



Membangun Jiwa Tindak Lanjut melalui Lokakarya Kewirausahaan Syari'ah dan Pemasaran Digital pada Institut Tahfiz Bintulu Malaysia

**Aris Puji Purwatiningsih^{1*}, Aries Setiawan², Itmam Aulia Rakhman³
Miftahul Janah⁴, Harini Abrilia Setyawati⁵, Siti Nur Azizah⁶**

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang

^{3,4} Fakultas Syariah dan Ushuluddin (FSU) Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN)

^{5,6} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Putra Bangsa

*E-mail Koresponden: aris.puji.p@dsn.dinus.ac.id

Article History:

Received :

November 2024

Revised :

November 2024

Accepted :

November 2024

Kata Kunci:

Institut Tahfiz Bintulu,
Literasi Digital,
Malaysia, Syari'ah

Abstrak: Artikel ini mengkaji optimalisasi literasi digital dan pengetahuan syariah dalam mempersiapkan remaja menghadapi tantangan era digital, dengan fokus pada studi kasus di Institut Tahfiz Bintulu Malaysia. Perkembangan teknologi yang pesat telah memberikan dampak besar pada kehidupan sosial, ekonomi, dan pendidikan, termasuk bagi remaja Muslim. Oleh karena itu, literasi digital menjadi kunci untuk membantu remaja memanfaatkan teknologi secara bijak dan produktif, terutama dalam bisnis dan kewirausahaan berbasis syariah. Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui lokakarya, observasi, wawancara, dan studi literatur, dengan santri dari Institut Tahfiz Bintulu, Malaysia, 11-14 Oktober 2024 dengan jumlah peserta 91 santri putra dan putri sebagai subjek. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan literasi digital dan pengetahuan syariah secara sinergis dapat memberdayakan remaja untuk menghadapi tantangan digital, membangun bisnis syariah, dan tetap menjaga etika serta moralitas Islam. Sinergi antara pendidikan agama dan teknologi digital sangat diperlukan dalam membentuk generasi muda yang cerdas, kompeten, dan berakhlak mulia di era modern.

Pendahuluan

Permasalahan yang dihadapi oleh Institut Tahfiz Bintulu di Malaysia berkaitan erat dengan kurangnya keterampilan kewirausahaan di kalangan santri. Hal ini mengakibatkan banyak santri yang lulus tidak memiliki kemampuan untuk mandiri secara ekonomi. Penelitian menunjukkan bahwa santri sering kali tidak memiliki usaha yang dapat membantu perekonomian mereka setelah menyelesaikan pendidikan di pesantren (Putra, 2023). Kondisi ini membutuhkan pelatihan kewirausahaan yang terfokus pada pengembangan jiwa tindak lanjut melalui lokakarya kewirausahaan syari'ah dan pemasaran digital sangat diperlukan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi mereka. Pentingnya lokakarya ini juga didukung temuan bahwa pendidikan kewirausahaan di pesantren dapat meningkatkan motivasi dan kemampuan santri dalam berwirausaha (Robe'nur, 2022).

Kegiatan lokakarya ini bertujuan untuk memberdayakan santri dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kemampuan untuk berwirausaha menjadi semakin penting, terutama bagi generasi muda yang ingin menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan wawasan mendalam tentang kewirausahaan syari'ah, yang tidak hanya berfokus pada aspek profitabilitas, tetapi juga pada etika dan tanggung jawab sosial sesuai dengan ajaran Islam. Lokakarya ini akan mencakup pelatihan tentang strategi pemasaran digital yang efektif, yang sangat relevan di tengah perkembangan teknologi informasi yang pesat (Marín and Castañeda, 2022).

Kegiatan ini bertujuan membangun jaringan antara santri dan pelaku usaha lainnya untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan dalam kewirausahaan. Pendekatan ini mendorong santri menjadi produsen yang berkontribusi pada perekonomian lokal dan nasional. Lokakarya ini menjadi langkah awal menciptakan santri mandiri, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi tantangan dunia usaha. Melibatkan santri secara aktif dalam proses pembelajaran memungkinkan mereka mengembangkan keterampilan untuk memulai dan mengelola usaha sendiri (Ridwan, 2024).

Diharapkan hasil kegiatan ini mampu mengubah pola pikir santri agar lebih berani menghadapi tantangan ekonomi dan memecahkan masalah yang dihadapi (Azhar, 2023). Pengembangan kewirausahaan di pesantren

menawarkan manfaat tidak hanya bagi santri secara individu tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Kehadiran santripreneur yang mampu mengelola usaha diharapkan mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sriani, 2022). Pelaksanaan lokakarya ini menjadi sangat urgensi dan relevan untuk menjawab tantangan Institut Tahfiz Bintulu dalam membangun jiwa kewirausahaan di kalangan santri.

Literasi digital adalah konsep yang kompleks yang mencakup berbagai keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan individu untuk secara efektif menjelajahi, mengevaluasi, dan menghasilkan informasi menggunakan teknologi digital. Literasi digital semakin diakui sebagai keterampilan penting di era modern, di mana teknologi digital telah meresap ke berbagai aspek kehidupan sehari-hari, pendidikan, dan dunia kerja (Arissaputra, 2023; Jia & Huang, 2023). Literasi digital mencakup kemampuan menggunakan perangkat dan alat digital, serta keterampilan kognitif dan sosial untuk berinteraksi secara kritis dan bertanggung jawab dengan konten digital (Naufal, 2021). Pemahaman literasi digital juga mencakup kemampuan mencari, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi dari sumber digital, serta keterampilan berkomunikasi dan berkolaborasi secara efektif dalam lingkungan daring (Pangrazio, et al., 2020; Kurniasih, 2023).

Perkembangan lanskap digital memperluas definisi literasi digital untuk mencakup aspek seperti literasi informasi, literasi media, dan literasi data, yang mencerminkan keterampilan beragam yang dibutuhkan di era digital (Kurniawati, et al., 2018). Literasi digital dalam pendidikan meningkatkan keterlibatan siswa dan hasil belajar dengan memanfaatkan sumber daya digital untuk riset, kolaborasi, dan ekspresi kreatif (Chan, et al., 2017). Literasi ini juga mempromosikan penggunaan internet yang aman dan bertanggung jawab, membantu individu menghindari risiko seperti perundungan siber, misinformasi, dan masalah privasi (Ningsih, et al., 2021; Kurniasih, 2023; Sabrina, 2019). Pentingnya literasi digital melampaui sektor pendidikan; literasi ini juga merupakan faktor kunci dalam kesiapan tenaga kerja. Karena industri semakin bergantung pada teknologi digital, perusahaan mencari individu dengan keterampilan literasi digital yang kuat. Keterampilan ini mencakup tidak hanya kemampuan teknis tetapi juga kemampuan untuk beradaptasi dengan alat dan teknologi baru, bekerja secara kolaboratif dalam lingkungan digital, serta terlibat dalam pembelajaran seumur hidup (Susanti,

2024). Kegiatan PkM-KI merupakan upaya mempersiapkan santri menjadi pelaku usaha yang mandiri dan berdaya saing di era digital.

Metode

Lokakarya *ini* dilakukan pada 11-14 Oktober 2024 dengan jumlah peserta 91 santri putra dan putri, dan dilakukan melalui beberapa tahapan yang dirancang untuk membekali santri dengan pengetahuan dan keterampilan praktis di bidang kewirausahaan dan pemasaran digital. Tahapan-tahapan dalam kegiatan *lokakarya* adalah sebagai berikut:

Tahap Persiapan dan Pembukaan

Tahap Persiapan dan Pembukaan dalam kegiatan "*Membangun Jiwa Tindak Lanjut melalui Lokakarya Syari'ah dan Pemasaran Digital*" dilakukan pada tanggal 11 Oktober 2024 bersama pengurus Institut Tahfiz Bintulu dan semua tim pengabdian dari UDINUS Semarang, IBN Tegal, dan Universitas Putra Bangsa Kebumen. Tahapan ini dirancang untuk memberikan dasar yang kuat tentang pentingnya kewirausahaan bagi santri, sekaligus menumbuhkan antusiasme mereka terhadap kegiatan ini. Tahap persiapan dimulai beberapa minggu sebelum lokakarya, mencakup langkah-langkah seperti penyusunan materi yang relevan, pemilihan pemateri atau mentor berpengalaman di bidang kewirausahaan dan pemasaran digital, serta persiapan fasilitas pendukung seperti ruang pelatihan, alat presentasi, dan materi visual untuk memudahkan pemahaman santri.



Gambar 1. Tahap persiapan dan pembukaan

Panitia juga bekerja sama dengan pihak pesantren untuk mengatur jadwal yang tidak mengganggu kegiatan belajar santri sehari-hari. Sosialisasi dan undangan lokakarya dilakukan, baik langsung kepada santri maupun melalui pengumuman di lingkungan pesantren, guna meningkatkan partisipasi dan ketertarikan santri pada kewirausahaan. Setiap peserta yang mendaftar diberi informasi awal tentang materi yang akan dipelajari, agar mereka dapat mempersiapkan diri dan memiliki harapan yang jelas. Pada hari pelaksanaan, sesi pembukaan dimulai dengan sambutan dari pimpinan pesantren yang memaparkan latar belakang dan tujuan kegiatan, yakni memberikan bekal kewirausahaan sebagai persiapan untuk kemandirian ekonomi santri di masa depan. Sambutan tersebut diikuti dengan penjelasan singkat tentang pentingnya kewirausahaan dan pemasaran digital dalam konteks bisnis modern, termasuk peluang dan tantangan yang ada. Pemateri utama kemudian memperkenalkan diri dan menjelaskan garis besar lokakarya untuk memotivasi santri agar bersemangat mengikuti seluruh kegiatan. Tahap pembukaan ini bertujuan menciptakan suasana positif dan antusiasme, sekaligus mengarahkan santri pada tujuan utama lokakarya, yaitu mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang dapat mereka aplikasikan dalam kehidupan di masa depan.

Sesi Materi Teori Kewirausahaan dan Pemasaran digital

Sesi Materi Teori Kewirausahaan dan Pemasaran digital dilaksanakan pada tanggal 12 Oktober 2024 mengajak peserta lokakarya mendalami konsep dasar kewirausahaan serta pemanfaatan pemasaran digital dalam bisnis. Sesi ini dimulai dengan pemaparan mengenai definisi kewirausahaan, yang meliputi karakteristik wirausahawan, perencanaan bisnis, dan pentingnya memiliki pola pikir kreatif dan inovatif. Materi ini bertujuan untuk memberi landasan bagi santri dalam memahami esensi kewirausahaan dan bagaimana membangun mentalitas yang siap menghadapi risiko dalam berbisnis. Setelah memahami dasar kewirausahaan, peserta kemudian diajak untuk mengeksplorasi aspek pemasaran digital. Pemateri memperkenalkan konsep pemasaran digital sebagai sarana untuk memasarkan produk secara lebih luas dan efisien, khususnya melalui platform daring seperti media sosial, website, dan e-commerce. Tahapan awal mencakup pengenalan berbagai platform populer yang dapat digunakan, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, serta kelebihan masing-masing platform dalam menjangkau konsumen.

Setiap peserta diberi penjelasan mengenai teknik dasar pemasaran digital, seperti pembuatan konten menarik, penggunaan kata kunci (SEO), strategi branding, serta pentingnya interaksi dengan pelanggan di dunia maya. Pemateri juga menunjukkan beberapa contoh praktik pemasaran digital yang berhasil, memberi santri wawasan nyata tentang dampak positif pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Untuk memperdalam pemahaman, setiap peserta diminta mengerjakan latihan berupa rancangan strategi pemasaran digital sederhana untuk produk atau jasa yang mereka pilih. Di sini, santri diajak membuat rencana konten, menentukan target audiens, serta memilih platform yang sesuai dengan karakteristik produk mereka. Pendamping memberikan bimbingan dan masukan langsung kepada setiap peserta, membantu mereka menyusun strategi yang efektif dan realistis.

Selain teori, materi ini juga disertai dengan sesi tanya jawab dimana peserta dapat menanyakan berbagai hal terkait pemasaran digital dan tantangan yang mungkin mereka hadapi dalam menjalankan bisnis. Melalui pendekatan interaktif ini, santri tidak hanya menerima pengetahuan dasar, tetapi juga mendapatkan wawasan praktis yang diharapkan dapat menjadi bekal dalam mengaplikasikan ilmu pemasaran digital untuk mengembangkan usaha mandiri di masa depan.

Praktik Pembuatan Rencana Bisnis dan Pemasaran Digital

Pada sesi Praktik Pembuatan Rencana Bisnis dan Pemasaran Digital yang dilaksanakan pada tanggal 13 Oktober 2024, peserta diajak mengaplikasikan teori kewirausahaan dan pemasaran yang telah dipelajari ke dalam pembuatan rencana bisnis yang konkret. Tujuannya adalah memberi pengalaman praktis dalam menyusun bisnis dari awal, lengkap dengan strategi pemasaran digital untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka secara daring. Sesi ini dimulai dengan peserta memilih produk atau jasa yang ingin mereka tawarkan. Peserta dipandu untuk mengidentifikasi ide bisnis yang sesuai dengan potensi pasar lokal, minat pribadi, serta sumber daya yang tersedia. Setiap peserta kemudian diminta merancang kerangka dasar rencana bisnis mereka, termasuk menetapkan visi dan misi, melakukan analisis singkat pasar dan pesaing, menentukan target konsumen, serta merancang proyeksi biaya dan keuntungan. Selanjutnya, pendamping atau pemateri memberikan bimbingan agar peserta mampu menyusun rencana yang realistis dan relevan.

Setelah rencana dasar terbentuk, peserta diajak membuat strategi pemasaran digital. Pemateri menjelaskan cara memilih platform yang paling sesuai dengan karakter produk dan target audiens, misalnya media sosial atau marketplace yang populer di kalangan konsumen lokal. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar branding, termasuk pembuatan akun bisnis, memilih nama merek yang mudah diingat, dan merancang konten visual yang menarik. Mereka diajarkan cara menyusun konten yang efektif, termasuk pemilihan foto produk yang berkualitas, deskripsi produk yang jelas, serta penggunaan ajakan bertindak (CTA) yang menarik calon pembeli. Peserta kemudian membuat jadwal unggahan konten untuk satu minggu sebagai latihan awal. Mereka menentukan jenis konten yang akan dibuat (misalnya foto produk, testimoni, promosi), waktu posting, serta strategi untuk berinteraksi dengan audiens melalui komentar atau pesan langsung. Pada tahap ini, peserta juga belajar tentang optimasi pencarian dengan menggunakan kata kunci dan hashtag yang relevan, yang bertujuan meningkatkan visibilitas produk mereka di platform digital.

Setelah menyusun rencana bisnis dan strategi pemasaran, setiap kelompok mempresentasikan hasil kerja mereka di hadapan pemateri dan peserta lain. Presentasi ini diikuti dengan sesi feedback, di mana pemateri memberikan masukan konstruktif terkait kekuatan dan kelemahan rencana yang dibuat. Feedback ini membantu peserta memahami aspek yang perlu diperbaiki atau dikembangkan dalam rencana mereka, seperti penyesuaian target pasar, pemilihan platform yang lebih tepat, atau penyusunan anggaran yang lebih rinci. Sesi ini ditutup dengan refleksi singkat, di mana peserta mengulas pengalaman mereka dalam menyusun rencana bisnis dan belajar strategi pemasaran digital. Pemateri memberikan arahan tentang langkah-langkah yang dapat diambil setelah lokakarya, seperti cara melanjutkan rencana bisnis yang telah dibuat dan tips untuk mengoptimalkan pemasaran digital mereka. Dengan demikian, sesi ini tidak hanya memberi pengalaman langsung kepada peserta dalam membuat rencana bisnis, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menerapkan ilmu kewirausahaan dan pemasaran digital dalam usaha yang akan mereka jalankan.

Simulasi Pemasaran dan Evaluasi Kinerja

Pada sesi yang diselenggarakan pada tanggal 13 Oktober 2024 ini peserta diajak untuk menjalankan simulasi praktik pemasaran digital secara

langsung dan mendapatkan evaluasi kinerja sebagai pembelajaran akhir. Tujuan sesi ini adalah agar peserta memahami cara menjalankan strategi pemasaran digital secara nyata serta mengevaluasi efektivitas strategi tersebut. Tahap Persiapan Simulasi: Simulasi dimulai dengan pemilihan platform digital yang akan digunakan oleh setiap kelompok, misalnya media sosial (Instagram, Facebook, atau WhatsApp) atau e-commerce lokal. Peserta kemudian diminta untuk menerapkan konten yang telah mereka rencanakan di sesi sebelumnya, seperti posting foto produk, membuat caption yang menarik, menggunakan hashtag relevan, dan membuat ajakan bertindak yang mendorong interaksi calon pelanggan. Pendamping membantu peserta untuk memastikan konten mereka sudah siap dan sesuai dengan standar pemasaran digital.

Setelah persiapan selesai, peserta mulai melakukan simulasi pemasaran. Setiap kelompok mengunggah konten produk mereka pada platform yang dipilih, seolah-olah mereka benar-benar memasarkan produk kepada audiens. Simulasi ini dilakukan dalam waktu nyata, dengan skenario di mana setiap kelompok akan menerima “interaksi” dari calon konsumen, yang dimainkan fasilitator atau peserta lainnya. Interaksi ini mencakup berbagai bentuk, seperti pertanyaan calon pembeli, permintaan informasi produk, atau komentar pada unggahan mereka. Peserta diminta untuk merespon setiap interaksi sesuai dengan panduan yang telah mereka pelajari, seperti menjawab pertanyaan dengan cepat, memberikan penjelasan yang informatif, atau menawarkan diskon sebagai promosi. Fasilitator memantau dan memberikan arahan langsung untuk setiap respons peserta, membantu mereka memahami cara berkomunikasi efektif dengan calon pelanggan, meningkatkan keterampilan layanan pelanggan, dan mengoptimalkan peluang penjualan.

Setelah simulasi selesai, sesi dilanjutkan dengan evaluasi kinerja. Setiap kelompok diminta untuk merefleksikan pengalaman mereka dalam menghadapi interaksi konsumen, apa saja tantangan yang dihadapi, dan bagaimana mereka menyikapinya. Fasilitator memberikan penilaian berdasarkan beberapa aspek, seperti kreativitas konten, kecepatan dan kesesuaian respons, kemampuan komunikasi, serta daya tarik promosi yang ditawarkan. Fasilitator juga membahas setiap langkah yang telah diambil peserta, memberikan masukan tentang cara-cara untuk meningkatkan efektivitas pemasaran mereka. Jika ada strategi yang kurang optimal, seperti

pemilihan kata yang kurang menarik atau respons yang kurang informatif, peserta diberikan saran konkret untuk memperbaikinya. Evaluasi ini disertai contoh konkret tentang bagaimana merespon calon pelanggan dengan lebih baik, misalnya dengan menyesuaikan bahasa yang lebih persuasif atau menawarkan manfaat tambahan dari produk.

Sesi Tanya Jawab dan Diskusi Nyata

Sesi tanya jawab dan diskusi dilakukan pada hari terakhir kegiatan PkM-KI yaitu 14 Oktober 2024. Pada sesi ini peserta mendapat kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pemateri dan memahami penerapan teori kewirausahaan serta pemasaran digital melalui contoh-contoh nyata. Sesi ini diawali dengan moderator yang membuka kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan maupun tantangan spesifik yang mungkin mereka hadapi dalam memulai atau mengembangkan bisnis. Pemateri memberikan jawaban rinci dengan menyertakan tips praktis, sehingga peserta dapat segera menerapkan saran yang diberikan. Selanjutnya, pemateri mempresentasikan beberapa kasus nyata bisnis kecil yang berhasil menghadapi kendala dalam pemasaran digital, seperti meningkatkan penjualan lewat media sosial atau mengelola reputasi daring. Peserta kemudian diajak untuk mendiskusikan solusi yang telah diterapkan dalam setiap kasus dan menawarkan strategi alternatif, memperkaya perspektif mereka tentang cara mengatasi masalah serupa. Dalam beberapa contoh, dilakukan pula simulasi mini di mana peserta berlatih merespons skenario tertentu, seperti menghadapi komplain pelanggan atau membuat konten yang menarik bagi audiens. Berikut adalah beberapa tanya jawab dengan santri:

Pertanyaan 1:

Santri: “Bagaimana cara memastikan praktik pemasaran digital tetap sesuai dengan prinsip syariah?”

Narasumber: Hindari konten promosi yang berlebihan atau menyesatkan, pastikan produk dan layanan halal serta tidak melibatkan riba atau gharar (ketidakpastian), dan gunakanlah platform digital untuk mendukung etika bisnis yang jujur dan transparan.

Pertanyaan 2:

Santri: “Apa langkah awal yang bisa dilakukan oleh pemula dalam membangun bisnis berbasis syariah di platform digital?”

Narasumber: Identifikasi kebutuhan pasar yang sesuai dengan prinsip syariah, mulailah dari platform sederhana seperti media sosial untuk promosi, dan memanfaatkan alat digital gratis seperti Canva untuk desain, dan *marketplace* halal untuk pemasaran produk.

Sesi ini diakhiri dengan kesimpulan yang merangkum pembelajaran utama dan mengarahkan peserta untuk terus mengembangkan bisnis mereka dengan langkah-langkah praktis.

Penutupan dan Tindak Lanjut

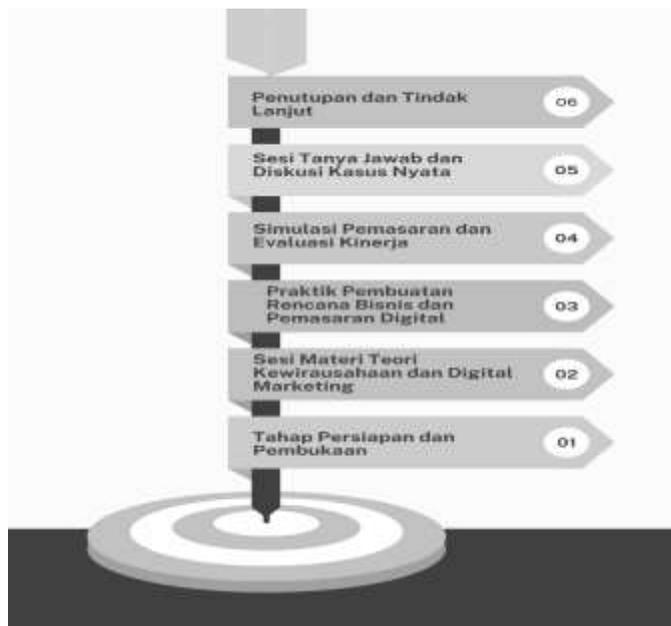
Tujuan kegiatan penutupan dan tindak lanjut yang dilaksanakan pada hari terakhir kegiatan PkM -KI, yaitu pada hari Senin, 14 Oktober 2024 untuk memberikan kesan akhir yang inspiratif dan menyusun langkah konkret yang dapat diambil peserta setelah kegiatan. Sesi ini dimulai dengan pemateri atau moderator yang merangkum poin-poin kunci dari seluruh rangkaian lokakarya, mengingatkan peserta akan konsep dan keterampilan penting yang telah dipelajari, seperti dasar-dasar kewirausahaan, strategi pemasaran digital, serta tips praktis dalam membuat rencana bisnis.

- a. **Refleksi dan Apresiasi:** Moderator mengajak peserta untuk melakukan refleksi singkat, di mana peserta diminta membagikan pengalaman mereka selama lokakarya, termasuk materi atau praktik yang paling bermanfaat dan relevan untuk mereka. Hal ini tidak hanya memperkuat pemahaman mereka tetapi juga memberikan umpan balik kepada penyelenggara. Apresiasi kemudian diberikan kepada seluruh peserta atas partisipasi aktif mereka, diikuti dengan penghargaan khusus bagi peserta yang menunjukkan antusiasme atau kontribusi luar biasa dalam diskusi dan simulasi.
- b. **Penyampaian Tindak Lanjut:** Setelah refleksi, sesi dilanjutkan dengan pembahasan rencana tindak lanjut untuk memastikan bahwa ilmu dan keterampilan yang diperoleh dapat diaplikasikan dengan baik. Peserta diberikan panduan tentang langkah-langkah yang dapat mereka ambil pasca-lokakarya, seperti bagaimana memulai proyek kewirausahaan skala kecil di lingkungan pesantren atau menyusun konten pemasaran digital pertama mereka. Selain itu, kontak mentor atau pemateri dibagikan agar

peserta memiliki akses jika memerlukan bimbingan lebih lanjut atau menghadapi tantangan baru di lapangan.

- c. **Rencana Pembinaan Lanjutan:** Penyelenggara juga menjelaskan rencana pembinaan berkelanjutan, di mana akan diadakan sesi pendampingan periodik atau konsultasi virtual, memungkinkan peserta untuk melaporkan perkembangan usaha mereka dan mendapatkan dukungan secara berkala. Untuk memberikan dorongan tambahan, penyelenggara juga mengusulkan kelompok-kelompok kecil di antara peserta agar mereka dapat saling berbagi perkembangan dan membentuk komunitas pendukung yang aktif.
- d. **Kata-kata Penutup dan Harapan:** Sesi ini diakhiri dengan sambutan penutup dari pimpinan pesantren atau pemateri utama yang mengungkapkan harapan bahwa ilmu yang telah dibagikan dapat menjadi bekal bagi peserta untuk mandiri dan berkontribusi positif di masyarakat. Penutupan ini dilengkapi dengan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung jalannya lokakarya, baik dari pihak pesantren, pemateri, maupun peserta.

Metode pelaksanaan kegiatan ini ditunjukkan pada gambar 1 tentang Metode Pelaksanaan di bawah ini.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Hasil

Setelah pelaksanaan Lokakarya Kewirausahaan Syariah dan Pemasaran Digital yang diikuti oleh 91 santri, tercatat peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan para peserta. Berdasarkan evaluasi pre-test dan post-test, tingkat pemahaman peserta meningkat rata-rata sebesar 65%, dari skor awal 35% menjadi 100%. Peningkatan ini tercermin dalam distribusi tingkat pemahaman peserta sebagai berikut:

1. Pemahaman Awal (Pre-Test):
 - a. 15 santri (16,5%) memiliki skor di bawah 20%.
 - b. 30 santri (33%) berada dalam rentang skor 20-40%.
 - c. 28 santri (30,8%) mencapai skor 41-60%.
 - d. 18 santri (19,7%) memiliki skor lebih dari 60%.
2. Pemahaman Akhir (Post-Test):
 - a. 68 santri (74,7%) berhasil mencapai skor sempurna (100%).
 - b. 18 santri (19,8%) berada dalam rentang skor 81-99%.
 - c. 5 santri (5,5%) mencapai skor 70-80%.

Keterampilan praktis peserta dalam pemasaran digital dan manajemen usaha berbasis syariah juga menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 70%. Evaluasi menunjukkan hasil distribusi berikut:

1. Keterampilan Awal (Pre-Test):
 - a. 21 santri (23%) memiliki keterampilan sangat rendah (skor <30%).
 - b. 45 santri (49,5%) memiliki keterampilan dasar (skor 31-50%).
 - c. 20 santri (22%) berada pada tingkat menengah (skor 51-70%).
 - d. 5 santri (5,5%) berada pada tingkat tinggi (skor >70%).
2. Keterampilan Akhir (Post-Test):
 - a. 56 santri (61,5%) menunjukkan peningkatan keterampilan tinggi (skor >80%).
 - b. 25 santri (27,5%) berada pada tingkat menengah (skor 60-80%).
 - c. 10 santri (11%) masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut (skor 50-59%).

Secara keseluruhan, hasil lokakarya menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam peningkatan pemahaman dan keterampilan santri. Peserta yang mencapai skor sempurna menunjukkan penguasaan materi teoritis dan praktis, sementara kelompok dengan skor menengah hingga tinggi telah

menunjukkan perkembangan yang positif. Data ini menjadi dasar untuk merancang tindak lanjut berupa pelatihan tambahan atau pendampingan lanjutan untuk memastikan seluruh santri dapat mengaplikasikan keterampilan kewirausahaan syariah secara optimal.

Beberapa tantangan masih terlihat, terutama terkait dengan pemahaman dasar teknologi digital yang masih terbatas pada beberapa peserta. Beberapa santri yang belum terbiasa dengan alat pemasaran digital merasa kesulitan saat mencoba mempraktikkan langkah-langkah yang diajarkan. Hal ini membutuhkan pendampingan lebih lanjut agar keterampilan digital mereka semakin terasah. Secara keseluruhan, lokakarya ini memberikan dampak positif dalam membangun jiwa tindak lanjut, sekaligus memperkenalkan mereka pada dunia bisnis berbasis digital. Lokakarya ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan wirausaha muda yang tidak hanya memiliki keterampilan kewirausahaan yang baik, tetapi juga mampu beradaptasi dengan teknologi yang terus berkembang.



Gambar 3. Pelaksanaan lokakarya

Diskusi

Pendidikan kewirausahaan sangat penting dalam membangun jiwa kewirausahaan di kalangan santri dapat dijelaskan melalui teori kewirausahaan yang menekankan pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan. Menurut penelitian, pendidikan kewirausahaan yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan santri dalam memulai usaha. Lokakarya yang diadakan di Institut Tahfiz Bintulu bertujuan untuk memberikan pengetahuan praktis tentang kewirausahaan syari'ah dan pemasaran digital, yang merupakan aspek penting dalam konteks bisnis modern. Hal ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang berbasis pada model sukses dapat mendorong minat dan kemampuan santri untuk berwirausaha (Boldureanu, et al., 2020). Selain itu, pengaruh nilai-nilai Islam dalam membentuk sikap kewirausahaan juga menjadi fokus penting. Penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diajarkan dalam konteks Islam dapat mempengaruhi niat dan perilaku kewirausahaan individu (Hassan, 2021; Rehan, et al., 2019). Dalam konteks lokakarya ini, pendekatan syari'ah tidak hanya memberikan landasan etis bagi santri dalam berbisnis, tetapi juga mendorong mereka untuk menjalankan usaha yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai agama dalam pendidikan kewirausahaan dapat menghasilkan santri yang tidak hanya kompeten secara bisnis tetapi juga bertanggung jawab secara sosial (Rauf, et al., 2022).

Penggunaan pemasaran digital sebagai alat untuk meningkatkan keberhasilan usaha santri sangat relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Penelitian menunjukkan bahwa penguasaan keterampilan pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) (Zainol, et al., 2022). Dalam lokakarya ini, santri diajarkan tentang strategi pemasaran digital yang dapat membantu mereka memasarkan produk dan jasa mereka secara lebih efektif. Dengan demikian, lokakarya ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam dunia usaha. Terakhir, perubahan sosial yang diharapkan dari kegiatan ini mencakup peningkatan kemandirian ekonomi santri dan kontribusi mereka terhadap masyarakat. Dengan membekali santri dengan keterampilan kewirausahaan dan pemasaran digital, diharapkan mereka dapat menciptakan lapangan kerja baru dan berkontribusi pada

pengurangan pengangguran di komunitas mereka (Darajah, et al., 2018). Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat yang tidak hanya berfokus pada pendidikan tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Secara keseluruhan, lokakarya ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan perubahan sosial yang positif melalui pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan santri, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak yang lebih luas bagi masyarakat.

Kesimpulan

Pembekalan kewirausahaan dan keterampilan digital sangat efektif dalam meningkatkan wawasan dan minat santri untuk berwirausaha. Melalui rangkaian sesi materi, praktik pembuatan rencana bisnis, dan simulasi pemasaran digital, para peserta memperoleh pemahaman mendalam tentang langkah-langkah mendirikan usaha serta pentingnya pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan rasa percaya diri santri untuk memulai usaha berbasis syariah dan mengaplikasikan teknologi digital secara positif. Respon yang positif dan antusiasme yang tinggi dari peserta menjadi indikator keberhasilan kegiatan ini, yang diharapkan dapat menjadi pondasi awal bagi santri untuk mengembangkan kemandirian ekonomi dan keterampilan kewirausahaan di masa depan. Peningkatan dukungan untuk program pelatihan kewirausahaan berbasis syariah dan pemasaran digital di pesantren dapat dilakukan dengan menyediakan akses pendanaan, pendampingan teknis, serta penguatan jejaring pemasaran. Perlu adanya Kerjasama antara institusi terkait untuk mendorong kerja sama lintas sektor dengan pelaku usaha dan pemerintah untuk memastikan keberlanjutan program serta memperluas dampaknya. Untuk kegiatan berikutnya, direkomendasikan pengembangan modul pelatihan yang lebih spesifik, seperti manajemen bisnis dan analisis pasar, serta pendirian pusat kewirausahaan berbasis pesantren untuk memfasilitasi santri dalam praktek langsung kewirausahaan.

Acknowledgements

Artikel jurnal ini ditulis oleh Aris Puji Purwatiningsih berdasarkan hasil proyek Pengabdian Masyarakat Kolaboratif Internasional berjudul *Membangun Santripreneur melalui Literasi Digital dan Pendampingan Kewirausahaan Syariah* di Institut Tahfiz Bintulu, Malaysia, dengan nomor kontrak 076/A.38-04/UDN-09/VII/2024. Isi artikel ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Daftar Referensi

- Azhar, I. A. (2023). Peran Pesantren Anwarul Huda Malang dalam pembentukan jiwa kewirausahaan pada santri. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(1), 114-123. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v4i1.1898>.
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Kewirausahaan education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. <https://doi.org/10.3390/su12031267>.
- Dalis, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Web. *Paradigma-Jurnal Komputer dan Informatika*, 19(1), 1-8.
- Darojah, Z., Quro'i, M. D., & Dewi, D. K. (2018). Peran kewirausahaan dalam pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(2), 218-253. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.2.70-105>.
- Ganefianti, D. W., Arianti, N. N., Sutrawati, M., Saputra, H. E., Fahrurrozi, F., & Herawati, R. (2019). Superiority test of mixed-cropping models for chili pepper hybrid varieties through participatory plant breeding. *International J Agric Technol*, 15(6), 879-890.
- Hassan, Y. (2021). A decade of research on Muslim kewirausahaan. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1288-1311. <https://doi.org/10.1108/jima-12-2019-0269>.
- Hayat, T., Shaheen, D. S. S., Gillani, D. S. A. H., & Masood, H. U. (2023). Kewirausahaan in the light of the qur'an, ḥadīth, and iqbal's philosophy. *International Journal of Islamic Economics and Governance*, 4(1), 47-61. <https://doi.org/10.58932/muld0023>.

- Hoedojo, R., dan Sungkar, S. (2013). Morfologi, Daur hidup dan Perilaku Nyamuk, dalam: Sutanto, I., Ismid, I.S., Sjarifuddin, P.K., Sungkar, S. (Ed): *Parasitologi Kedokteran. Edisi 4*, Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia Press, Jakarta: 250-265.
- Lima, E. P., Paiva, M. H. S., de Araújo, A. P., da Silva, E. V. G., da Silva, U. M., de Oliveira, L. N., et al. (2011). Insecticide Resistance in *Aedes aegypti* Populations from Ceará, Brazil. *Par & Vec.*, 4: 1-12.
- Putra, H. S., Anis, A., Zamil, I., Putri, I. E., Novariza, R., Anggraini, D. F., & Renggani, R. (2023). Peningkatan kemandirian santri melalui penguatan *young* kewirausahaan dan edukasi perilaku hidup bersih dan sehat serta pelatihan dan simulasi alat P3K di Panti Asuhan Cabang Aisyiyah Matur Kabupaten Agam. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 36. <https://doi.org/10.24036/sb.04390>.
- Rauf, A., Abubakar, Y. A., Abrar, A., Gohar, M., Slesman, L., & Mitra, J. (2022). Islam, kewirausahaan and economic development. *Journal of Kewirausahaan and Innovation in Emerging Economies*, 8(2), 270-273. <https://doi.org/10.1177/23939575211047022>
- Rehan, F., Block, J., & Fisch, C. (2019). Kewirausahaan in Islamic communities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(5), 557-583. <https://doi.org/10.1108/jec-05-2019-0041>.
- Ridwan, M., Nurrobiyanto, N., Jahari, J., & Erihadiana, M. (2024). Optimalisasi kemandirian dan jiwa enterpeunership santri: inovasi manajemen peserta didik di pesantren terpadu. *Kaipi: Kumpulan Artikel Ilmiah Pendidikan Islam*, 2(1), 1-7. <https://doi.org/10.62070/kaipi.v2i1.46>.
- Robe'nur, K. (2022). Upaya pemberdayaan tindak lanjut di pondok pesantren darussalamah desa braja dewa kecamatan way jepara kabupaten lampung timur. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 86-90. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i2.42>.
- Trisna, T., Zakaria, M., & Saptari, M. A. (2022). Meningkatkan motivasi dan kemampuan santri dayah dalam berwirausaha melalui pelatihan kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(4), 740-747. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i4.3164>.

- Yarmani, Y. (2020). Petanque Sports Training and Socialization for PJOK Teachers in MGMP Sukaraja, Kab. Seluma. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks*, 18(1), 12-14.
- Zainol, N., Esa, M. M., Muhamad, N., & Mohamad, S. S. (2022). Factors affecting the success of digital kewirausahaan among suburban women: Malacca. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i12/15426>.