



PELATIHAN STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK UNGGULAN DI KOPERASI PONDOK PESANTREN NURILA, MADURA

Oleh

Siti Rahayu Nadhiroh¹, Aisyah Dewi Muthi'ah², Diansanto Prayoga³, Shella Putri Ferari⁴, Wadi'ah Hasna Nurramadhani⁵

^{1,3,4,5}Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga

²Fakultas Teknologi Maju dan Multidisiplin, Universitas Airlangga

E-mail: ¹sitinadhiroh@fkm.unair.ac.id, ²aisyahdm@stmm.unair.ac.id,

³diansantoprayoga@fkm.unair.ac.id, ⁴shella.putri.ferari-2019@fkm.unair.ac.id,

⁵wadiah.hasna.nurramadhani-2019@fkm.unair.ac.id

Article History:

Received: 01-08-2021

Revised: 16-09-2021

Accepted: 28-09-2021

Keywords:

*koppontren; pemasaran;
produk unggulan;
community development*

Abstract: *Koppontren (Koperasi pondok pesantren) merupakan lembaga yang didirikan agar pesantren menjadi lembaga yang swadaya. Lembaga ini memiliki peran penting terutama untuk pesantren yang memungut iuran kepada santri jauh di bawah standar biaya yang sesuai disebabkan oleh latar ekonomi santri yang berada di garis kemiskinan. Namun, banyak dari koppontren yang belum mampu menunjukkan performa sesuai yang diharapkan. Salah dua sebabnya adalah tidak adanya produk unggulan dan minimnya pengetahuan pengurus tentang strategi pemasaran produk. Program pengabdian masyarakat yang dijalankan ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dasar tentang pengembangan produk unggulan dan startegi pemasaran produk serta pengurusan ijin produk. Melalui kegiatan ini, peserta mampu memahami cara terbaik dalam memasarkan produk dan menghasilkan ide-ide produk unggulan yang akan dikembangkan pada koperasi pesantren tersebut. Selain itu peserta memahami prosedur dan persyaratan yang dibutuhkan untuk mengurus ijin produk.*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beberapa produk budaya dalam hal lembaga pendidikan agama Islam, yang tertua dan turut berperan besar terhadap perkembangan bangsa ialah Pondok Pesantren¹. Umumnya lembaga ini memiliki asrama sebagai tempat tinggal peserta didik yang disebut santri, dan pada lembaga itulah santri dididik pengetahuan dan karakter keagamaannya. Selain keilmuan agama, banyak pondok pesantren saat ini juga telah memiliki lembaga pendidikan formal di lingkungannya.

¹ "Definisi Pesantren", Rumah Belajar, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, diakses 20 September 2021, <https://petabudaya.belajar.kemdikbud.go.id/Repositorys/pesantren/>



Salah satu daerah yang memiliki banyak sekali pondok pesantren adalah pulau Madura. Berdasarkan catatan kemenag tahun 2019, di kabupaten Bangkalan sendiri memiliki 110 lembaga, kabupaten Sampang 291 lembaga, Pamekasan 199 lembaga dan Sumenep 161 lembaga². Sehingga, Pulau Madura tercatat memiliki setidaknya 761 lembaga pondok pesantren².

Selain dikenal memiliki banyak lembaga pondok pesantren, Pulau Madura juga dikenal memiliki angka kemiskinan yang cukup besar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2020, Kab. Sampang memiliki tingkat kemiskinan tertinggi di Jawa Timur dengan total angka kemiskinan sebesar 20,78% dibandingkan total penduduk. Kabupaten lain di Pulau Madura pun memiliki tingkat kemiskinan yang cukup tinggi. Kab. Bangkalan sebesar 20,56%, Kab. Sumenep 20.18%, dan Kab. Pamekasan sebesar 14.6%³.

Angka kemiskinan yang tinggi ini menyebabkan banyak pondok pesantren di pulau Madura yang memungut iuran jauh di bawah standar biaya atau bahkan tidak menarik biaya sama sekali karena ketidakmampuan para santri untuk membayar sesuai dengan standar biaya. Kondisi semacam ini menjadikan kehadiran koperasi pondok pesantren (Koppontren) menjadi krusial agar pondok pesantren mampu mandiri secara keuangan dan hidup sejahtera.

Salah satu pondok pesantren (ponpes) yang menerapkan iuran yang sangat murah kepada para santri adalah pondok pesantren addhimiati nurul iman yang berlokasi di desa sukolilo barat kab. Bangkalan. Ponpes ini memiliki koppontren yang bernama nurul iman. Sayangnya koppontren ini belum dapat menjadi sumber kemandirian ponpes secara keuangan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pengurus koppontren dan tinjauan lapangan ditemukan beberapa pokok permasalahan dengan detail sebagai berikut

- a. Produk : belum dimilikinya produk unggulan yang menjadi khas pesantren atau khas daerah.
- b. Proses produksi : seluruh proses produksi masih dilakukan secara manual karena permintaan yang cenderung tidak menentu.
- c. Strategi pemasaran : saat ini koppontren belum memiliki strategi pemasaran yang baik. Produk koppontren hanya dapat dibeli dengan datang ke pesantren
- d. Perijinan : koppontren Nurila belum memiliki perijinan untuk produk mereka seperti PIRT dan Halal. Pengurus belum memiliki wawasan mengapa perijinan penting dan bagaimana cara mendapatkannya.

METODE

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini melibatkan tim gabungan dari Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga dan Fakultas Teknologi Maju dan Multidisiplin Universitas Airlangga. Program ini berlokasi di pondok pesantren Addhimiati Nurul Iman yang terletak di desa Sukolilo Barat, Kecamatan Labang, Kabupaten Bangkalan.

Program ini dijalankan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama ialah pengamatan dan wawancara, wawancara dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat kepada pengurus koppontren Nurila. Dari hasil wawancara tersebut diketahui ada 4 pokok

² "Statistik Data Pondok Pesantren", Pangkalan Data Pondok Pesantren, Kementerian Agama, diakses 20 September 2021, <https://ditpdpontren.kemenag.go.id/pdpp/statistik?id=35>

³ "Sampang miliki angka kemiskinan tertinggi di Madura", Antara News, diakses 20 September 2021, <https://www.antaraneews.com/berita/2050930/sampang-miliki-angka-kemiskinan-tertinggi-di-madura>



permasalahan seperti yang telah disebutkan pada bagian pendahuluan yakni pemasaran, produk, proses produksi dan perijinan. Kemudian tim melakukan diskusi dan memutuskan untuk focus pada 3 masalah utama yakni masalah produk, pemasaran, dan perijinan.

Tahapan selanjutnya ialah mencari mitra pelaksana yaitu lembaga Fatayat NU kecamatan Labang dan pembuatan proposal pengajuan dana. Setelah proposal disetujui oleh pihak LPPM Universitas Airlangga, tim segera melaksanakan rapat secara daring dengan tim pengurus kopontren dan pihak Muslimat untuk perencanaan pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Hasil diskusi tersebut menyatakan bahwa program pelatihan sebaiknya dilaksanakan secara luring mengingat keterbatasan literasi teknologi dan ketebatasan sinyal yang dimiliki oleh para peserta pelatihan. Ada 3 poin utama mengenai rancangan solusi untuk 3 permasalahan utama yang ingin diselesaikan oleh tim pengabdian masyarakat

- a. Produk : untuk belum adanya produk unggulan, tim pengabdian masyarakat melakukan pengembangan resep coklat kelor untuk dapat menjadi ide produk kekhasan bagi kopontren.
- b. Strategi pemasaran : tim memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran produk
- c. Perijinan : tim memberikan pelatihan mengenai perijinan PIRT.

HASIL

Kegiatan program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Agustus hingga September tahun 2021. Selain diskusi awal dengan pihak mitra yaitu kopontren Nurila dan Fatayat NU kecamatan Labang, pihak tim PKM Universitas Airlangga melakukan percobaan pengembangan resep coklat kelor dan ide cetakan coklatnya.

Pembuatan coklat kelor ini dilakukan pada bulan Agustus. Beberapa kali percobaan dilakukan dengan berbagai jenis coklat dan kombinasi dengan jumlah kelornya agar dihasilkan warna, tekstur, dan rasa yang pas. Dari hasil percobaan, diketahui bahwa bahan yg dibutuhkan untuk membuat coklat kelor hanya 2 yaitu coklat dan bubuk kelor. Sedangkan jenis kelor yang cocok agar teksturnya lebih pas adalah jenis coklat milk compound. Selain pengembangan resep, tim juga mencoba memunculkan ide logo untuk cetakan coklat yang tepat agar menarik pasaran.



Gambar 1. Coklat kelor yang telah dicetak



Kemudian, tim melakukan persiapan untuk pelaksanaan pelatihan strategi pemasaran dan pengurusan perijinan. Pelatihan ini sendiri dilaksanakan pada tanggal 12 september 2021 bertempat di aula pondok pesantren. Acara ini dihadiri oleh pengurus koppontren, pengurus Fatayat NU kecamatan Labang, perwakilan santri dan kepala desa Sukolilo Barat.



Gambar 2. Pelatihan strategi pemasaran dan pengembangan produk

Pelatihan ini diawali dengan pemberian pretest kepada para peserta terkait dengan materi strategi pemasaran. Kemudian acara dilanjutkan dengan pemberian materi strategi pemasaran yang diisi oleh pihak tim pengabdian masyarakat. Setelah selesai, dilaksanakan post test. Materi ini berisi tentang bagaimana memilih jenis produk yang tepat sesuai dengan target pelanggan. Selain itu, materi juga berisi tentang cara promosi produk yang sudah harus mulai menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Tiktok. Sedangkan untuk media penjualan harus mulai menggunakan marketplace seperti Tokedia, Bukalapak, dan Shopee untuk menjangkau calon pelanggan yang memiliki lokasi lebih jauh. Pemateri juga memberikan contoh bagaimana memilih nama merk yang mudah unik, mudah diingat, dan menjual. Selain itu, peserta juga diharapkan untuk membuat tagline juga untuk produknya.

Kemudian, acara dilakukan dengan demo pembuatan coklat kelor oleh pihak tim pengabdian. Demo ini dimulai dengan pemutaran video proses pembuatan yang telah dipersiapkan. Kemudian ditunjukkan secara langsung proses pembuatannya. Setelah itu peserta mencoba rasanya dan melakukan tanya jawab.



Gambar 3. Demo pembuatan coklat kelor



Berdasarkan hasil pendataan sesudah dilakukan penyuluhan terhadap 25 peserta. Diketahui bahwa kebanyakan peserta menanyakan mengenai bagaimana kalimat promosi yang menarik, kapan waktu yang tepat untuk mempromosikan produk, dan cara pengemasan produk agar lebih menarik.

Peserta merasa puas dengan diadakannya pelatihan oleh pihak pengabdian masyarakat dan meminta untuk diadakan pendampingan yang lebih mendetil untuk pengurusan proses perijinan produk

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut

- a. Produk unggulan yang diusulkan dari tim pengabdian masyarakat adalah coklat kelor. Hal ini didukung dengan banyaknya tumbuhan kelor yang ada di pulau Madura, sehingga bahan-bahannya lebih mudah didapat
- b. Pemasaran produk diarahkan oleh tim pengabdian masyarakat untuk mulai menggunakan media social seperti facebook, whatsapp, tiktok, Instagram, dan lain-lain. Sedangkan media penjualannya sudah harus menggunakan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.
- c. Perijinan produk penting agar pelanggan yakin bahwa produk yang dijual aman.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Program Pengabdian Masyarakat ini sepenuhnya didanai oleh Universitas Airlangga melalui skema hibah pengabdian masyarakat internal tahun 2021

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aziz, Abc. 2021. Sampang miliki angka kemiskinan tertinggi di Madura. Antara News. 18 Maret. <https://www.antaraneews.com/berita/2050930/sampang-miliki-angka-kemiskinan-tertinggi-di-madura> (diakses 20 September 2021)
- [2] Pangkalan Data Pondok Pesantren. 2020. Statistik Data Pondok Pesantren. Kementerian Agama. <https://ditpdpontren.kemenag.go.id/pdpp/statistik?id=35> (diakses 20 September 2021)
- [3] Rumah Belajar. nd. Definisi Pesantren. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, <https://petabudaya.belajar.kemdikbud.go.id/Repositorys/pesantren/> (, diakses 20 September 2021)



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN