren sulit menjangkau khalayak yang lebih luas, yang pada gilirannya mempengaruhi jumlah santri baru dan keberlanjutan pesantren itu sendiri

Di sisi lain, ISMA'U NTB, yang merupakan organisasi yang terdiri dari santri, siswa, mahasiswa, dan alumni Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo, memiliki potensi besar dalam membantu mengatasi tantangan ini. Sebagai duta pesantren yang datang dari berbagai latar belakang, mereka memiliki kemampuan untuk menjadi agen perubahan yang efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan pesantren kepada masyarakat, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional. Namun, untuk memaksimalkan peran mereka, diperlukan pelatihan yang dapat memberikan keterampilan pemasaran yang efektif, terutama dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk menyebarkan informasi.

Pelatihan ini bertujuan untuk membekali anggota ISMA'U NTB dengan keterampilan komunikasi yang lebih baik dan teknik pemasaran yang efektif, sehingga mereka dapat lebih profesional dalam mempromosikan Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo. Dengan pendekatan pemasaran berbasis digital dan komunikasi langsung yang lebih kreatif, diharapkan mereka dapat menyampaikan nilai-nilai unggul pesantren, seperti pengembangan karakter, akhlak, serta kecakapan hidup berbasis Islam yang kuat, dengan cara yang lebih menarik dan relevan bagi orang tua dan calon santri.

Pelatihan dan pendampingan teknik pemasaran yang efektif bagi ISMA'U NTB di Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo memiliki manfaat dan kontribusi yang sangat signifikan bagi lembaga pendidikan, khususnya pesantren. Pelatihan ini tidak hanya akan meningkatkan keterampilan anggota ISMA'U NTB dalam mempromosikan pesantren secara profesional dan kreatif, tetapi juga memperkuat citra pesantren di mata masyarakat. Dengan kemampuan untuk memanfaatkan media sosial dan teknologi digital, santri dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, yang berujung pada peningkatan jumlah santri baru dan keberlanjutan pesantren itu sendiri. Selain itu, pelatihan ini memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan pribadi santri, membekali mereka dengan keterampilan komunikasi dan pemasaran yang bermanfaat dalam

---

<sup>9</sup> Mar'atul Azizah dkk., "Pelatihan Metode Pembelajaran Aktif, Inovatif Dan Menyenangkan Untuk Guru MI Bahrul Ulum Natahan Gedong Boyountung Lamongan," *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (5 Februari 2024): 39–48, <https://doi.org/10.54437/annafah.v2i1.1500>.

<sup>10</sup> Solechan Solechan dkk., "Pelatihan Dan Pendampingan Tentang Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kompetensi Guru Bidang Profesional Di SMA Primaganda Jombang," *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (10 September 2023): 135–46, <https://doi.org/10.54437/annafah.v1i2.1269>.

kehidupan sosial dan karier mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memperkuat posisi Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo dalam dunia pendidikan Islam, tetapi juga memberikan model pembelajaran berbasis nilai yang relevan dengan kebutuhan zaman.

### **Metode Pelaksanaan**

Pelatihan Teknik Pemasaran yang Efektif pada ISMA'U NTB (Ikatan Santri, Siswa, Mahasiswa, dan Alumni) di Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo untuk santri asal Nusa Tenggara Barat dilaksanakan melalui beberapa metode yang dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual sekaligus pengalaman praktis kepada peserta. Metode pertama yang digunakan adalah ceramah, yang bertujuan memberikan wawasan dasar tentang konsep pemasaran, branding pesantren, strategi komunikasi, dan pemanfaatan media digital sebagai alat promosi. Ceramah ini memberikan landasan teori yang penting sebelum peserta melangkah ke tahap berikutnya.

Setelah sesi ceramah, metode diskusi interaktif diterapkan untuk menggali pemahaman lebih mendalam dan mengidentifikasi tantangan pemasaran yang dihadapi pesantren. Diskusi ini juga berfungsi untuk mencari solusi yang tepat dan kreatif dalam memperkenalkan pesantren kepada masyarakat. Diskusi interaktif memungkinkan peserta untuk berbagi pandangan dan ide, serta mengembangkan strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi pesantren saat ini. Metode berikutnya adalah demonstrasi, di mana peserta akan melihat langsung contoh pembuatan konten pemasaran, seperti brosur, video promosi, dan penggunaan media sosial. Demonstrasi ini juga mencakup teknik komunikasi persuasif untuk menarik perhatian calon wali santri dan simulasi interaksi langsung dengan masyarakat, sehingga peserta dapat memahami penerapan teori dalam praktik. Metode terakhir adalah praktik lapangan, di mana peserta terjun langsung untuk menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari. Peserta akan mempraktikkan promosi pesantren baik melalui media digital maupun interaksi langsung dengan masyarakat sekitar. Praktik lapangan ini penting untuk mengasah keterampilan praktis peserta dalam memasarkan pesantren.

Untuk memastikan efektivitas pelatihan, dilakukan evaluasi dan pendampingan berkelanjutan guna mengukur pemahaman peserta serta memberikan bimbingan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran pesantren. Dengan kombinasi metode ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi, dan praktik lapangan, pelatihan ini diharapkan dapat membekali peserta dengan keterampilan praktis untuk memasarkan Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo secara lebih efektif..

### **Hasil Pengabdian dan Pembahasan**

#### **Hasil Pengabdian**

Pelatihan Teknik Pemasaran yang Efektif di ISMA'U NTB Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo Jombang dilaksanakan melalui beberapa metode yang terstruktur untuk memastikan peserta dapat memahami teori sekaligus mengaplikasikan keterampilan pemasaran dengan efektif. Berikut adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Metode Ceramah

Pelatihan dimulai dengan ceramah yang memberikan dasar teori pemasaran, termasuk konsep branding pesantren dan pemanfaatan media digital untuk promosi.

Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang teknik pemasaran yang bisa diterapkan.

2. Metode Diskusi Interaktif

Setelah ceramah, peserta berdiskusi untuk menggali pemahaman lebih dalam dan membahas tantangan pemasaran pesantren. Diskusi ini juga mencari solusi praktis untuk kendala yang dihadapi serta memberikan wawasan tambahan.

3. Metode Demonstrasi

Peserta kemudian mengikuti sesi demonstrasi untuk melihat langsung bagaimana teknik pemasaran diterapkan, seperti pembuatan konten pemasaran, video, brosur, serta penggunaan media sosial untuk promosi pesantren.

4. Metode Praktik Lapangan

Peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan teknik pemasaran yang telah dipelajari dengan mengelola media sosial pesantren, membuat konten promosi, dan berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar. Hal ini memberi mereka pengalaman nyata dalam menerapkan pemasaran pesantren.

Pelatihan teknik pemasaran yang efektif ini memiliki beberapa kelebihan, salah satunya adalah memberikan pemahaman teoritis yang kuat. Metode ceramah memungkinkan peserta untuk memahami dasar teori pemasaran secara mendalam, sehingga mereka memiliki landasan yang jelas dalam menerapkan teknik pemasaran pesantren. Selain itu, diskusi interaktif mendorong peserta untuk aktif berbagi pengalaman dan berdiskusi, yang memperkaya wawasan mereka tentang tantangan dan solusi pemasaran pesantren. Demonstrasi dan praktik lapangan juga memberikan kesempatan langsung bagi peserta untuk mengaplikasikan materi yang telah dipelajari, sehingga mereka dapat memperoleh keterampilan pemasaran secara praktis. Ditambah dengan peningkatan keterampilan digital, peserta memperoleh pemahaman tentang penggunaan platform media sosial untuk promosi pesantren, yang sangat relevan di era digital saat ini.

Meskipun pelatihan ini memiliki banyak kelebihan, terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah waktu terbatas untuk praktik lapangan, yang mungkin menyulitkan peserta untuk mengasah keterampilan mereka secara maksimal, terutama bagi mereka yang baru pertama kali terlibat dalam pemasaran. Selain itu, tidak semua peserta memiliki akses teknologi yang memadai atau pemahaman yang sama tentang penggunaan media digital, yang dapat membatasi efektivitas pelatihan dalam konteks pemasaran digital. Terakhir, meskipun ada pendampingan, jumlah peserta yang banyak dan keterbatasan sumber daya dapat menghambat pemberian perhatian individual yang cukup bagi setiap peserta, sehingga pengembangan strategi pemasaran secara lebih mendalam bisa terhambat.

## **Pembahasan**

ISMA'U NTB (Ikatan Santri, Siswa, Mahasiswa, dan Alumni ) di Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo merupakan komunitas yang terdiri dari santri, siswa, mahasiswa, dan alumni Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo, khususnya yang berasal dari Nusa

Tenggara Barat (NTB). Komunitas ini memiliki peran yang sangat strategis dalam memasarkan pesantren tempat mereka menuntut ilmu.

Sebagai organisasi yang beranggotakan individu-individu yang telah merasakan langsung pendidikan dan pengalaman di pesantren, ISMA'U NTB memiliki kekuatan untuk mempromosikan pesantren kepada khalayak luas. Para anggotanya, baik santri maupun alumni, sering kali menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara pesantren dengan masyarakat. Mereka memanfaatkan jaringan sosial mereka untuk mengenalkan pesantren, mengorganisir acara, dan membangun kesadaran tentang keunggulan pendidikan serta nilai-nilai yang diajarkan di Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo. Dengan demikian, ISMA'U NTB berperan penting dalam menarik minat calon santri untuk bergabung dan merasakan manfaat dari pendidikan pesantren.

Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo Jombang, sebagai lembaga pendidikan Islam, menghadapi tantangan untuk menarik minat masyarakat agar memondokkan anak-anak mereka. Salah satu solusinya adalah dengan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Pelatihan Teknik Pemasaran yang Efektif ini bertujuan untuk memberikan keterampilan kepada santri dalam mempromosikan pesantren, baik melalui media sosial maupun komunikasi langsung dengan calon wali santri.

Maka pelatihan Melalui metode ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik lapangan, diharapkan dapat membekali santri dengan pengetahuan dan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam memasarkan pesantren, sehingga dapat meningkatkan jumlah santri baru dan citra positif pesantren di masyarakat.

Pertama metode ceramah. Sesi ceramah yang diberikan pada awal pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang dasar-dasar teknik pemasaran. Para santri memahami konsep pemasaran yang lebih luas, termasuk pentingnya branding pesantren, strategi komunikasi efektif, dan bagaimana pesantren dapat memanfaatkan media digital untuk promosi. Peserta juga memperoleh wawasan tentang segmentasi pasar, mengidentifikasi audiens yang tepat, serta cara membangun hubungan dengan masyarakat. Sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme dan kemampuan untuk memahami materi yang disampaikan, yang tercermin dari diskusi interaktif yang berjalan dengan lancar setelah ceramah.

Kedua metode diskusi interaktif. Yakni memberikan kesempatan bagi peserta untuk berbagi ide dan tantangan yang mereka hadapi dalam memasarkan pesantren. Hasil dari diskusi ini menunjukkan bahwa para santri mulai memahami berbagai hambatan yang ada, seperti kurangnya pemanfaatan media sosial secara maksimal dan kurangnya strategi pemasaran yang terorganisir. Selain itu, mereka juga dapat mengidentifikasi cara-cara baru untuk menjangkau calon wali santri dengan pendekatan yang lebih efektif, seperti melalui konten berbasis nilai-nilai pesantren. Diskusi ini memberikan perspektif baru bagi peserta tentang pentingnya komunikasi yang tepat dalam memasarkan pesantren.

Ketiga metode demonstrasi. Pada sesi demonstrasi, peserta berhasil mempraktikkan pembuatan konten pemasaran yang menarik, seperti video promosi dan

brosur, serta mengelola akun media sosial pesantren. Mereka belajar tentang teknik pembuatan konten yang informatif dan menarik, serta bagaimana menyesuaikan pesan untuk audiens yang berbeda. Demonstrasi juga melibatkan simulasi pemasaran produk pesantren kepada calon wali santri, di mana peserta dapat menunjukkan keterampilan komunikasi persuasif dan teknik menjawab pertanyaan yang muncul dengan lebih percaya diri dan terstruktur.

Keempat praktik lapangan. Selama praktik lapangan, para peserta dapat mengimplementasikan teknik pemasaran yang telah dipelajari. Mereka menjalankan kampanye promosi pesantren melalui platform media sosial dan melakukan pendekatan langsung kepada masyarakat sekitar untuk mengenalkan pesantren. Hasil praktik lapangan menunjukkan bahwa peserta semakin terbiasa dengan proses promosi yang melibatkan interaksi langsung dengan calon wali santri. Mereka juga mulai merasakan dampak positif dari penggunaan media sosial dalam menarik perhatian audiens lebih luas, yang tercermin dari meningkatnya interaksi pada konten yang mereka buat.

Kelima Evaluasi dan pendampingan. Evaluasi menunjukkan bahwa 85% peserta merasa lebih percaya diri dan siap untuk memasarkan pesantren dengan cara yang lebih terorganisir dan berbasis teknologi. Hasil evaluasi ini juga mencerminkan pemahaman peserta tentang pentingnya konsistensi dalam strategi pemasaran pesantren. Pendampingan pasca pelatihan memberikan dampak positif dengan membantu peserta mengatasi tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran. Sebagian besar peserta mulai melanjutkan penggunaan media sosial dan konten digital untuk mempromosikan pesantren dengan pendekatan yang lebih terstruktur dan profesional.

Menurut A. Sibron dkk., teknik pemasaran yang baik sangat penting di dunia pendidikan berbasis pesantren karena dapat membantu pesantren untuk mengenalkan dirinya secara lebih luas kepada masyarakat<sup>11</sup>. Dengan adanya pemasaran yang efektif, pesantren dapat menarik minat orang tua untuk memondokkan anak-anak mereka, serta memperkuat citra dan eksistensinya di tengah persaingan dengan lembaga pendidikan lain. Menurut zaenal Abidin dkk., di era digital saat ini, teknik pemasaran yang baik juga mencakup pemanfaatan media sosial dan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkenalkan nilai-nilai keislaman yang diajarkan pesantren<sup>12</sup>.

Selain itu, pemasaran yang baik membantu pesantren untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, baik dengan orang tua calon santri maupun dengan komunitas sekitar<sup>13</sup>. Teknik pemasaran yang tepat dapat menyampaikan pesan dan keunggulan pesantren secara lebih menarik, seperti pengajaran yang berbasis akhlak,

---

<sup>11</sup> A. Sibron, Zainal Berlian, dan Ahmad Zainuri, "The Information on Islamic Education Marketing Services at MA Pondok Pesantren Ash-Shiddiqiyah Rantau Kasih Musi Banyuasin," *TOFEDU: The Future of Education Journal* 3, no. 5 (13 Desember 2024): 1526–32, <https://doi.org/10.61445/tofedu.v3i5.274>.

<sup>12</sup> Zainal Abidin, Segaf Baharun, dan Achmad Fauzi Hamzah, "Strategi Branding Dan Promosi Pesantren Darul Lughah Wa Da'wah Melalui Tiktok," *JMPT: Jurnal Manajemen Pendidikan Tihamah* 2, no. 01 (19 September 2024): 1–17, <https://doi.org/10.61444/jmpt.v2i01.37>.

<sup>13</sup> Rahma Nanda Nur Azizah, Mutiatu Sofiah, dan Luat Happyana, "Pemasaran Digital Sebagai Katalis Perubahan: Inovasi Dalam Membangun Ketahanan Pesantren," *Jurnal Bintang Manajemen* 2, no. 3 (3 Agustus 2024): 29–40, <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i3.3257>.

keterampilan hidup, dan pendidikan karakter yang diintegrasikan dengan nilai-nilai agama Islam<sup>14</sup>.

Oleh karena itu dengan teknik pemasaran yang terencana dan tepat sasaran, pesantren juga dapat meningkatkan daya tariknya sebagai lembaga pendidikan yang relevan dan memiliki keunggulan, yang tidak hanya mengutamakan aspek akademik tetapi juga pembentukan karakter yang mulia. Hal ini sangat penting untuk mendukung keberlanjutan pesantren, meningkatkan jumlah santri baru, dan memastikan bahwa pesantren tetap menjadi pilihan utama bagi orang tua yang ingin memberikan pendidikan yang holistik bagi anak-anak mereka.

Jika pesantren tidak dapat menghadapi perkembangan pemasaran yang begitu pesat saat ini, mereka akan menghadapi berbagai tantangan yang dapat memengaruhi kelangsungan dan relevansi mereka di dunia pendidikan. Beberapa tantangan utama yang mungkin timbul adalah:

1. Keterbatasan jangkauan dan eksposur. Tanpa pemasaran yang efektif, pesantren akan kesulitan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama orang tua yang tinggal di luar lingkungan pesantren<sup>15</sup>. Mereka akan lebih sulit memperkenalkan keunggulan pesantren, baik dari segi pendidikan, pengajaran nilai-nilai agama, maupun pembentukan karakter kepada masyarakat luas.
2. Kurangnya daya saing. Di tengah persaingan dunia pendidikan yang semakin ketat, terutama dengan hadirnya lembaga pendidikan formal dan non-formal, pesantren yang tidak memanfaatkan pemasaran dengan baik akan kesulitan untuk bersaing<sup>16</sup>. Mereka mungkin akan dianggap kurang relevan oleh orang tua yang lebih memilih sekolah umum atau lembaga pendidikan lain yang lebih terlihat modern dan berkembang.
3. Persepsi negatif tentang pesantren. Tanpa upaya pemasaran yang baik, persepsi negatif atau ketidakpahaman masyarakat terhadap pesantren dapat terus berkembang<sup>17</sup>. Masyarakat mungkin tidak menyadari bahwa pesantren tidak hanya fokus pada pendidikan agama, tetapi juga mengembangkan keterampilan hidup yang berguna dalam dunia kerja dan masyarakat. Pesantren yang tidak dapat mengkomunikasikan nilai-nilai positif ini akan terus dipandang sebagai pilihan pendidikan yang kurang menarik.
4. Kesulitan mendapatkan santri baru. Jika pesantren tidak bisa memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk promosi, mereka akan kesulitan dalam menarik

---

<sup>14</sup> Fahrina Yustiasari Liriwati dkk., "Harmonisasi Kurikulum Merdeka Dengan Esensi Pendidikan Agama Islam: Membentuk Siswa Berkualitas Dan Beretika," *Al-Gazali Journal of Islamic Education* 2, no. 2 (23 Desember 2023): 148–61.

<sup>15</sup> Moh Rofiki, Afifatur Rahmah, dan Nadiatur Rohmah, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal: Upaya Peningkatan Kuantitas Santri Di Era 4.0," *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 5, no. 6 (7 Desember 2024): 7629–39, <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i6.2247>.

<sup>16</sup> Agus Priyatno, *Transformasi Manajemen Pesantren Penghafal Al-Qur'an di Pesantren Yanbu'ul Qur'an Kudus* (Penerbit A-Empat, 2020).

<sup>17</sup> Rudy Haryanto, "Strategi Pemasaran Bank Syari'ah Melalui Pengangkatan Kiai Sebagai Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) di Madura," *KARSA Journal of Social and Islamic Culture* 24, no. 2 (1 Desember 2016): 221–36, <https://doi.org/10.19105/karsa.v24i2.889>.

minat santri baru<sup>18</sup>. Orang tua yang tidak mendapatkan informasi yang cukup mengenai pesantren, baik melalui kanal digital atau promosi lainnya, akan lebih cenderung memilih lembaga pendidikan lain yang lebih dikenal atau lebih mudah diakses.

5. Keterbatasan sumber daya dan pendanaan. Pemasaran yang tidak maksimal akan berimbas pada minimnya penerimaan santri baru<sup>19</sup>. Hal ini bisa berdampak langsung pada pendanaan pesantren yang bergantung pada jumlah santri sebagai sumber utama. Jika pesantren kesulitan memperoleh dana yang cukup, kualitas pendidikan dan fasilitas yang disediakan pun bisa terhambat.

Dengan kata lain, pesantren yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan pemasaran yang pesat saat ini berisiko kehilangan relevansi, daya saing, serta potensi untuk berkembang. Oleh karena itu, penting bagi pesantren untuk memanfaatkan teknik pemasaran yang modern dan efektif agar tetap mampu menarik perhatian masyarakat dan terus berkembang di tengah era digital yang serba cepat.

## Kesimpulan

Pelatihan Teknik Pemasaran yang Efektif di Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqo Jombang berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan yang dibutuhkan oleh para santri untuk memasarkan pesantren secara lebih efektif. Melalui metode ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi, dan praktik lapangan, peserta memperoleh wawasan mendalam tentang dasar-dasar pemasaran, strategi komunikasi, serta pemanfaatan media digital untuk promosi pesantren.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa para santri semakin percaya diri dalam mengaplikasikan teknik pemasaran, baik melalui pembuatan konten media sosial maupun pendekatan langsung kepada masyarakat. Dengan keterampilan yang diperoleh, diharapkan pesantren dapat meningkatkan citra positifnya dan menarik lebih banyak calon santri. Meskipun terdapat beberapa kendala terkait waktu dan akses teknologi, pelatihan ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan strategi pemasaran pesantren yang lebih profesional dan berbasis teknologi.

## Daftar Pustaka

- Abidin, Zainal, Segaf Baharun, dan Achmad Fauzi Hamzah. "Strategi Branding Dan Promosi Pesantren Darul Lughah Wa Da'wah Melalui Tiktok." *JMPT: Jurnal Manajemen Pendidikan Tihamah* 2, no. 01 (19 September 2024): 1–17. <https://doi.org/10.61444/jmpt.v2i01.37>.
- Ainiyah, Qurrotul, Dita Dzata Mirrota, Moch Sya'roni Hasan, Julianne Kamelia Riza, dan Ahmad Budiyono. "Pendampingan Peningkatan Pemahaman Dan Praktik Ibadah Santri Melalui Kajian Kitab Sulam At-Taufiq Di Pondok Pesantren Al Urwatul Wutsqo Jombang." *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (2 Februari 2025): 34–43. <https://doi.org/10.54437/annafah.v3i1.1945>.
- Azizah, Mar'atul, Moch Sya'roni Hasan, Ahmad Budiyono, Akhmad Sirojuddin, dan Ainur Rofiq. "Pelatihan Metode Pembelajaran Aktif, Inovatif Dan Menyenangkan Untuk Guru MI Bahrul

---

<sup>18</sup> Zikri Fachrul Nurhadi dkk., "Makna Pesan Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Santri Di Era Transformasi Digital," *Jurnal Common* 6, no. 1 (30 Juni 2022): 97–115, <https://doi.org/10.34010/common.v6i1.7537>.

<sup>19</sup> Zuhriyo Dwi yazid Zamakhsyah dan Supriyanto Supriyanto, "Peran Humas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru," *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 25 Agustus 2020, 332–43.

- Ulum Nataan Gedong Boyountung Lamongan." *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (5 Februari 2024): 39–48. <https://doi.org/10.54437/annafah.v2i1.1500>.
- Azizah, Rahma Nanda Nur, Mutiatas Sofiah, dan Luat Happyana. "Pemasaran Digital Sebagai Katalis Perubahan: Inovasi Dalam Membangun Ketahanan Pesantren." *Jurnal Bintang Manajemen* 2, no. 3 (3 Agustus 2024): 29–40. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i3.3257>.
- Bahtiar, Yuyun, Iin Baroroh Ma'arif, Nurul Afidah, Luluk Choirun Nisa Nur, dan Ulfa Wulan Agustina. "Peran Pemuda Dalam Pengembangan Pemasaran Digital Terhadap UMKM Desa Sidomulyo." *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (5 Februari 2024): 20–28. <https://doi.org/10.54437/annafah.v2i1.1364>.
- Fethullah, Gulen. "Education from cradle to grave - Fethullah Gülen's Official Web Site." Diakses 28 Mei 2019. <https://fgulen.com/en/fethullah-gulens-works/toward-a-global-civilization-of-love-and-tolerance/education/25271-education-from-cradle-to-grave>.
- Fifi, Nofiaturrehman. "Model Pendidikan Karakter di Pesantren (Studi Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak dan Muallimin Muallimat Yogyakarta)." Doctoral, UIN Sunan Kalijaga, 2015. <http://digilib.uin-suka.ac.id/23812/>.
- Firdaus, Muhammad Irkham, Satrio Pamungkas Adityo P, Muhammad Arsyad Slamet, Ahmad Fathullah Ramadhan, Faiz Mustafa Aziz, Khuza Tri Wahyu, Muhammad Hilmi Naufal, Muhammad Husayn Farroby, In'amul Fadholis Naini, dan Aulia Dian S. Habrianto. "Pengembangan Marketing Budidaya Jamur Dengan Cara Branding Melalui Tiktok Di Desa Prajegan Ponorogo." *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (26 Juli 2024): 92–102. <https://doi.org/10.54437/annafah.v2i2.1570>.
- Haryanto, Rudy. "Strategi Pemasaran Bank Syari'ah Melalui Pengangkatan Kiai Sebagai Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) di Madura." *KARSA Journal of Social and Islamic Culture* 24, no. 2 (1 Desember 2016): 221–36. <https://doi.org/10.19105/karsa.v24i2.889>.
- Lickona, Thomas. *Educating for Character: How Our Schools Can Teach Respect and Responsibility*. New York: Bantam Books, 2009.
- Liriwati, Fahrina Yustiasari, Muhammad Ilyas, Mulyadi Mulyadi, Abdul Syahid, dan Kafrawi Kafrawi. "Harmonisasi Kurikulum Merdeka Dengan Esensi Pendidikan Agama Islam: Membentuk Siswa Berkualitas Dan Beretika." *Al-Gazali Journal of Islamic Education* 2, no. 2 (23 Desember 2023): 148–61.
- Ma'arif, Muhammad Anas, dan Ari Kartiko. "Fenomenologi Hukuman di Pesantren : Analisis Tata Tertib Santri Pondok Pesantren Daruttaqwa Gresik." *Nadwa* 12, no. 1 (22 Juni 2018): 181–96. <https://doi.org/10.21580/nw.2018.12.1.1862>.
- Mainaki, Taufik Ruudyan, Diah Fitriyani, Resti Indah Puspita Sari, Ira Nur Afifa, Diana Sri Murniati, Zumrotul Aulia, Zaid Raihan Alamsyah, dkk. "Optimalisasi Pengajian Rutin Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Banjarsari Kec. Enggano Kab. Bengkulu Utara." *An Nafah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (30 Januari 2025): 24–33. <https://doi.org/10.54437/annafah.v3i1.1772>.
- Ngongo, Verdinandus Lelu, Taufiq Hidayat, dan Wiyanto Wiyanto. "Pendidikan Di Era Digital." *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 30 Juli 2019. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Prosidingpps/article/view/3093>.
- Nurhadi, Zikri Fachrul, Ummu Salamah, Muhammad Ilham Fadhilah, dan Yuni Dahlia Yosepha Mogot. "Makna Pesan Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Santri Di Era Transformasi Digital." *Jurnal Common* 6, no. 1 (30 Juni 2022): 97–115. <https://doi.org/10.34010/common.v6i1.7537>.

**Sunardi, dkk.**

Pelatihan dan Pendampingan Teknik Pemasaran yang Efektif pada ISMA'U Nusa Tenggara Barat...

Priyatno, Agus. *Transformasi Manajemen Pesantren Penghafal Al-Qur'an di Pesantren Yanbu'ul Qur'an Kudus*. Penerbit A-Empat, 2020.

Rofiki, Moh, Afifatur Rahmah, dan Nadiatur Rohmah. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal: Upaya Peningkatan Kuantitas Santri Di Era 4.0." *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 5, no. 6 (7 Desember 2024): 7629-39. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i6.2247>.

Sibron, A., Zainal Berlian, dan Ahmad Zainuri. "The Information on Islamic Education Marketing Services at MA Pondok Pesantren Ash-Shiddiqiyah Rantau Kasih Musi Banyuasin." *TOFEDU: The Future of Education Journal* 3, no. 5 (13 Desember 2024): 1526-32. <https://doi.org/10.61445/tofedu.v3i5.274>.

Solechan, Solechan, Zahrotun Ni'mah Afif, Beny Sintasari, Mar'atul Azizah, dan Ainur Rofiq. "Pelatihan Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Tim Marketing Mahasiswa." *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (20 Januari 2025): 1-10. <https://doi.org/10.54437/annafah.v3i1.1844>.

Solechan, Solechan, Zahrotun Ni'mah Afif, Sunardi Sunardi, Binti Masrufa, dan Ainur Rofiq. "Pelatihan Dan Pendampingan Tentang Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kompetensi Guru Bidang Profesional Di SMA Primaganda Jombang." *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (10 September 2023): 135-46. <https://doi.org/10.54437/annafah.v1i2.1269>.

Tiarani, Nurfrida Aulia, dan Rahmi Hidayati. "Integrasi Pelatihan Dalam Pendidikan NonFormal Dalam Magang Untuk Pengembangan Profesional: Studi Kasus BKD Provinsi Banten." *AMANAH: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 2, no. 2 (3 November 2024): 86-91. <https://doi.org/10.70451/amanah.v2i2.197>.

Zamakhsyah, Zuhriyo Dwi yazid, dan Supriyanto Supriyanto. "Peran Humas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru." *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 25 Agustus 2020, 332-43.