

## TRANSFORMASI SANTRI MENJADI SANTRIPRENEUR DENGAN IMPLEMENTASI PELATIHAN DIGITAL MARKETING BERBASIS MEDIA SOSIAL

Alifiansyah Arrizqy Hidayat<sup>1\*</sup>, Siska Arifiani<sup>2</sup>, Berlian Rahmy Lidiawaty<sup>3</sup>,  
Anita Hakim Nasution<sup>4</sup>, Rosyid Abdillah<sup>5</sup>, Javier Jibrán Khan Nabil<sup>6</sup>,  
Zainal Arifin<sup>7</sup>, Muhammad Zaky Naufal Akbar<sup>8</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup>Sistem Informasi, Telkom University, Indonesia  
[deandrys@telkomuniversity.ac.id](mailto:deandrys@telkomuniversity.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Di era globalisasi ini, berkembang istilah pesantren modern dimana kurikulum dan pengajaran mengikuti zaman khususnya terkait pengembangan minat entrepreneurship. Pada kegiatan ini, dilakukan pelatihan digital marketing berbasis media sosial pada salah satu pondok pesantren di kabupaten sumenep. Tujuan utama kegiatan ini adalah peningkatan awareness serta softskill terkait entrepreneurship. Kegiatan dilaksanakan dengan melakukan pelatihan dan praktikum dalam melakukan digital marketing via sosial media. Mitra dan peserta dalam kegiatan ini adalah pengurus serta santri dari pondok pesantren Mathla'ul Amien Sumenep. Evaluasi dilakukan dengan menyebar kuesioner ke para santri. Hasil evaluasi pasca pelatihan menunjukkan bahwa adanya peningkatan minat santri untuk berwirausaha sebanyak 35,29%. Selain itu santri memahami dengan jelas konsep entrepreneurship secara online khususnya pada sosial media. Harapannya, pelatihan ini dapat direplikasi oleh pondok pesantren untuk siswa lain kedepannya sehingga pesantren dapat mengembangkan ekosistem digital yang mandiri.

**Kata Kunci:** Pengembangan Santri; Entrepreneurship; Digital Marketing; Transformasi Digital.

**Abstract:** In this era of globalization, the concept of modern pesantren has emerged, where the curriculum and teaching methods keep up with the times, particularly in developing interest in entrepreneurship. In this activity, social media-based digital marketing training was conducted at one of the pesantren in Sumenep Regency. The main goal of this activity is to increase awareness and soft skills related to entrepreneurship. The activity was carried out by providing training and practical sessions on digital marketing via social media. The partners and participants in this activity were the administrators and students of Mathla'ul Amien Pesantren in Sumenep. Evaluation was conducted by distributing questionnaires to the students. The post-training evaluation results showed a 35.29% increase in students' interest in entrepreneurship. Additionally, the students clearly understood the concept of online entrepreneurship, especially on social media. It is hoped that this training can be replicated by other pesantren in the future, enabling them to develop an independent digital ecosystem.

**Keywords:** Santri Development; Entrepreneurship; Digital Marketing; Digital Transformation.



#### Article History:

Received: 29-12-2024  
Revised : 13-01-2025  
Accepted: 14-01-2025  
Online : 21-02-2025



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## **A. LATAR BELAKANG**

Pesantren merupakan institusi pendidikan yang memiliki karakteristik unik dimana lembaga ini menggabungkan pendidikan dengan unsur agama, budaya, dan sosial. Pesantren di Indonesia juga memiliki sejarah panjang dan memegang peran penting dalam mempertahankan warisan keagamaan dan kebudayaan islam (Putri et al., 2023). Di era globalisasi ini, pesantren dituntut untuk mengikuti perkembangan jaman. Muncul istilah pesantren modern dimana kurikulum yang diajarkan mengikuti perkembangan jaman namun tetap mengikuti kaidah agama islam (Kusumawati & Nurfuadi, 2024). Salah satunya adalah keterampilan entrepreneurship yang bahkan menurut kaidah islam, seorang muslim harus memiliki jiwa pengusaha yang handal (Andini & Nawawi, 2024). Dengan mempelajari entrepreneurship, santri dapat mengembangkan kemampuan untuk menciptakan peluang usaha yang mandiri dan berkelanjutan. Hal ini akan membantu mereka dalam mencapai kemandirian ekonomi serta memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar (Alipah & Hidayat, 2024). Keterampilan entrepreneurship juga membantu santri dapat berpikir kreatif, inovatif, dan solutif dalam menghadapi berbagai tantangan (Nanda & Fitryani, 2024). Sehingga sangat penting bagi pesantren untuk memasukkan pendidikan entrepreneurship guna mempersiapkan santri menghadapi dunia kerja dan bisnis di masa depan.

Salah satu pesantren yang akan memasukkan pendidikan entrepreneurship adalah Pondok Pesantren Mathla'ul Amien yang berlokasi di Kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep. Pondok pesantren ini dibangun oleh yayasan Mathla'ul Amien yang berfokus dalam mengembangkan lembaga pendidikan yang islami dan dapat dijangkau oleh masyarakat. Pondok pesantren ini tergolong sebagai pesantren asriyah dimana menggabungkan sistem pendidikan pesantren klasik dan sekolah biasa (Fiandi et al., 2023). Sehingga pesantren ini sebenarnya mampu untuk memasukkan unsur pendidikan modern khususnya entrepreneurship di pengajarannya. Namun dalam pelaksanaannya, pondok pesantren mengalami beberapa kendala. Pertama, pondok pesantren ini memiliki keterbatasan teknologi dimana komputer hanya dimiliki oleh ustadz-ustadzah yang mengajar dan juga tidak didukung oleh akses wifi yang mumpuni. Tetapi, setiap santri telah dibekali sebuah smartpone untuk membantu pembelajarannya, sehingga masih dapat mengakses informasi dari luar. Kedua, santri dan pengajar di pesantren belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam memanfaatkan teknologi untuk berbisnis. Sehingga diperlukan sebuah pelatihan yang mendalam terkait konsep entrepreneurship berbasis teknologi yang harapannya dapat memicu ide kreatif santri untuk berbisnis.

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan sebelumnya untuk meningkatkan jiwa entrepreneurship. Arifin (2019) melakukan kegiatan pelatihan pengembangan web ke sebuah pondok pesantren di

Kudus. Santri dilatih untuk pengambilan gambar produk, pembuatan website produk, hingga promosi toko online. Hasilnya produk yang menarik dilanjutkan dan diberikan pendampingan secara menyeluruh. Agusti (2023) juga melakukan kegiatan pelatihan entrepreneurship di pesantren. Namun pada kegiatan beliau hanya berfokus pada salah satu produk unggulan pesantren. Suryani (2024) melakukan pelatihan kewirausahaan ke pondok pesantren di Bengkalis dengan tujuan untuk meningkatkan motivasi dan niat untuk terjun ke dunia usaha. Berdasarkan ketiga kegiatan tersebut, pelatihan digital entrepreneurship merupakan langkah efektif untuk meningkatkan serta memperluas wawasan santri terhadap pemanfaatan teknologi untuk mengembangkan bisnisnya. Selain itu, fokus dari pelatihan ini adalah digital entrepreneurship pada media sosial dikarenakan hal tersebut terbukti mampu meningkatkan interaksi dengan pelanggan baru serta meningkatkan awareness pelanggan terhadap bisnis (Ikhsani & Saputra, 2023). Media sosial yang difokuskan dalam kegiatan pelatihan adalah Instagram dan TikTok dikarenakan media sosial tersebut memiliki jangkauan pemasaran yang cukup luas (Priatama et al., 2021).

Pemerintah provinsi Jawa Timur juga telah berupaya untuk meningkatkan modernisasi serta minat entrepreneurship dari santri dengan mengembangkan sebuah program bernama "*One Pesantren One Product*" (OPOP) (Saputra et al., 2023). Melalui OPOP, setiap pondok pesantren didorong untuk mengembangkan satu produk untuk mencerminkan potensi dari daerah masing-masing. Program ini juga didesain untuk meningkatkan kesadaran usaha para santri di Pesantren (Zamroni et al., 2022). Santri dibina tidak hanya menjadi entrepreneur namun Santridigipreneur yang memberikan akses lebih dalam dunia maya sehingga santri dapat memiliki pengetahuan bisnis berbasis digital. Sehingga, kegiatan pelatihan entrepreneurship secara mandiri akan mendukung program OPOP untuk meningkatkan semangat entrepreneur santri dan juga pondok pesantren yang belum terdaftar program OPOP di Jawa Timur.

Sehingga, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan awareness serta *soft skill* santri terkait entrepreneurship. Fokus pelatihan ini adalah digital marketing via sosial media dikarenakan hampir seluruh santri memiliki smartphone dan telah mahir menggunakan media sosial, sehingga mereka akan lebih mudah memahami materi pelaksanaan kegiatan nanti. Harapannya, setelah kegiatan pelatihan berlangsung, santri memiliki ide bisnis yang dapat dijalankan secara online melalui media sosial. Selain itu diharapkan pelatihan ini dapat direplikasi oleh pondok pesantren untuk siswa lain kedepannya sehingga pesantren dapat mengembangkan ekosistem digital yang mandiri.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Grujungan, Kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep. Kegiatan ini dimitrai oleh Pondok Pesantren Mathla'ul Amien dimana total 34 santri dan santriwati akan menjadi peserta pelatihan. Santri yang difokuskan dalam pelatihan ini adalah santri yang berada pada tingkatan MA. Santri tingkat tersebut dipilih karena pada tingkat tersebut memiliki kesejahteraan psikologis yang tinggi serta berada pada tingkat kematangan pikiran yang dewasa.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan kombinasi antara teori dan praktik. Pemahaman teori dilakukan dengan pelatihan yang berfokus pada konsep dasar digital marketing serta pemanfaatan media sosial dalam bisnis modern. Sedangkan untuk pemahaman praktik dilakukan dengan mempraktikkan digital marketing melalui simulasi dan penggunaan platform media sosial. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar yang komprehensif dan aplikatif bagi para santri. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan yang terstruktur dan sistematis meliputi tahap pra-kegiatan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

### **1. Tahap Pra-Kegiatan**

Tahapan pra-kegiatan berfokus pada kegiatan sebelum pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan. Sebelum pelatihan dilakukan, dilakukan pengembangan modul digital marketing yang akan menjadi materi pada pelatihan nanti. Pengembangan modul ini berfokus pada penerapan teknologi media sosial untuk memasarkan produknya. Selain pengembangan modul, dilakukan juga perencanaan terkait pelatihan yang akan dilaksanakan di pondok pesantren. Dilakukan survey beberapa kali untuk berdiskusi dengan pengurus pondok pesantren serta menyiapkan lokasi untuk pelatihan. Dilakukan juga pencocokan materi dengan pesantren agar modul selaras dengan kebutuhan pesantren. Selain itu, disiapkan MoA antara tim pengabdian dengan pengurus pondok pesantren Mathla'ul Amien. Hal ini bertujuan untuk memudahkan tim kami mendapatkan data peserta santri serta mendapatkan persetujuan secara tertulis dari pengurus terkait pelatihan ini.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan dimana pelatihan dilakukan di pondok pesantren langsung secara luring. Materi pelatihan berfokus pada pentingnya marketing dan tata cara marketing via media sosial. Materi tersebut juga meliputi bagaimana pembuatan post/konten yang menarik, pembuatan slogan, serta pengaturan ads di Instagram dan Tiktok, serta menghubungkan post instagram dan tiktok dengan marketplace seperti tokopedia dan shopee. Diakhir pelatihan dilakukan sesi praktikum dimana santri diarahkan untuk mencoba langsung materi yang telah dipaparkan sebelumnya. Praktikum dilakukan dengan produk hasil brainstorming sesi

sebelumnya dan terdapat beberapa siswa yang maju kedepan untuk menjadi percontohan.

### **3. Tahap Evaluasi**

Tahap evaluasi berfokus mengevaluasi antusiasme dan pemahaman santri pada materi tersebut serta memonitoring santri pasca pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berisi 10 pernyataan ke seluruh peserta santri. Hasil dari angket ini akan dibagi ke pengurus pondok pesantren untuk melihat antusiasme santri terhadap materi entrepreneurship dan juga melihat seberapa tinggi minat siswa dalam mengembangkan sebuah bisnis. Selain itu hasil evaluasi ini akan menjadi masukan untuk kegiatan pengabdian masyarakat kami berikutnya. Monitoring dilakukan secara bertahap pasca pelatihan ke santri dan juga pengurus. Tujuannya untuk melihat apa santri mengaplikasikan materi yang telah didapat dan melihat apakah pengurus juga memberikan materi tersebut secara langsung di pengajaran mereka.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Tahap Pra-Kegiatan**

Pada tahapan pra-kegiatan, dilakukan proses pengembangan modul pelatihan, tim pengabdian berdiskusi dengan pengurus pondok pesantren *mathla'ul amien* secara daring. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi kekinian dari pesantren dan menyesuaikan materi dengan kondisi tersebut. Hasil diskusi memberikan beberapa inputan. Pada pengembangan modul, materi difokuskan ke digital marketing karena hal tersebut memiliki peran yang sangat penting dalam konteks UMKM. Dengan pemanfaatan digital marketing, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis (Nurcayani & Sriyono, 2024). Selain itu, menurut Harahap (Harahap et al., 2021) penerapan digital marketing memiliki biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran tradisional, sehingga memiliki peluang besar untuk diterapkan kepada orang yang melek teknologi khususnya para santri. Pengurus pondok pesantren pun merasa para santri perlu untuk dibuka wawasannya dalam pemanfaatan *smartphone* mereka. Hal ini dikarenakan dalam sehari-hari, *smartphone* menjadi alat bantu dalam pembelajaran di pesantren. Hasil diskusi juga menyatakan bahwa pondok pesantren tidak memiliki infrastruktur komputer untuk santri serta akses *wifi* masih belum mumpuni. Namun pengurus pondok menjamin bahwa setiap santri memiliki *smartphone* pribadi. Sehingga pengurus pondok pesantren menyarankan pelatihan menggunakan *smartphone* saja. Di sisi lain setiap santri memiliki jaringan internet masing-masing sehingga diharap mampu mengakses berbagai aplikasi online. Maka dari itu pengembangan modul akan berfokus pada digital marketing via media sosial. Selain mempersiapkan modul, dilakukan juga survey lokasi untuk mengecek sekaligus mempersiapkan tempat untuk

pelatihan. Proses survey didampingi oleh pengurus pondok pesantren. Survey dilakukan beberapa kali hingga H-1 pelatihan. Hal ini bertujuan untuk mematangkan segala kebutuhan yang akan digunakan pada sesi pelatihan.

## **2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan**

Tim pengabdian masyarakat melaksanakan kegiatan pelatihan di gedung Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Mathla'ul Amien, Kabupaten Sumenep. Pelatihan dihadiri oleh para santri sebagai peserta, serta beberapa pengurus pondok pesantren dan perwakilan dari yayasan Mathla'ul Amien. Acara dibuka dengan beberapa sambutan dari perwakilan yayasan, pengurus pondok pesantren, dan juga perwakilan dari tim pengabdian masyarakat. Pengurus pondok pesantren juga menjabarkan beberapa program dan kondisi pondok pesantren saat ini. Setelah itu, tim melakukan diskusi dan brainstorming dengan para santri terkait ide-ide produk yang akan dipasarkan. Dilakukan juga pengumpulan data sederhana untuk mengetahui pemahaman peserta dalam menggunakan smartphone dan media sosial. Selanjutnya, tim pengabdian menyampaikan materi pelatihan terkait konsep entrepreneurship, pentingnya marketing saat ini, serta tata cara marketing via media sosial. Beberapa materi seperti pembuatan konten, pengaturan ads, hingga menghubungkan media sosial dengan marketplace juga dijabarkan. Gambar 1 menampilkan proses kegiatan pelatihan materi digital marketing.



**Gambar 1.** Proses kegiatan pelatihan digital marketing

Diakhir pelatihan, para peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang telah dijabarkan. Para peserta terlihat antusias dalam memberikan pertanyaan terkait materi khususnya terkait media sosial dan sistem adsnya. Selain itu dilakukan praktikum terkait materi materi yang telah dijabarkan. Pada sesi praktikum, salah satu peserta disuruh maju untuk menjadi percontohan ke peserta lain. Peserta dicoba untuk melakukan pembuatan konten terkait ide produknya serta mencoba membuat konten tersebut menjadi ads di media sosial. Proses praktikum dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Salah satu santri maju untuk uji coba praktikum

Kegiatan pelatihan diakhiri dengan pengambilan kuesioner dari peserta. Kuesioner bertujuan untuk melihat antusiasme serta minat siswa dalam mengembangkan sebuah bisnis. Selain itu, acara ini diakhiri dengan penutupan oleh pengurus pondok pesantren dan tim pengabdian. Disampaikan kesimpulan umum dari pelatihan serta harapan dari pengurus pondok pesantren. Harapannya, setelah pelatihan ini materi yang disampaikan dapat digunakan oleh para santri untuk mengembangkan sendiri bisnis mereka. Rincian pelatihan ini dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Rincian agenda dan kegiatan sosialisasi

No	Agenda	Alokasi Waktu (menit)	Keterangan
1	Pemaparan kondisi terkini pondok pesantren	10	Pemaparan dilakukan oleh perwalikan pengurus pondok pesantren
2	Pemaparan pengenalan materi digital marketing	20	
3	Pemaparan materi digital marketing dengan media sosial	20	Penyampaian materi oleh tim pengabdian
4	Sesi praktikum dengan santri	20	Dipandu dan dimoderatori oleh tim pengabdian
5	Sesi tanya jawab	10	
6	Feedback dan survei	10	

### 3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan menyebar kuesioner ke seluruh peserta pelatihan. Kuesioner dibentuk dengan mengembangkan 10 pernyataan terkait pemahaman peserta terkait materi serta tingkat keinginan peserta untuk mengimplementasikan materi di dunia nyata (William & Hita, 2019). Kuesioner menggunakan skala likert skor lima dengan nilai "1" sebagai sangat tidak setuju dan nilai "5" sebagai sangat setuju. Hasil Kuesioner lalu di evaluasi dengan melihat mean dari jawaban responden, serta melihat modus dari setiap pernyataan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon serta pemahaman peserta terhadap materi pelatihan digital marketing yang telah dijelaskan sebelumnya. Total terdapat 34 santri

yang mengisi kuesioner ini. Tabel 2 menampilkan daftar pernyataan serta nilai mean dan modus dari setiap jawaban pernyataan.

**Tabel 2.** Daftar pernyataan dan hasil kuesioner

No	Pernyataan	Rata-rata Nilai	Modus
1.	Saya tergolong mahir dalam menggunakan media sosial	3,20	Setuju (44,12%)
2.	Materi yang disampaikan mudah dipahami	3,23	Setuju (52,94%)
3.	Materi yang disampaikan menarik bagi saya	3,94	Sangat Setuju (47,06%)
4.	Materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan saya	3,64	Setuju (38,24%)
5.	Materi yang disampaikan menurut saya up to date	3,59	Netral (38,26%)
6.	Saya merasa materi ini akan bermanfaat bagi saya kedepannya	4,02	Sangat Setuju (50%)
7.	Saya merasa materi ini penting bagi saya kedepannya	3,79	Setuju (50%)
8.	Saya merasa penerapan media sosial sangat penting untuk dipelajari	3,91	Setuju (50%)
9.	Menurut saya, secara keseluruhan pelatihan berjalan dengan baik	3,59	Setuju (44,12%)
10.	Setelah pelatihan, saya ada keinginan untuk mengembangkan usaha	2,85	Setuju (35,29%)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa keseluruhan peserta memahami materi yang disampaikan. Hal ini didorong oleh tingkat pemahaman pada penggunaan media sosial pada pernyataan no 1 dimana memiliki nilai rata-rata 3,2 yang berarti hampir semua peserta memahami konsep media sosial. Selain itu jika dilihat pada pernyataan no 2-5, ditemukan bahwa materi yang disampaikan berhasil diterima oleh peserta. Terlihat dari rerata jawaban secara keseluruhan berada diatas 3,5 yang berarti peserta merasa bahwa materi digital marketing menarik, mudah dipahami, serta bagi mereka up to date. Berdasarkan hasil pernyataan no 6-9 dapat disimpulkan bahwa peserta merasa materi ini sangat penting kedepannya, mereka merasa teknologi sangat penting untuk dipelajari dan perlu untuk dipahami pemanfaatannya di ranah entrepreneurship. Selain itu jika dilihat pada pernyataan nomor 10, terdapat 35,29% peserta pelatihan yang berniat untuk mengembangkan usaha setelah melihat mudahnya melakukan marketing via media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa pasca pelatihan terdapat beberapa peserta yang muncul niatan untuk mengembangkan sebuah bisnis. Sehingga bisa dikatakan bahwa pelatihan berjalan dengan sukses dan berhasil menumbuhkan semangat entrepreneurship pada para santri.



#### 4. Kendala yang Dihadapi

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelatihan berlangsung. Kendala pertama adalah terbatasnya jaringan internet yang ada di lokasi. Hal ini terjadi karena di pondok pesantren, akses wifi masih belum mumpuni dengan speed hanya dibawah 10 Mbps. Selain itu agak sulit untuk mendapatkan sinyal smartphone, hanya beberapa provider yang mampu memiliki sinyal full dan dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya keterlambatan pada proses praktikum dikarenakan proses tersebut memerlukan jaringan aktif untuk bisa mengakses media sosial dengan lancar. Disisi lain, santri pada beberapa materi terdapat sedikit kebingungan karena istilah-istilah yang digunakan masih berbahasa inggris, sehingga kedepannya perlu dijabarkan dengan bahasa indonesia yang lebih mudah dimengerti. Namun secara keseluruhan seluruh peserta memahami dan antusias ketika pelatihan berlangsung.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan digital marketing dan peningkatan minat entrepreneurship santri telah berhasil dilakukan sesuai dengan rencana. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa secara keseluruhan seluruh peserta memahami materi yang disampaikan. Selain itu berdasarkan hasil kuesioner, pelatihan berhasil menumbuhkan minat entrepreneur santri. Terlihat bahwa terdapat 35,29% atau 12 santri yang berminat untuk mengembangkan bisnis online secara langsung. Sehingga diperlukan monitoring berkelanjutan dari tim pengabdian serta dukungan dari pengurus pondok pesantren terhadap santri agar peningkatan minat entrepreneurship tersebut terealisasi menjadi sebuah bisnis nyata. Kedepannya, pelatihan digital marketing dan sejenisnya perlu memperhatikan bahasa materi lebih jelas karena tidak semua golongan masyarakat memahami istilah marketing. Selain itu, perlu diperhatikan juga akses internet di lokasi pelatihan. Apabila tidak memungkinkan jaringannya maka diperlukan jaringan khusus seperti Orbit dan semacamnya agar pelatihan dapat berjalan dengan baik.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Telkom University Surabaya yang telah mendanai kegiatan berdasarkan PKS No: 0384/ABD07/PPM-JPM/2024. Tak lupa tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pondok Pesantren Mathla'ul Amien yang telah bersedia sebagai mitra pengabdian masyarakat dan memberikan kesempatan serta dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agusti, A. (2023). Strategi Mewujudkan Jiwa Entrepreneurship Santri melalui Ekonomi Kreatif. *Consilium: Education and Counseling Journal*, 3(2), 199–209.
- Alipah, N., & Hidayat, W. (2024). Implementasi Program One Pesantren One Product (OPOP) Sebagai Upaya Peningkatan Pemberdayaan Ekonomi Pesantren. *Jurnal Ikhtibar Nusantara*, 2(2). <https://doi.org/10.62901/j-ikhsan.v2i2.98>
- Andini, A., & Nawawi, Z. M. (2024). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islam Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Penguasa UMKM Kuliner Muslim di Kecamatan Lubuk Pakam). *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(1), 1–10.
- Arifin, M., & Setiawan, R. R. (2019). Peningkatan Kapasitas Santri Pondok Pesantren Entrepreneur Al-Mawaddah Kudus Melalui Pelatihan Web. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.24176/mjlm.v1i1.3111>
- Fiandi, A., Warmanto, E., & Iswanti. (2023). Manajemen Kurikulum Pembelajaran Islam di Pesantren Menghadapi Era 4.0. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 3639–3646.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM. *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77–86.
- Ikhsani, A. A., & Dhanar Intan Surya Saputra. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 17–26. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i1.3382>
- Kusumawati, I., & Nurfuadi. (2024). Integrasi Kurikulum Pesantren Dalam Kurikulum Nasional Pada Pondok Pesantren Modern. *Sanskara Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(01), 1–7. <https://doi.org/10.58812/spp.v2i01.293>
- Nanda, A. S., & Fitriyani. (2024). Mendorong Kemandirian Ekonomi Santri melalui Entrepreneurship pada Pondok Pesantren Mamba'ul Ulum di Mojokerto. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 11–20.
- Nurcayani, A., & SRIYONO. (2024). Boosting Global Customer Loyalty through E-CRM and Digital Marketing Strategies. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 25(1). <https://doi.org/10.21070/ijins.v25i1.1106>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi TikTok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Putri, A. Y., Mariza, E., & Alimni, A. (2023). Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam (Sejarah Lahirnya Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia, Sejarah Perkembangan Pesantren/Sistem Pendidikan, Dan Perkembangannya Masa Kini) . *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 6684–6697.
- Saputra, P. P., Setyawan, R. D., & Kurnia, M. (2023). Analysis of the Effectiveness of the One Pesantren One Product (OPOP) Program in Supporting the Economic Empowerment of Islamic Boarding Schools in Belitung Regency. *Society*, 11(2), 543–556. <https://doi.org/10.33019/society.v11i2.660>
- Suryani, S., Yusrawati, Y., & Andini, N. (2024). Pelatihan Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Santri Untuk Menghadapi Era Society 5.0 Melalui Motivasi Kewirausahaan Pada Pondok Pesantren Modern Nurul Hidayah Kabupaten Bengkalis. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 68–74. <https://doi.org/10.55681/swarna.v3i1.1149>

- William, W., & Hita, H. (2019). Mengukur Tingkat Pemahaman Pelatihan PowerPoint Menggunakan Quasi-Experiment One-Group Pretest-Posttest. *Jurnal SIFO Mikroskil*, 20(1), 71–80. <https://doi.org/10.55601/jsm.v20i1.650>
- Zamroni, Z., Baharun, H., Febrianto, A., Ali, M., & Rokaiyah, S. (2022). Membangun Kesadaran Santripreneur Berbasis Kearifan Lokal di Pondok Pesantren. *Al-Tijary*, 7(2), 113–127. <https://doi.org/10.21093/at.v7i2.4264>