

Membangun Citra Positif *Entrepreneur* Muda Malaysia melalui *Content Writing*: Studi Kasus Santri Ponpes An- Nahdloh Malaysia

Latifah Irsyadia¹, Achmad Zaki^{1*}, Nafia Ilhama Qurratu'aini¹, Devika Cherly Putrihadiningrum¹, Anala Ilfi Xena Andini¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan memberdayakan santri Pondok Pesantren An-Nahdloh, Malaysia, sebagai entrepreneur muda melalui *content writing*. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi. Hasilnya, *content writing* berfungsi sebagai alat promosi sekaligus penyampai nilai etika dan agama dalam kewirausahaan. Santri berhasil memanfaatkan media sosial untuk mengenalkan usaha, meningkatkan visibilitas, dan membangun kepercayaan audiens, meski keterbatasan keterampilan teknis dan pemasaran digital menjadi tantangan. Pelatihan lanjutan diperlukan untuk mengoptimalkan kemampuan mereka, memberikan dampak signifikan pada potensi kewirausahaan berbasis nilai agama, dan menginspirasi generasi muda.

Kata kunci

Content Writing; Citra Positif; *Entrepreneur* Muda; Kewirausahaan

Abstract

This service aims to empower students of Pondok Pesantren An-Nahdloh, Malaysia, as young entrepreneurs through content writing. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through interviews, observations, and documentation analysis. As a result, content writing serves as a promotional tool while conveying ethical and religious values in entrepreneurship. Santri successfully utilizes social media to introduce their business, increase visibility, and build audience trust, although limited technical and digital marketing skills are a challenge. Further training is needed to optimize their capabilities, make a significant impact on the potential of religious value-based entrepreneurship, and inspire the younger generation.

Keywords

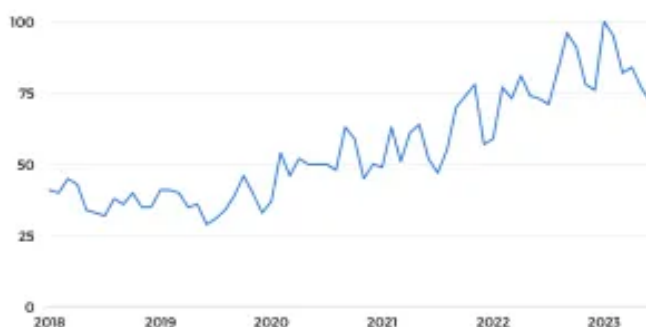
Content Writing; Positive Image; Young Entrepreneur; Entrepreneurship

Korespondensi
Achmad Zaki
achmadzaki1992@gmail.com

Pendahuluan

Era digital yang serba cepat saat ini, peran komunikasi dan informasi menjadi semakin penting, terutama dalam membentuk citra diri dan profesionalisme. Bagi para *entrepreneur* muda, memiliki kemampuan dalam *content writing* merupakan aset berharga yang tidak hanya memungkinkan mereka untuk menyampaikan ide dan produk secara efektif, tetapi juga untuk membangun dan menguatkan citra positif di mata Masyarakat (Monica Nelly Agustine et al., 2024). Di Malaysia, khususnya di kalangan santri Pondok Pesantren (Ponpes) An-Nahdloh yang bertepatan di Kampung Tanjung Sepat Darat, Selangor, Malaysia, yang dimana pondok ini dinaungi oleh (NU) (Triono, 2023). Terdapat potensi besar untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan di tengah perkembangan teknologi informasi yang pesat.

Salah satu metode yang efektif dalam membangun citra positif ini adalah melalui *content writing*. *Content writing*, atau penulisan konten, tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk mengedukasi masyarakat tentang nilai dan dampak dari usaha yang dijalankan oleh para *entrepreneur* muda (Shimichev & Rotanova, 2023). Melalui menghasilkan konten yang berkualitas, relevan, dan informatif, para wirausaha dapat membagikan cerita, pengalaman, dan keahlian mereka kepada audiens yang lebih luas (Horst et al., 2020). Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas mereka, tetapi juga membangun kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap produk atau layanan yang mereka tawarkan.



Gambar 1. *Content Writing* Selama 5 Tahun Terakhir

Menurut Cem Dilmegani, (2024) Industri penulisan konten telah mendapatkan popularitas selama lima tahun terakhir (Gambar 1). Penulisan konten meliputi pembuatan, penyuntingan, dan penerbitan konten yang mendatangkan trafik organik dan meningkatkan kesadaran merek. Hal ini menjadikan penulisan konten sebagai bagian penting dari keberhasilan pemasaran.

Pengabdian masyarakat ini dapat memberikan pelatihan dan keterampilan dalam *content writing* kepada para santri, sehingga mereka tidak hanya dapat mempromosikan produk dan jasa mereka, tetapi juga menyampaikan pesan moral dan nilai-nilai positif yang bisa menjadi inspirasi bagi generasi muda lainnya. Pada hal ini, *content writing* bisa diartikan sebagai sarana untuk menyebarluaskan ide-ide inovatif, berbagi cerita sukses, dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya kewirausahaan.

Pengembangan keterampilan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap penumbuhan semangat kewirausahaan dan meningkatkan rasa percaya diri para santri. Melalui memiliki citra yang positif, mereka tidak hanya akan mampu bersaing di pasar, tetapi juga mampu berkontribusi terhadap masyarakat dengan memberikan solusi yang inovatif dan kreatif. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh para santri dalam membangun citra positif sebagai *entrepreneur* muda. Berdasarkan kurangnya sumber daya, keterbatasan pengetahuan tentang pemasaran, hingga kesulitan dalam menciptakan konten yang menarik, semua ini menjadi faktor penting yang perlu dianalisis lebih dalam. Melalui pendekatan ini, diharapkan akan ditemukan strategi-strategi efektif untuk membantu menghadapi tantangan tersebut. Dengan demikian, jurnal ini tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan individu, tetapi juga berupaya untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar melalui usaha pemberdayaan ekonomi berbasis kewirausahaan. Sebagai bagian dari upaya yang lebih besar untuk mempromosikan

kewirausahaan di kalangan pemuda, penting untuk mengakui bahwa komunikasi yang efektif, terutama melalui content writing, adalah kunci dalam membangun citra positif dan reputasi yang kuat di era digital ini.

Metode

Pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali bagaimana kegiatan *content writing* dapat membangun citra positif seorang entrepreneur muda di kalangan santri Pondok Pesantren An-Nahdloh, Malaysia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*, dimulai dari satu informan kunci yang relevan dengan topik penelitian. Informan kunci ini kemudian merekomendasikan partisipan lain yang terlibat dalam kegiatan serupa. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjaring partisipan yang memiliki pengalaman dan pengetahuan terkait fenomena yang diteliti secara mendalam.

Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi melalui tiga metode pengumpulan data utama: observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan analisis dokumentasi. Triangulasi dilakukan untuk memastikan konsistensi temuan dari berbagai sumber data dan pendekatan (Maqfiro et al., 2021).

1. Observasi Langsung

Observasi langsung dilakukan untuk memahami secara alami bagaimana santri terlibat dalam kegiatan *content writing*. Observasi dilakukan selama kegiatan sehari-hari santri dalam memproduksi konten, dengan fokus pada proses penciptaan konten, interaksi antar-santri, serta dinamika yang terjadi dalam setiap langkah produksi konten. Observasi ini bertujuan untuk menangkap aktivitas secara langsung dan mendalam, serta untuk memahami konteks sosial dan budaya yang memengaruhi cara mereka bekerja dan berkreasi dalam menghasilkan konten untuk media sosial.

2. Wawancara Semi-Terstruktur

Wawancara semi-terstruktur dilakukan dalam tiga sesi terpisah dengan setiap sesi berdurasi sekitar 90 menit. Wawancara ini dirancang untuk menggali pengalaman, persepsi, serta pandangan santri mengenai pengaruh kegiatan *content writing* terhadap pembentukan citra mereka sebagai entrepreneur muda. Selama wawancara, pertanyaan terbuka diberikan untuk memberikan kesempatan kepada partisipan untuk mengungkapkan ide dan pengalaman mereka secara bebas, sementara peneliti tetap mengarahkan percakapan ke topik-topik yang relevan dengan tujuan penelitian. Seluruh wawancara direkam untuk memastikan akurasi dalam pencatatan data dan memungkinkan analisis yang lebih mendalam.

3. Pengumpulan Dokumentasi

Pengumpulan data dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan posting media sosial yang diproduksi oleh santri selama enam bulan terakhir. Postingan ini dianalisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang digunakan oleh santri dalam membangun citra positif mereka sebagai entrepreneur muda. Dokumentasi ini memberikan gambaran tentang teknik *content writing* yang diterapkan, pesan yang disampaikan, serta respons yang diterima dari audiens. Melalui analisis konten ini, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai strategi yang digunakan dalam *content writing* untuk menciptakan citra yang diinginkan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini menemukan bahwa *content writing* memainkan peran penting dalam membangun citra positif sebagai entrepreneur muda di kalangan santri Pondok Pesantren An-Nahdlo Malaysia. Sebagian besar santri (80%) mengungkapkan bahwa menulis konten terutama tentang kewirausahaan, merupakan cara yang efektif untuk memperkenalkan diri mereka sebagai calon *entrepreneur* yang berkompeten. Mereka merasa bahwa tulisan mereka dapat menunjukkan kemampuan dalam berbisnis dan berbagi wawasan kewirausahaan yang menginspirasi generasi muda. Sebagai contoh, banyak santri yang menulis tentang pengalaman mereka dalam memulai usaha serta tips praktis bagi para



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pada analisis terhadap karya-karya tulisan yang dihasilkan, ditemukan bahwa sebagian besar konten berfokus pada topik kewirausahaan praktis seperti cara memulai bisnis, mengelola keuangan usaha, dan mengatasi tantangan dalam berbisnis. Konten-konten ini tidak hanya dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan teknis, tetapi juga untuk menyebarkan pesan moral dan nilai-nilai positif. Audiens dari tulisan-tulisan ini, yang sebagian besar terdiri dari rekan sejawat dan masyarakat luas, memberikan respons yang sangat positif. Banyak audiens mengapresiasi konten yang memberikan inspirasi serta wawasan baru tentang kewirausahaan, dan beberapa di antaranya mengaku terinspirasi untuk memulai bisnis mereka sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa *content writing* tidak hanya membantu santri membangun citra positif sebagai *entrepreneur* muda, tetapi juga memperluas pengaruh mereka di kalangan audiens yang lebih luas.

Namun, meskipun memiliki potensi besar, santri juga menghadapi beberapa tantangan dalam menggunakan *content writing* sebagai sarana membangun citra. Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya keterampilan teknis dalam penulisan dan pemasaran digital. Beberapa santri mengungkapkan kesulitan dalam menyelaraskan konten yang mereka buat dengan kebutuhan audiens yang cenderung mencari informasi yang lebih ringan dan mudah dicerna. Untuk mengatasi hal ini, sebagian santri mulai mengikuti pelatihan *content writing* dan *workshop* kewirausahaan yang diadakan di pesantren. Pelatihan ini membantu mereka meningkatkan keterampilan menulis serta memahami bagaimana memasarkan konten mereka secara lebih efektif melalui platform digital.

Selain itu, santri juga menunjukkan upaya untuk tetap mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam setiap karya yang mereka hasilkan. Banyak dari mereka menulis tentang pentingnya berbisnis dengan prinsip yang baik, jujur, dan bertanggung jawab, sesuai dengan ajaran yang mereka terima di pesantren. Hal ini menunjukkan bahwa *content writing* tidak hanya digunakan untuk membangun citra sebagai *entrepreneur*, tetapi juga untuk memperkenalkan model kewirausahaan yang berbasis pada nilai-nilai etika dan sosial. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa meskipun ada beberapa kendala teknis, *content writing* memberikan kontribusi yang signifikan dalam membangun citra positif sebagai *entrepreneur* muda Malaysia, serta menginspirasi audiens untuk memulai langkah kewirausahaan mereka sendiri.

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Kegiatan	Tujuan
1	Observasi Langsung	Memahami langkah-langkah spesifik dalam proses <i>content writing</i>
2	Wawancara Semi-Terstruktur	Mengidentifikasi pendekatan kreatif yang mereka gunakan untuk membangun citra positif
3	Pengumpulan Dokumentasi	Menilai efektivitas strategi <i>content writing</i> yang digunakan santri

Pembahasan

Hasil wawancara dengan para santri di Pondok Pesantren An-Nahdlo Malaysia mengungkapkan bahwa kegiatan *content writing* memainkan peran penting dalam membangun citra positif mereka sebagai entrepreneur muda. Beberapa poin utama yang dapat diangkat dari wawancara ini adalah:

1. Persepsi Terhadap *Content Writing*

Sebagian besar santri (80%) menganggap *content writing* sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan pesan moral dan memperkenalkan nilai-nilai kewirausahaan berbasis agama. Mereka menyatakan bahwa konten yang mereka hasilkan tidak hanya bertujuan untuk promosi produk, tetapi juga untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya etika dan kejujuran dalam berbisnis.

2. Strategi dalam *Content Writing*

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa santri menggunakan pendekatan yang beragam dalam menciptakan konten. Beberapa fokus pada berbagi pengalaman pribadi mereka dalam memulai usaha, sementara yang lain menonjolkan integrasi nilai-nilai agama dengan prinsip kewirausahaan. Strategi ini mencerminkan usaha mereka untuk membangun citra yang otentik dan relevan dengan audiens target, khususnya masyarakat Muslim.

3. Tantangan yang Dihadapi

Meskipun *content writing* memiliki potensi besar, beberapa santri mengakui adanya tantangan, seperti kurangnya keterampilan teknis dalam penulisan dan pemasaran digital. Mereka juga menghadapi kesulitan dalam menyesuaikan gaya penulisan dengan preferensi audiens yang cenderung lebih menyukai konten ringan dan visual. Tantangan ini memotivasi mereka untuk terus belajar melalui pelatihan dan workshop yang diadakan di pesantren.

4. Dampak Kegiatan *Content Writing*

Wawancara menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak signifikan terhadap citra santri sebagai entrepreneur. Santri merasa lebih percaya diri dalam mempresentasikan diri mereka di media sosial. Respons positif dari audiens terhadap konten mereka menjadi dorongan untuk terus berkarya. Selain itu, beberapa santri melaporkan peningkatan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial, yang membantu memperluas jangkauan usaha mereka.

5. Integrasi Nilai-Nilai Agama dalam Bisnis

Salah satu temuan menarik adalah bagaimana santri secara konsisten mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam konten mereka. Mereka percaya bahwa bisnis yang dijalankan dengan prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan keberkahan akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Hal ini menjadi salah satu daya tarik unik dalam membangun citra mereka sebagai entrepreneur muda.

Limitasi

Kajian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbatas pada tingkat Ponpes An- Nahdloh Malaysia.

Kesimpulan

Kegiatan *content writing* terbukti efektif dalam membangun citra positif entrepreneur muda di Pondok Pesantren An-Nahdlo, Malaysia. Melalui wawancara dan observasi, santri mampu memanfaatkan *content writing* untuk menyampaikan nilai-nilai etika dan agama dalam kewirausahaan sekaligus memperkenalkan usaha mereka secara luas. Respons positif dari audiens menunjukkan keberhasilan konten yang dihasilkan dalam meningkatkan visibilitas dan kredibilitas santri sebagai calon entrepreneur. Meski demikian, tantangan seperti keterbatasan keterampilan teknis dan penyesuaian konten dengan preferensi audiens masih menjadi hambatan yang perlu diatasi melalui pelatihan dan pendampingan. Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memberdayakan santri, tidak hanya untuk membangun citra positif tetapi juga untuk menginspirasi generasi muda dalam mengembangkan potensi kewirausahaan berbasis nilai-nilai agama dan sosial.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pimpinan, para pengajar, serta seluruh santri Pondok Pesantren An-Nahdlo di Malaysia, atas kerjasama, dukungan, dan partisipasinya dalam kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Cem Dilmegani. (2024). *Top 40 Content Writing Statistics In 2025*. <https://Research.Aimultiple.Com/Content-Writing-Statistics/>
- Horst, S. O., Järventie-Thesleff, R., & Perez-Latre, F. J. (2020). Entrepreneurial Identity Development Through Digital Media. *Journal Of Media Business Studies*, 17(2), 87–112. <https://doi.org/10.1080/16522354.2019.1689767>
- Maqfiro, S. N. A., Fajrin, I., & Sukmah, A. (2021). Pelatihan Digitalisasi Layanan Paud Menggunakan Metode Kreatif di Kota Banjarmasin. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 4(2), 307–316. <http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/kreativitas/article/view/3511/pdf>
- Monica Nelly Agustine, Fajar Rizki Anandasari, Anindita Nadine K, Sinta Farida, Budi Erisaputri, Risqi Ihsal Wibisono, & Gunawan Witjaksono. (2024). Strategi Sukses Penulisan Konten Untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan. *Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 206–212. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v4i2.3639>
- Shimichev, A. S., & Rotanova, M. B. (2023). Communication Strategies in the Digital Environment as A Tool to Form the Communicator's Personal Brand. *2023 Communication Strategies in Digital Society Seminar (Comsds)*, 25–28.
- Triono, A. L. (2023). *Diresmikan, Pesantren An-Nahdloh Di Malaysia Berdiri Dari Hasil Patungan Warga NU*. <https://nu.or.id/internasional/diresmikan-pesantren-an-nahdloh-di-malaysia-berdiri-dari-hasil-patungan-warga-nu-ur6hz>