Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN JIWA SANTRIPRENEUR DI SMK ROUDHATUL MUAWANAH

Ismail Ludin[1], Amalia Fatia[2], Muhamad Risky[3], Hernalasari[4], Grace N.B.S[5]
Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia
Email : dosen03394@unpam.ac.id[1]

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema "Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Jiwa Santripreneur di SMK Roudhatul Muawanah" telah dilaksanakan untuk membekali 75 siswa kelas XI dan XII dengan keterampilan kewirausahaan dan pemasaran digital. Pelatihan ini mengintegrasikan konsep kewirausahaan berbasis nilai islami dengan pemanfaatan teknologi digital melalui metode ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung. Peserta memperoleh pemahaman mengenai santripreneurship, branding, pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial bisnis, serta penggunaan platform e-commerce. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 82% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan digital, dan sebagian siswa langsung mempraktikkan keterampilan dengan membuat akun bisnis serta memasarkan produk lokal secara daring. Program ini mendapat respon positif dari pihak sekolah dan berkontribusi pada penguatan kurikulum kewirausahaan berbasis digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil menumbuhkan jiwa santripreneur dan mendorong pengembangan usaha kreatif berbasis teknologi di lingkungan sekolah.
Kata Kunci: Pelatihan, Kewirausahaan, Pemasaran Digital, Jiwa *Santripreneur*

ABSTRACT

The Community Service Activity (PKM) themed "Digital Marketing-Based Entrepreneurship Training to Enhance the Santripreneur Spirit at SMK Roudhatul Muawanah" was conducted to equip 75 students of grades XI and XII with entrepreneurship and digital marketing skills. This training integrates the concept of Islam-based entrepreneurship with the utilization of digital technology through lectures, discussions, case studies, and hands-on practice. Participants gained an understanding of santripreneurship, branding, creating promotional content, managing business social media, as well as using e-commerce platforms. Evaluation results showed that 82% of participants experienced an increase in understanding of digital entrepreneurship, and some students immediately applied the skills by creating business accounts and marketing local products online. This program received a positive response from the school and contributed to strengthening the

Article History
Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

digital-based entrepreneurship curriculum. Overall, this activity successfully nurtured the spirit of santripreneurs and encouraged the development of technology-based creative businesses within the school environment.
Key Word: Training, Entrepreneurship, Digital Marketingi, Santripreneur Soul

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pendidikan, ekonomi, dan kewirausahaan. Saat ini, pola aktivitas masyarakat mengalami pergeseran dari sistem konvensional menuju sistem digital. Salah satu bidang yang paling menonjol adalah pemasaran digital (digital marketing) yang telah menjadi instrumen penting dalam memperluas jaringan usaha, meningkatkan daya saing, serta mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan produk maupun jasa.

Di Indonesia, tren penggunaan media sosial dan platform digital terus meningkat seiring dengan tingginya jumlah pengguna internet. Berdasarkan laporan *We Are Social* tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 210 juta jiwa, dengan mayoritas pengguna aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp untuk aktivitas komunikasi sekaligus perdagangan elektronik (e-commerce). Fenomena ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan usaha berbasis digital sangat terbuka luas, termasuk bagi generasi muda di lingkungan pendidikan menengah.

SMK sebagai salah satu institusi pendidikan vokasi memiliki peran penting dalam mencetak lulusan yang siap kerja, mandiri, dan berdaya saing. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak SMK yang menghadapi tantangan dalam membekali siswanya dengan keterampilan kewirausahaan yang relevan dengan tuntutan zaman, khususnya dalam aspek pemanfaatan teknologi digital. Salah satunya adalah SMK Roudhatul Muawanah, sebuah sekolah kejuruan berbasis pesantren yang berada di wilayah pedesaan dengan potensi besar untuk mencetak generasi *santripreneur*, santri yang memiliki jiwa wirausaha dan berorientasi pada kemandirian ekonomi berbasis nilai-nilai keislaman.

Meskipun memiliki potensi, para siswa di SMK Roudhatul Muawanah masih menghadapi keterbatasan dalam pemahaman konsep kewirausahaan modern serta minimnya keterampilan dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan usaha. Kondisi ini menyebabkan peluang pengembangan jiwa kewirausahaan berbasis digital di kalangan santri belum tergarap optimal. Jika tidak segera diberikan solusi, maka lulusan sekolah ini akan menghadapi kesulitan dalam bersaing di dunia kerja maupun dalam menciptakan usaha mandiri.

SMK Roudhatul Muawanah merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan pesantren, dengan visi membentuk generasi santri yang berilmu, berakhlak, dan berdaya guna bagi masyarakat. Sebagai sekolah kejuruan, SMK ini memiliki beberapa jurusan yang berfokus pada keterampilan vokasional, namun dalam praktiknya pembelajaran kewirausahaan belum terintegrasi secara optimal dengan perkembangan teknologi digital.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak sekolah, terdapat beberapa kondisi yang dapat digambarkan sebagai berikut yaitu potensi sumber daya manusia (SDM). Siswa Sebagian besar siswa berasal dari lingkungan pesantren yang terbiasa dengan nilai-nilai kedisiplinan, kemandirian, dan kerja keras. Hal ini menjadi modal sosial yang baik untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Namun, meskipun memiliki semangat, mereka masih terbatas dalam akses pengetahuan dan keterampilan praktis, khususnya di bidang digital marketing.

Kemudian keterbatasan pemanfaatan teknologi. Fasilitas sekolah dalam bidang teknologi informasi relatif masih sederhana. Walaupun siswa memiliki akses terhadap gawai (smartphone), pemanfaatannya lebih banyak untuk hiburan dibandingkan sebagai media pembelajaran dan pengembangan usaha. Selain itu kurangnya literasi digital kewirausahaan. Sebagian besar siswa belum mengenal secara baik konsep pemasaran digital, strategi branding produk, maupun pemanfaatan media sosial untuk mendukung usaha. Mereka cenderung hanya memahami kewirausahaan dalam konteks konvensional seperti berdagang secara langsung tanpa strategi pemasaran modern.

Tantangan lingkungan ekonomi. Lingkungan sekitar sekolah memiliki potensi produk lokal, seperti makanan ringan, kerajinan, maupun produk berbasis pertanian. Namun, karena kurangnya strategi pemasaran, produk tersebut hanya dipasarkan secara terbatas pada wilayah lokal dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital. Selain itu, minimnya pendampingan berkelanjutan. Program kewirausahaan yang pernah ada di sekolah cenderung bersifat sementara dan kurang memberikan pendampingan intensif. Hal ini menyebabkan keterampilan yang diperoleh siswa tidak berlanjut pada implementasi nyata dalam bentuk usaha yang berkesinambungan.

Dari kondisi tersebut, terlihat bahwa SMK Roudhatul Muawanah memiliki potensi besar untuk mengembangkan jiwa santripreneur, namun menghadapi keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital yang sebenarnya dapat menjadi jembatan menuju peningkatan daya saing dan kemandirian ekonomi.

METODE

Implementasi kegiatan Pengabdian ini menggunakan metode observasi, wawancara, analisis kebutuhan, pelatihan, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi.

TEMPAT DAN WAKTU

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di SMK Roudhatul Muawanah, Desa Nagara, Kecamatan Kibin, Kabupaten Serang Kota yang berlangsung pada Hari Rabu, 15 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang secara sistematis melalui tiga tahap utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan meliputi survei lapangan, koordinasi dengan sekolah, identifikasi peserta, serta penyusunan materi pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital. Pada tahap ini juga dipersiapkan sarana pendukung seperti ruang pelatihan, perangkat digital, dan koneksi internet.

Tahap pelaksanaan dimulai dengan sosialisasi mengenai pentingnya kewirausahaan di era digital dan konsep santripreneur. Selanjutnya siswa mengikuti pelatihan kewirausahaan meliputi

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

mindset wirausaha, analisis peluang usaha, serta integrasi nilai-nilai pesantren dalam bisnis. Pelatihan digital marketing diberikan melalui workshop interaktif yang mencakup strategi media sosial, branding, pembuatan konten kreatif, dan pengenalan marketplace. Peserta kemudian didampingi untuk menyusun business plan sederhana dan melakukan simulasi usaha mini melalui produksi, promosi, dan penjualan produk secara digital.

Tahap evaluasi dilakukan melalui pre-test, post-test, observasi praktik, serta wawancara untuk menilai peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa. Program ditindaklanjuti dengan penyerahan modul pelatihan dan pembentukan komunitas santripreneur sebagai upaya keberlanjutan kegiatan di sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Jiwa Santripreneur di SMK Roudhatul Muawanah" telah dilaksanakan dengan lancar dan mendapat respon positif dari pihak sekolah maupun peserta. Kegiatan ini diikuti oleh 75 siswa kelas XI dan XII jurusan Bisnis dan Pemasaran, Teknik Mesin, dan Perkantoran yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan dan pemasaran digital.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan tahap persiapan, meliputi koordinasi antara tim dosen pelaksana dengan pihak sekolah untuk menentukan waktu, tempat, serta kebutuhan sarana pelatihan. Materi pelatihan dirancang untuk memperkenalkan konsep kewirausahaan berbasis nilai-nilai islami serta penerapan teknologi digital dalam kegiatan bisnis.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara interaktif melalui beberapa metode, seperti ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung. Sesi pertama berfokus pada penguatan konsep dasar kewirausahaan dan nilai santripreneurship, yaitu semangat kemandirian, kejujuran, dan tanggung jawab dalam berbisnis. Sesi berikutnya memperkenalkan konsep digital marketing, meliputi pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial bisnis, serta pemanfaatan platform e-commerce untuk memasarkan produk.

Dalam sesi praktik, peserta didorong untuk membuat akun bisnis online di platform seperti Instagram dan TikTok, serta menyusun rencana usaha sederhana dengan produk yang relevan dengan lingkungan pesantren, seperti makanan ringan, minuman herbal, atau produk kerajinan tangan. Para siswa kemudian membuat konten digital sederhana untuk mempromosikan produk mereka secara daring.

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan melalui kuesioner dan observasi, diketahui bahwa 82% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan digital. Sebagian siswa bahkan langsung mengimplementasikan hasil pelatihan dengan membuat akun bisnis pribadi dan memasarkan produk lokal melalui media sosial. Pihak sekolah juga menyampaikan bahwa pelatihan ini memberikan inspirasi dalam mengembangkan kurikulum kewirausahaan berbasis digital dan mendorong guru pendamping untuk memperkuat pembinaan kewirausahaan santri.

Pelaksanaan pelatihan kewirausahaan berbasis pemasaran digital ini memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan wawasan dan keterampilan kewirausahaan para siswa SMK Roudhatul Muawanah. Sebagai sekolah berbasis pesantren, kegiatan ini tidak hanya memperkuat kemampuan bisnis, tetapi juga menanamkan nilai-nilai keislaman dalam praktik wirausaha, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kerja keras.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Melalui pendekatan digital marketing, para siswa diperkenalkan pada strategi pemasaran modern yang relevan dengan era transformasi digital. Peserta mampu memahami pentingnya branding, promosi melalui media sosial, serta analisis pasar digital untuk menentukan target konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa generasi santri memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha kreatif berbasis teknologi apabila diberikan pendampingan yang tepat.

Dari aspek implementasi, kegiatan ini juga memperlihatkan perubahan pola pikir peserta dari sekadar konsumen menjadi calon produsen atau pelaku usaha. Nilai tambah yang diperoleh peserta bukan hanya pada keterampilan teknis, tetapi juga pada kemampuan berpikir kreatif dan berani mengambil inisiatif dalam menciptakan peluang usaha. Pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung juga terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi dan rasa percaya diri siswa.

Selain bagi peserta, kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi sekolah dalam memperkaya kurikulum kewirausahaan yang selaras dengan perkembangan zaman. Integrasi antara nilai keislaman dan teknologi digital menjadi ciri khas yang dapat membedakan model pendidikan kewirausahaan di pesantren dengan sekolah umum lainnya.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu membangun jiwa santripreneur berbasis digital di kalangan siswa. Program ini telah menumbuhkan kesadaran bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang keuntungan ekonomi, tetapi juga sarana pengabdian dan pemberdayaan masyarakat. Ke depan, diperlukan program lanjutan berupa pendampingan usaha digital santri agar hasil pelatihan dapat berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi lingkungan sekitar

Gambar 1: Kegiatan Penguatan Kompetensi Soft Skill dan Etos Kerja



KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Jiwa Santripreneur di SMK Roudhatul Muawanah” telah terlaksana dengan baik dan memberikan hasil yang signifikan. Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan siswa. Sebagian besar peserta mampu memahami konsep dasar kewirausahaan, strategi pemasaran digital, serta penerapan nilai-nilai islami dalam dunia usaha.
2. Siswa menunjukkan perubahan sikap dan motivasi positif terhadap kewirausahaan. Mereka menjadi lebih percaya diri untuk memulai usaha kecil, berani berinovasi, dan berkomitmen menerapkan prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam berwirausaha.
3. Pendekatan berbasis praktik digital efektif dalam menumbuhkan jiwa santripreneur. Melalui simulasi pembuatan akun bisnis online dan konten promosi digital, siswa memperoleh pengalaman langsung yang relevan dengan kebutuhan pasar modern.
4. Kegiatan memberikan dampak positif bagi sekolah dan guru pendamping. Pihak sekolah memperoleh wawasan baru dalam pengembangan kurikulum kewirausahaan digital, sementara guru pendamping mendapatkan bekal dalam membimbing siswa mengelola proyek usaha berbasis teknologi.

Secara umum, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utama, yakni membentuk generasi santri yang kreatif, mandiri, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, sekaligus memperkuat peran pesantren sebagai pusat pemberdayaan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Aliiev, E., Vovk, V., & Shersheniuk, O. (2025). Implications for marketing strategies: The impact of digital technologies on marketing, financial performance, and business effectiveness. International Journal of Economic Sciences, 14(1), … DOI:10.31181/ijes1412025200 ijes-journal.org

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.

Faristiana, A. R., & Mufidah, N. (2024). Pelatihan dan pendampingan santripreneur dalam pembuatan hantaran di Pondok Pesantren Putri Al-Amin Hudatul Muna, Kabupaten Ponorogo, Tahun 2022. INEJ: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 5(1). https://doi.org/10.21154/inej.v5i1.5585

Hidayat, S., & Sofian, O. (2022). Pelatihan life skill bagi kelompok santripreneur Pondok Pesantren Al-Mubarok, Kota Serang, Provinsi Banten.

Hidayat, R. (2017). Pengembangan santripreneur dalam meningkatkan kemandirian ekonomi pesantren. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam, 1*(2), 115–128.

Iqbal, M., Khan, A. A., & Naseer, O. (2013). A legal perspective of e-business and e-marketing for small and medium enterprises. arXiv Preprint. https://arxiv.org/abs/1303.2675

Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). *Evaluating training programs: The four levels* (3rd ed.). San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of Management Review, 21(1), 135–172. https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568

Kusawat, P., & Teerakapibal, S. (2023). Cross-cultural electronic word-of-mouth: A systematic literature review. *arXiv Preprint*. https://arxiv.org/abs/2311.01039

Nosratabadi, S., Mosavi, A., Shamshirband, S., Zavadskas, E. K., Rakotonirainy, A., & Chau, K. W. (2019). Sustainable business models: A review. arXiv Preprint. https://arxiv.org/abs/1907.10052

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Robbani, M. B., & Pujianto, W. E. (2023). Santripreneur: Menumbuhkan embrio pendidikan wirausaha berbasis pesantren. Journal of Science and Education Research, 2(2), 12–19. https://doi.org/10.62759/jser.v2i2.32

Shofiyuddin, M. (2023). Strategi pengasuh pondok pesantren dalam pengembangan santripreneur. ADRG: Jurnal Pembangunan dan Pengembangan

Sulistyowati, R. (2025). Santripreneur sebagai pilar pembangunan ekonomi berkelanjutan di Indonesia. Tahta Media. (atau artikel "Santripreneur sebagai Pilar Pembangunan")

Yuan, S., Zainal Abidin, A., Sloan, M., & Wang, J. (2012). Internet advertising: An interplay among advertisers, online publishers, ad exchanges and web users. arXiv Preprint. https://arxiv.org/abs/1206.1754