

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING (SOSIAL MEDIA)
UNTUK MENINGKATKAN *LIFE SKILL* SANTRI DAN STAF
MARKETING DI PESANTREN AL WAFI ISLAMIC
BOARDING SCHOOL DEPOK**

**Suworo, Sairin, Susanto, Tarwijo, Chotamul Fajri,
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang**

Email : dosen01715@unpam.ac.id, dosen01517@unpam.ac.id
susanto@gmail.com dosen01476@unpam.ac.id dosen1717@unpam.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital marketing saat ini sangat membantu para pelaku usaha untuk memasarkan produknya salah satunya dengan memanfaatkan social media. Kaplan dan Haenlin (2010) mendefinisikan Media Sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunkan ideologi dan tehnologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog*, dan lainnya. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya (Williams dkk. 2012). Bagi para pemasar hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran. Sosial media memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah (Akrimi dan Khemakem. 2012). Tujuan dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diadakan di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School (IBS) terletak di Jl Pengasinan Kab. Depok Jawa Barat membekali santri dan karyawan penerimaan santri baru *lifeskill* tentang pemanfaatan social media untuk kegiatan marketing. Pendampingan diselesaikan dalam tiga tahapan kegiatan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan dilakukan dengan melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan dan menentukan siapa saja masyarakat yang akan diundang untuk mengikuti seminar. Tahap pelaksanaan, dilakukan dengan memberikan pelatihan dengan menggunakan metode ceramah dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab dan latihan sebagai bentuk kegiatan. Tahap evaluasi akan dilakukan atas hasil yang telah dicapai oleh peserta pelatihan dengan melakukan kunjungan ke Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School (IBS) terletak di Jl Pengasinan Kab. Depok Jawa Bara untuk mengetahui seberapa dalam pemahaman masyarakat tentang materi yang telah disampaikan dalam pelatihan. Target utama Pengabdian Kepada Masyarakat oleh dosen UNPAM adalah perubahan sikap dari para sasaran. Perubahan sikap yang diharapkan dari program ini adalah meningkatnya pemahaman digital marketing khususnya sosil menia untuk kegiatan marketing, sedangkan untuk sasaran yaitu santri santri dan sebagaian karyawan bagian penerimaan siswa baru.

Kata Kunci : *Digital Marketin, Life skill*

Abstract

The development of digital marketing technology is currently very helpful for business actors to market their products, one of which is by utilizing social media. Kaplan and Haenlin (2010) define social media as a group of internet-based applications that use the ideology and technology of Web 2.0, where users can create or exchange information on these applications. Some of the social media that are very popular and have millions of users in Indonesia are Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blogs, and others. Social media allows users to communicate with millions of other users (Williams et al. 2012). For marketers, this is a huge potential and opportunity to be used as a marketing communication tool. Social media allows sharing of information between users to be easier (Akrimi and Khemakem. 2012). The purpose of carrying out Community Service activities held at the Al Wafi Islamic Boarding School (IBS) is located on Jl Pengasinan Kab. Depok, West Java, equips students and new student admissions employees with life skills regarding the use of social media for marketing activities. Mentoring is completed in three stages of activity, namely preparation, implementation, and evaluation. The preparation stage is carried out by conducting a preliminary survey to see the conditions in the field and determine who the people will be invited to attend the seminar. The implementation stage is carried out by providing training using the lecture method followed by question and answer discussions and exercises as a form of activity. The evaluation phase will be carried out on the results that have been achieved by the training participants by visiting the Al Wafi Islamic Boarding School (IBS) Islamic Boarding School located on Jl Pengasinan Kab. Depok, West Java, to find out how deep the community's understanding of the material presented in the training is. The main target of Community Service by UNPAM lecturers is a change in the attitudes of the targets. The change in attitude that is expected from this program is an increase in understanding of digital marketing, especially social media for marketing activities, while for the target, students and some employees of the new student admissions department.

Keywords: *Digital Marketing, Life skills*

A. PENDAHULUAN

Pemerintah saat ini telah memulai upaya intensif menyadarkan pelaku usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan daya saing baik nasional maupun internasional. Seiring dengan hal tersebut, dibutuhkan jiwa-jiwa kewirausahaan. Jiwa kewirausahaan yang tumbuh dari generasi muda ini untuk menopang perekonomian nasional melalui yaitu melalui aktifitas wirausaha. Hal ini sangat penting untuk menciptakan lapangan kerja mandiri, sebagai salah satu strategi untuk mengatasi masalah

pengangguran yang meningkat di Indonesia. Jiwa kewirausahaan sebenarnya hampir dimiliki oleh setiap generasi muda, namun kurangnya pengetahuan dan pelatihan kewirausahaan menyebabkan generasi muda saat ini kurang memaksimalkan potensi jiwa kewirausahaan. Disamping banyak faktor lain yang menyebabkan hal tersebut, seperti kurangnya penguasaan teknologi, modal ataupun jaringan yang sangat sedikit sehingga sangat sulit untuk mengembangkan usaha dan jiwa kewirausahaan.

Dengan melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan hubungan dengan konsumen. Dimana media sosial memungkinkan untuk melakukan komunikasi dengan banyak orang dan komunikasi dua arah. Dengan melakukan *public engagment* melalui komunikasi dengan media sosial maka akan berpengaruh terhadap peningkatan hubungan antara organisasi dan konsumen (Men dan Tsai. 2014). Hal tersebut juga dipengaruhi oleh karakter organisasi yang dipersepsikan konsumen ketika melakukan komunikasi melalui media sosial, karakter organisasi yang tulus yang mendapatkan membuat hubungan organisasi dengan konsumen menjadi lebih dekat. Pada penelitian Hudson dkk (2015), interaksi organisasi dan konsumen melalui media sosial berpengaruh meningkatkan *brand relationship quality* melalui mediasi pengaruh emosional. Oleh karena itu untuk meningkatkan hubungan antara organisasi dan konsumen melalui media sosial harus menggunakan pesan yang dapat mengikat secara emosional.

Kemampuan CRM (*Customer Relationship Management*) suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh *customer-centric management system* dan teknologi media sosial (Trainor dkk. 2013). Kedua hal tersebut harus dikombinasikan untuk memperkuat kapabilitas perusahaan sehingga meningkatkan *customer relationship performance*. Pada media tradisional tidak memungkinkan dan membutuhkan biaya besar untuk melakukan komunikasi dengan konsumen, khususnya produk kategori yang memiliki jumlah konsumen yang sangat banyak (contoh *fast moving*

consumer goods). Dengan teknologi media sosial yang mampu untuk berkomunikasi dengan ribuan pelanggan, melakukan komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih mudah dan murah.

Pesantren sekarang pada umumnya telah mengalami pergeseran dari dampak modernisasi. Hal ini dibuktikan dengan peran Kiai dalam pesantren sekarang ini bukan lagi merupakan satu-satunya sumber belajar. Melainkan semakin beraneka ragam sumber-sumber belajar baru, dan semakin tingginya dinamika komunikasi antara sistem pendidikan pesantren dan system yang lain, maka santri dapat belajar dari banyak sumber. Selain itu, terdapat pula kecenderungan yang kuat bahwa santri membutuhkan ijazah dan penguasaan bidang keahlian, atau ketrampilan yang jelas, yang dapat mengantarkannya untuk menguasai lapangan kehidupan tertentu. Sehingga dalam era modern ini, tidak cukup hanya berbekal dengan moral yang baik saja, tetapi perlu dilengkapi dengan keahlian atau ketrampilan yang relevan dengan kebutuhan kerja.

Pertumbuhan pesantren saat ini sangat pesat sehingga perlu strategi khusus dalam meningkatkan jumlah santri dan iklan kita bisa terjangkau secara luas. Dalam pengembangan suatu brand atau produk yang mengikuti kebutuhan atau selera konsumen, dibutuhkan informasi mengenai perilaku dan kebutuhan konsumen. Dengan menggunakan media sosial melalui *online community* akan memungkinkan untuk mendapatkan informasi tersebut. Berdasarkan penelitian Nguyen dkk (2015), strategi *brand*

innovation melalui media sosial yaitu dengan cara mendapatkan informasi atau pengetahuan mengenai konsumen dengan menggunakan media sosial. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa hasil dari strategi *brand innovation* tersebut dipengaruhi oleh *social media strategic capability* dari masing-masing organisasi. Pada contoh kasus, Pepsi menggunakan media sosial untuk mengetahui rasa yang disukai oleh konsumen untuk menciptakan rasa baru Mountain Dew (Saravanakumar dan SuganthaLakshmi. 2012). Media sosial dapat memberikan informasi yang dibutuhkan perusahaan dalam mengembangkan brand atau produknya, akan tetapi informasi yang terdapat di dalam media sosial masih belum terstruktur, terpisah-pisah, dan berjumlah banyak. Perusahaan harus dapat melakukan analisa dari informasi tersebut, dan menformulasikan menjadi suatu pengetahuan yang dapat memberi kontribusi untuk pengembangan brand atau produk.

Berdasarkan hal tersebut, pondok pesantren di era globalisasi dituntut untuk lebih meningkatkan kualitasnya dibidang intelektual, keagamaan, maupun life skill (kecakapan hidup) yang mumpuni agar para santri tidak tergerus dengan kemajuan zaman. Kecakapan hidup (life skill) adalah kemampuan dan keberanian untuk menghadapi problema kehidupan, kemudian secara proaktif dan kreatif, mencari dan menemukan solusi untuk mengatasinya. Agar program life skill dapat berjalan dengan baik, diperlukanya manajemen yang benar sehingga semua kegiatan yang terdapat dalam program tersebut dapat

berjalan dengan lancar dan membuahkan hasil yang diharapkan.

Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School (IBS) terletak di Jl Pengasinan Kab. Depok Jawa Barat dengan membekali santri santrinya dengan kegiatan santripreneur, sebagai usaha pesantren membekali santri kecakapan hidup (*lifeskill*) supaya bisa hidup mandiri setelah lulus. Kegiatan *lifeskill* diantaranya dengan membekali santri dengan pendampingan digital marketing diantaranya memanfaatkan sosil media untuk marketing. Oleh karena itu sangat penting mengetahui dengan mendalam kapabilitas media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran. Dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran tidak hanya seperti menggunakan internet dan tehnologi, akan tetapi harus menggunakan taktik dan strategi komunikasi (Wigstrom dan Wigmo. 2010). Taktik dan strategi disusun berdasarkan kapabilitas yang dimiliki dan target yang ingin diraih

Gambaran secara umum sasaran adalah pesantre Al Wafi Islamic Boarding school yang telah menerapkan kurikulum dinas pendidika K13, kurikulum diniah yang sudah terakreditasi Universitas Islam Madinah, kurikulum qur'an dan dan muatan kurikulum life skill yang dikemas dengan kegiatan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler.

Memberikan ilmu, memberikan motivasi, mengadakan penyuluhan kepada masyarakat sering disebut oleh para kalangan akademisi sebagai salah satu wujud nyata memberikan ilmu praktis kepada masyarakat atau yang

dikenal dengan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sering dikenal PKM. Tugas seorang dosen dalam melaksanakan tri dharma perguruan tinggi adalah melakukan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat

- a. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang digital marketing santri dan karyawan dilingkungan pesantren Al Wafi Islamic Boarding School.
- b. Memberikan motivasi kepada santri dan karyawan untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi khususnya bidang digital marketing
- c. Melaksanakan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi

Manfaat Pengabdian kepada Masyarakat

Manfaat Mitra

Manfaat mitra dalam hal ini santri SMA Alwafi diharapkan dengan adanya Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan *team* pengabdian dari dosen manajemen UNPAM, akan meningkatkan skill santri dibidang digital marketing.

Manfaat Dosen

- a. Menjalankan salah satu tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM).
- b. Mengaplikasikan disiplin ilmu manajemen ke masyarakat.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kerangka Pemecahan Masalah

Ketercapaian target luaran dalam program ini meliputi perubahan pengetahuan tentang pemanfaatan *digital marketing* dalam berwirausaha, komitmen mengikuti pelatihan, dan minat

berwirausaha dari peserta. Berani terjun dalam dunia usaha, berarti siap menerima segala konsekuensinya. Termasuk berani menghadapi berbagai masalah dalam usaha, bahkan yang dapat menyebabkan kegagalan. Jatuh bangun sudah menjadi hal yang lumrah bagi seorang wirausaha. Hal itulah yang membuat mereka semakin kuat sebagai seorang wirausaha. Persoalannya, hanya saja ketika seorang wirausaha tak mampu menyelesaikan masalah yang ada hingga berlarut-larut lamanya. Otomatis hal itu akan membuat usahanya jalan di tempat, dengan kata lain tidak ada kemajuan. Tentu ini merupakan situasi yang amat buruk. Itu juga menandakan seorang wirausaha belum mengetahui solusi dan permasalahannya.

Menjalankan sebuah usaha, berbagai permasalahan akan mulai bermunculan seiring berjalannya waktu. Mulai dari permasalahan modal, tenaga kerja, bahan baku, bahkan hingga pada persoalan pemasaran produk. Maka beberapa poin di bawah ini akan menjelaskan beberapa permasalahan yang muncul dan harus dihadapi oleh seorang wirausaha.

Program ini merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan dalam meningkatkan pemahaman *digital marketing* generasi muda khususnya siswa SMA di wilayah Pengasinan, Sawangan, Depok, sehingga akan memiliki motivasi untuk berwirausaha. Banyaknya alasan yang menyebabkan generasi muda banyak mencari kerja bukan menciptakan

lapangan pekerjaan, membuat kami menciptakan pelatihan kewirausahaan sebagai salah satu bekal untuk meningkatkan potensi diri mereka. Banyaknya generasi muda saat ini yang putus pesantren sebelum dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi berdampak pada pengangguran yang belum teratasi. Sasaran program ini ditujukan kepada anak-anak SMA berusia produktif dan memiliki kreatifitas yang tinggi. Masalah yang dihadapi para remaja saat ini untuk mampu mengembangkan usaha mandiri sebenarnya bukan hanya pada segi modal tetapi lebih kepada minat dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan berwirausaha.

Mengacu pada identifikasi permasalahan tersebut, maka solusi yang akan kami berikan untuk membantu memecahkan permasalahan yang ada adalah;.

1. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan digital marketing kepada sangtri santri dan staf marketing SMA AL WAFI IBS.
2. Memberikan motivasi kepada siswa siswi agar memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi.
3. Menjalin kerjasama pelatihan antara pihak pesantren dengan lembaga lembaga pelatihan manajemen, lembaga pengabdian dan penelitian kampus dan dunia industry.

Realisasi Pemecahan Masalah

Luaran yang diharapkan dalam program ini adalah adanya

peningkatan pemahaman digital marketing pada siswa SMA AL WAFI IBS sebagai salah satu *soft skill* yang perlu dikembangkan generasi muda. Melalui kegiatan ini, diharapkan akan tercipta lapangan pekerjaan baru yang mandiri di masa mendatang sehingga akan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Program ini diharapkan para remaja sasaran dapat menghasilkan minat siswa untuk berwirausaha setelah lulus dari pesantren, jika siswa tidak bisa melanjutkan kuliah ke perguruan tinggi. Selain itu program ini mengadakan pelatihan guna meningkatkan *soft skill* seperti pelatihan FB Ads dan IG Ads. Sehingga siswa dapat mengembangkan dan menerapkan digitak marketing untuk wirausaha dan membuat inovasi-inovasi baru sehingga memiliki kemampuan bersaing yang lebih baik. Selain itu, program ini juga dapat membantu sasaran untuk menghasilkan penghasilan sendiri sehingga tidak tergantung lagi terhadap orang tua. Dengan berjalannya program ini semoga tercipta lapangan pekerjaan baru yang dikembangkan oleh santri setelah lulus dari pesantren, sehingga akan membuka kesempatan kerja untuk masyarakat dan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan.

Khayalak Sasaran

Santri SMA Al Wafi Islamic Boarding School dan karyawan marketing Pengasinan Depok

Tempat dan Waktu

Tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat di SMA Al Wafi Islamic Boarding School. Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjalan dari tanggal 25, 26, 27 November 2021.

Metode dan Kegiatan

Metode kegiatan yang digunakan kepada masyarakat adalah berupa penyuluhan, selanjutnya mereka akan diberikan sesi tanya jawab tentang masalah yang dihadapi baik sifatnya pribadi maupun umum.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat di Pesantren Alwafi Islamic Boarding School Depok Jawa Barat dibagi menjadi 3 tahap yaitu tahap pertama persiapan yaitu survei lapangan, tahap kedua pelaksanaan yaitu pemberian materi dan pelatihan, tahap ketiga evaluasi. Berikut adalah bagan alur dari setiap rangkaian kegiatan.

I. Tahap Persiapan

Adapun tahap-tahap yang kami lakukan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi :

- a. Survei awal, pada tahap ini dilakukan survei ke lokasi Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Depok Jawa Barat
- b. Setelah survei maka ditetapkan waktu pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan
- c. Penyusunan bahan/materi pelatihan yang meliputi: slide dan makalah untuk kegiatan tentang manajemen kewirausahaan sangtri di pesantren

II. Tahap Pelaksanaan

Permasalahan yang ada bahwa dalam kegiatan pendampingan *Life Skill* terutama dalam pemanfaatan social media marketing terjadi permasalahan dalam tenaga pengajar yang dapat membangkitkan semangat kemandirian santri, sehingga mampu memanfaatkan social media untuk mengembangkan jiwa wirausaha.

Untuk kegiatan-kegiatan yang dilakukan di pesantren, digunakan alat bantu *microphone*, sebagai penguat suara. Selain itu untuk lebih memberikan gambaran visualisasi yang menarik dan jelas, maka setiap kegiatan yang dilakukan dalam ruangan juga menggunakan proyektor dan laptop. Setiap kegiatan yang dilaksanakan dalam program ini didokumentasikan dalam bentuk foto dan video. Mengingat kondisi saat ini masih dipengaruhi COVID19 maka kegiatan pelatihan dilakukan dengan mengikuti protocol kesehatan.

III. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi ini untuk mengetahui seberapa dalam pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang diberikan, dilakukan pendampingan kepada peserta pelatihan secara mandiri dengan mendatangi secara langsung tempat usaha para peserta pelatihan. Evaluasi ini penting sebagai tahap monitoring apakah PKM yang telah kita lakukan sudah berhasil atau belum. Tahap evaluasi ini dilaksanakan pada esember 2021. Dalam tahap ini akan dilakukan survey kepuasan mitra dan membuat laporan atas hasil yang telah dicapai setelah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat (PKM)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Prodi Manajemen UNPAM memberikan solusi dengan memberikan pelatihan dan pendampingan yang dapat

memberikan bekal santri dalam memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan brand dan meningkatkan penjualan, kegiatan tersebut :

1. Pemahaman Digital Marketing

Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog*, dan lainnya. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya (Williams dkk. 2012). Media sosial merupakan bagian aktivitas digital marketing sebagai alat komunikasi pemasaran yang dapat dikategorikan berdasarkan alasan atau motivasi pemasar menggunakan media sosial (*antecedants*) dan target dari program pemasaran (*consequences*) yang dapat diraih dengan menggunakan media sosial.

Antecedants atau motivasi bagi pemasar menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran. Selain itu *antecedants* merupakan strategi yang dapat digunakan oleh pemasar dalam *social media marketing*. Beberapa *antecedants* dari pemasaran media sosial seperti *Customer Engagement, Viral Marketing, Buzz Marketing, Peer influence dan Online Community*.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran sesuai dengan program dan target pemasaran. Terdapat beberapa *consequences* atau hasil yang dapat dihasilkan melalui pemasaran media sosial, diantaranya *increased brand awareness, improved reputation, increased relationship, brand development, dan increases purchase intention*.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Kelas 12 IPS

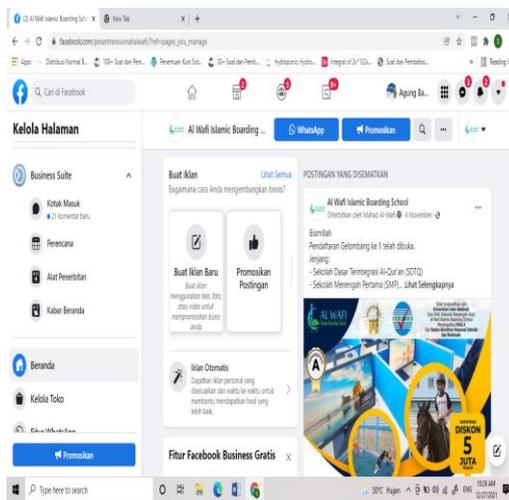
2. Membuat *Fanpage* di Facebook

Indonesia merupakan negara penyumbang pengguna Facebook terbesar keempat di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil. Berdasarkan data yang dirilis Kata Data, Indonesia menyumbang 130 juta pengguna aktif Facebook pada

tahun 2017. Artinya lebih dari setengah penduduk Indonesia menggunakan Facebook.

Facebook Ads adalah media beriklan yang ditujukan kepada pengguna Facebook sebagai audiensnya. Penempatan iklan biasanya berada pada beranda atau sidebar. Terdapat beberapa macam iklan yang disediakan oleh Facebook Ads. Jika dilihat dari bentuknya terdapat iklan video dan iklan gambar. Facebook Ads juga memiliki beberapa kategori iklan yang dilihat dari tujuannya misalnya, Impression, Traffic, Lead dan lain sebagainya

Pesantren Alwafi Islamic Boarding School dalam aktivitas marketing menggunakan *facebook ads* untuk mengiklankan penerimaan mahasiswa baru. Hakaman iklan yang sudah dibuat yaitu Sdtq Alwafi Al-Islami untuk mengiklankan SDTQ dan Alwafi Islamic Boarding School untuk memasarkan SMP SMA Alwafi IBS.



Gambar 3. Fanpage Alwafi

Selain karena jumlah pengguna aktifnya yang berlimpah dan terus meningkat dari tahun ke tahun, Facebook Ads juga memiliki berbagai kelebihan

sebagai platform iklan yang andal untuk bisnis.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan lifeskill khususnya dalam meningkatkan brand produk dan meningkatkan penjualan.

Saran

Untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan santri untuk berwirausaha perlu dilakukan :

- Penyusunan kurikulum digital marketing yang terintegrasi dengan kurikulum pesantren dan kegiatan ekstrakurikuler wajib.
- Pelatihan secara terus menerus terkait dengan pengembangan digital marketing.
- Mencari relasi yang dapat memberikan produk untuk digunakan sebagai latihan memasarkan produk melalui digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Ghozali, 2015. *Membentuk dan Mengembangkan Sikap Kewirausahaan Siswa*. Jakarta: Kresna Buna Insan Prima.
- Darusman, Y. M., & Benazir, D. M. (2021). *Penyuluhan Pentingnya Pemahaman Tentang Kemanfaatan Dan Kemudahan Media Sosial Di Desa Kawunglarang, Kecamatan Rancah, Kabupaten Ciamis*. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas*

- Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 68-74.
- Darusman, Y. M., Bastianon, B., Susanto, S., Benazir, D. M., & Setiawan, T. (2021). Pentingnya Pemahaman Tentang Kemanfaatan Dan Kemudahan Media Sosial. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 173-179.
- Departemen Agama Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam, 2005, Pedoman Integrasi pendidikan Life Skills Dalam Pembelajaran, (Jakarta: Departemen Agama RI) hlm : 5 & 11
- Desmita, 2016, Psikologi Perkembangan Peserta Didik, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hlm 185-186
- Fajri, C., Susanto, S., Suworo, S., Sairin, S., & Tarwijo, T. (2021). Pelatihan Perencanaan Kewirausahaan Hidroponik Dan Penguatan Kelembagaan Santripreneur Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Pengasinan Depok. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 154-160.
- Farida Hanun, 2018, Peningkatan Kemandirian Santri Melalui Penyelenggaraan Life Skill Di Pesantren (Yogyakarta: CV Budi Utama) hlm 3-5
- Ganar, Y. B., Sahroni, S., Zulfitra, Z., Apriansyah, M., & Susanto, S. (2021). Manajemen Strategi Pengembangan Wisata Goa Gudawang. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 83-87.
- Kasmir. 2016. Kewirausahaan,. Jakarta: Raja Grafindopersada
- Mubarok, A., Dinantara, M. D., Susanto, S., Zulfitra, Z., & Sahroni, S. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada Umkm Desa Pabuaran. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 534-539
- Rofiq A, dkk, Pemberdayaan Pesantren Menuju Kemandirian dan Profesionalisme Santri dengan Metode Daurah Kebudayaan (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005) hlm 9-10
- Sahroni, S., Susanto, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Apriansyah, M. (2020). Penumbuhan Wirausaha Baru Pada Majelis Da'wah Al'adni. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Sairin, S., Susanto, S., Suworo, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2021). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Dengan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Di Kampung Sengkol Rt 06/02 Kelurahan Muncul Kecamatan Setu Tangerang Selatan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 337-346.
- Sudrajat Rasyid. 2005. Kewirausahaan Santri, Jakarta: PT. Citrayudha, h. 8-9.
- Susanto, S., Darusman, Y. M., Bachtiar, B., Gueci, R. S., & Santoso, B. (2021). MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL RAMAH HUKUM. *Jurnal ABDIMAS*

