



Article info : *Received*: Januari 2025 ; *Revised* : Februari 2025 ; *Accepted*: Maret 2025

Pelatihan Kreativitas Wirausaha Digital Untuk Para Santri Di Pondok Pesantren Tahfizh Cianjur Jawa Barat

Kris Dipayanti¹; Ahmad Nurhadi²; Rudy³

¹⁻³Universitas Pamulang, Email : dosen01018@unpam.ac.id; dosen01023@unpam.ac.id;

dosen00802@unpam.ac.id

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah memanfaatkan melalui media sosial dengan jumlah pengguna media sosial yang banyak dan semakin hari semakin bertambah, membuka peluang bagi para pelaku UKM untuk mengembangkan pasarnya di genggam smartphone mereka. Saat ini merupakan era modern dimana hampir semua lapisan masyarakat baik muda maupun tua memiliki smartphone dan secara otomatis jumlah pengguna media sosial semakin hari semakin bertambah, dan hal ini memberikan peluang bagi para santri di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat untuk menjadi wirausahawan muda. Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menggunakan 3 metode yaitu metode ceramah, metode bimbingan atau tutorial, dan metode diskusi. Menjalankan bisnis online sama saja dengan menjalankan bisnis biasa, hanya saja media yang digunakan berbeda. Bisnis bisnis biasanya menggunakan aset fisik (toko), sedangkan bisnis online menggunakan aset digital (media sosial)

Kata Kunci: Kewirausahaan Digital; Pelatihan; Kreatifitas

Abstract: *The purpose of this study is to utilize through social media with a large number of social media users and increasing day by day, opening up opportunities for SMEs to develop their market in the palm of their smartphones. Currently is a modern era where almost all levels of society, both young and old, have smartphones and automatically the number of social media users is increasing day by day, and this provides opportunities for students at the Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Islamic Boarding School Cianjur West Java to become young entrepreneurs. In this Community Service activity, 3 methods are used, namely the lecture method, the guidance or tutorial method, and the discussion method. Running an online business is the same as running an ordinary business, only the media used is different. Business businesses usually use physical assets (stores), while online businesses use digital assets (social media)*

Keywords : Digital Entrepreneurship; Training; Creativity

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan dunia internet semakin pesat di era awal tahun 2019, segala sesuatu sudah mudah terhubung dengan dunia maya yang hampir menyamai dengan dunia nyata. Saat ini diawal tahun 2019 semua orang baik yang muda sampai yang tua juga tidak terlepas dari gadgate, untuk itu dengan gadgate yang sering digunakan untuk berbagai macam kebutuhan bisa dimanfaatkan untuk semua bidang termasuk dalam meningkatkan penjualannya dengan memanfaatkan teknologi yang ada yang bisa mendatangkan keuntungan. Indonesia juga merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbesar di dunia. Salah satu masalah yang dihadapi oleh Indonesia adalah tingkat pengangguran yang tinggi. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia mencatat bahwa 7,86 juta Jiwa orang pada bulan Agustus 2023 masyarakat Indonesia yang merupakan angkatan kerja masuk dalam kategori pengangguran. Oleh karena itu, pemerintah sedang berupaya untuk mencari suatu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Salah satu cara pemerintah, untuk mengatasi pengangguran di Indonesia dengan menggiatkan program ekonomi kreatif. Melalui ekonomi kreatif diharapkan dapat muncul entrepreneur muda yang dapat menciptakan suatu produk yang inovatif yang dapat menjadi sumber penghasilan bagi mereka. Sehingga akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Melalui ekonomi kreatif, Indonesia mengalami peningkatan PDB setiap tahunnya.

Hal tersebut terlihat dari realisasi nilai tambah industri kreatif yang mencapai Rp1,05 triliun pada triwulan III-2023. Jumlah tersebut telah mencapai 82,1 persen dari target tahun 2023 sebesar Rp1,28 triliun. Fakta ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif melalui entrepreneur muda memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian nasional. Digital marketing merupakan strategi penjualan online dimana penjualan online adalah suatu aktifitas jual beli yang dilakukan secara online, dalam hal ini pembeli dan penjual tidak melakukan transaksi langsung secara tatap muka yang entu media yang digunakan dapat berupa websitemaupun aplikasi yang di akses melalui perangkat elektronik . Digital Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang umumnya digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi. Melalui sosial media, pembeli dapat memperoleh informasi kapan saja dan dimana pun mereka butuhkan. Dengan jumlah pengguna sosial media yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggaman smartphone.

Sekarang ini sudah mengikuti perkembangan teknologi yang pesat, sehingga semua aspek kehidupan dominan menggunakan tekonologi yang canggih, serba praktis dan online. Banyak sekali usahawan yang mengalihkan usaha mereka dari konvensional ke digital, hal ini juga penyebab terjadinya pergeseran trend belanja dan semakin maraknya onlineshop, marketplace hingga e-commerce. Hal ini disebabkan oleh dukungan masyarakat yang menggunakan kecanggihan teknologi untuk lebih memilih belanja online yang instan. Tanpa bantuan atau pemanfaatan pemasaran secara digital atau online, tentunya akan sulit bagi para penjual untuk membangun merek dan brand agar dikenal dan dapat bersaing dalam jangkauan pasar yang luas. Saat ini untuk berbisnis tidak lagi memerlukan modal yang besar, namun lebih ditekankan adanya kelihaihan dalam mengandalkan peluang, kecerdasan dalam mengelola dana yang ada, kreatifitas dalam memanfaatkan tenaga yang ada, dan resources sumber daya yang ada. Jika dahulu UKM hanya melakukan transaksi jual beli di dunia nyata, namun kini bisa dilakukan di dunia maya, bahkan dengan waktu hitungan detik. Ini adalah peluang yang besar bagi UKM untuk mulai memiliki penghasilan dengan memanfaatkan internet. Hal ini dikenal dengan Bisnis Online yang dapat dijalankan dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana bekerja membangun dan mengelola bisnis. Menjalankan bisnis online sama halnya seperti menjalankan bisnis biasa hanya media yang digunakannya berbeda. Bisnis bisnis biasa menggunakan aset fisik (toko), sedangkan bisnis online menggunakan aset digital (media sosial). Adapun aplikasi toko online saat ini yang berkembang pesat dan menawarkan segala layanannya secara gratis, seperti; Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Memulai bisnis online tentu membutuhkan teknik dan strategi pasar yang akan dijalankan seperti rencana keuangan, financial planning, membuat

daftar (list) produk yang ditawarkan, serta teknik membuka toko virtual (aplikasi E-marketing) yang akan menampilkan produk. Dari keterangan di atas, maka PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini memprioritasnya bagaimana bisa menciptakan para entrepreneur di usia muda merupakan tantangan yang perlu dihadapi. Oleh karena itu, salah satu cara menghadapi tantangan tersebut adalah dengan mendidik Santi di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat untuk menjadi entrepreneur sejak usia muda. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan melaksanakan kegiatan PKM Di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat dan berfokus pada Santri yang berjumlah 17 santri. Peranan digital marketing sangat berpengaruh untuk menjadi entrepreneur muda memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bisnis, memberikan berbagai kemudahan dalam penjualan dan jasa layanan kepada customers dalam bentuk telematika dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran lebih mudah diakses. Pada PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini dilakukan upaya memberikan materi dan praktek secara langsung menggunakan aplikasi melalui digital marketing

Pemaparan Materi E-Business Concept

Pada materi E-Business concept ini menjelaskan kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menggunakan system informasi yang didukung perangkat computer baik secara otomatis maupun semi otomatis. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi oleh individu, atau pihak-pihak terkait, dan interaksi eksternal dengan para pemasok, pelanggan, investor, dan stakeholder lainnya termasuk penggunaan teknologi informasi untuk mendesain kembali proses bisnis internalnya. Hal ini dilakukan agar pengelolaan bisnis utamanya dapat memberikan keuntungan dapat berupa profit, efisiensi dan peningkatan produktivitas, walaupun peluang kerugian usaha masih mungkin terjadi. Bisnis yang mempergunakan perangkat digital untuk setiap transaksi bisnis yang diterapkan, meliputi pengiriman informasi kesepakatan kerjasama bisnis, transfer keuangan, pembelian dan penjualan barang, dan lain sebagainya

Pemaparan Materi Social Media Marketing

Pada materi social media marketing menjelaskan proses marketing yang dilakukan lewat media sosial. Biasanya media sosial yang digunakan adalah Facebook, Instagram, atau Twitter. Ada beberapa keuntungan yang bisa menjadi alasan kenapa marketing jenis ini penting. Begini penjelasannya.

Meningkatkan brand awareness

Sebuah produk akan semakin diakui keberadaannya ketika diunggah di media sosial secara terus-menerus. Ini karena perlahan-lahan masyarakat akan mulai menaruh perhatian. Mulanya masyarakat mungkin hanya akan melihat-lihat produk atau jasa yang kamu tawarkan untuk sementara waktu. Namun, jika terus diunggah di media sosial, sebuah produk akan mulai dianggap ada dan diingat oleh masyarakat. Ini karena media sosial jadi sebuah platform yang terus dikonsumsi setiap hari oleh orang-orang.

Mendapatkan feedback produk dan strategi pemasaran

Pada tahap lanjutan dari efek social media marketing. Setelah diakui keberadaannya, sebuah produk akan mulai jadi topik pembicaraan. Kamu pun bisa melihat langsung bagaimana customer berinteraksi dengan konten di media sosialmu. Misalnya dengan memberikan like atau mem-follow akunmu. Ditambah lagi, media sosial juga menawarkan fitur komentar. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk memberikan pendapatnya soal produk yang kamu tawarkan atau cara kamu memasarkan produkmu.

Mempelajari competitor

Mempelajari kompetitor jadi lebih mudah dengan social media marketing. Pasalnya, social media marketing sekarang marak digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk. Dengan aktif di media sosial, strategi yang dilakukan oleh kompetitor bisa jadi bahan pembelajaranmu.

Pemaparan Materi Pemanfaatan Media Sosial Untuk branding

Media branding adalah cara untuk membangun dan mengelola identitas merek atau brand melalui platform-platform media sosial. Cara ini melibatkan penggunaan berbagai strategi

untuk memastikan bahwa pesan merek terdengar, diakui, dan diingat oleh audiens di dunia maya.

Social media branding akan menentukan identitas merek yang konsisten. Elemen-elemen tersebut seperti logo, warna, gaya tulisan, dan tone of voice. Setelah itu, brand tersebut dapat menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya untuk berkomunikasi dengan audiens. Selain itu, pastikan bahwa konten yang dibagikan harus mencerminkan nilai-nilai dan kepribadian brand. Konsistensi sangat penting agar audiens dapat mengidentifikasi merek tersebut dengan mudah di tengah beragam informasi yang ada di media sosial. Social media branding juga melibatkan interaksi aktif dengan pengikut, menanggapi komentar, menyajikan konten yang bernilai, dan membangun komunitas online. Social media branding merupakan salah satu strategi yang penting dalam lanskap bisnis modern. Hal ini karena strategi ini memungkinkan merek untuk membangun, memperkuat, dan memelihara hubungan dengan audiens mereka di platform-platform yang memiliki jangkauan global.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Program PKM akan dilaksanakan pada tanggal 26 - 28 April 2024

Pada Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dihadiri oleh 3 orang Pendamping (dosen UNPAM prodi Manajemen), 16 orang peserta para satri juga guru pendamping 3 orang dan 2 orang mahasiswa UNPAM. Metode Pendekatan yang diterapkan dalam Pelatihan. Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan 3 metode yaitu metode ceramah, metode bimbingan atau tutorial dan metode diskusi

Metode Pelaksanaannya. Berdasarkan Solusi Dan Target Luaran dari rencana pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat yang telah ditetapkan, maka tim menetapkan metode pendekatan sebagai berikut :

Metode Ceramah

Ditujukan untuk mentransfer Ilmu pengetahuan juga melalui program ini diharapkan bisa menambah wawasan para Santri tentang kegunaan digital marketing sebagai media promosi dan sarana komunikasi. Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet, agar dapat menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain Facebook, Instagram, Shopee dan media lainnya. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat real time, sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat. Dengan adanya program ini juga diharapkan biasa memberikan motivasi bagi para santri untuk bias menjadi Entrepreneurship, seorang wirausaha yang mandiri dengan memanfaatkan teknologi, selain itu juga untuk mengatasi permasalahan yang ada melalui peningkatan wawasan, pemahaman untuk para Santri bahwa menjadi entrepreneurship akan memberikan dampak juga untuk orang lain dan lingkungan . Pembelajaran kewirausahaan juga menjadi modal penting untuk santri di masa depan. Pasalnya dengan memiliki pola pikir dan jiwa entrepreneur dapat mendorong kreativitas dan inovasi. Santri juga memiliki bekal untuk menghadapi perkembangan dunia kerja di masa depan dan ini juga diselenggarakan selama 3 (tiga) jam.

Metode Bimbingan dan Tutorial

Pada Metode bimbingan dan tutorial, ditujukan untuk mentransfer pengetahuan untuk mendorong dan memotivasi santri untuk membentuk wirausaha juga dapat berasal dari teman pergaulan, lingkungan maupun organisasi tertentu. Mereka dapat berdiskusi tentang ide wirausaha, masalah yang dihadapi dan cara-cara mengatasi masalahnya. Dan dengan adanya program Entrepreneurship ini diharapkan dapat mendorong santri agar termotivasi untuk berwirausaha ataupun untuk membantu mengembangkan skill berwirausahanya.

Dengan menggunakan Tutorial dalam metode ini, peserta diberikan simulasi praktik langsung untuk pembuatan social media dan pendampingan dalam proses membuatnya juga, pada program ini dilakukan selama 4 jam lamanya.

Metode Diskusi

Dengan Menggunakan Diskusi pada metode ini, diharapkan untuk para peserta yaitu para santri akan diberikan kesempatan untuk bisa mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan cara digital marketing ini dan apa saja yang menjadi kendalanya. Pada kegiatan ini juga akan disampaikan materi dan tutorial dilaksanakan selama pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan, setelah itu peserta akan diberikan kebebasan untuk dapat bertanya, menjawab dan juga berdiskusi kepada narasumber dan rekan-rekan peserta lainnya.

Tempat PKM

Tempat untuk Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini ada di Cianjur Jawa Barat. Untuk program pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini khususnya bagi para satri di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat. Pada Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan pada hari jum'at yaitu tanggal 26 April sampai dengan tanggal 28 April 2024 untuk kegiatannya meliputi Ceramah, Tutorial dan diskusi kepada para Satri yang hadir di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat.

HASIL DAN DISKUSI

Digital Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang umumnya digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi. Melalui sosial media, pembeli dapat memperoleh informasi kapan saja dan dimana pun mereka butuhkan. Dengan jumlah pengguna sosial media yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggam smartphone. Saat ini merupakan zaman modern yang di mana hampir seluruh lapisan masyarakat baik yang berusia muda sampai yang sudah berusia lanjut telah mempunyai smartphone dan secara otomatis jumlah pengguna sosial media semakin hari semakin bertambah, dan ini memberikan peluang kepada para santi Di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat untuk menjadi entrepreneur muda. , maka PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini memprioritasnya bagaimana bisa menciptakan para entrepreneur di usia muda merupakan tantangan yang perlu dihadapi. Oleh karena itu, salah satu cara menghadapi tantangan tersebut adalah dengan mendidik Santi di Di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat untuk menjadi entrepreneur sejak usia muda. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan melaksanakan kegiatan PKM Di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat dan berfokus pada Santri yang berjumlah 17 santri. Peranan digital marketing sangat berpengaruh untuk menjadi enterprenuer muda memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bisnis, memberikan berbagai kemudahan dalam penjualan dan jasa layanan kepada customers dalam bentuk telematika dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran lebih mudah diakses. Pada PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini dilakukan upaya memberikan materi dan praktek secara langsung menggunakan aplikasi melalui digital marketing

Untuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, yang kami tawarkan adalah dalam 3 bidang permasalahan yaitu sulitnya identifikasi target audience, isi konten yang menarik dan cara memasarkan produk secara online. Maka dari itu langkah – langkah kegiatan ini juga dibagi menjadi 3 kelompok kegiatan utama. kami menawarkan solusi Pelatihan Enterpreneurship melalui Digital Marketing. Kegiatan yang akan dilakukan pada Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dengan menggunakan menggunakan 3 kegiatan yaitu yaitu Mengidentifikasi target audience, isi konten yang menarik dan cara memasarkan produk secara online.

Uraian Metode yang ditawarkan

Membuat tutorial cara memasarkan produk dengan memanfaatkan internet, bagaimana cara memasarkan produk secara online buat kamu yang ingin atau baru pertama kali membuka usaha, atau bahkan yang sudah mempunyai toko offline tapi belum menjualnya secara online. Maka pelaku usaha hanya membutuhkan smartphone masing-masing, atau laptop, serta koneksi internet untuk bisa memasarkan produk secara online. Berikut ini cara memasarkan produk secara online.

Tetapkan produk yang akan dijual

Cara memasarkan produk secara online yang pertama yaitu tetapkan produk yang kamu jual beserta dengan strategi pemasarannya. Misal, jika produk yang akan kamu jual merupakan produk homemade atau buatan sendiri, kamu harus memperkirakan berapa jumlah produk yang akan dijual setiap minggu atau bulannya.

Mulai dari akun social media pribadi

Setelah menentukan produk yang kamu jual, target pasar, beserta dengan strategi pemasarannya, cara memasarkan produk secara online yang kedua yaitu mulailah dari akun social media pribadimu dulu, seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya.

Membuat online shop di marketplace

Setelah sukses memasarkan produk yang kamu jual di akun social media pribadi, cara memasarkan produk secara online yang ketiga yaitu buatlah online shop mu di marketplace. Di marketplace, kamu bisa mengenalkan produk yang dijual dengan cara meng-upload foto produk dan memberikan deskripsi yang sesuai dengan produk untuk menarik minat calon pembeli.

Masuki Forum Jual Beli

Cara memasarkan produk secara online lainnya yang bisa kamu coba yaitu dengan cara memasuki forum jual beli yang tersedia di social media ataupun website. Sekarang ini, banyak tersedia forum jual beli online yang dapat masuk sesuai dengan target yang dituju.

Promosi Melalui Website atau Blog Sendiri

Cara memasarkan produk secara online yang dapat dicoba yaitu melakukan promosi dengan menggunakan website atau blog yang kamu buat sendiri. Banyak website atau blog yang dapat coba secara gratis untuk mengawalinya. Dalam website atau blog yang kamu buat, kamu bisa meng-upload produk apa saja yang kamu jual beserta deskripsi lengkapnya. Di sini juga, bisa membuat katalog jenis-jenis produk yang akan tawarkan.

Influencer Marketing

Influencer marketing merupakan cara memasarkan produk secara online dengan cara membiarkan orang lain (influencer) yang mempromosikan produk yang kamu jual. Biasanya, influencer akan menjelaskan tentang produk yang kamu jual sesuai dengan brief yang kamu berikan, beserta kode voucher atau potongan harga (jika ada) dan link online shop.

Promosi Dengan Menggunakan Social Media Ads

Cara memasarkan produk secara online yang terakhir yaitu menggunakan social media ads yang telah disediakan. Social media yang saat ini cukup memberikan dampak positif sebagai ajang promosi iklan adalah Instagram, Facebook, dan Youtube. Untuk biaya iklannya sendiri pun tidak terlalu mahal. Biasanya, terdapat opsi yang bisa kamu pilih sesuai dengan budget yang sudah kamu siapkan. Kamu juga bisa memilih target sasaran iklan sesuai dengan produk yang dijual.

Partisipasi Pimpinan Pondok Pesantren

Untuk pimpinan pondok pesantren memberikan dukungannya terhadap kegiatan ini, yang memang kegiatan ini memang berguna bagi para santri untuk mengembangkan potensi sebagai entrepreneurship. Kegiatan PKM ini diadakan tujuannya agar menciptakan lapangan pekerjaan baru. Hal ini yang membuat entrepreneur memiliki peran penting untuk meningkatkan taraf hidup di lingkungan sekitarnya. Maka dukungan pimpinan pondok pesantren yaitu dengan memberikan tempat dan memberikan motivasi dan arahan sebelum acara pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dimulai agar para santri dapat mengikuti program ini dengan sebaik-baiknya.

Evaluasi dan keberlanjutan program yang dilaksanakan.

Setelah pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini berakhir, para team PKM tetap akan mengevaluasi dari kegiatan setelah PKM sudah dilaksanakan, apakah dari hasil pelaksanaan PKM ini para santri dapat menggunakan digital marketing, kemudian dilanjutkan praktik penggunaan e-commerce. Diharapkan setelah mengikuti kegiatan PKM ini para santri dapat memahami mengenai aspek digital entrepreneurship dan pemahaman terkait penggunaan digital marketing meningkat.



Gambar 1 Penyerahan hadiah kepada pimpinan Pesantren Al-Mujtama Al-Islami 4



Gambar 2 Photo bersama peserta santri Al-Mujtama Al-Islami 4

KESIMPULAN

Salah satu cara menghadapi tantangan di era digital ini adalah dengan mendidik Santri di Di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat untuk menjadi entrepreneur sejak usia muda. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merasa perlu melaksanakan kegiatan PKM Di Pondok Pesantren Tahfizh Al-Mujtama' Al-Islami 4 Cianjur Jawa Barat dan berfokus pada Santri yang berjumlah 17 santri mengenai peranan digital marketing agar bisa menjadi entrepreneur muda dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bisnis, memberikan berbagai kemudahan dalam penjualan dan jasa layanan kepada customers dalam bentuk telematika dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran lebih mudah diakses. Pada PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini dilakukan upaya memberikan materi dan praktik secara langsung menggunakan aplikasi melalui digital marketing

DAFTAR PUSTAKA

Fransillia M. Mewoh., Johny R.E. Tampi., Tampi., Danny D.S. Mukuan. (2019). "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departemen Store Manado Twon Square". *Jurnal Adminisrasi Bisnis*. (10/1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23529/23186>

Kris Dipayanti, Rob Sosiatri, Ahmad Nurhadi (2023). Pemanfaatan Online Digital Marketing Untuk Memperkenalkan Wisata Alam Pasir Jaka Pada Kampung Peyeredan Cislak Subang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5 (1) Oktober 2023 68-75
DOI: 10.32493/jamh.v4i1.37631

Lie, D., Siregar, R. T., Efendi, E., Inrawan, A., & Halim, F. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Alternatif Pemasaran 4.0 Bagi Pelaku UKM Ulos Di Kota Pematangsiantar. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–8.
<https://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/glow/article/view/28>

Nurjanah, S., & Wahyudi, T. A. (2020). Digital Entrepreneurial Marketing: Strategi Bisnis UKM dalam Mengatasi Pandemi COVID-19. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 125–132. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.272>

Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>

Septiana, L. Sapitri, S., & Muhlida, S. M. (2021). Pelatihan Digital Marketing dan Pembuatan Sabun pada Siswa – Siswi SMP Yayasan Perguruan Islam As Sa'adah. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(1), 22–31.
<https://doi.org/10.35335/abdimas.v5i1.1843>

Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Dwi, Yunila Ariyanti, P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. *BAKTI BANUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume*, 2(1), 8–11.
<https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.212>

Sundara, D., Laksoso, R., & Gultom, J. R. (2020). Sosialisasi Etika Bisnis Dan Entrepeneur UMKM Setu Babakan Srengseng Sawah Jagakarsa Jakarta Selatan. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 1(2), 141–152. <https://doi.org/10.55122/teratai.v1i2.131>

Suworo, S., Susanto, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2020). Pelatihan Digital Marketing (Sosial Media) Untuk Meningkatkan Life Skill Santri Dan Staf Marketing Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Depok. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 177–180. <http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v3i3.2486>