



**PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE PEMASARAN PRODUK
DI YAYASAN PESANTREN AS-SYARIF GOWA
KELURAHAN PANGKABINANGA KECAMATAN PALLANGGA
KABUPATEN GOWA**

Andi Sawe Ri Esso

Universitas Negeri Makassar

Muhammad Kusnady Tabsir

Universitas Patompo

Soemarno Hidayatullah

Universitas Patompo

Rizka Rayhana

Universitas Patompo

Email Koresponden : andi.saweriesso@unm.ac.id

Abstrak

Pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan para santri dan pengajar di Yayasan Pendidikan As-syarif dalam hal pemanfaatan teknologi digital, khususnya pembuatan website pemasaran produk. Yayasan Pendidikan As-syarif adalah entitas pendidikan yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas dalam pengajaran menghafal Al-qur'an, untuk para santrinya, disela-sela Pendidikan mereka para santri dibekali dengan pengetahuan tentang bagaimana mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh komunitasnya. Namun, kekurangan dalam representasi online dan kurangnya keahlian teknis dalam pembuatan website telah menjadi hambatan dalam mencapai tujuan tersebut.

Pelatihan ini akan menyediakan materi yang komprehensif tentang konsep dasar pembuatan website, pemilihan platform yang tepat, desain yang menarik, untuk meningkatkan visibilitas online. Sesi praktikum akan memungkinkan peserta untuk secara langsung mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dan menciptakan website pemasaran produk yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan Yayasan.

Memberikan keterampilan praktis dalam pembuatan website pemasaran produk, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Yayasan Pendidikan As-syarif dalam pemasaran online, meningkatkan penjualan produk, dan pada gilirannya, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Evaluasi pelatihan akan digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan dan dampaknya serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk pelatihan mendatang.

Melalui pendekatan ini, pelatihan pembuatan website produk di Yayasan Pendidikan As-syarif akan memberikan kontribusi positif dalam memperkuat kapasitas institusi dan mendorong inklusi digital di kalangan setiap santri dan pengajar yang terlibat.

Abstrack

This training aims to empower students and teachers at the As-syarif Education Foundation in terms of the use of digital technology, especially the creation of product marketing websites. Yayasan Pendidikan As-syarif is an educational entity that is committed to providing quality education in teaching memorization of the Qur'an, for its students, while their education students are equipped with knowledge on how to promote the products produced by their community. However, the lack of online representation and the lack of technical expertise in website creation have been obstacles in achieving these goals. This training will provide comprehensive material on the basic concepts of website creation, choosing the right platform, attractive design, to

increase online visibility. The practicum session will allow participants to directly implement the knowledge gained and create a marketing website for

PENDAHULUAN

Di era digital ini, teknologi informasi telah menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan dan pemasaran produk. Yayasan Pendidikan As-syarif, sebuah lembaga pendidikan yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas dan mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh komunitasnya, menyadari akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam mencapai tujuan mereka. Namun, dalam perjalanan menuju tujuan tersebut, Yayasan Pendidikan As-syarif dan masyarakat sekitarnya dihadapkan pada tantangan terkait kurangnya representasi online yang efektif dan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam pembuatan website produk. (Ana et al., 2021) mengatakan bahwa Kesadaran akan pentingnya memiliki kehadiran online yang kuat dan terampil dalam mengelola website produk menjadi kunci utama dalam meningkatkan visibilitas, meningkatkan aksesibilitas informasi, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan produk. Dalam mengatasi tantangan ini, pelatihan pembuatan website produk menjadi solusi yang relevan dan efektif. Dengan memperoleh keterampilan teknis dalam pembuatan website, baik Yayasan Pendidikan As-syarif maupun masyarakat sekitarnya akan dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif, meningkatkan daya saing dalam pemasaran online, dan memperluas jangkauan produk mereka ke pasar yang lebih luas. (Satria et al., 2021). Maka dari itu artikel ini, kami akan membahas secara rinci tentang pelatihan pembuatan website produk pada Yayasan Pendidikan As-syarif. Kami akan menjelaskan tujuan dari pelatihan ini. Menurut (1 et al., 2023) strategi yang akan digunakan dalam penyelenggaraannya, serta manfaat yang diharapkan akan diperoleh baik bagi santri dan Pengajar. Selain itu, kami juga akan mengevaluasi dampak dari pelatihan ini dalam memperkuat kapasitas institusi dan meningkatkan inklusi digital di kalangan Yayasan yaitu santri dan pengajar yang terlibat.

METODE PENELITIAN

Metode dalam artikel Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut

1. Pemetaan Kebutuhan

Tahap awal dalam pelaksanaan pelatihan adalah melakukan pemetaan kebutuhan, baik dari pihak Yayasan Pendidikan As-syarif maupun peserta pelatihan. Ini dilakukan melalui wawancara, survei, atau diskusi kelompok untuk memahami tingkat pengetahuan teknologi digital, kebutuhan dalam pembuatan website produk, serta harapan dan tujuan dari pelatihan ini. Menurut (Lubis et al., 2021) untuk mengoptimalkan pemasaran produk adalah perlu adanya identifikasi awal sebelum melakukan pelatihan

2. Perancangan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan, materi pelatihan akan dirancang secara komprehensif. Ini akan mencakup pengenalan konsep dasar pembuatan website, pemilihan platform yang sesuai, desain website yang menarik, integrasi konten produk, Pengorganisasian Sesi Pelatihan. Menurut (Khotimah, 2023)

**PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE PEMASARAN PRODUK
DI YAYASAN PESANTREN AS-SYARIF GOWA
KELURAHAN PANGKABINANGA KECAMATAN PALLANGGA KABUPATEN
GOWA**

pemasaran online dan citra merek akan menarik pelanggan dalam pemasaran Produk website

Sesi pelatihan akan diorganisasikan sesuai dengan materi yang telah dirancang. Sesi-sesi ini dapat berupa ceramah, diskusi, dan praktikum langsung. Penggunaan studi kasus dan contoh nyata akan membantu peserta memahami konsep dengan lebih baik.

3. Pendampingan dan Bimbingan

Selama pelatihan, pendampingan dan bimbingan akan diberikan kepada peserta untuk membantu mereka dalam memahami materi dan mengatasi kendala yang mungkin timbul. Ini dapat dilakukan melalui sesi tanya jawab, demonstrasi langsung, atau sesi konsultasi individu. Menurut (Nita Merlina et al., 2023) perlu melakukan pendampingan agar mereka yang di damping dapat bisa mandiri dan bisa berkereasi dalam memasarkan produk Online

4. Evaluasi

Setelah pelatihan selesai, akan dilakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan. Ini dapat dilakukan melalui kuesioner evaluasi yang diberikan kepada peserta untuk mengukur pemahaman mereka tentang materi, tingkat kepuasan, dan rekomendasi perbaikan untuk pelatihan mendatang. Menurut (Magdalena et al., 2022) kegiatan pemasaran perlu adanya evaluasi dalam pemasaran agar dapat memperbaiki kinerja produk pemasaran online Analisis Dampak

Selain evaluasi langsung terhadap pelatihan, analisis dampak juga akan dilakukan untuk mengevaluasi kontribusi pelatihan terhadap Yayasan Pendidikan As-syarif dan masyarakat sekitarnya. Perlunya strategi yang baik dalam memulai bisnis star -up website (Kartawaria & Normansah, 2023)Ini meliputi peningkatan dalam representasi online, peningkatan penjualan produk, dan peningkatan keterampilan teknis dalam mengelola website.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelatihan Pembuatan Website Pemasaran Produk di Yayasan Pesantren As-Syarif berhasil dilaksanakan dengan partisipasi aktif dari para peserta. Berikut adalah hasil utama dari pelatihan tersebut

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

- Para peserta berhasil memahami konsep dasar tentang website, termasuk domain, hosting, dan konten.
- Peserta dapat mengidentifikasi manfaat website dalam pemasaran produk dan menerapkan langkah-langkah praktis dalam pembuatan dan pengelolaan website.

2. Pembuatan Website Pemasaran Produk

- Peserta berhasil membuat website sederhana menggunakan platform WordPress, dengan tampilan yang menarik dan fungsionalitas dasar.
- Website yang dibuat mencakup halaman utama, halaman produk, halaman kontak, dan blog.

3. Implementasi Strategi Pemasaran Digital

- Peserta mampu menerapkan teknik SEO dasar untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari.
- Peserta mengintegrasikan website dengan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran.
- Peserta menggunakan alat analitik untuk memantau kinerja website dan membuat penyesuaian yang diperlukan.

A. Penyampaian hasil kegiatan



Gambar 1 Penyampaian Materi

Materi pertama ini pengenalan tentang pengenalan website adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet menggunakan browser. Setiap website memiliki alamat unik yang disebut URL (Uniform Resource Locator) yang memungkinkan pengguna untuk mengaksesnya. Menurut (Utami, 2022) lanjut bahwa ada beberapa elemen website yang perlu di ketahui yaitu

a. Elemen Utama Website

- Domain: Nama unik yang digunakan untuk mengidentifikasi alamat website di internet, misalnya www.contohwebsite.com.
- Hosting: Layanan yang menyediakan ruang di server untuk menyimpan data dan file website agar dapat diakses secara online.
- Konten: Informasi atau materi yang disajikan di website, seperti teks, gambar, video, dan lainnya.

b. Manfaat Website untuk Pemasaran Produk

- Website memiliki peran penting dalam strategi pemasaran modern. Berikut adalah beberapa manfaat utama yang bisa diperoleh dari memiliki website:

**PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE PEMASARAN PRODUK
DI YAYASAN PESANTREN AS-SYARIF GOWA
KELURAHAN PANGKABINANGA KECAMATAN PALLANGGA KABUPATEN
GOWA**

- c. Meningkatkan Visibilitas Produk**
 - Website memungkinkan produk-produk yayasan untuk ditemukan oleh audiens yang lebih luas, tidak terbatas oleh batasan geografis. Dengan optimasi mesin pencari (SEO), website bisa muncul di hasil pencarian Google, sehingga meningkatkan peluang produk dilihat oleh calon pelanggan.
- d. Memperkuat Branding**
 - Website adalah representasi digital dari yayasan. Dengan desain yang profesional dan konten yang informatif, website dapat meningkatkan citra dan kredibilitas yayasan. Ini membantu membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.
- e. Menyediakan Informasi Lengkap**
 - Website dapat menyajikan informasi lengkap tentang produk, seperti deskripsi, harga, cara penggunaan, dan ulasan pelanggan. Informasi ini memudahkan calon pembeli dalam mengambil keputusan.
- f. Saluran Komunikasi**
 - Website menyediakan berbagai cara untuk berkomunikasi dengan pelanggan, seperti formulir kontak, live chat, dan informasi kontak yayasan. Hal ini mempermudah interaksi dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat.
- g. Kemudahan Transaksi**
 - Dengan fitur e-commerce, website memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian produk secara online dengan mudah dan aman. Ini meningkatkan kenyamanan pelanggan dan bisa mendorong penjualan.
- h. Analisis dan Evaluasi**
 - Website dilengkapi dengan alat analitik seperti Google Analytics, yang membantu yayasan memantau perilaku pengunjung, mengetahui produk mana yang paling diminati, dan mengevaluasi strategi pemasaran yang sudah diterapkan.

B Praktek Pengenalan Produk Website



Gambar : 2 Praktek Pengenalan Produk website

Pada praktek Pengenalan Produk website Konten adalah kunci utama dalam menarik pengunjung ke website. Menurut (Septarina et al., 2023) bahwa pada Konten yang berkualitas dan relevan akan meningkatkan minat pengunjung dan mengarahkan mereka untuk melakukan pembelian. Langkah-langkah pembuatan konten meliputi

- Deskripsi Produk: Tulis deskripsi produk yang jelas, informatif, dan menarik. Sertakan manfaat dan keunikan produk.
- Gambar dan Video: Gunakan gambar dan video berkualitas tinggi untuk menampilkan produk dari berbagai sudut. Ini membantu pengunjung memahami produk dengan lebih baik.
- Blog dan Artikel: Buat blog atau artikel yang berkaitan dengan produk atau industri. Ini membantu meningkatkan kredibilitas dan menarik pengunjung melalui informasi tambahan.

Pembahasan

Pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi Yayasan Pendidikan As-syarif dan masyarakat sekitarnya. Dengan adanya website produk yang dibuat oleh peserta, Yayasan dapat meningkatkan visibilitas online mereka, meningkatkan aksesibilitas informasi tentang produk-produk yang mereka tawarkan, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan. Selain itu, pelatihan ini juga membantu dalam memperkuat kapasitas teknis peserta dalam mengelola website, sehingga mereka lebih mandiri dalam mempromosikan produk-produk mereka secara online. Analisis dampak menunjukkan bahwa pelatihan ini telah berhasil meningkatkan inklusi digital di kalangan masyarakat yang terlibat dan membantu dalam mengurangi kesenjangan digital. Melalui pelatihan ini, peserta dari Yayasan Pendidikan As-syarif dan masyarakat sekitarnya telah meningkatkan keterampilan teknis mereka dalam menggunakan teknologi digital untuk kepentingan pendidikan dan pemasaran produk. Pelatihan ini menunjukkan bahwa dengan panduan yang tepat, para peserta dari Yayasan Pesantren As-Syarif mampu menguasai keterampilan dasar dalam pembuatan dan pengelolaan website pemasaran produk. Beberapa poin penting yang bisa dibahas lebih lanjut adalah

1. Efektivitas Metode Pelatihan

- Metode pelatihan yang interaktif dan berbasis praktik terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta.
- Kombinasi antara ceramah, diskusi, dan praktik langsung memberikan pengalaman belajar yang komprehensif.

2. Tantangan yang Dihadapi

- Beberapa peserta mengalami kesulitan dalam memahami istilah teknis terkait website dan SEO. Solusi yang diberikan adalah penjelasan ulang dan penyediaan materi referensi tambahan.
- Keterbatasan waktu menjadi tantangan dalam menyelesaikan semua aspek pembuatan website. Pelatihan dilanjutkan dengan sesi pendampingan pasca pelatihan untuk memastikan semua peserta bisa menyelesaikan website mereka dengan baik.

**PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE PEMASARAN PRODUK
DI YAYASAN PESANTREN AS-SYARIF GOWA
KELURAHAN PANGKABINANGA KECAMATAN PALLANGGA KABUPATEN
GOWA**

3. Dampak terhadap Yayasan

- Dengan adanya website pemasaran produk, Yayasan Pesantren As-Syarif kini memiliki alat yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk.
- Website juga membantu memperkuat branding yayasan, menampilkan informasi lengkap tentang produk, dan memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan.

4. Rekomendasi untuk Pengembangan Lebih Lanjut

- Disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam tentang SEO, analitik website, dan strategi pemasaran digital lainnya.
- Yayasan dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan fitur e-commerce yang lebih canggih, seperti integrasi pembayaran online dan pengelolaan inventaris produk.
- Melibatkan ahli atau mentor dalam bidang digital marketing untuk memberikan bimbingan berkelanjutan dan membantu dalam pengelolaan website secara profesional.

KESIMPULAN

Pelatihan Pembuatan Website Pemasaran Produk di Yayasan Pesantren As-Syarif telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam bidang digital marketing. Website yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung pemasaran produk-produk yayasan, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar. Dengan dukungan dan pengembangan lebih lanjut, yayasan dapat terus memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran dan keberlanjutan usaha. dari peningkatan pengetahuan peserta hingga pembuatan website yang berfungsi sebagai alat pemasaran efektif. Kesimpulan utama dari pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang konsep dasar pembuatan dan pengelolaan website. Peserta tidak hanya belajar tentang aspek teknis seperti domain, hosting, dan desain website

2. Pembuatan Website Pemasaran yang Efektif

Para peserta berhasil membuat website sederhana namun fungsional yang mencakup halaman utama, halaman produk, halaman kontak, dan blog. Website ini dirancang dengan tampilan yang menarik dan mudah digunakan, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Pembuatan website ini merupakan langkah awal yang penting dalam membangun kehadiran online yang kuat untuk Yayasan Pesantren As-Syarif.

3. Implementasi Strategi Pemasaran Digital

Pelatihan ini juga berhasil membekali peserta dengan kemampuan untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Teknik SEO dasar yang

diajarkan membantu meningkatkan visibilitas website di mesin pencari, sementara integrasi media sosial memperluas jangkauan pemasaran produk. Penggunaan alat analitik seperti Google Analytics memungkinkan yayasan untuk memantau kinerja website dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Pelatihan ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi peserta, seperti kesulitan dalam memahami istilah teknis dan keterbatasan waktu untuk menyelesaikan semua aspek pembuatan website. Untuk mengatasi tantangan ini, pelatihan memberikan penjelasan ulang, materi referensi tambahan, dan sesi pendampingan pasca pelatihan. Pendekatan ini memastikan bahwa semua peserta dapat menyelesaikan website mereka dengan baik dan memahami konsep yang diajarkan.

4. Dampak Positif terhadap Yayasan

Dengan adanya website pemasaran produk, Yayasan Pesantren As-Syarif kini memiliki alat yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Website ini juga membantu memperkuat branding yayasan, menampilkan informasi lengkap tentang produk, dan memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan. Dampak positif ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan usaha dan meningkatkan kesejahteraan yayasan.

5. Rekomendasi untuk Pengembangan Lebih Lanjut

Untuk memaksimalkan manfaat dari website yang telah dibuat, disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam tentang SEO, analitik website, dan strategi pemasaran digital lainnya. Yayasan juga dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan fitur e-commerce yang lebih canggih, seperti integrasi pembayaran online dan pengelolaan inventaris produk. Melibatkan ahli atau mentor dalam bidang digital marketing juga bisa memberikan bimbingan berkelanjutan dan membantu dalam pengelolaan website secara profes

DAFTAR PUSTAKA

- D. N., Fauztina, D., Diana, K. D., & Permana, E. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Erigo. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13738–13751. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1984>
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm Cn Collection Di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517–522. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.274>
- Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Komunikata57*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.55122/kom57.v4i1.748>
- Khotimah, K. P. S. L. S. S. F. L. Y. A. R. O. Y. N. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (Jemsi)*, 5(1), 28–38. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Lubis, I., Lubis, H., Zakir, A., & Silitonga, F. W. (2021). Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Secara Online. *Prioritas: Jurnal*

**PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE PEMASARAN PRODUK
DI YAYASAN PESANTREN AS-SYARIF GOWA
KELURAHAN PANGKABINANGA KECAMATAN PALLANGGA KABUPATEN
GOWA**

- Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(02), 78–84.
<https://doi.org/10.35447/prioritas.v3i02.417>
- Magdalena, N., Aprillia, A., & Setiawan, R. (2022). Evaluasi Kinerja Marketing Digital. *Journal of Integrated System*, 5(1), 99–106. <https://doi.org/10.28932/jis.v5i1.4133>
- Nita Merlina, Lia Mazia, Ida Zuniarti, Irhenda Zuniar Fakhira, & Jonatan Antonius Hutagalung. (2023). Pendampingan Penerapan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Era Digital. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 30(2), 71–76. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.159>
- Satria, D., Arif, M., & Hafrida, E. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Bina Bisnis Online Pemasaran Produk Makanan Dan Reseller Untuk Kelompok Perwiridan Al Mubarak. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 20–25.
<https://doi.org/10.52072/abdine.v1i1.177>
- Septarina, L., Hakim, L., Marshella Febriani, O., & Azim, F. (2023). Pelatihan Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 150–153.
<https://doi.org/10.32877/nr.v2i2.747>
- Utami, A. R. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Digital Sepatu Mojo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 1(04), 141–145.
<https://doi.org/10.62668/sabangka.v1i04.245>