



Pemberdayaan Pesantren melalui Pelatihan Digital Marketing dan Literasi Bahasa Inggris berbasis *Experiential Learning* di Pesantren Yatama Waddhuafa Ni'matul Iman

Hanif Fadlurohman Qusoyi¹, Nadaa Fitria Salwa², Eva Nurcahyani³, Riska Lutviana⁴,
Yayuk Hapsari Sulistyorini⁵, Dewi Nurjannah⁶

Universitas Muhammadiyah Malang^{1,2,3,4,5,6}

Email: hanifqusoyi@webmail.umm.ac.id¹
nadaafitriasalwa.nfs@gmail.com²
evanurcahyani@webmail.umm.ac.id³
lutvianariska@webmail.umm.ac.id⁴
yayuksulistyorini@webmail.umm.ac.id⁵
dewi_n@umm.ac.id⁶

P-ISSN : 2745-7796

E-ISSN : 2809-7459

Abstrak. Laporan kegiatan ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan melalui pelatihan digital marketing dan literasi bahasa Inggris dalam meningkatkan kapasitas pengelola serta santri di Pesantren Yatama Waddhuafa' Ni'matul Iman, Kabupaten Malang. Program tersebut merupakan implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada bidang pengabdian kepada masyarakat, dengan menerapkan pendekatan *experiential learning* yang menekankan proses belajar melalui pengalaman dan praktik langsung. Laporan kegiatan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi dan evaluasi terhadap hasil pelatihan. Kegiatan melibatkan 10 peserta yang terdiri atas pengelola pesantren dan santri pada pelatihan digital marketing, serta 15 santri pada pelatihan literasi bahasa Inggris. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan kompetensi peserta dalam membuat dan mengelola akun media sosial, menghasilkan konten digital serta menyusun *content plan* sebagai media promosi dan komunikasi pesantren. Di sisi lain, pelatihan literasi bahasa Inggris berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan komunikasi dasar peserta, terutama dalam memperkenalkan diri (*self-introduction*), penguasaan kosakata dasar dan percakapan sederhana sehari-hari. Temuan kegiatan juga mengindikasikan bahwa pendekatan *experiential learning* efektif dalam mengembangkan keterampilan praktis peserta karena memberikan kesempatan untuk belajar melalui pengalaman nyata. Secara keseluruhan, program pemberdayaan ini berhasil meningkatkan kapasitas digital dan kemampuan komunikasi peserta, sekaligus menghasilkan luaran yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk mendukung pengembangan pesantren.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, digital, marketing, literasi bahasa Inggris, experiential learning, pesantren.

<http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/aujpsi>

DOI : <https://doi.org/10.55623>

Pemberdayaan Pesantren melalui Pelatihan Digital Marketing dan Literasi Bahasa Inggris berbasis Experiential Learning di Pesantren Yatama Waddhuafa Ni'matul Iman

Hanif Fadlurohman Qusoyi, Nadaa Fitria Salwa, Eva Nurcahyani, Riska Lutviana, Yayuk Hapsari Sulistyorini, Dewi Nurjannah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara organisasi berinteraksi, berkomunikasi dan membangun hubungan dengan masyarakat. Kemajuan yang efektif untuk memperluas penyebaran informasi, memperkuat citra organisasi, serta meningkatkan keterlibatan publik (Dwivedi et al., 2021). Bagi lembaga sosial seperti pesantren, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi kegiatan, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan masyarakat dan memperluas jaringan pendukung maupun donatur.

Namun demikian, pemanfaatan teknologi digital di berbagai lembaga sosial masih menghadapi sejumlah kendala. Salah satu contohnya adalah Pesantren Yatama Waddhuafa' Ni'matul Iman yang berlokasi di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Meskipun memiliki potensi yang besar untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik, pesantren ini masih menghadapi keterbatasan dalam aspek pengetahuan dan keterampilan digital marketing. Kondisi tersebut menyebabkan berbagai program dan aktivitas pesantren belum tersampaikan secara maksimal kepada masyarakat luas.

Di samping itu, tantangan lain yang dihadapi adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam menghadapi tuntutan globalisasi. Kemampuan berbahasa Inggris menjadi salah satu kompetensi paling penting yang perlu dimiliki karena dapat mendukung akses terhadap pendidikan, informasi dan peluang kerja yang lebih luas. Akan tetapi, tingkat literasi bahasa Inggris santri masih tergolong rendah, sementara proses pembelajaran yang diterapkan cenderung bersifat konvensional sehingga kurang mampu menciptakan pengalaman belajar yang aktif dan menarik.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan digital

marketing dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan penguatan citra lembaga pendidikan maupun lembaga sosial (Adha et al., 2024; Candra et al., 2021). Selain itu, pendekatan experiential learning juga terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta melalui pengalaman belajar secara langsung (A. Y. Kolb & Kolb, 2005). Meskipun demikian, kajian maupun program pemberdayaan yang mengintegrasikan pelatihan digital marketing dan literasi bahasa Inggris dalam satu kegiatan berbasis praktik masih relatif terbatas.

Nilai kebaruan laporan kegiatan ini terletak pada penggabungan dua aspek pengembangan kapasitas, yaitu digital marketing dan literasi bahasa Inggris, yang dilaksanakan secara terpadu dengan pendekatan experiential learning. Program yang dijalankan tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga menghasilkan luaran yang nyata berupa akun media sosial aktif, konten digital yang siap dipublikasikan serta peningkatan kemampuan komunikasi dasar bahasa Inggris peserta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, laporan kegiatan ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas pelaksanaan pelatihan digital marketing dan literasi bahasa Inggris dalam meningkatkan kapasitas pengelola pesantren dan santri melalui penerapan pendekatan experiential learning.

METODE

Laporan kegiatan ini menggunakan metode dekriptif kualitatif untuk menggambarkan secara sistematis proses pelaksanaan serta hasil kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan. Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 26 April 2026 dan 3 Mei 2026 di Pesantren Yatama Waddhuafa' Ni'matul Iman yang berlokasi di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Partisipan dalam kegiatan ini terdiri atas dua kelompok peserta. Kelompok pertama

Pemberdayaan Pesantren melalui Pelatihan Digital Marketing dan Literasi Bahasa Inggris berbasis Experiential Learning di Pesantren Yatama Waddhuafa Ni'matul Iman

Hanif Fadlurohman Qusoyi, Nadaa Fitria Salwa, Eva Nurcahyani, Riska Lutviana, Yayuk Hapsari Sulistyorini, Dewi Nurjannah

adalah 10 orang pengelola pesantren dan santri yang mengikuti pelatihan digital marketing, sedangkan kelompok dua terdiri atas 15 santri tingkat Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang mengikuti pelatihan literasi bahasa Inggris.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi serta evaluasi terhadap hasil kegiatan pelatihan. Pelaksanaan program diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan (diagnosis) untuk mengetahui kondisi awal peserta, dilanjutkan dengan tahap intervensi berupa pelatihan berbasis praktik, dan diakhiri dengan tahap evaluasi untuk menilai capaian program. Materi pelatihan digital marketing meliputi pembuatan akun media sosial, pengembangan konten digital, teknik copywriting sederhana, serta penyusunan content plan. Sementara itu, pelatihan literasi bahasa Inggris mencakup materi greeting, self-introduction, daily conversation, dan penguasaan vocabulary dasar.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Analisis tersebut dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas program pemberdayaan dalam meningkatkan kapasitas digital dan kemampuan komunikasi peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelatihan Digital Marketing

Pelaksanaan pelatihan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai media sosial sebagai media promosi dan komunikasi publik pesantren. Seluruh peserta mampu mengikuti setiap tahapan pelatihan, mulai dari pembuatan akun media sosial hingga praktik penyusunan konten digital yang relevan dengan kebutuhan lembaga.

Hasil kegiatan menunjukkan beberapa capaian utama, yaitu terbentuknya akun email resmi pesantren sebagai sarana komunikasi formal, pembuatan akun Instagram dan TikTok sebagai media publikasi digital, tersusunnya konten digital sederhana yang siap dipublikasikan, serta penyusunan content plan yang dapat digunakan sebagai pedoman pengelolaan media sosial secara berkelanjutan.

Selain menghasilkan luaran yang bersifat konkret, pelatihan ini juga meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknik dasar pengambilan foto dan video, penyusunan caption yang menarik, serta pentingnya menjaga konsistensi dalam mengelola dan memperbarui konten media sosial.

Hasil Pelatihan Literasi Bahasa Inggris

Pelatihan literasi bahasa Inggris menunjukkan hasil yang cukup menggembirakan dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dasar peserta. Setelah mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta mampu memperkenalkan diri menggunakan bahasa Inggris sederhana serta memahami penggunaan kosakata dasar yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari.

Pelatihan literasi bahasa Inggris menunjukkan hasil yang cukup menggembirakan dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dasar peserta. Setelah mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta mampu memperkenalkan diri menggunakan bahasa Inggris sederhana serta memahami penggunaan kosakata dasar yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan experiential learning merupakan metode yang efektif dalam mendukung pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Menurut D. A. Kolb (1984), proses belajar yang melibatkan pengalaman langsung memungkinkan peserta

Pemberdayaan Pesantren melalui Pelatihan Digital Marketing dan Literasi Bahasa Inggris berbasis Experiential Learning di Pesantren Yatama Waddhuafa Ni'matul Iman

Hanif Fadlurohman Qusoyi, Nadaa Fitria Salwa, Eva Nurcahyani, Riska Lutviana, Yayuk Hapsari Sulistyorini, Dewi Nurjannah

memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan pembelajaran yang hanya berfokus pada penyampaian teori. Efektivitas pendekatan tersebut terlihat dari kemampuan peserta dalam menghasilkan luaran nyata dan mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan.

Pada pelatihan digital marketing, keberhasilan peserta dalam membuat akun media sosial, mengembangkan konten digital, serta menyusun content plan menunjukkan bahwa metode learning by doing mampu meningkatkan kompetensi digital secara efektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dwivedi et al. (2021) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan komunikasi organisasi serta meningkatkan efektivitas penyebaran informasi kepada masyarakat.

Keberhasilan pembentukan akun media sosial aktif juga mendukung penerapan konsep social marketing yang dikemukakan oleh Kotler & Zaltman (1971). Melalui media sosial, pesantren memiliki peluang yang lebih besar untuk menyampaikan berbagai program sosial, memperluas jaringan donatur, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam mendukung kegiatan yang dijalankan oleh lembaga.

Sementara itu, hasil pelatihan literasi bahasa Inggris menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan kemampuan komunikasi dasar peserta secara lebih efektif dibandingkan metode pembelajaran yang bersifat konvensional. Kesempatan untuk berlatih secara langsung dalam situasi yang mendekati kondisi nyata membantu peserta memahami penggunaan bahasa Inggris dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini mendukung pendapat Shore & Dinning (2023) yang menyatakan bahwa experiential learning berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan praktis, kepercayaan diri, dan

kesiapan individu dalam menghadapi berbagai situasi nyata.

Lebih lanjut, program ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kompetensi individu, tetapi juga mencerminkan implementasi teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan penguatan kapasitas, kemandirian, dan partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan (Zimmerman, 2000). Melalui kegiatan ini, pengelola pesantren memperoleh kemampuan yang dapat dimanfaatkan secara mandiri untuk mengelola media sosial dan mengembangkan komunikasi publik secara berkelanjutan.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi pelatihan digital marketing dan literasi bahasa Inggris dalam satu program pemberdayaan berbasis experiential learning. Integrasi tersebut menghasilkan luaran yang bersifat praktis sekaligus berkelanjutan, sehingga dapat menjadi model alternatif dalam pengembangan kapasitas lembaga sosial dan pendidikan berbasis komunitas. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemberdayaan masyarakat yang lebih holistik dengan menggabungkan peningkatan kompetensi digital dan kemampuan komunikasi sebagai modal penting dalam menghadapi tantangan era global dan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi program, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan digital marketing dan literasi bahasa Inggris yang dilaksanakan di Pesantren Yatama Waddhuafá' Ni'matul Iman memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas peserta. Pelatihan digital marketing berhasil meningkatkan kemampuan pengelola pesantren dan santri dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi publik. Hal tersebut ditunjukkan dengan terbentuknya akun media sosial resmi pesantren, tersusunnya konten digital yang siap

Pemberdayaan Pesantren melalui Pelatihan Digital Marketing dan Literasi Bahasa Inggris berbasis Experiential Learning di Pesantren Yatama Waddhuafa Ni'matul Iman

Hanif Fadlurohman Qusoyi, Nadaa Fitria Salwa, Eva Nurcahyani, Riska Lutviana, Yayuk Hapsari Sulistyorini, Dewi Nurjannah

dipublikasikan, serta adanya content plan yang dapat digunakan sebagai panduan pengelolaan media sosial secara berkelanjutan. Di sisi lain, pelatihan literasi bahasa Inggris mampu meningkatkan kemampuan komunikasi dasar santri, terutama dalam memperkenalkan diri, menggunakan kosakata dasar, dan melakukan percakapan sederhana dalam kehidupan sehari-hari. Temuan kegiatan juga menunjukkan bahwa penerapan pendekatan experiential learning efektif dalam meningkatkan keterampilan praktis peserta karena memberikan kesempatan untuk belajar melalui pengalaman langsung sehingga menghasilkan luaran yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

Untuk menjaga keberlanjutan manfaat program, pengelola pesantren disarankan untuk mengelola media sosial secara konsisten dengan mengikuti content plan yang telah disusun selama pelatihan. Selain itu, diperlukan program pendampingan lanjutan yang berfokus pada penguatan strategi digital branding, content marketing, dan optimalisasi media sosial agar jangkauan informasi serta keterlibatan masyarakat dapat terus meningkat. Dalam aspek literasi bahasa Inggris, kegiatan pembelajaran sebaiknya dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih variatif dan tingkat kesulitan yang disesuaikan dengan perkembangan kemampuan peserta. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) guna memperoleh pengukuran yang lebih objektif terkait efektivitas program melalui analisis statistik yang lebih komprehensif. Dengan demikian, hasil kegiatan di masa mendatang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih kuat terhadap pengembangan model pemberdayaan masyarakat berbasis peningkatan kompetensi digital dan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, R., Permatasari, N. T., & Mudzakkir, M. (2024). Pelatihan Digital Marketing, Penerapan Digital Marketing Pada Pemasaran Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1). <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i1.773>
- Candra, A. I., Hendy, H., Pratikto, H., Gunarto, A., & Sumargono, S. (2021). Digital Marketing untuk Kewirausahaan Pesantren di Masa Pandemi COVID-19. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i1.2586>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2005). Learning styles and learning spaces: Enhancing experiential learning in higher education. *Academy of Management Learning and Education*, 4(2). <https://doi.org/10.5465/AMLE.2005.17268566>
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development*. Prentice Hall, Inc., (1984). <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4>
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social marketing: an approach to planned social change. *Journal of Marketing*, 35(3). <https://doi.org/10.2307/1249783>
- Shore, A., & Dinning, T. (2023). Developing student's skills and work readiness: an experiential learning framework. *Journal of Work-Applied Management*, 15(2). <https://doi.org/10.1108/JWAM-02-2023-0016>
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment Theory BT - *Handbook of Community Psychology*. Handbook of Community Psychology.