

Implementasi Digital Marketing dalam Model Pembelajaran Santripreneur untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Santriwati Pasca-Pesantren

Mohammad Najib Roodhi¹, Gilang Primajati², Zamroni Alpian Muhtarom³, Juan Kurnia⁴, Ghina Aurelia Rachman⁵

^{1, 3, 4, 5}Manajemen, FEB, Universitas Mataram, Mataram

²Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Mataram, Mataram

gilangprimajati@staff.unram.ac.id

Abstract

This community service activity focuses on the implementation of the digital marketing aspect of the Santripreneur learning model based on digital technology and financial literacy for female students at Madrasah Aliyah Putri Hikmatussyarif NWDI Salut, West Lombok. The training is designed to improve the skills of female students in product promotion, branding, and online marketing through the use of digital platforms such as Instagram, WhatsApp Business, and the live practice site <https://hiksypreneur.site/>. Activities include socialization, technical training, marketing content practice, and evaluation of success through a pre-post test survey. The results show an increase in the ability of female students in creating digital content (+78%), managing business accounts (+72%), and understanding online marketing strategies (+81%). The application of digital marketing has proven to be an effective means of fostering economic independence after Islamic boarding school through strengthening business identity and technology-based market access.

Keywords: Santripreneur; Digital Marketing; Financial Literacy; Santri Empowerment; Economic Independence

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini berfokus pada implementasi aspek digital marketing dari model pembelajaran Santripreneur berbasis teknologi digital dan literasi keuangan bagi santriwati Madrasah Aliyah Putri Hikmatussyarif NWDI Salut, Lombok Barat. Pelatihan dirancang untuk meningkatkan keterampilan santriwati dalam promosi produk, branding, dan pemasaran daring melalui pemanfaatan platform digital seperti Instagram, WhatsApp Business, dan situs praktik langsung <https://hiksypreneur.site/>. Kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan teknis, praktik konten pemasaran, serta evaluasi keberhasilan melalui survei pre-post test. Hasil menunjukkan peningkatan kemampuan santriwati dalam membuat konten digital (+78%), pengelolaan akun usaha (+72%), dan pemahaman strategi pemasaran daring (+81%). Penerapan digital marketing terbukti menjadi sarana efektif untuk menumbuhkan kemandirian ekonomi pasca-pesantren melalui penguatan identitas usaha dan akses pasar berbasis teknologi.

Kata Kunci: Santripreneur; Digital Marketing; Literasi Keuangan; Pemberdayaan Santri; Kemandirian Ekonomi

1. PENDAHULUAN

Program pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh kondisi santriwati Madrasah Aliyah Putri Hikmatussyarif di Desa Salut, Selat Narmada, Lombok Barat, yang menghadapi permasalahan serius dalam hal kemandirian ekonomi pasca-pesantren. Berdasarkan analisis situasi, sekitar 65% santriwati menikah dalam waktu enam bulan setelah kelulusan tanpa bekal keterampilan ekonomi, dan hanya 7% yang memiliki aktivitas ekonomi produktif. Permasalahan prioritas yang telah disepakati bersama

mitra adalah rendahnya tingkat literasi keuangan, minimnya keterampilan kewirausahaan, serta terbatasnya akses terhadap teknologi digital. Selain itu, budaya lokal yang masih menempatkan perempuan pada ranah domestik turut memperparah kondisi ini, menyebabkan rendahnya kelanjutan studi dan terbatasnya peran perempuan dalam sektor ekonomi.

Kegiatan santriprenur ini meliputi pelatihan kewirausahaan berbasis potensi lokal yang diberikan kepada santriwati untuk membekali mereka dengan keterampilan usaha mandiri. Santriwati juga akan mendapatkan pelatihan literasi keuangan dasar agar mampu mengelola keuangan pribadi dan usaha secara bijak. Pemanfaatan teknologi digital akan diajarkan untuk mendukung pemasaran produk dan akses informasi usaha secara daring. Selain itu, program ini dilengkapi dengan pendampingan oleh mentor perempuan inspiratif guna menumbuhkan kesadaran gender dan mendorong santriwati menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan berdaya saing.

Kegiatan Santripreneur berbasis teknologi digital dan literasi keuangan secara langsung mendukung tujuan SDG 4, yakni memastikan pendidikan yang inklusif dan berkualitas serta mendorong kesempatan belajar sepanjang hayat bagi semua. Pelatihan digital marketing di Madrasah Aliyah Putri Hikmatussyarif NWDI Salut tidak hanya mentransfer pengetahuan teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman belajar kontekstual berbasis praktik langsung melalui situs <https://hiksypreneur.site/>.

Beberapa Platform memungkinkan santriwati belajar secara aktif tentang desain konten dan branding digital (Canva Pro, CapCut Pro), strategi komunikasi pemasaran berbasis media sosial (Instagram, WhatsApp Business), dan pengelolaan bisnis daring secara etis dan islami. Dengan pendekatan learning by doing, program ini memperluas makna pendidikan pesantren dari sekadar pembentukan karakter menjadi pemberdayaan ekonomi berbasis ilmu terapan digital. Pembelajaran semacam ini meningkatkan kompetensi abad ke-21 (digital literacy, creativity, collaboration, dan critical thinking) yang menjadi indikator utama pendidikan berkualitas. Selain itu, metode Participatory Action Learning yang digunakan menciptakan lingkungan belajar kolaboratif antara dosen, guru, dan santriwati, sehingga tercipta budaya belajar adaptif, reflektif, dan berorientasi solusi di lingkungan pesantren.

Program Santripreneur juga memiliki kontribusi nyata terhadap SDG 5 – Kesetaraan Gender, khususnya pada target 5.5 dan 5.b yang mendorong partisipasi penuh perempuan dan pemanfaatan teknologi untuk pemberdayaan. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan literasi pemberdayaan perempuan berbasis ekonomi digital, Mengubah pola pikir tradisional bahwa perempuan hanya berperan di ranah domestik, Meningkatkan kepercayaan diri santriwati sebagai calon wirausahawan muda yang produktif dan berdaya saing. Selain itu, peran mentor perempuan dalam sesi pelatihan memperkuat pendekatan berbasis keteladanan (role model-based empowerment), sehingga santriwati memiliki figur inspiratif dalam membangun kemandirian ekonomi sekaligus tetap menjaga nilai-nilai keislaman pesantren.

Dari perspektif SDG 8, program ini berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja layak dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, sejalan dengan target 8.3 dan 8.6. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, santriwati dilatih untuk menyusun proposal bisnis sederhana berbasis potensi lokal (seperti kerajinan tangan, hijab, makanan ringan, parfum islami), melakukan simulasi inkubasi bisnis dengan sistem rotasi penjualan di platform <https://hiksypreneur.site/> dan menggunakan fitur analitik digital untuk memantau performa konten dan transaksi. Kegiatan ini menciptakan

mini-laboratory ekonomi digital pesantren, di mana santriwati tidak hanya menjadi pelajar tetapi juga pelaku ekonomi digital. Selain itu, keterampilan yang diperoleh membuka peluang kerja di bidang kreatif digital (content creator, reseller online, social media admin) yang relevan dengan pasar tenaga kerja modern. Dengan demikian, kegiatan Santripreneur Hiksypreneur berperan sebagai model pemberdayaan ekonomi perempuan muda berbasis pesantren yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal berkelanjutan sekaligus memperluas akses terhadap pekerjaan layak di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan adalah :

1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi bertujuan untuk memperkenalkan tujuan dan manfaat program santriprenur kepada santriwati khususnya dan lembaga mitra umumnya. Kegiatan ini mencakup:

- Penyampaian latar belakang, identifikasi kebutuhan dan urgensi serta memperkenalkan konsep Santripreneur dan pentingnya literasi digital Penjelasan tentang struktur program pelatihan
- Simulasi praktik langsung melalui <https://hiksypreneur.site/>
- Diskusi interaktif untuk menggali kebutuhan dan harapan untuk kegiatan

Melakukan koordinasi awal dengan pihak Madrasah Aliyah Putri Hikmatussyaarief NWDI Salut dan para pemangku kepentingan pesantren. Kegiatan yang dilakukan diawali dengan pertemuan resmi antara tim pelaksana, kepala madrasah, pengasuh pesantren, guru pembimbing, serta perwakilan santriwati. Dalam pertemuan tersebut, tim pengabdian menjelaskan tujuan utama program Santripreneur, yaitu membekali santriwati dengan keterampilan entrepreneurship berbasis teknologi digital dan literasi keuangan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi pasca-pesantren. Pada tahap ini juga dilakukan penyampaian manfaat dan langkah-langkah program, termasuk rencana pelatihan digital marketing, praktik langsung melalui situs <https://hiksypreneur.site/> , serta mekanisme pendampingan usaha santriwati. Tim pengabdian menggali masukan, kebutuhan, dan harapan dari pihak madrasah dan pengasuh pesantren, agar pelaksanaan kegiatan dapat disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik lembaga pendidikan berbasis asrama. Kegiatan dilanjutkan dengan penyusunan dan kesepakatan jadwal pelatihan, simulasi pembuatan konten digital, serta tahap pendampingan dan inkubasi bisnis. Pembahasan juga mencakup aspek teknis seperti alokasi waktu pelaksanaan, ketersediaan perangkat teknologi (laptop, proyektor, jaringan internet), dan dukungan fasilitas dari pihak madrasah.

2. Pelatihan Teknis Digital Marketing

Tahap pelatihan teknis merupakan inti dari keseluruhan program Santripreneur berbasis Teknologi Digital dan Literasi Keuangan. Setelah tahap sosialisasi dan koordinasi awal selesai dilaksanakan, kegiatan berlanjut pada pelatihan keterampilan praktis digital marketing yang ditujukan kepada para santriwati Madrasah Aliyah Putri Hikmatussyaarief NWDI Salut

Pelatihan ini dilaksanakan secara tatap muka dan praktik langsung (hands-on training) dengan pendekatan coaching clinic, di mana peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga langsung mempraktikkan pembuatan dan pengelolaan konten

digital usaha mereka sendiri. Tujuan dari tahap ini adalah untuk meningkatkan kompetensi santriwati dalam mengelola usaha berbasis digital, mulai dari desain visual, strategi komunikasi pemasaran, hingga pengelolaan akun bisnis di media sosial dan website. Kegiatan pelatihan teknis dibagi menjadi tiga sesi utama, yaitu:

- Sesi Pengenalan Platform dan Branding Digital

Pada sesi ini, peserta diperkenalkan pada berbagai alat dan platform digital yang mendukung kegiatan pemasaran, seperti Canva Pro, CapCut Pro, Instagram Business, dan WhatsApp Business. Santriwati belajar membuat identitas merek (logo, nama usaha, dan warna merek) serta menyesuaikan tampilan konten agar menarik dan konsisten. Tim pengabdian menekankan pentingnya branding sebagai bagian dari strategi pemasaran yang membedakan produk satu dengan yang lain.

- Sesi Pembuatan Konten Digital dan Strategi Pemasaran

Peserta dilatih untuk membuat poster, katalog produk, dan video promosi pendek yang sesuai dengan karakter produk mereka. Tim pelaksana memberikan bimbingan langkah demi langkah tentang cara menulis caption yang persuasif, mengatur jadwal posting (content calendar), serta memahami algoritma media sosial agar jangkauan konten meningkat. Pada tahap ini, santriwati juga diajarkan etika berinteraksi dengan konsumen secara digital dan pentingnya menjaga citra positif usaha di media sosial.

- Sesi Implementasi di Website Hiksypreneur

Setelah memahami dasar-dasar pembuatan konten, santriwati diarahkan untuk mengunggah hasil karya mereka ke situs <https://hiksypreneur.site/>. Platform ini digunakan sebagai laboratorium digital pesantren, di mana setiap peserta membuat akun usaha masing-masing dan menampilkan produk yang telah dibuat selama pelatihan. Dalam praktik ini, santriwati dilatih untuk menambahkan deskripsi produk, menentukan harga, dan memantau respons pengunjung (traffic analytics).

Selama pelatihan berlangsung, tim pengabdian berperan aktif dalam mendampingi setiap peserta. Ketua tim memberikan pengarahan umum serta panduan teknis terkait pengelolaan website dan integrasi dengan media sosial. Anggota tim kedua fokus memberikan pelatihan pada aspek desain visual dan storytelling digital agar konten lebih menarik dan komunikatif. Anggota tim ketiga membimbing peserta dalam memahami insight analytics serta cara mengukur efektivitas strategi pemasaran.

3. Penerapan Teknologi (Praktik langsung)

Tahap penerapan teknologi merupakan fase lanjutan setelah santriwati memperoleh bekal teori dan keterampilan dasar digital marketing. Pada tahap ini, peserta diarahkan untuk menerapkan langsung ilmu yang telah dipelajari dalam konteks nyata melalui praktik publikasi produk dan promosi usaha di situs resmi program, yaitu <https://hiksypreneur.site/>.

Kegiatan ini dimaksudkan agar santriwati tidak hanya menjadi pengguna pasif teknologi digital, tetapi juga mampu menjadi kreator konten dan pengelola bisnis daring yang mandiri. Melalui praktik langsung ini, peserta berkesempatan mempublikasikan produk hasil karya mereka di platform digital yang berfungsi sebagai laboratorium kewirausahaan pesantren berbasis teknologi.

Pada tahap ini, kegiatan diawali dengan pembuatan akun usaha oleh masing-masing santriwati di situs Hiksypreneur, dilanjutkan dengan unggahan produk nyata yang mereka hasilkan selama proses pelatihan. Produk yang ditampilkan meliputi beragam hasil kreativitas santriwati, seperti hijab, makanan ringan, kerajinan tangan, parfum islami, dan produk fesyen sederhana.

Setiap peserta diwajibkan untuk membuat deskripsi produk yang menarik dan informatif (nama produk, bahan, ukuran, harga, serta keunggulan), mengunggah foto dan video promosi hasil rancangan sendiri, sesuai dengan prinsip estetika dan etika digital, menetapkan harga dan strategi promosi, seperti pemberian potongan harga (discount post), giveaway, dan bundling package, mempromosikan tautan produk melalui akun media sosial masing-masing (Instagram Business, WhatsApp Business) untuk meningkatkan traffic ke situs Hiksypreneur.

Selama pelaksanaan praktik, tim pengabdian berperan aktif sebagai fasilitator dan pendamping lapangan. Ketua tim melakukan monitoring teknis terhadap jalannya unggahan konten dan memastikan situs berjalan stabil tanpa kendala server. Anggota kedua membantu peserta dalam penyusunan deskripsi produk dan penentuan strategi konten promosi, sementara anggota ketiga mengawasi keterlibatan peserta di platform, menganalisis jumlah kunjungan (visitor analytics), serta memberikan umpan balik terhadap performa konten.

Mahasiswa pendamping turut berperan dalam memberikan bimbingan teknis dan troubleshooting di lokasi kegiatan, seperti membantu santriwati dalam proses login, pengaturan gambar, dan pengunggahan video promosi. Mereka juga bertugas melakukan dokumentasi kegiatan (foto, video, dan tangkapan layar unggahan peserta) sebagai bukti pelaksanaan kegiatan praktik digital marketing.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap pendampingan dan evaluasi merupakan fase penting dalam menjamin keberlanjutan serta efektivitas implementasi program Santripreneur berbasis Teknologi Digital dan Literasi Keuangan. Setelah peserta menyelesaikan tahap pelatihan dan praktik langsung di situs <https://hiksypreneur.site/>, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pendampingan berkelanjutan untuk membantu santriwati mempertahankan konsistensi dalam pengelolaan usaha dan meningkatkan kualitas konten digital yang mereka hasilkan. Pendampingan dilakukan secara tatap muka dan daring (online-offline hybrid) melalui tiga bentuk kegiatan utama, yaitu :

- Pendampingan Teknis Digital Marketing

Tim pengabdian membantu santriwati dalam menyempurnakan konten produk, mengelola akun media sosial bisnis, dan memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di situs Hiksypreneur. Peserta diberi panduan untuk memahami analisis performa konten (insight analytics), seperti jumlah pengunjung, tingkat interaksi, dan efektivitas postingan promosi. Pendampingan ini bertujuan agar santriwati tidak hanya aktif memproduksi konten, tetapi juga mampu membaca data sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

- Pendampingan Kewirausahaan dan Literasi Keuangan

Selain aspek digital, peserta juga didampingi dalam membuat rencana usaha sederhana (business plan) dan mengatur keuangan usaha kecil. Santriwati dilatih mencatat pendapatan, biaya produksi, dan laba bersih menggunakan format laporan

keuangan sederhana berbasis spreadsheet digital. Pendekatan ini memperkuat pemahaman mereka terhadap prinsip literasi finansial dan manajemen usaha mandiri yang sehat.

- Pendampingan Soft Skill dan Konsistensi Usaha

Kegiatan ini menitikberatkan pada penguatan motivasi dan karakter wirausaha islami, seperti sikap jujur, disiplin, amanah, serta pantang menyerah. Peserta diberi kesempatan untuk berbagi pengalaman dan kendala yang dihadapi selama menjalankan usaha digital. Melalui forum diskusi interaktif, santriwati saling memberikan masukan dan inspirasi untuk meningkatkan semangat berwirausaha.

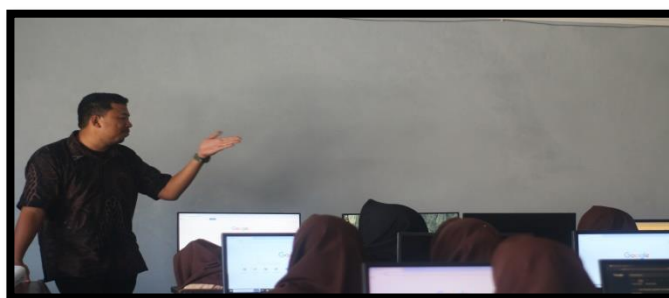
5. Keberlanjutan Program

Tahap keberlanjutan program merupakan fase penting yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh hasil kegiatan Santripreneur berbasis Teknologi Digital dan Literasi Keuangan tidak berhenti hanya pada pelatihan dan praktik jangka pendek, tetapi dapat terus berkembang menjadi gerakan wirausaha digital pesantren yang mandiri, berkelanjutan, dan berdampak luas.

Setelah seluruh tahapan kegiatan (sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan dan evaluasi) terlaksana dengan baik, tim pengabdian melakukan serangkaian strategi keberlanjutan yang mencakup penguatan kelembagaan, pendampingan lanjutan, pengembangan jejaring usaha, dan replikasi program di lembaga lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian dilaksanakan di MA Putri Hikmatussytariyah NWDi Salut Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat pada tanggal 8-10 November 2025 dengan peserta sebanyak 63 orang Santriwati. Peserta terdiri dari santriwati kelas XI dan XII. Gambar 1 menunjukkan situasi pemateri menjelaskan para santriwati yang antusias memperhatikan.



Gambar 1. Peserta Digital marketing

Gambar 2 berikut ini adalah situasi ketika santri mempraktikkan langsung



Gambar 2. Situasi santriwati memperhatikan

3.1 Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital

Pelaksanaan pelatihan digital marketing memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan literasi digital santriwati. Berdasarkan hasil pre–post test, terjadi peningkatan rata-rata pemahaman peserta dari 46% menjadi 81%. Peningkatan ini terlihat pada kemampuan mereka memahami konsep target market, digital branding, content calendar, serta komunikasi pemasaran berbasis media sosial. Sebanyak 83% peserta mampu mendesain konten visual mandiri menggunakan Canva Pro dan CapCut Pro, sementara 72% santriwati telah mengelola akun bisnis aktif di Instagram Business dan WhatsApp Business. Santriwati mulai memahami pentingnya brand identity, kesesuaian tone warna, pemilihan bahasa promosi, dan interaksi aktif dengan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa proses digital empowerment yang diterapkan melalui pendekatan coaching clinic dan pembelajaran berbasis praktik langsung efektif di lingkungan pesantren. Aktivitas ini bukan hanya meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri, kreativitas, serta kemampuan berpikir kritis dalam mengelola usaha berbasis teknologi. Selain itu, keterampilan digital yang diperoleh selaras dengan tujuan SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), karena mampu memperluas akses pendidikan kewirausahaan dan teknologi bagi perempuan muda di pesantren.

3.2 Aktivitas Digital di Website Hiksypreneur

Platform <https://hiksypreneur.site/> berfungsi sebagai laboratorium digital dan etalase online bagi santriwati untuk menerapkan keterampilan yang telah mereka pelajari. Sebanyak 27 santriwati berhasil mempublikasikan produk di situs tersebut dengan kategori utama: hijab, makanan ringan, kerajinan tangan, dan parfum islami. Melalui kegiatan ini, santriwati belajar untuk mengukur performa konten berdasarkan jumlah kunjungan, waktu tayang, dan tingkat konversi (conversion rate). Mereka mulai memahami pentingnya penggunaan hashtags, waktu unggah yang optimal, serta strategi story engagement untuk meningkatkan visibilitas produk. Penerapan teknologi ini juga menciptakan pengalaman belajar kontekstual—peserta tidak hanya belajar teori digital marketing, tetapi juga mengalami proses riil menjalankan bisnis online dengan seluruh tantangannya, termasuk pengelolaan pelanggan dan analisis data.

Hasil ini menggambarkan implementasi nyata dari prinsip SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), yaitu pemberdayaan ekonomi lokal melalui pelatihan kewirausahaan digital yang inklusif.

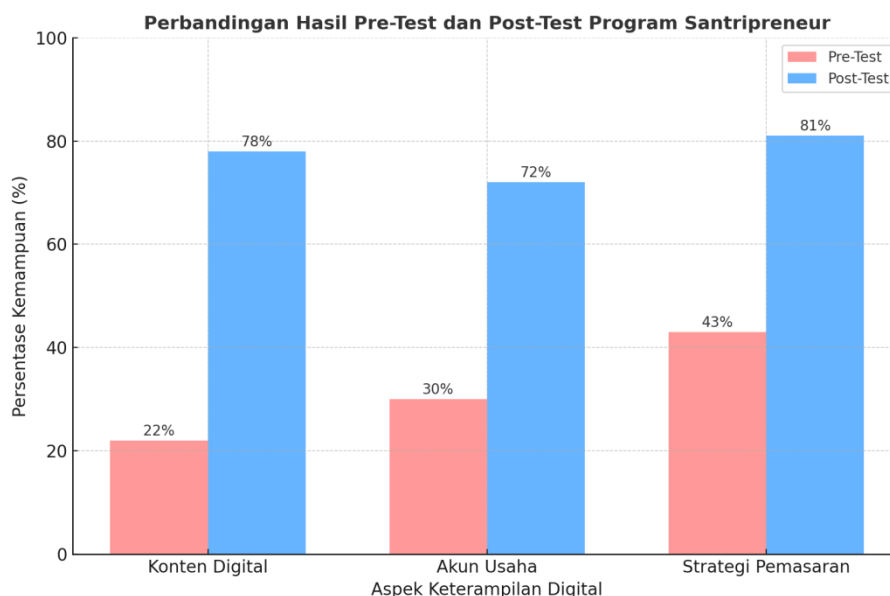
3.3 Analisis Dampak Sosial dan Ekonomi

Dampak kegiatan tidak hanya terlihat pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada perubahan perilaku dan persepsi sosial di kalangan santriwati maupun masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil kuesioner, 76% peserta menyatakan merasa lebih percaya diri untuk memulai usaha kecil, sedangkan 62% berkomitmen melanjutkan bisnis mereka secara daring. Secara sosial, kegiatan ini membawa perubahan paradigma masyarakat pesantren terhadap peran perempuan. Jika sebelumnya peran santriwati lebih banyak dipandang pasif dan domestik, kini mereka tampil sebagai pelaku ekonomi produktif yang mampu berkontribusi pada penghasilan keluarga dan pesantren. Guru-guru madrasah melaporkan bahwa beberapa santriwati mulai menjadi mentor dan inspirator bagi adik kelasnya, terutama dalam pembuatan konten digital dan strategi pemasaran. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi terhadap SDG 5 (Kesetaraan Gender) karena berhasil memperluas partisipasi perempuan muda dalam kegiatan ekonomi produktif berbasis teknologi. Program ini juga berfungsi sebagai upaya preventif terhadap pernikahan dini, dengan menanamkan nilai kemandirian dan orientasi masa depan berbasis keterampilan dan profesionalisme.

3.4 Tantangan dan Solusi

Meskipun program berjalan dengan hasil yang positif, masih terdapat sejumlah kendala teknis dan struktural yang perlu menjadi perhatian untuk tahap pengembangan berikutnya. Keterbatasan akses internet di lingkungan pesantren menjadi hambatan utama bagi kelancaran praktik daring. Tidak semua santriwati memiliki perangkat pribadi (laptop atau smartphone), sehingga pelatihan sering dilakukan secara bergantian dan berkelompok. Sebagai solusi, tim pengabdian mengembangkan sistem hybrid, di mana santriwati dapat membuat dan menyimpan konten secara offline terlebih dahulu, kemudian mengunggahnya ke situs <https://hiksypreneur.site/> juga dilengkapi dengan fitur “offline upload queue”, yang memungkinkan peserta mengatur jadwal unggahan otomatis saat terhubung ke internet. Selain itu, dilakukan kolaborasi dengan pihak madrasah dan pemerintah setempat untuk memperkuat infrastruktur jaringan serta menyediakan pelatihan lanjutan terkait keamanan digital (digital safety and privacy awareness). Pendekatan berbasis solusi ini menegaskan prinsip adaptive learning, yaitu proses belajar yang tetap berjalan efektif meskipun dalam kondisi sumber daya terbatas. Upaya tersebut menjamin keberlanjutan kegiatan dan memastikan bahwa transformasi digital di pesantren tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi berkembang menjadi budaya produktif yang berkelanjutan dan mandiri.

Berikut ditampilkan gabungan grafik Doughnut dari keenam aspek:



Grafik 1. Diagram Batang Pre-Post Program Santripreneur

Dari ketiga aspek tersebut, **konten digital** memperoleh kenaikan sebesar 56% penilaian tertinggi, menegaskan bahwa inovasi berbasis digital mampu meningkatkan minat dan motivasi santri untuk berkembang. Sementara itu, **akun usaha aspek keterampilan digital** memperoleh kenaikan sebesar 42% dari selisih antara post dan pre kegiatan. Kemudian terakhir pada aspek **strategi pemasaran** mengalami juga kenaikan sebesar 38%. Pada bagian ini adalah kenaikan yang terendah jika dibandingkan dengan kedua aspek yang lainnya.

Luaran tambahan pada pengabdian ini adalah artikel ilmiah, publikasi media masaa, konten vidio youtube dan poster.

4. SIMPULAN

Implementasi digital marketing dalam model pembelajaran Santripreneur di Madrasah Aliyah Putri Hikmatussyyarief NWDI Salut terbukti meningkatkan literasi digital, kreativitas konten, dan kemandirian ekonomi santriwati. Melalui kombinasi pelatihan, praktik langsung di <https://hiksypreneur.site/>, dan pendampingan berkelanjutan, peserta mampu memahami konsep pemasaran digital, mengelola akun bisnis, serta menciptakan identitas merek yang kompetitif. Ke depan, kolaborasi dengan UMKM lokal dan peningkatan infrastruktur digital diharapkan memperluas dampak keberlanjutan program serta menjadikan Santripreneur Hiksypreneur sebagai model pemberdayaan ekonomi pesantren berbasis teknologi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Kegiatan pengabdian ini didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jendral Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Taun Anggarn 2025. Kemudian kepada LPPM Universitas Mataram yang sudah sangat membantu kami serta mitra kegiatan ini MA Putri Hikmatussyyarief NWDI Salut yang sangat komunikatif.

6. REKOMENDASI

Rekomendasi yang penulis sarankan yaitu Rencana berikutnya adalah dapat direplikasi di semua lembaga pendidikan pesantren untuk mempersiapkan santrinya pasca lulus dari pesantren

7. REFERENSI

- Devi R, Jolianis J, Dahen LD. Pengaruh Pendapatan Orang Tua, Pendidikan Orang Tua, Kecerdasan Intelektual, Perencanaan Karir dan Efikasi Diri Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Tingkat Perguruan Tinggi Siswa Kelas XII SMA N 16 Padang. *J Horiz Pendidik*. 2022;2(3):246–56.
- Nurhidayati I, Murtana A, Mawardi M, Nurhudaf M. Konsep Diri Berkorelasi dengan Kesehatan Mental Santri. *TRIAGE J Ilmu Keperawatan*. 2023;10(2):58–62.
- Tahrir T, Ramdani Z, Natanael Y. Character strenghts, islamic religiousness, and ethnic identity: A preliminary study on santri experiencing boredom learning. *Psikoislamika J Psikol Dan Psikol Islam*. 2021;18(1):188–200.
- Maulana A. Santri's Multi-Track Diplomacy In Promoting The Islam Nusantara Identity To Global. *J Islam Civiliz*. 2023;5(2):177–91.
- Pebriana A, Dudung D, Heryadi DY. Pengembangan Pondok Pesantren Melalui Program Kewirausahaan untuk Kemandirian Pesantren. *Mikroba J Ilmu Tanaman, Sains Dan Teknol Pertan*. 2024;1(3):21–8.
- Rustandi R, Kusnawan A. Management of Islamic Boarding Schools in thevImplementation of Digital Da'wah Literacy Based on Religious Moderation andvGender Relations in West Java. *J Dakwah Risal*. 2023;34(1):72–91.
- Fathullah MN, Ulfiah U, Mulyanto A, Gaffar MA, Khorri A. Management of DigitalvLiteracy-Based Work Practice Training in The Boarding School Environment.vMunaddhomah *J Manaj Pendidik Islam*. 2023;4(1):1–11.
- Umam K. Pendidikan Kewirausahaan di Pesantren Sebagai Upaya DalamMembangun Semangat Para Santri Untuk Berwirausaha. *EKSYAR Ekon Syari'ah dan Bisnis Islam*.v2016;3(1):47–64.
- Tricahyo A, Zubaidi A, Prakoso DI. Penguatan Peran Perempuan dalam Pendidikanvdi Pesantren Muhammadiyah. *Civ Off J Empir Stud Soc Sci*. 2022;2(1):45–57.
- Zohdi MA, Baidawi M. Peran pondok pesantren dalam pemberdayaan ekonomimasyarakat di kabupaten Lombok Tengah. *Al-Infaq J Ekon Islam*. 2023;13(2):255–270.