

PENGEMBANGAN SDM KREATIF DAN PEMASARAN DIGITAL BAGI SANTRI MELALUI DIGITAL PREUNER DI MADRASAH ALIYAH TURUS PANDEGLANG

Randi Rustandi¹, Galih Rahmatullah², M Wildan Al Isro³, Yayuk Rufiatun⁴

Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

randirustandi03@gmail.com¹, galihrahmatullah124@gmail.com², skyzohalo@gmail.com³,

dosen03036@unpam.ac.id⁴

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul “Pengembangan SDM Kreatif dan Pemasaran Digital bagi Santri melalui Digitalpreneur di Madrasah Aliyah Turus Pandeglang” dilaksanakan untuk meningkatkan keterampilan serta kreativitas santri dalam menghadapi tantangan zaman digital. Acara ini dilaksanakan antara pukul 14. 00 WIB hingga 16. 00 WIB dan diikuti oleh 32 siswa dari Madrasah Aliyah Turus Pandeglang. Kepala sekolah, Bapak Jaenudin, memberikan dukungan penuh terhadap kegiatan ini, sedangkan dosen yang memandu adalah Ibu Yayuk Rufi’atun. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini mencakup ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung mengenai strategi pemasaran digital serta pengembangan ide bisnis kreatif yang berbasis teknologi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman santri terkait konsep digital entrepreneurship, kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk, serta munculnya berbagai ide usaha kreatif berbasis digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam membentuk generasi santri yang inovatif, mandiri, dan siap bersaing di era ekonomi digital.

Kata Kunci: SDM kreatif, pemasaran digital, santri, digitalpreneurship

ABSTRACT

The Community Service Program (PKM) titled “Developing Creative Human Resources and Digital Marketing Skills for Santri through Digitalpreneurship at Madrasah Aliyah Turus Pandeglang” was carried out as an effort to enhance the abilities and creativity of students in facing the challenges of the digital era. The activity took place from 14.00 to 16.00 WIB and involved 32 students of Madrasah Aliyah Turus Pandeglang. The principal, Mr. Jaenudin, provided full support for the program, while the supervising lecturer was Mrs. Yayuk Rufi’atun. The methods used in this activity included interactive lectures, group discussions, and hands-on practice on digital marketing strategies and creative business development based on technology. The results showed an increase in students’ understanding of digitalpreneurship concepts, their ability to utilize social media

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No
234.KK.443

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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

for product promotion, and the emergence of creative business ideas based on digital platforms. This activity is expected to be an initial step in creating innovative, independent, and competitive students who are ready to face the digital economy era.

Keywords: *creative human resources, digital marketing, santri, digitalpreneurship.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di zaman sekarang memberikan pengaruh yang signifikan pada banyak aspek kehidupan, termasuk pendidikan dan ekonomi. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh institusi pendidikan Islam seperti Madrasah Aliyah adalah bagaimana menyiapkan santri agar bisa menyesuaikan diri dan berperan aktif dalam dunia digital. Santri sebagai generasi muda yang memiliki potensi besar mesti diperlengkapi dengan kemampuan di bidang keagamaan serta keahlian kreatif dan pemasaran digital untuk bersaing di era global.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Pengembangan SDM Kreatif dan Pemasaran Digital bagi Santri melalui Digitalpreneur di Madrasah Aliyah Turus Pandeglang” dilaksanakan untuk meningkatkan kompetensi dan kreativitas santri dalam menggunakan teknologi digital sebagai alat pengembangan diri dan ekonomi. Dalam kegiatan ini, santri diperkenalkan pada konsep kewirausahaan digital, strategi pemasaran daring, serta praktik pengembangan ide bisnis kreatif berbasis teknologi.

Disamping itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membangun semangat kewirausahaan di kalangan santri agar mereka dapat meraih peluang ekonomi secara mandiri. Dukungan dari pihak sekolah, terutama Kepala Madrasah Aliyah Turus Pandeglang Bapak Jaenudin, serta keterlibatan dosen pembimbing Ibu Yayuk Rufi’atun sangat berkontribusi pada kesuksesan aktivitas ini. Dengan adanya pelatihan dan persiapan ini, diharapkan santri bisa menjadi generasi muda yang tidak hanya excel dalam bidang agama, tetapi juga memiliki kemampuan adaptasi, kreativitas, dan inovasi di ranah digital.

Kegiatan ini sejalan dengan visi pembangunan sumber daya manusia (SDM) Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan mutu, kreativitas, dan daya saing. Oleh karena itu, pemberdayaan SDM kreatif melalui digitalpreneurship menjadi langkah strategi dalam menciptakan generasi santri yang kompetitif, memiliki jiwa wirausaha, dan mampu berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berbasis digital.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Pengembangan SDM Kreatif dan Pemasaran Digital bagi Santri melalui Digitalpreneur di Madrasah Aliyah Turus Pandeglang” dilakukan dengan pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif santri dalam seluruh rangkaian kegiatan. Kegiatan ini dijadwalkan berlangsung dari pukul 14. 00 WIB sampai 16. 00 WIB di area Madrasah Aliyah Turus Pandeglang dengan total peserta sebanyak 32 siswa. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Persiapan Kegiatan

Tahap pertama dimulai dengan adanya koordinasi antara tim pelaksana PKM, pihak sekolah, dan dosen pembimbing, yang diwakili oleh Ibu Yayuk Rufi’atun. Pada tahap ini,

dilakukan pengaturan jadwal, distribusi tugas, serta penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Bagian inti dari kegiatan dilaksanakan dalam format ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung.

- Ceramah interaktif bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai konsep digitalpreneurship, strategi pemasaran digital, serta pentingnya pengembangan SDM yang kreatif.
- Diskusi kelompok difokuskan untuk mendorong partisipasi aktif santri dalam mengekspresikan ide dan gagasan tentang bisnis digital yang sesuai dengan potensi yang ada di daerah.
- Praktik langsung dilakukan melalui simulasi pembuatan konten promosi di platform digital, pengelolaan media sosial, serta strategi penjualan produk di dunia maya.

3. Evaluasi Kegiatan

Proses evaluasi dilakukan dengan cara mengamati tingkat keterlibatan peserta, hasil kerja kelompok, dan kemampuan santri dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh. Selain itu, umpan balik langsung dari tim pelaksana dan dosen pembimbing diberikan untuk menilai sejauh mana efektivitas dari kegiatan tersebut.

4. Tindak Lanjut (Follow Up)

Sebagai bentuk kelanjutan dari kegiatan, tim PKM bersama pihak sekolah merencanakan pembentukan grup kecil santri digitalpreneur untuk melanjutkan pengembangan ide bisnis digital yang telah dihasilkan selama pelatihan. Metode pelaksanaan ini diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang interaktif, aplikatif, dan menitikberatkan pada peningkatan kompetensi santri dalam menghadapi era digital serta mendorong semangat kewirausahaan di kalangan siswa madrasah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan hasil dari kegiatan pelatihan dan analisis pengaruhnya terhadap peningkatan pemahaman serta keterampilan santri Madrasah Aliyah Turus Pandeglang di bidang pemasaran digital dan manajemen keuangan sederhana. Secara keseluruhan, kegiatan ini memperlihatkan adanya perubahan yang positif dalam cara berpikir, kemampuan analisis, serta semangat kewirausahaan para peserta.

A. Hasil Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 16 Oktober 2025 di aula Madrasah Aliyah Turus Pandeglang, mulai dari pukul 14.00 WIB hingga 16.00 WIB. Sebanyak 32 santri turut serta dalam kegiatan ini, yang dipandu oleh dosen pembimbing, Ibu Yayuk Rofi'atun, dengan dukungan penuh dari Kepala Madrasah, Bapak Jaenudin. Tim yang melaksanakan kegiatan terdiri dari mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Kota Serang. Materi pelatihan terfokus pada empat tema utama, yaitu:

1. Fundamental strategi pemasaran digital.
2. Pemahaman tentang perilaku dan kebutuhan konsumen.
3. Manajemen keuangan sederhana untuk usaha kecil.
4. Penyusunan rencana bisnis berbasis digital.

Selama kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Mereka aktif bertanya, berdiskusi dalam kelompok kecil, dan terlibat dalam simulasi pembuatan rencana usaha digital. Di sesi praktik, para santri diminta untuk merancang ide usaha sederhana yang dilengkapi dengan strategi promosi online serta pencatatan arus keuangan dasar.

Pada penutupan kegiatan, peserta berhasil mempresentasikan mini business plan yang menunjukkan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Kegiatan ini berjalan dengan baik dan menerima sambutan positif dari pihak sekolah. Para guru pendamping menilai bahwa program ini sangat relevan dengan kebutuhan santri dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital dan dapat menjadi bekal berharga untuk masa depan.

B. Analisis dan Pembahasan

Dari hasil observasi dan evaluasi, pelatihan ini memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan literasi kewirausahaan di kalangan santri. Sebelum kegiatan dimulai, mayoritas peserta belum memiliki pemahaman tentang strategi pemasaran dan pencatatan keuangan secara terstruktur. Namun, setelah mengikuti pelatihan, mereka mulai menunjukkan kemampuan dalam merancang strategi penjualan, menentukan harga, dan menyusun laporan keuangan sederhana. Analisis menunjukkan bahwa metode pembelajaran partisipatif yang diterapkan—melalui ceramah interaktif, diskusi, dan simulasi bisnis—berhasil menciptakan suasana belajar yang interaktif. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan (kognitif), tetapi juga keterampilan (psikomotor) dan sikap positif (afektif) terhadap dunia kewirausahaan.

Temuan utama dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Pengetahuan (Kognitif): Santri memahami konsep pemasaran digital, strategi promosi, dan dasar-dasar manajemen keuangan.
2. Aspek Keterampilan (Psikomotor): Peserta mampu menyusun rencana usaha kecil dengan struktur yang logis dan realistis.
3. Aspek Sikap (Afektif): Terjadi peningkatan motivasi dan kepercayaan diri untuk memulai usaha secara mandiri.

Temuan ini menguatkan teori bahwa pembelajaran berbasis pengalaman langsung lebih efektif dalam membangun pemahaman kewirausahaan dibandingkan dengan metode yang tradisional.

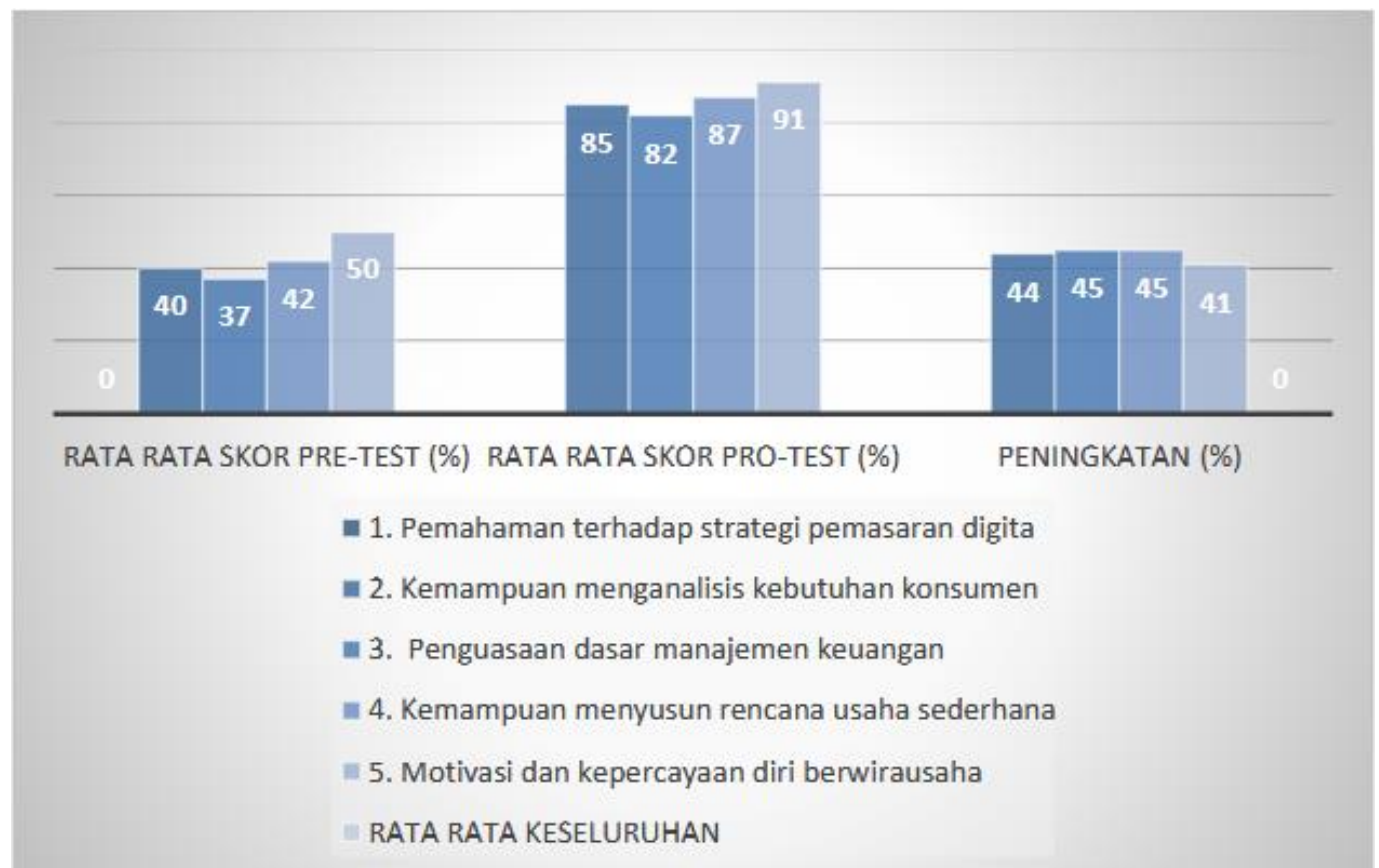
C. Dampak dan Implikasi Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini memberikan kontribusi yang positif bagi tiga pihak utama, yaitu siswa, sekolah, dan perguruan tinggi.

1. Bagi Siswa: Peningkatan kemampuan berpikir kreatif, merancang strategi pemasaran, dan mengelola keuangan usaha.
2. Bagi Sekolah: Program ini menjadi inspirasi untuk mengintegrasikan pelatihan kewirausahaan berbasis digital dalam kegiatan ekstrakurikuler madrasah.
3. Bagi Perguruan Tinggi: Memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa untuk menerapkan teori manajemen dan pemasaran dalam konteks pendidikan, serta memperkuat sinergi antara kampus dan masyarakat.

Implikasi jangka panjang dari aktivitas ini adalah tumbuhnya kesadaran di kalangan santri mengenai pentingnya kemampuan literasi digital dan pengelolaan finansial dalam menjalankan bisnis. Aktivitas seperti ini dapat menjadi contoh kerja sama yang berkelanjutan antara universitas dan institusi pendidikan untuk membina wirausaha muda yang inovatif,

kompetitif, dan berakhlak. Data yang mendukung hasil pelatihan akan disajikan dalam bentuk grafik dan tabel pada bagian berikutnya untuk memperkuat analisis dan hasil kegiatan.



Gambar 1. Grafik Peningkatan Pemahaman Siswa

Tabel 1. Ringkasan Hasil dan Dampak Kegiatan PKM di MA Turus Pandeglang

NO	ASPEK YANG DI NILAI	SEBELUM KEGIATAN (%)	SESUDAH KEGIATAN (%)	PENINGKATAN (%)
1.	Pemahaman terhadap strategi pemasaran digital	45	89	44
2.	Kemampuan menganalisis kebutuhan konsumen	40	85	45
3.	Penguasaan dasar manajemen keuangan	37	82	45
4.	Kemampuan menyusun rencana usaha sederhana	42	87	45
5.	Motivasi dan kepercayaan diri berwirausaha	50	91	41
RATA RATA KESELURUHAN	-	42.8%	86.8%	43.8%

Berdasarkan Gambar 1 dan Tabel 1, Terlihat Adanya Peningkatan yang Signifikan pada Peningkatan Pemahaman pemasaran Digital preuner Siswa Setelah Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema “Pengembangan SDM Kreatif dan Pemasaran Digital bagi Santri melalui Digitalpreneur di Madrasah Aliyah Turus Pandeglang” telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan santri dalam bidang kewirausahaan digital. Hasil pelatihan dan analisis yang dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa program ini berhasil meningkatkan pengetahuan siswa tentang taktik pemasaran digital, manajemen keuangan dasar, dan kemampuan untuk membuat rencana bisnis sendiri.

Selain itu, program ini menumbuhkan kreativitas, kepercayaan diri, dan jiwa kewirausahaan di antara para pesertanya. Pendekatan pembelajaran interaktif dan langsung

membantu siswa memahami prinsip-prinsip kewirausahaan digital dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Keberhasilan proyek ini juga sangat terbantu oleh bantuan dari sekolah dan para instruktur.

Secara keseluruhan, inisiatif ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital dapat menjadi alat yang berguna untuk membangun sumber daya manusia yang kreatif, mandiri, dan mampu bersaing di era ekonomi digital.

Saran

1. Untuk Sekolah : Diharapkan pelatihan kewirausahaan digital semacam ini dapat dilaksanakan secara berkala sebagai bagian dari kegiatan ekstrakurikuler untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa di bidang ekonomi kreatif.
2. Bagi Mahasiswa : Peserta didorong untuk terus mengembangkan keterampilan yang diperoleh dengan berlatih membuat konten digital, pemasaran daring, dan perencanaan bisnis yang berkelanjutan.
3. Bagi Perguruan Tinggi : Kegiatan PKM serupa perlu terus diperluas dengan melibatkan lebih banyak perguruan tinggi agar terjalin kerja sama yang lebih erat antara perguruan tinggi dan masyarakat.
4. Bagi Pemerintah atau Instansi Terkait : Disarankan agar generasi muda, khususnya mahasiswa, diberikan pelatihan dan pendampingan kewirausahaan digital secara berkelanjutan untuk menambah wawasan dan keterampilan di bidang ini. Kerja sama yang berkelanjutan antara pihak sekolah, perguruan tinggi, dan masyarakat diharapkan dapat menghasilkan generasi mahasiswa yang tidak hanya menguasai ilmu agama, tetapi juga adaptif terhadap kemajuan teknologi dan mampu berkontribusi bagi pembangunan ekonomi digital Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang bertajuk "Pengembangan SDM Kreatif dan Pemasaran Digital bagi Santri melalui Digitalpreneur di Madrasah Aliyah Turus Pandeglang". Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Bapak Jaenudin, Kepala Madrasah Aliyah Turus Pandeglang, atas izin, dukungan, dan fasilitas yang diberikan selama berlangsungnya acara.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada mentor kami, Ibu Yayuk Rufiatun, atas nasihat, arahan, dan inspirasi yang sangat berharga. Para mahasiswa program pelatihan yang menunjukkan semangat dan terlibat dalam setiap sesi program patut mendapatkan apresiasi yang setinggi-tingginya.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih atas kontribusi mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang, Kampus Kota Serang, dalam mendukung acara ini. Semoga acara ini benar-benar bermanfaat bagi seluruh peserta dan menjadi contoh bagi program

pengabdian kepada masyarakat di masa mendatang yang bertujuan untuk mengembangkan potensi mahasiswa di era digital .

DAFTAR PUSTAKA

The American Marketing Association. (2019). Definisi pemasaran. Diambil dari <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing>

Pearson Education. (Edisi ke-15). Manajemen pemasaran, oleh Kotler, P., & Keller, KL (2016).

Pemasaran 4.0: Dari Tradisional ke Digital, oleh Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). John Wiley & Sons.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Pemasaran 5.0: Teknologi untuk kemanusiaan. John Wiley & Sons.

M. Huda (2020). Kewirausahaan berbasis digital di Era Industri 4.0 . Jakarta: Mitra Wacana Media.

Kewirausahaan: Kiat dan Prosedur untuk Sukses , oleh Y. Suryana (2019). Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono (2018). Metode penelitian di bidang pendidikan : Pendekatan kuantitatif , kualitatif , dan R&D . Bandung: Alfabeta.

Strategi pemasaran (edisi ke-4) oleh F. Tjiptono, Yogyakarta: Andi , 2019 .

Social media: A perspective on communication, culture, and sociotechnology. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020.

Republik Indonesia's Ministry of Cooperatives and SMEs. (2022). Laporan Perkembangan Kewirausahaan dan UMKM Indonesia 2022 [Indonesia's Entrepreneurship and SME Development Report 2022]. Jakarta: Kemenkop UKM RI.