

PEMASARAN EFEKTIF DAN EFISIEN:

Pemberdayaan terhadap Pengembangan Kualitas Asset SDM Santri pada Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dalam Memasarkan Hasil Kreatifitas Santri secara Efektif dan Efisien

Alfian Izzat El Rahman
Institut Agama Islam (IAI) Al-Qodiri Jember
Email: alfianizzat93@gmail.com

ABSTRAK

Pemberdayaan ini bertujuan memberikan pendampingan kepada Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember agar santri mampu mengembangkan pemasaran produk kreatifitas santri dengan tujuan produk-produk hasil kreatifitas santri bisa *go public* dan diterima oleh masyarakat umum. Proses pemberdayaan ini menggunakan pendekatan ABCD. Berdasarkan hasil pemberdayaan di Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dengan menggunakan metode *Asset Based Community Development (ABCD)* dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas SDM santrri komunitas Santripreneur pada aspek pemahan dan penerapan pemasaran yang efektif dan efisien tidak akan berhasil jika tidak ada kerjasama dan partisipasi aktif dari subjek pendampingan, masyarakat terutama masyarakat sekitar. asosiasi-asosiasi dan institusi yang berkaitan dengan komunitas santripreneur serta para donatur yang telah menyumbang dengan ikhlas untuk pelaksanaan program ini di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Pelaksanaan pemberdayaan berjalan dengan optimal karena pemberdayaan ini menghasilkan pengembangan kualitas asset SDM santri komunitas santripreneur dalam menerapkan pemasaran yang efektif dan efisien dalam memasarkan produknya. Temuan berikutnya menunjukkan bahwa pemberdayaan yang telah dilakukan di komunitas ini ternyata berdampak pada penambahan wawasan santri akan kata-kata atau kalimat yang dapat menarik minat calon konsumen terhadap produk mereka, sehingga menyebabkan pola pemasaran mereke menjadi lebih inovatof dan variatif.

Keyword: Pemasaran, Efektif, Efisien

PENDAHULUAN

1. Isu dan Fokus Pemberdayaan

Bisnis dengan segala bentuknya tanpa kita sadari telah terjadi dan menyelimuti aktifitas dan kegiatan kita setiap harinya, bisnis terdiri dari semua aktifitas yang bertujuan mencari laba dan perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh sebuah sistem ekonomi, bisnis dapat mendorong denyut ekonomi suatu Negara dan menyediakan berbagai sarana yang bisa memperbaiki standar kehidupan. Inti dari setiap usaha bisnis adalah pertukaran antara pembeli dan penjual.

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang cepat, mengharuskan perusahaan secara kontinyu memantau dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Perubahan harus lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan diterapkan dilapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi, serta dapat terus berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang dapat diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen, dengan tujuan untuk memperoleh laba sesuai

keinginan perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkannya.

Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perusahaan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Dalam hal ini dibutuhkan dunia bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu sasaran pasar yang dituju (*target market*), dan acuan pemasaran yang dijalankan (*marketing mix*) untuk sasaran pasar tersebut.

Strategi pemasaran merupakan pernyataan mengenai bagaimana suatu merek atau produk mencapai tujuan. Sementara itu, *Tull dan Kehle* mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variable-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi¹.

Banyak sekali permasalahan yang terjadi di tengah masyarakat tentang produknya yang tidak terjual. Begitu pula dengan hasil kreatifitas santri putra pondok pesantren Al-Qodiri Jember yang masih ingin go public dengan produk kreatifitasnya tersebut. Sebagai salah satu upaya untuk membantu produk hasil kreatifitas santri go public, maka peneliti sebagai pelaku pemberdayaan melakukan pendampingan untuk memasarkan hasil kreatifitas tersebut di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Komunitas santripreneur ini memiliki hasil kreatifitas yang bermacam-macam, antara lain adalah: hand sanitizer, sabun cuci piring, keset alas kaki, taplak dan produk kreatifitas lainnya yang dihasilkan oleh komunitas santripreneur ini. Tetapi, produk-produk hasil kreatifitas santri masih belum bias dipasarkan secara luas karena keterbatasan terhadap pemasaran. Maka dengan kenyataan ini, pendampingan dalam pemasaran produk kreatifitas santri menjadi salah satu langkah yang solutif untuk mengatasi masalah tersebut.

2. Tujuan

Dari isu dan fokus pemberdayaan tersebut, maka tujuan pemberdayaan yang akan dilakukan adalah memberikan pendampingan dalam memasarkan produk kreatifitas santri dengan tujuan produk-produk hasil kreatifitas santri bisa *go public* dan diterima oleh masyarakat umum.

¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002) hal. 6

3. Alasan Memilih Dampingan

Alasan memilih dampingan di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember karena komunitas ini membuahkan pendampingan dan pengarahan untuk mengembangkan produk dan kreatifitas santri.

4. Kondisi Subjek Pendampingan

Subjek dampingan di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember adalah santri yang ada di dalam komunitas tersebut. Kondisi yang terdapat di lapangan yaitu aspek kekurangan dalam pemasaran online yaitu terbatasnya penggunaan pengoprasian alat-alat elektronik seperti HP, laptop yang dikarnakan aktifitas pembelajaran di pondok pesantren. Kurangnya akses ke tempat bahan baku mengingat mayoritas santri berdomisili dari pondok pesantren yang mengakibatkan sempitnya ruang lingkup komunitas santri dalam mencari bahan baku dan mendapatkan inspirasi.

Salah satu kelebihan yang dimiliki komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember adalah semangat untuk mengembangkan produk kreatifitas santri. Semangat santri seperti ini akan menjadi modal untuk mengoptimalkan tujuan yang sudah ditetapkan.

5. Out Put Pendampingan yang Diharapkan

Berdasarkan realitas kondisi dampingan tersebut di atas, Pelaksanaan dampingan di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember memiliki beberapa out put yang diharapkan yaitu:

- a. Terwujudnya SDM yang berkualitas pada aspek pengetahuan dan pemahaman santri pondok peasantren Al-Qodiri Jember dalam menciptakan dan menerapkan strategi pemasaran.
- b. Terwujudnya SDM yang berkualitas pada aspek kreatifitas santri Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dalam menciptakan dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

METODE PEMBERDAYAAN

1. Strategi yang Digunakan

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk mengabdikan atau membantu masyarakat agar masyarakat memiliki kehidupan yang lebih layak. Pemberdayaan masyarakat merupakan kewajiban karena itu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian, Pengabdian). Ada beberapa metode pengabdian masyarakat yaitu Metode Konvensional, Metode *Participatory Action Research* (PAR), Metode Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya), Metode *Asset Based Community Development* (ABCD) dsb.² Pada Tahun 2020, LP3M IAI Al-Qodiri Jember menggunakan metode ABCD untuk diterapkan dalam melakukan pemberdayaan masyarakat.

Pendekatan. ABCD adalah suatu metode pengabdian yang berupaya untuk mengembangkan Komunitas Berbasis Aset (potensi), Seperti mengembangkan komunitas pendidikan, ekonomi, dan sebagainya. Ada 5 aset (potensi) yang ada di dalam ABCD yaitu: Aset Individu, Asosiasi, Institusi, Fisik atau Materi dan koneksi atau jaringan komunikasi yang luas. Dengan demikian, inti dari ABCD adalah fokusnya pada upaya untuk memberdayakan dan mengembangkan komunitas sesuai dengan asset yang sudah dimiliki baik asset Individu, Asosiasi, Institusi, Fisik atau Materi, maupun Koneksi atau

² Nurul Anam, *Buku Pedoman Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Berbasis Asset Based Community Development (ABCD) Tahun Akademik 2019/2020*. (Jember: LP3M, 2020), h. 8.

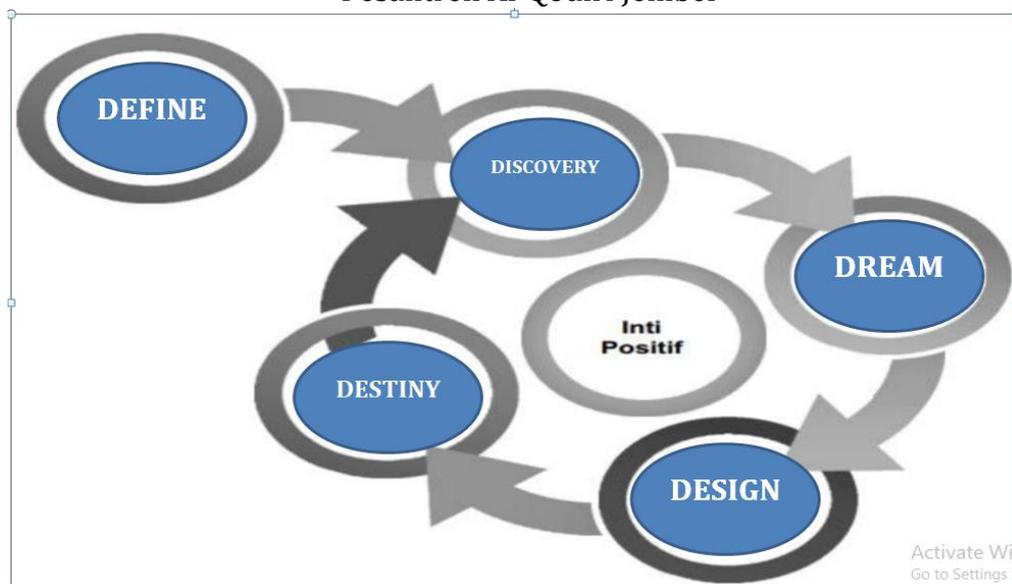
jaringan komunikasi yang luas.³ Di dalam pemberdayaan ini komunitas yang diberdayakan dan dikembangkan adalah di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Adapun asset yang dikembangkan adalah asset santri dan asset fisik atau materi.

2. Langkah-langkah Pemberdayaan

Langkah pemberdayaan yang akan dilakukan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember yaitu langkah-langkah yang sesuai dengan metode ABCD. Pendekatan berbasis ABCD merupakan sebuah filosofi perubahan positif dengan pendekatan langkah siklus 5-D, yang sudah sukses dipakai dalam program-program perubahan berskala kecil dan besar, oleh ribuan organisasi di berbagai penjuru dunia. Adapun langkah-langkah siklus 5-D yang akan diterapkan di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember diilustrasikan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Langkah-Langkah Siklus 5-D Yang Akan Diterapkan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember ⁴



Ilustrasi proses langkah-langkah atau tahapan-tahapan siklus 5-D yang digunakan oleh ABCD di atas akan dijelaskan sebagai berikut:

- Define (Menentukan)*. Pendamping atau pelaku pemberdayaan menentukan “pilihan topik” dalam melakukan pendampingan di masyarakat.⁵ Topik yang ditentukan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember adalah Pengembangan Komunitas PIAUD Menuju Lembaga yang Berkualitas di Tengah Covid-19.
- Discovery (Penemuan Mendalam)*. *Discovery* adalah Pendamping atau pelaku pemberdayaan melakukan proses pencarian yang mendalam, seperti mencari dan mengidentifikasi 5 asset yang dimiliki komunitas, masalah yang dihadapi komunitas dan sebagainya. Untuk melaksanakan dan mengoptimalkan proses

³ Ibid.

⁴ Diadopsi dari Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 3091 Tahun 2020 Tentang Paradigma Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2020, Ditetapkan di Jakarta pada tanggal 08 Juni 2020, h. 33-34.

⁵ Ibid.

discovery, maka harus digunakan berbagai metode atau alat instrumen. Adapun metode atau alat instrumen *discovery* yang dapat digunakan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember yaitu:

- 1) Penemuan Berbasis Silaturrahim (*Inquiry Based Silaturrahim*)
- 2) Pemetaan Komunitas (*Community Mapping*)
- 3) Penelusuran Wilayah (*Transect*)
- 4) Pemetaan Asosiasi dan Institusi
- 5) Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)
- 6) Aktifitas komunitas (*Leaky Bucket*)
- 7) Penentuan program bisa menggunakan skala prioritas (*Low hanging fruit*).⁶

Metode-metode atau alat-alat instrumen *discovery* di atas digunakan untuk menghasilkan proses pemetaan, menentukan program yang akan dilakukan, tujuan yang diharapkan dan desain program yang akan dilakukan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.

- c. *Dream* (Impian). *Dream* merupakan mimpi atau keinginan atau tujuan yang diharapkan komunitas dampingan dalam mengembangkan asset (potensi) komunitas. Setelah menemukan 5 asset yang dimiliki komunitas dan fokus asset yang akan dikembangkan, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan keinginan atau tujuan untuk mengembangkan asset tersebut. Langkah-langkah ini dapat dilakukan dengan cara musyawarah atau FGD antara pendamping atau pengabdian dengan komunitas dampingan. Apabila dibutuhkan, tokoh masyarakat dan elemen masyarakat lainnya juga diikutkan dalam musyawarah penentuan dream.⁷ Kegiatan perumusan tujuan ini juga akan dilakukan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.
- d. *Design* (Mendesain atau Merancang). Pada tahap *Design* ini, pendamping atau pelaku pemberdayaan dengan komunitas dampingan dan sebagainya memulai untuk merumuskan strategi, proses dan sistem, membagi peran dan tanggung jawab, membuat keputusan dan mengembangkan kolaborasi yang mendukung terwujudnya penyelesaian masalah komunitas dampingan dan perubahan yang diharapkan dari komunitas dampingan.⁸ Perumusan desain ini tidak terlepas dari hasil *define*, *discovery* dan *dream* yang sudah dilakukan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.
- e. *Deliver* atau *Destiny* (Melaksanakan dan Mengontrol atau Mengevaluasi). Di dalam tahap *deliver* atau *destiny* ini, terdapat beberapa tahapan yang akan dilakukan. Tahap *Deliver* atau *Destiny* adalah tahap di mana setiap orang dalam organisasi mengimplementasikan berbagai hal termasuk pelaksanaan dan pengontrolan atau pengevaluasian program dampingan terhadap komunitas yang sudah dirumuskan pada tahap *Dream* dan *Design*. Tahap *controlling* atau *evaluating* ini dilakukan ketika program dampingan sedang dilakukan dan telah dilakukan. Setelah tahap *Controlling* atau *Evaluating* dilakukan, maka hasil *Controlling* atau *Evaluating* dijadikan referensi atau media untuk mengembangkan program yang ada di komunitas dampingan, sehingga komunitas lebih berkembang dan maju.⁹ Tahap *deliver* ini dilakukan setelah

⁶ Nurul Anam, *Buku Pedoman Kuliah Kerja Mahasiswa...* h. 9-10.

⁷ Nurul Anam, *Buku Pedoman Kuliah Kerja Mahasiswa...* h. 10.

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

melalui proses *define, discovery, dream* dan *design* yang sudah dilakukan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.

3. Pemilihan Subjek Pemberdayaan

Pemilihan subjek pemberdayaan di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember didasarkan pada kebutuhan yang diharapkan oleh komunitas tersebut. Subjek dampingan yang akan didampingi dan dikembangkan kualitasnya adalah santri-santri pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.

HASIL DAMPAK PERUBAHAN

1. Dampak Perubahan

a. Perubahan pada Aspek Proses Pemberdayaan di Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

Sesuai dengan metode ABCD yang digunakan dalam proses pemberdayaan ini, maka proses tahapan-tahapan pemberdayaan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dilakukan sesuai dengan tahapan yang ada di metode ABCD. Di dalam metode ABCD, atau tahapan-tahapan siklus 5-D yang digunakan oleh ABCD di atas akan dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, Define. Pendamping atau pelaku pemberdayaan menentukan "pilihan topik" dalam melakukan pendampingan di masyarakat. Di dalam tahapan ini terdapat beberapa langkah yang dilakukan yaitu: a) menentukan topik. Topik ini ditentukan pada tanggal 28 Agustus 2020 oleh Kelompok 1 dan DPL. Topik yang ditentukan yaitu: Pengembangan Komunitas Ekonomi di Tengah Covid-19; b) menentukan komunitas dampingan. Setelah melalui rapat dan koordinasi antara kelompok I dan DPL maka komunitas yang akan dikembangkan asetya adalah komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember; c) melakukan kesepakatan bekerjasama dengan mitra (komunitas dampingan). Surat kerjasama ini disepakati dan ditanda tangani pada tanggal 7 September 2020 di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Penentuan topik dan komunitas tersebut berdasarkan hasil survey atau data awal di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember yang menunjukkan bahwa komunitas tersebut layak untuk diberdayakan.

Kedua, Discovery. Di dalam tahapan ini, pendamping atau pelaku pemberdayaan melakukan proses pencarian yang mendalam, seperti mencari dan mengidentifikasi 5 asset yang dimiliki komunitas, masalah yang dihadapi komunitas dan sebagainya. Untuk melaksanakan dan mengoptimalkan proses *discovery*, maka harus digunakan berbagai metode atau alat instrumen. Adapun metode atau alat instrumen *discovery* yang digunakan di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember adalah ada enam alat instrumen *Discovery* yaitu *Inquiry Based Silaturrahim, Community Mapping, Pemetaan Asosiasi dan Institusi, Individual Inventory Skill, Aktifitas komunitas, dan Penentuan program bisa menggunakan skala prioritas.* Tahap transek atau penelusuran wilayah tidak digunakan dalam pemberdayaan ini karena tahap ini tidak terlalu mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan pemberdayaan ini. Adapun penjelasan hasil dari enam alat instrumen *Discovery* tersebut yaitu sebagai berikut:

1) *Inquiry Based Silaturrahim*

Setelah menentukan topik dan komunitas yang akan diberdayakan, maka langkah selanjutnya melakukan silaturrahim ke lembaga komunitas tersebut. Salah satu hasilnya adalah hasil wawancara dengan salah satu santri yang terdapat dalam komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember yaitu sebagai berikut:

... komunitas yang kita sudah memiliki situs pemasaran online yaitu FB, IG, youtube, dan WA. ... kita terbatas dalam penggunaan pengoprasian (HP, laptop) yang dikarnakan aktifitas pembelajaran menggunakan media elektronik di pondok pesantren sangatlah dibatasi karena komunitas yang kita berada di area pondok pesantren yang memiliki aturan-aturan di dalamnya ... kita menggunakan media elektronik guna membantu menjalankan atau melancarkan aktifitas pemasaran di dalam pondok pesantren.

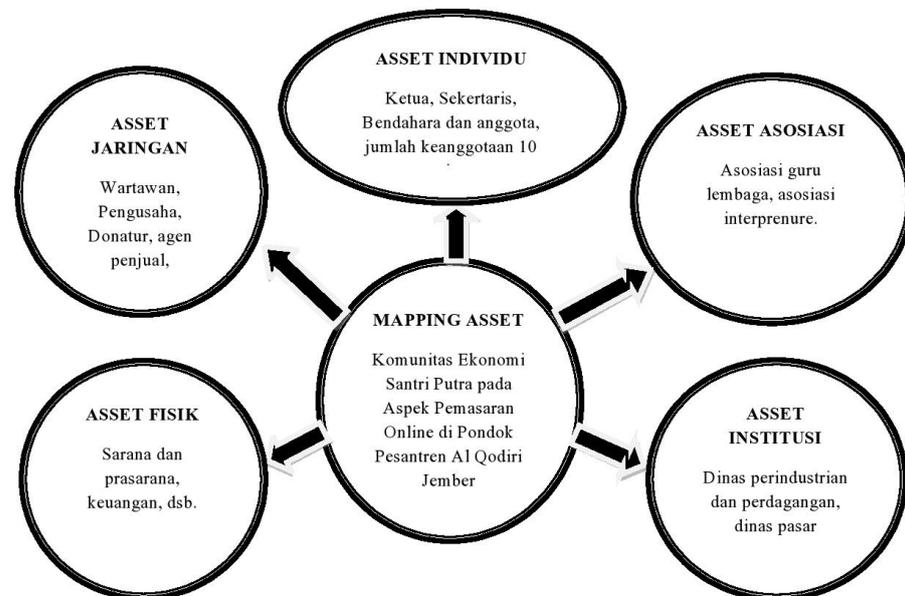
Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa santri-santri yang terdapat dalam komunitas santripreneur sudah melakukan kegiatan pemasaran akan produk-produk yang dihasilkan secara online melalui media sosial yang mereka miliki, tetapi hasil yang didapatkan dari pemasaran yang dilakukan masih belum mencapai target yang telah ditetapkan. Pemasaran yang dilakukan terbatas karena pembatasan penggunaan media elektronik di Pesantren. Untuk mengatasi masalah tersebut, anggota komunitas santripreneur mencuri-curi waktu ketika ada waktu senggang untuk meklakukan pemasaran.

Hasil wawancara ini didukung oleh data hasil observasi dan dokumentasi. Hasil observasi menunjukkan bahwa: 1) Komunitas yang kami dampingi terdapat di sebuah kawasan pondok pesantren yaitu Pondok Pesantren Al Qodiri Jember; 2) Jumlah komunitas santripreneur yaitu 20 orang santri yang berdomisili di pesantren; dan 3) terdapat berbagai produk yang telah dihasilkan di lembaga komunitas tersebut. Sedangkan berdasarkan hasil dokumentasi menunjukkan bahwa struktur komunitas sudah ada dan daftar santri yang ada dalkam komunitas ini.

2) Community Mapping

Langkah ini merupakan upaya untuk melakukan pemetaan asset yang dimiliki oleh santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Adapun hasilnya yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.1
Hasil Pemetaan Asset Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember



3) Pemetaan Asosiasi dan Institusi

Setelah melakukan upaya pemetaan asset-asset yang dimiliki oleh Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan asosiasi dan institusi. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pemetaan Asosiasi Dan Institusi yang Berkaitan Dengan Komunitas
santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

No	Nama Asosiasi/ Institusi	Nama Ketua	Jumlah Anggota		Peranan Kepada Komnitas Santri Putra		
			Laki-laki	Perempuan	Sangat Dominan	Cukup Dominan	Kurang Dominan
1	Asosiasi guru Lembaga	Maftuhin Hidayat, S.PdI	14	22		-	
2	Asosiasi interprenure	Aruna Hidayatullah	1				-
3	Asosiasi pembisnis online	Ahmad Zaky	1				-
4	Dinas Perindustrian Dan Perdagangan	Anas Ma'ruf					-
5	SMK AL QODIRI Jember	Drs. H. Akhmad Rifa'i, M.Pd.I	1			-	
6	Pondok Pesantren Putra Al Qodiri Jember	Mashuri	1				-
7	Institusi Prodi Ekonomi Syariah IAI Al-Qodiri Jember	Alfian Izzat El Rahman, ME	1				-

Tabel di atas menunjukkan bahwa:

- a) Asosiasi guru SMK lembaga ternyata cukup dominan dalam mengembangkan komunitas ekonomi santri putra pada aspek pemasaran online.
- b) Asosiasi enterprener ternyata kurang dominan dalam mengembangkan komunitas ekonomi santri putra pada aspek pemasaran online
- c) Asosiasi pebisniis online ternyata kurang dominan dalam mengembangkan komunitas ekonomi santri putra pada aspek pemasaran online
- d) Dinas perindustrian dan perdagangan ternyata kurang dominan dalam mengembangkan komunitas ekonomi santri putra pada aspek pemasaran online
- e) Lembaga SMK ternyata cukup dominan dalam mengembangkan komunitas ekonomi santri putra pada aspek pemasaran online.
- f) pengurus pp Al Qodiri ternyata kurang dominan dalam mengembangkan komunitas ekonomi santri putra pada aspek pemasaran online.
- g) Institut Agama Islam Al Qodiri ternyata kurang dominan dalam mengembangkan komunitas ekonomi santri putra pada aspek pemasaran online.

4) Individual Inventory Skill

Langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan atau menginventarisir kemampuan yang dimiliki asset individu SDM santri yang ada di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan asosiasi dan institusi. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Pemetaan Kemampuan yang Dimiliki Asset Individu SDM Santri yang Ada di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

No	Nama	Jabatan	ASET/POTENSI/KEMAMPUAN		
			Kepala/Kognitif/ Paedagogis & Profesional, Jarang berada di sekolah	Hati/ Afektif/ Sosial & Kepribadian	Tangan/Psi- komotorik/ Kreatifitas
1	Abdul Goni	Santri Putra	Sangat Berpengetahuan, tapi kurang memahami tentang pemasaran online	Kemampuan sosial sangat bagus, Kemampuan kepribadian bagus, disiplin	Cukup kreatif
2	Malik ibrahim	Santri Putra	Cukup Berpengetahuan, tapi kurang memahami tentang pemasaran online	Kurang disiplin, sering tidur di dalam kelas	Kurang kreatif
3	Anggi purwanto	Santri Putra	Cukup Berpengetahuan, tapi kurang memahami tentang pemasaran online	Memiliki sifat yang sedikit egois dalam penentuan keputusan	Cukup kreatif
4	Yayan sundara	Santri Putra	Cukup Berpengetahuan, tapi kurang memahami tentang pemasaran online	Kurang disiplin, sering tidur, ketawa terus	Kurang Kreatif
5	Malik Ibrahim	Santri putra	Sangat Berpengetahuan, tapi kurang memahami	Peduli, aktif, kurang tegas dlm penentuan	Cukup Kreatif

			tentang pemasaran online	keputusan	
--	--	--	--------------------------	-----------	--

Tabel di atas menunjukkan bahwa:

- a) Terdapat santri yang sangat dan cukup berpengetahuan tapi kurang memahami tentang pemasaran online.
- b) Terdapat santri yang kurang dan cukup berpekepribadian
- c) Terdapat santri yang kurang dan cukup kreatif

5) Aktifitas komunitas

Berbagai aktifitas yang mendukung terhadap keberadaan dan pengembangan komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember yaitu sebagai berikut: 1) terdapat beberapa santri yang mendapatkan keringanan dalam membayar iuran bulanan pesantren dengan melalui pengajuan dana hibah kepada Gubernur Jawa Timur yakni ibu Khofifah Indar Parawansa; 2) lembaga ini mendapatkan Infaq/SPP dari siswa tiap bulan; 3) santri yang berada dalam komunitas tersebut diwajibkan untuk membuat sebuah produk dari bahan-bahan yang sangat sederhana atau tidak mahal.

6) Penentuan program bisa menggunakan skala prioritas

Dari berbagai metode atau alat instrumen Discovery yang telah dilakukan di atas, maka langkah terakhir adalah penentuan program dengan skala prioritas berdasarkan pada hasil dari alat-alat instrument tersebut. Adapun hasilnya didiskripsikan di bawah ini:

Tabel 3.3
Penentuan Program dengan Skala Prioritas di Komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

Kekurangan atau Kelemahan di Komunitas santri	Asset Individu Santri yang menguasai pemasaran	Asset Individu Ketua Komunitas yang menguasai manejerial	Asset Sarana dan prasarana yang kurang lengkap
Dampak/Pengaruh Terhadap.....			
Penghasilan	4	1	3
Produksi	4	2	3

Keterangan:

- a) Tidak Berpengaruh
- b) Kurang Berpengaruh
- c) Cukup Berpengaruh
- d) Sangat Berpengaruh

Tabel Diatas menunjukkan bahwa :

- a) Asset individu santri yang tidak menguasai pemasaran sangat berpengaruh terhadap penghasilan dan dalam produksi yang dilakukan oleh komunitas.
- b) Asset individu ketua komunitas yang kurang menguasai manejerial tidak berpengaruh dalam penghasilan akan tetapi kurang berpengaruh dalam produksi yang dilakukan oleh komunitas.
- c) Asset sarana dan prasaarana yang kurang lengkap cukup berpengaruh dalam konteks penghasilan penjualan dan produksi yang dilakukan oleh komunitas

Kesimpulan di atas menunjukkan bahwa **asset yang paling utama** untuk dikembangkan adalah **Asset individu santri yang tidak menguasai pemasaran** sangat berpengaruh terhadap penghasilan dan dalam produksi yang dilakukan oleh komunitas.

Ketiga, Dream. Tahapan ini merupakan mimpi atau keinginan atau tujuan yang diharapkan komunitas dampingan dalam mengembangkan asset (potensi) komunitas. Setelah menemukan 5 asset yang dimiliki komunitas dan fokus asset yang akan dikembangkan, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan keinginan atau tujuan untuk mengembangkan asset komunitas yang diinginkan atau diimpikan oleh santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Adapun hasil rumusan tujuan atau impian yang diinginkan adalah mengembangkan kualitas pemasaran produk hasil kreatifitas santri di Pondok Pesantren Al-Qodiri untuk *Go Public* dan dapat diterima masyarakat umum.

Keempat, Design. Pada tahap ini, pendamping atau pelaku pemberdayaan dengan komunitas dampingan dan sebagainya memulai untuk merumuskan strategi, proses dan sistem, membagi peran dan tanggung jawab, membuat keputusan dan mengembangkan kolaborasi yang mendukung terwujudnya penyelesaian masalah komunitas dampingan dan perubahan yang diharapkan dari komunitas dampingan. Adapun hasil desain program yang akan dilakukan untuk mewujudkan keinginan, impian atau tujuan yang telah ditetapkan tersebut yaitu:

- a) Merumuskan strategi program dampingan. Strategi program dampingan berbentuk Pelatihan dan Pendampingan. Adapun bentuk-bentuk program yang akan dilakukan yaitu: a) Pelatihan dan Pendampingan kepada Santri dalam Mendistribusikan hasil produk yang sudah dibuat; b) Pelatihan dan Pendampingan agar santri mampu menata kalimat, sehingga membuat pelanggan tertarik dalam aspek Penjualan Online; dan c) Pelatihan dan Pendampingan kepada Santri dalam mendesain Pamflet untuk mempermudah Promosi di Sosial Media.
- b) Menyusun proses program dampingan. Proses penyusunan proses program dampingan berkaitan dengan beberapa hal sebagai berikut: a) waktu pelaksanaanya. Hari Sabtu 5 September 2020 Jam 08.00-selesai, Program yang dilaksanakan yaitu Pelatihan dan Pendampingan kepada Santri dalam Mendistribusikan hasil produk yang sudah dibuat. Sedangkan Pelatihan dan Pendampingan agar santri mampu menata kalimat, sehingga membuat pelanggan tertarik dalam aspek Penjualan Online dilaksanakan pada Hari Sabtu 12 September 2020 Jam 08.00-selesai dan pelatihan dan Pendampingan kepada Santri dalam mendesain Pamflet untuk mempermudah Promosi di Sosial Media dilaksanakan pada Hari Rabu 23 September 2020 Jam 08.00-selesai; b) pelaksanaan pelatihan dan dampingan tersebut akan dilakukan di Komunitas

Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember; c) pematerinya yang melakukan pendampingan adalah Tim Pemberdayaan IAI Al-Qodiri Jember yang dipimpin oleh Alfian Izzat El Rahman, ME.; dan d) SDM yang terlibat dalam acara tersebut adalah santri yang ada dalam komunitas tersebut.

- c) Membuat keputusan dan mengembangkan kolaborasi dengan berbagai asosiasi, institusi dan koneksi. Untuk mensukseskan acara ini maka Tim Pemberdayaan IAI Al-Qodiri Jember yang dipimpin oleh Alfian Izzat El Rahman, ME melakukan kerjasama dengan SMK Al-Qodiri Jember, Institusi Ekonomi Syariah IAI Al-Qodiri Jember, dan Pengurus Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.

Kelima, Deliver atau Destiny. Tahap *Deliver* atau *Destiny* adalah tahap di mana setiap orang dalam organisasi mengimplementasikan berbagai hal termasuk pelaksanaan dan pengontrolan atau pengevaluasian program dampingan terhadap komunitas yang sudah dirumuskan pada tahap *Dream* dan *Design*. Di dalam tahap *deliver* atau *destiny* ini, terdapat beberapa tahapan yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- a) Tahap Pelaksanaan. Sebagaimana waktu kegiatan pendampingan yang telah dilakukan di tahap *design*, maka ditemukan bahwa:
- 1) Pelatihan dan Pendampingan kepada Santri dalam Mendistribusikan hasil produk yang sudah dibuat dilaksanakan pada Hari Sabtu 5 September 2020 Jam 08.00-selesai. Pelaksanaan tersebut berjalan dengan lancar dan sukses mulai dari pembukaan, acara inti (penyampaian materi dan praktek), dan penutup. Acara pelatihan dan pendampingan ini dipimpin oleh pembawa acara yang bernama Risqiana Fadhilatus Zainab.
 - 2) Pelatihan dan Pendampingan agar santri mampu menata kalimat, sehingga membuat pelanggan tertarik dalam aspek Penjualan Online dilaksanakan pada Hari Sabtu 12 September 2020 Jam 08.00-selesai. Pelaksanaan tersebut berjalan dengan lancar dan sukses mulai dari pembukaan, acara inti (penyampaian materi dan praktek), dan penutup. Acara pelatihan dan pendampingan ini dipimpin oleh pembawa acara yang bernama Rofiqi Ahsan Jamil.
 - 3) Pelatihan dan Pendampingan kepada Santri dalam mendesain Pamflet untuk mempermudah Promosi di Sosial Media dilaksanakan pada Hari Rabu 23 September 2020 Jam 08.00-selesai. Pelaksanaan tersebut berjalan dengan lancar dan sukses mulai dari pembukaan, acara inti (penyampaian materi dan praktek), dan penutup. Acara pelatihan dan pendampingan ini dipimpin oleh pembawa acara yang bernama Aldi Wahyudi.
 - 4) Hambatan atau Rintangan. Salah satu hambatan yang dirasakan: a) di tengah pandemik covid-19 proses interaksi antara tim pemberdayaan dengan guru-guru PAUD Alamanda 46 tidak berjalan dengan normal, 2) tidak semua santri memiliki dasar dalam hal ihwal pemasaran, sehingga membutuhkan kesabaran dan ketelatenan dalam mendampingi komunitas ini; dan 3) tidak semua santri bisa bebas menggunakan alat-alat elektronik sehingga harus bergantian dalam proses pelatihannya. Semua hambatan itu tidak membuat proses pendampingan ini berjalan mundur, karena hambatan tersebut tertutupi oleh semangat dari santri di dalam komunitas tersebut.
 - 5) Pengalaman yang menarik. Salah satu pengalaman menarik yang dirasakan adalah sikap dan respon positif dan familier yang ditunjukkan oleh orang-

orang yang terlibat dalam komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember, sehingga proses pemberdayaan ini berjalan dengan efektif dan efisien.

- b) Tahap *controlling* atau *evaluating*. Tahap ini dilakukan dua tahap yaitu:
- 1) Kontrol atau evaluasi tahap proses pemberdayaan. Evaluasi pada tahap proses ini dilakukan setiap waktu agar proses pemberdayaan ini berjalan dengan maksimal, seperti mengevaluasi proses penyiapan bahan-bahan, tata kata santri, hasil kreatifitas santri, dan sebagainya;
 - 2) Kontrol atau evaluasi tahap akhir pemberdayaan. evaluasi ini dilakukan setelah proses pemberdayan berakhir. Evaluasi ini dilakukan untuk melihat apakah proses pemberdayaan ini berjalan dengan optimal sesuai dengan keinginan dan tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil evaluasi akhir menunjukkan bahwa proses pemberdayaan ini berjalan dengan dengan tujuan yang diinginkan yaitu mengembangkan kualitas pemasaran produk hasil kreatifitas santri di Pondok Pesantren Al-Qodiri untuk *Go Public* dan dapat diterima masyarakat umum. Semua tujuan ini tercapai karena santri-santri di Komunitas mampu mempraktekkan dan menyerap informasi dengan cepat untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan.

b. Perubahan pada Aspek Hasil Pemberdayaan di Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

Proses pemberdayaan yang telah dilakukan baik dari tahap *Define, Discovery, Dream, Design* dan *Deliver*, maka ada perubahan yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengembangan kualitas SDM santri-santri yang terdapat dalam komunitas tersebut berjalan dengan efektif atau sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Santri-santri dalam komunitas Santripreneur telah tahu, paham dan kreatif dalam memasarkan produk yang telah dihasilkan agar produk tersebut mampu diketahui masyarakat dan *go public*.
- 2) Media dan kata-kata yang digunakan dalam memasarkan hasil kreatifitas santri tersebut semakin beragam dan dapat menarik minat konsumen untuk membeli, hal ini dapat dilihat pada hasil penjualan pada masa sebelum dan sesudah pendampingan yang dilakukan tim Pemberdayaan IAI Al-Qodiri Jember.

Adapun perubahan-perubahan hasil pemberdayaan tersebut didiskripsikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.3
Perubahan-Perubahan yang Terjadi pada Aset-Aset yang Ada di Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember

No	Aset yang Berkembang		Kondisi Sebelumnya	Kondisi setelah Pemberdayaan
1	Asset SDM Santri	Abdul Goni	Kurang memahami tentang pemasaran	Tahu, paham dan kreatif dalam memasarkan produk yang dihasilkan komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.
		Malik Ibrahim	Kurang memahami tentang pemasaran	Tahu, paham dan kreatif dalam memasarkan produk yang dihasilkan komunitas santripreneur Pondok

				Pesantren Al-Qodiri Jember.
		Anggi purwanto	Kurang memahami tentang pemasaran	Tahu, paham dan kreatif dalam memasarkan produk yang dihasilkan komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.
		Yayan sundara	Kurang memahami tentang pemasaran	Tahu, paham dan kreatif dalam memasarkan produk yang dihasilkan komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember.
2	Asset Fisik Sarana dan Prasarana	Media Pemasaran	Tata bahasa kurang menarik minat calon pembeli	Tata bahasa dan penampilan diperbaiki untuk menarik minat calon pembeli

2. Pembahasan/Diskusi Keilmuan

Pelaksanaan pemberdayaan di Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember telah dilaksanakan dengan berbagai tahapan berikut yaitu tahap *Define, Discovery, Dream, Design* dan *Deliver*. 5 tahapan tersebut menghasilkan pengembangan kualitas asset SDM santri komunitas tersebut dalam melaksanakan dan menerapkan kegiatan pemasaran yang baik dan benar dalam memasarkan hasil kreatifitas santri dengan efektif dan efisien. Sehingga santri mempunyai dan memiliki cara memasarkan produknya dengan kreatif dan inovatif untuk menarik minat konsumen. Di satu sisi, kegiatan pemasaran mempunyai tujuan dan sasaran untuk memberikan kepuasan kepada konsumen produk tersebut, di mana perlu ditetapkan strategi pemasaran yang tepat.¹⁰ Oleh karena itu, strategi pemasaran yang berhasil sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen yang diperolehnya dari kegiatan pemasaran produk tersebut. Ketika produk yang diproduksi dapat memuaskan konsumen, itu berarti bahwa produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat.

Sebenarnya, inti pemberdayaan di komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember merupakan suatu upaya untuk mengatasi masalah yang ada di komunitas tersebut. Sebagaimana penjelasan-penjelasan sebelumnya, permasalahan yang diprioritaskan untuk diselesaikan adalah SDM santri Komunitas Santripreneur kurang menguasai pengetahuan tentang Pemasaran yang efektif dan efisien dalam memasarkan produk. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka pendamping atau pelaku pemberdayaan akan membantu komunitas agar memiliki pengetahuan dan kreatifitas untuk menyelesaikan masalah tersebut, sehingga akhirnya mereka dapat mewujudkan dan menerapkan pemasaran yang efektif dan efisien terhadap produknya. Upaya-upaya pengabdian ini memiliki kesamaan tujuan dengan penelitian-penelitian pengabdian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Yunus Winoto dan Sukaesih. Keduanya menyatakan bahwa tujuan utama yang dicapai dalam melakukan pengabdian adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat agar tercipta manusia yang memiliki sumber daya unggul. Upaya-upaya

¹⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Depok: Rajawali Pers, 2018) hal. 167

pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk mendidik dan membantu diri mereka sendiri.¹¹

Kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien di komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri akan berdampak pada peningkatan penjualan produk dan laba yang di peroleh dari produk yang telah berhasil dijual komunitas tersebut. Maka dari itu, perlu untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat guna mencapai hal tersebut. Strategi pemasaran merupakan pernyataan mengenai bagaimana suatu merek atau produk mencapai tujuan.¹² Sementara itu, *Tull dan Kehle* mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variable-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.¹³ Tujuan dan sasaran dari pemasaran tidak hanya melulu pada permasalahan keuntungan dan penjualan, tetapi juga menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.¹⁴ Dengan demikian, pemasaran yang efektif dan efisien akan mendatangkan keuntungan yang sangat besar, tidak hanya dari segi materi tetapi juga respek dari pelanggan akan produk yang dipasarkan.

Pelaksanaan pemasaran produk komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember menyesuaikan dengan sasaran dari produk yang dihasilkan. Pemasaran yang dilakukan oleh komunitas ini sebelum tim pemberdayaan IAI Al-Qodiri Jember datang dilakukan dengan ala kadarnya, menitipkan produknya di koperasi pesantren atau dipamerkan hanya ketika ada even-even tertentu di Pesantren. Setelah ada pendampingan dan pelatihan dari tim pemberdayaan, pola pemasaran yang dilakukan oleh komunitas ini berubah menjadi pemasaran yang efektif dan efisien. Kunci untuk mencapai sasaran kegiatan tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Kemudian pemberian kepuasan seperti yang diinginkan konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan oleh pesaing.¹⁵ Menurut Philip Kotler konsep ini menekankan ke dalam beberapa pengertian, 1) Menemukan keinginan pelanggan dan berusaha untuk memenuhi keinginan tersebut, 2) Membuat apa yang dapat dijual, daripada menjual apa yang dibuat, dan 3) cintailah konsumen. Dengan demikian, komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri berhasil menemukan konsumen untuk produk yang telah mereka buat.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemberdayaan di Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember dengan menggunakan metode *Asset Based Community Development*

¹¹ Yunus Winoto dan Sukaesih. Studi Tentang Pemberdayaan Masyarakat melalui Penyelenggaraan Perpustakaan Desa dan Taman Bacaan Masyarakat. *Jurnal EDULIB*, 9(1), 2019, h. 79-94.

¹² Alfian Izzat. Strategi Pemasaran "Studi Kasus di UD. Bintang Timur Batik Labako". *LAN TABUR : Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2) 2020, 161-175.

¹³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002) hal. 6

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke 12*, (Jakarta: Erlangga, 2006) hal 6

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2008), h.59.

(ABCD) dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas SDM santri komunitas Santripreneur pada aspek pemahan dan penerapan pemasaran yang efektif dan efisien tidak akan berhasil jika tidak ada kerjasama dan partisipasi aktif dari subjek pendampingan, masyarakat terutama masyarakat sekitar. asosiasi-asosiasi dan institusi yang berkaitan dengan komunitas santripreneur serta para donatur yang telah menyumbang dengan ikhlas untuk pelaksanaan program ini di komunitas santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri Jember. Pelaksanaan pemberdayaan berjalan dengan optimal karena pemberdayaan ini menghasilkan pengembangan kualitas asset SDM santri komunitas santripreneur dalam menerapkan pemasaran yang efektif dan efisien dalam memasarkan produknya. Temuan berikutnya menunjukkan bahwa pemberdayaan yang telah dilakukan di komunitas ini ternyata berdampak pada penambahan wawasan santri akan kata-kata atau kalimat yang dapat menarik minat calon konsumen terhadap produk mereka, sehingga menyebabkan pola pemasaran mereka menjadi lebih inovatif dan variatif.

2. Saran

Setelah melakukan pemberdayaan ini dari awal sampai akhir, maka Tim Pemberdayaan IAI Al-Qodiri Jember memberikan saran kepada semua pihak hasil yaitu:

- a. SDM Komunitas Santripreneur Pondok Pesantren Al-Qodiri hendaknya terus melaksanakan, mengembangkan dan meningkatkan kegiatan pemasaran dan produknya agar dapat terus bersaing di masa yang akan datang.
- b. Masyarakat terutama tokoh-tokoh masyarakat sekitar baik dari kalangan struktural dan non struktural hendaknya selalu membantu dan mendukung terhadap kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas ini.
- c. IAI Al-Qodiri Jember terutama LP3M hendaknya selalu melakukan follow up dari kegiatan yang telah dilakukan ini dan memonitoring terus menerus agar kegiatan ini berjalan dan berkembang dengan optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Nurul. *Buku Pedoman Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Berbasis Asset Based Community Development (ABCD) Tahun Akademik 2019/2020*. Jember: LP3M, 2020.
- Assauri, Sofjan. 1992. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- el Rahman, A. I. (2020). STRATEGI PEMASARAN "Studi Kasus di UD. Bintang Timur Batik Labako". *LAN TABUR : Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 161-175.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group
- Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 3091 Tahun 2020 Tentang Paradigma Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2020, Ditetapkan di Jakarta pada tanggal 08 Juni 2020.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Widiawati, Kristiana dan Selfiana, *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Perpustakaan pada Yayasan Tunas Mulia di TPA Bantar Gebang Bekasi*, Jurnal Karya untuk Masyarakat, Vol. 1, No. 2, Juli 2020.
- Winoto, Yunus dan Sukaesih. *Studi Tentang Pemberdayaan Masyarakat melalui Penyelenggaraan Perpustakaan Desa dan Taman Bacaan Masyarakat*. Jurnal EDULIB, 9 (1), 2019.