

Pemberdayaan Santri melalui Pelatihan *Digital Marketing* dan *Editing* di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung

Nerin Puspita Dewi¹, Kustana²

¹Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, puspitaanerin@gmail.com

²Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, kustana@uinsgd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses pelaksanaan pemberdayaan santri melalui pelatihan *digital marketing* dan *editing* serta keterlibatan para santri dalam kegiatan tersebut di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles and Huberman, meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan ini dapat membuka peluang atau kesempatan bagi para santri untuk memiliki serta meningkatkan keterampilannya dalam *digital marketing* dan *editing* yang dapat membantu para santri untuk menentukan masa depannya sendiri. Program ini juga selalu diikuti oleh para santri sebagai ekskul yang ada di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung.

Kata Kunci: *Digital marketing, Editing, Pemberdayaan Santri, Pesantren.*

Latar Belakang

Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung merupakan pesantren yang berada di Kota Bandung tepatnya di Komplek Patra Asri, Cipadung Wetan, Kecamatan Panyileukan. Pesantren ini merupakan pondok pesantren yang dikhususkan untuk santri yatim dan penghafal al-quran yang berdiri sejak tahun 2002. Pesantren ini mulai berkembang sejak tahun 2009 dengan bermodalkan hasil keuntungan dari usaha pendiri yaitu penerbitan Al-Quran Jabal hingga berkembang sampai saat ini dan telah memiliki tiga cabang di Cililin, Panyileukan, dan Cipadung. Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung merupakan salah satu bagian dari pondok pesantren Al-Hilal yang tersebar di beberapa daerah di Kota Bandung. Pesantren ini merupakan pesantren mukim yang artinya para santri tinggal atau menetap di asrama pesantren selama masa belajar. Berdasarkan hal ini, pesantren memiliki peran untuk membentuk karakter para santri serta mengembangkan potensi yang dimiliki santri ataupun yang akan diperlukan oleh santri baik selama ia masih ada di lingkungan pesantren maupun ketika mereka sudah dinyatakan lulus dari pondok pesantren.

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan membuka banyak peluang bagi orang-orang untuk mendapatkan skill baru dalam pekerjaan yang lebih beragam telah dimanfaatkan oleh pihak Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung dengan memberikan pelatihan di bidang digital khususnya digital marketing dan editing. Melalui hasil wawancara dengan pembimbing santri di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung, Bapak Yedi, mengungkapkan bahwa kegiatan ini dilakukan untuk memberdayakan para santrinya agar mendapatkan skill khusus yang nantinya dapat berguna bagi kehidupan mereka setelah lulus dari pesantren. Selain itu, pelatihan ini juga menjadi bukti nyata bahwa pesantren yang biasanya memiliki stigma hanya memberikan ajaran agama saja tetapi juga memberikan kesempatan para santrinya untuk mengenali potensi digital di zaman ini seperti apa dan bagaimana.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tentunya juga akan mengajarkan ajaran agama yang merupakan fokus utama dalam suatu pesantren. Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung juga dikenal memiliki program unggulannya yaitu tahfidz quran. Namun, dengan adanya pelatihan digital marketing serta editing ini, pihak pesantren memiliki harapan agar para santrinya dapat memiliki keterampilan yang dapat menunjang kehidupan mereka kedepannya, bisa sebagai bekal kemandirian, peningkatan modal daya saing di masyarakat, peningkatan keahlian dan

pengetahuan di bidang digital, serta peningkatan pengetahuan kewirausahaan, dan peningkatan berpikir kreatif dalam berinovasi.

Pelatihan digital *marketing* dan *editing* memiliki dampak yang positif bagi kehidupan para santri khususnya untuk mendorong kreatifitas dan inovasi generasi muda di bidang digital. Dalam artikel jurnal yang disusun oleh Andriati Azizah Syafitri dan Hilda Sanjayawati yang berjudul Pemberdayaan Santri Melalui Pelatihan Digital Marketing di Pesantren Al Hayatul Islamiyah Malang dijelaskan bahwa pengabdian terhadap masyarakat yang dilakukan bersama dosen Universitas Islam Raden Rahmad Malang dengan dosen Universitas Negeri Malang, pelatihan *digital marketing* penting guna membantu memasarkan produk yang mereka miliki. Dalam hal ini, Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung memberikan pelatihan digital marketing untuk modal para santri agar dapat bersaing di masyarakat nantinya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pelatihan digital marketing dan editing di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung serta bagaimana respon atau keterlibatan para santri di setiap pelatihannya. Rumusan masalah ini muncul sebelum dan ketika melakukan wawancara dengan pembimbing di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung yang menjelaskan mengenai pelatihan *digital marketing* dan *editing* yang ada di pesantren tersebut. Deskripsi rumusan masalah menggambarkan: pertanyaan-pertanyaan yang hendak dijawab melalui praktik.

Teori pemberdayaan masyarakat menurut Jim Iffe, pemberdayaan memiliki hubungan era dua konsep yakni *power* (daya) dan *disadvantaged* (ketimpangan). Dalam penelitian ini, *power* (daya) yang dimiliki para santri berupa kemampuan dalam menguasai teknologi informasi dan pemasaran digital melalui pelatihan yang diadakan oleh pihak pesantren. Sedangkan *disadvantaged* (ketimpangan) berkaitan dengan para santri yang biasanya diketahui hanya dapat menerima ilmu yang berkaitan dengan agama saja. Namun, pihak Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung justru tidak membiarkan hal itu terjadi sehingga memberikan program seperti pelatihan *digital marketing* dan *editing* ini agar para santri dapat menemukan potensinya di bidang digital yang saat ini terus berkembang dan semakin maju.

Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Zezen Mohammad Zaenal Muttaqien dan Ahmad Ripai (2025) dengan judul “Implementasi *digital marketing* di Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam dalam upaya meningkatkan minat calon peserta didik” memiliki tujuan untuk menganalisis implementasi strategi digital marketing dalam layanan jasa pendidikan pesantren dan menjelaskan manajemen pemasaran yang diterapkan di Pondok Pesantren Terpadu Al-Multazam dan penerapan strategi digital dalam menarik minat calon peserta didik. Objek dalam penelitian ini yaitu proses pemasaran yang ada di pesantren. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara dengan beberapa pihak seperti panitia rekrutmen santri dan tim IT pesantren. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori manajemen pemasaran dari Kotler & Armstrong serta teori bauran pemasaran (Marketing Mix: 4P dan 7P). Dari penelitian ini ditemukan kesimpulan bahwa Pondok Pesantren Al-Multazam telah menerapkan manajemen pemasaran yang dikelola oleh tim khusus bernama Tim Media.

Penelitian Alifiansyah Arrizqy Hidayat, dkk. (2025) yang meneliti transformasi santri menjadi santripreneur melalui pelatihan *digital marketing* berbasis media sosial di Pondok Pesantren Mathla’ul Amien, Sumenep. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan *soft skill* kewirausahaan santri serta pemahaman mereka tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana bisnis. Objek dalam penelitian ini yaitu santri tingkat Madrasah Aliyah. Adapun metode yang digunakan yaitu pendekatan pelatihan berbasis pengabdian masyarakat yang terdiri dari

pra-kegiatan, pelaksanaan, dan evaluasi. Teori yang digunakan berfokus pada digital entrepreneurship dan pemanfaatan media sosial (instagram dan tiktok) dalam *marketing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 35,29% peserta pelatihan menyatakan minat untuk memulai usaha setelah mengikuti pelatihan serta meningkatnya pemahaman dan antusiasme santri terhadap konsep kewirausahaan digital. (Hidayat, et al., 2025)

Penelitian yang dilakukan oleh Andriati azizah Syafitri dan Hilda Sanjayawati (2022) mengkaji pemberdayaan santri melalui pelatihan keterampilan membuat jilbab lukis serta strategi pemasaran melalui *digital marketing* di Pesantren Al Hayatul Islamiyah, Malang. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membekali santri, khususnya santri perempuan, dengan keterampilan kewirausahaan yang dapat meningkatkan kemandirian ekonomi. Objek penelitian ini adalah para santri yang mengikuti pelatihan. Metode yang digunakan yaitu *Participatory Action Research* (PAR) yang mencakup pelatihan, pendampingan, dan monitoring. Penelitian ini mengacu pada teori pemberdayaan masyarakat dan kewirausahaan, serta pengaplikasian *digital marketing* dalam pemasaran produk kreatif. Hasilnya menunjukkan bahwa para santri mampu menghasilkan produk jilbab lukis yang layak jual, memahami strategi penentuan harga, dan mampu memasarkan produk melalui *platform digital* secara mandiri. (Syafitri & Sanjayawati, 2022).

Konsep-konsep yang Relevan

Teori pemberdayaan masyarakat Jim Ife menekankan pada dua aspek pokok yaitu *power* (daya) dan *disadvantaged* (ketimpangan). Menurut Jim Ife, pemberdayaan masyarakat merupakan proses pemberian sumber daya, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan kepada warga agar mereka dapat meningkatkan kemampuan dalam menentukan masa depan mereka sendiri serta berpartisipasi aktif dalam mempengaruhi kehidupan kelompoknya (Salan, Syukur, & Makleat, 2023). Pemberdayaan masyarakat menurut Jim Ife dijelaskan dalam empat perspetif yaitu pluralis, elitis, strukturalis, dan post-strukturalis (Leppa, Syukur, Makleat, & Neonufa, 2023). Dalam perspektif pluralis dijelaskan bahwa proses membantu individu atau kelompok yang kurang beruntung dilakukan agar mereka dapat bersaing secara lebih efektif. Dalam elitis, disoroti bagaimana upaya untuk mempengaruhi kalangan elit untuk mendukung perubahan. Sedangkan strukturalis berfokus pada perubahan struktur sosial dan kelembagaan agar akses terhadap sumber daya dan kesempatan menjadi lebih adil. Terakhir post-strukturalis, perspektif ini menekankan peran wacana dan praktik sosial dalam membentuk kekuasaan dan pemberdayaan.

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital, terutama internet dan media sosial, untuk memperpromosikan produk, jasa, maupun institusi. *Digital marketing* berperan penting dalam konteks pesantren yang mana berguna untuk memperluas jangkauan peantren dalam menarik calon santri, donatur, dan masyarakat luas melalui konten digital yang menarik dan interaktif. Penguasaan *digital marketing* dan *editing* menjadi kemampuan yang penting bagi santri agar mampu memproduksi konten yang menarik dan efektif dalam memasarkan barang maupun jasa secara digital. Hal ini mendukung pemberdayaan santri sebagai agen perubahan baik bagi diri sendiri dalam menumbuhkan serta meningkatkan keterampilan maupun bagi pesantren sebagai penggerak ekonomi berbasis digital.

Pelatihan *digital marketing* dan *editing* merupakan proses pembelajaran yang memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada peserta pelatihannya, yang dalam hal ini merupakan para santri, untuk mengetahui serta mengembangkan *digital marketing* dan membuat editing baik foto maupun video sekreatif mungkin. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas santri agar mampu mandiri ketika sudah berada di lingkungan masyarakat, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan daya saing di pasar digital.

Melalui pelatihan ini, santri tidak hanya menguasai pengetahuan di bidang keilmuan tapi juga dapat menjadi seorang ahli profesional dalam pemasaran digital dan *editing*.

Teknologi digital memberikan peluang besar bagi pesantren untuk mengembangkan metode pembelajaran dan pemberdayaan santri yang lebih efektif dan relevan dengan perkembangan zaman pada saat ini. Kemudahan santri dalam mengakses informasi, berkomunikasi, dan mengembangkan potensi diri secara luas menjadi kemungkinan yang bisa didapatkan dari penggunaan teknologi digital. Adopsi teknologi digital di zaman ini juga mendukung adanya transformasi pesantren menjadi lembaga yang adaptif serta inovatif.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami proses pelaksanaan pelatihan digital marketing dan editing di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali pengalaman, persepsi, dan makna yang terkandung dalam pelaksanaan pelatihan serta dampaknya terhadap pemberdayaan santri.

Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung berlokasi di Komplek Patra Asri, L-16, Cipadung Wetan, Kecamatan Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat. Pesantren ini termasuk pesantren mukim dan dikhususkan untuk santri yatim dan penghafal al-quran yang didirikan pada tahun 2002. Saat ini, Pesantren Al-Hilal memiliki tiga cabang yaitu di Cililin, Panyileukan, dan Cipadung.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara mendalam, serta studi dokumentasi. Penelitian dilakukan pada tanggal 21 Mei 2025 dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pembimbing serta santri di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung, kemudian arsip dokumentasi dilakukan untuk melihat arsip-arsip kegiatan pelatihan seperti foto ataupun video ketika kegiatan berlangsung.

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisa model Miles and Huberman dengan empat komponen utama yaitu *data collection* (pengumpulan data) berkaitan dengan pengumpulan data yang dilakukan pada saat penelitian dengan mewawancarai beberapa informan, *data reduction* (reduksi data) berkaitan dengan menyatukan dan menyeleksi yang paling pokok, *data display* (penyajian data) berkaitan dengan pengorganisasian informasi secara sistematis dan bermakna, dan *conclusion drawing* (pengambilan kesimpulan) yang berkaitan dengan peneliti yang berusaha memahami makna dari data yang telah diperoleh. (Qamaruddin & Sa'diyah, 2024).

Hasil Kegiatan

Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung merupakan lembaga pendidikan Islam yang khusus menampung anak yatim dan penghafal al-quran. Pesantren yang berlokasi di Komplek Patra Asri, L-16, Cipadung Wetan, Kecamatan Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat ini menampung 10 orang santri putra yang sedang menempuh pendidikan di kelas 2 SMA. Berdasarkan informasi dari informan, saat ini sebenarnya Pesantren Al-Hilal sudah berkembang dengan memiliki tiga cabang yaitu di Cililin, Cipadung, dan Panyileukan. Sedangkan untuk kantor pusatnya berada di jalan Gegerkalong No. 155A, Sarijadi, Sukasari, Bandung dan fokus untuk tempat penyaluran zakat.

Pesantren Al-Hilal yang memiliki program unggulan dalam tahfidz quran, tidak hanya fokus pada pendalaman ilmu agama, tetapi juga memberikan ilmu keterampilan di bidang yang relevan dan kekinian yaitu dengan mengadakan pelatihan *digital marketing* dan *editing*. Sehingga kegiatan di pesantren tidak monoton dan memiliki warna yang baru dengan menyediakan kegiatan yang baru untuk dipelajari oleh para santri. Pelatihan *digital marketing* yang ada di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung ini diikuti oleh para santri yang berada di kelas 2 SMA dengan

jumlah santri 10 orang.

Pelatihan *digital marketing* berada dalam kegiatan paket C yang berasal dari Pusat Kegiatan Belajar Mengajar (PKBM) Al-Hilal. Jadi di PKBM ini sering ada yang menawarkan penyuluhan ataupun pelatihan skill tertentu, kemudian PKBM akan menerima tawaran tersebut dan mempersilakan pengajar atau sukarelawan tersebut untuk mengajar di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung sehingga pengajar di beberapa kegiatan pelatihan seringkali berbeda-beda.

Kegiatan pelatihan *digital marketing* dan *editing* ini diberikan materi yang berkaitan dengan berbagai aspek *digital marketing* dan *editing*. Beberapa aspek materi yang disampaikan dalam pelatihan tersebut antara lain meliputi dasar-dasar pemasaran online, strategi branding di media sosial, hingga teknik pembuatan konten yang menarik untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, para santri juga dikenalkan dengan berbagai media sosial yang akan menjadi tempat bagi mereka untuk media promosinya, seperti Instagram, Facebook, maupun TikTok. Setelah mendapatkan pemahaman secara teoritisnya, para santri akan diberikan arahan untuk melakukan praktik langsung, dari mulai membuat akun bisnis, kemudian merancang konten promosi, hingga membuat produk fiktif sebagai simulasi untuk melakukan kampanye digital sederhana. Beberapa santri mengungkapkan bahwa mereka tidak kalah senang bisa mempelajari hal baru yang menarik seperti *digital marketing* dan *editing*, yang mampu menarik minat pasar. Isi dari hasil kegiatan memaparkan secara berurutan dan saling berkaitan mengenai: uraian mengenai kegiatan utama yang dilakukan selama praktik, termasuk tugas, peran, dan pengalaman selama pelaksanaan praktik; temuan-temuan selama pelaksanaan praktik. Pada bagian ini, Logbook kegiatan harus diperlihatkan.

Gambar 1

Wawancara bersama Bapak Yedi, Pembimbing Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 2

Pelaksanaan Pelatihan *Digital Marketing*



Sumber : pesantrenalhilal.com (2025)

Pembahasan

Perkembangan teknologi informasi yang terus maju dengan begitu pesat telah merubah pola hidup masyarakat saat ini. Tidak terkecuali di sektor ekonomi, utamanya pada pemasaran (Adi, et al., 2022). Perkembangan TI ini terlihat seperti suatu hal yang baru yang merubah tatanan hidup masyarakat. Namun, perkembangan TI ini juga memberikan peluang baru bagi masyarakat zaman kini terutama para remaja yang masih menerka-nerka karirnya di depan sana. Peluang yang muncul dalam kegiatan pemasaran ini yaitu dengan munculnya profesi baru berupa *digital marketing*. Menurut Chaffey (2002) digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan mempertahankan konsumen (Rauf, et al., 2021).

Pesantren Al-Hilal sebagai salah satu lembaga pendidikan khususnya Islam memiliki peran untuk membentuk karakter dan menyiapkan para santrinya agar bisa bertahan dan memiliki daya saing di lingkungan masyarakat melihat peluang perkembangan TI yang semakin maju. Pihak pesantren terbuka dan memberikan kesempatan bagi pihak manapun yang ingin mengadakan penyuluhan ataupun pelatihan terhadap santrinya mengenai *digital marketing* maupun *editing*. Dalam website resmi milik Pesantren Al-Hilal, mereka mengungkapkan bahwa selain fokus mendalami ilmu agama, para santri juga diberikan bekal untuk menguasai keterampilan yang kekinian serta relevan dengan perkembangan zaman (Septianto, 2025).

Teori pemberdayaan masyarakat Jim Ife, ia menekankan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan proses pemberian sumber daya, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan kepada warga agar mereka dapat meningkatkan kemampuan dalam menentukan masa depan mereka sendiri serta berpartisipasi aktif dalam mempengaruhi kehidupan kelompoknya (Salan, Syukur, & Makleat, 2023). Berdasarkan teori Jim Ife, apa yang sudah dilakukan oleh Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung kepada para santrinya termasuk pemberdayaan masyarakat khususnya terhadap para santri karena telah memberikan sumber daya berupa fasilitas termasuk di dalamnya pengajar yang dapat memberikan pengetahuan serta keterampilan agar para santri nantinya memiliki kemampuan untuk menentukan masa depan mereka sendiri.

Para santri juga aktif ikut serta dalam pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dan *editing* ini. Mereka juga tertarik untuk memperdalam *digital marketing* yang kedepannya akan sangat berguna bagi kehidupan mereka. Ketertarikan ini memperlihatkan adaptasi para santri terhadap perkembangan teknologi dan pasar yang saat ini semakin berkembang, dengan begitu para santri dapat beradaptasi dengan tren pemasaran modern dan transformasi digital. Penguasaan terhadap perkembangan teknologi dan informasi di era ini juga dapat menjadi modal daya saing bagi para santri setelah lulus nanti (Hendra, Judijanto, Prananda, Fatulloh, Rimbano, & Murthada, 2024).

Kesimpulan

Kegiatan pemberdayaan ini memberikan wawasan baru bagi peneliti dengan menyadari pentingnya memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang digital khususnya *digital marketing* dan *editing* yang dapat menjadi modal daya saing kedepannya. Selain itu, tidak semua orang memiliki kesempatan yang sama dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan di bidang digital. Oleh karena itu, selaku mahasiswa sosiologi yang dapat memiliki pemahaman dalam pemberdayaan masyarakat, hendaknya kita memanfaatkan kesempatan tersebut untuk berdaya dan memberdayakan orang lain.

Proses pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dan *editing* ini dilakukan dengan memberikan pengetahuan mengenai berbagai aspek *digital marketing* dan *editing*. Selain itu,

keterlibatan dan keaktifan santri dalam kegiatan ini memperlihatkan keikutsertaan santri yang sangat penting dalam kegiatan pelatihan ini. Saran yang bisa peneliti berikan pada instansi terkait yaitu berkenan dengan pelaksanaan pendampingan dan monitoring berkelanjutan guna memastikan santri dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh secara efektif dalam usaha mereka.

Ucapan Terima Kasih

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan tepat waktu. Selesaiannya penelitian ini tidak luput dari dukungan serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ucapkan terima kasih kepada Bapak Yedi selaku pembimbing di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung, serta seluruh santri di Pesantren Al-Hilal 3 Cipadung, dan Bapak Dr. Kustana, M.Si., SCP, selaku dosen pembimbing praktikum keahlian pemberdayaan masyarakat. Tidak lupa, kepada teman saya Siti Halizah yang memiliki penelitian di tempat yang sama.

Referensi

- Adi, P., Mulyani, R., Putri, A. N., Saputri, C. I., Alfiyah, H., Widyadana, J. R., et al. (2022). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Produk Pertanian di Desa Bodag, Madiun, Jawa Timur. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*. 6(2), 126-132.
- Hendra, M., Judijanto, L., Prananda, G., Fatulloh, M., Rimbano, D., & Murthada. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Usaha Mikro dan Kecil. *Journal of Human and Education*. Vol. 4, No. 6, 186-191.
- Hidayat, A. A., Arifiani, S., Lidiawaty, B. R., Nasution, A. H., Abdillah, R., Nabil, J. J., et al. (2025). Transformasi Santri Menjadi Santripeneur Dengan Implementasi Pelatihan Digital Marketing Berbasis Media Sosial. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. Vol. 9, No. 1, 1170-1180.
- Leppa, J. D., Syukur, A., Makleat, N., & Neonufa, S. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kelompok Tani (Studi Kasus Di Kelompok Tani Tnao Mat Desa Mnelete Kecamatan Amanuban Barat Kabupaten Timor Tengah Selatan). *Jurnal Prodi PLS Universitas Nusa Cendana*, Vol. 3, No. 2, 33-40.
- Muttaqien, A. Z., & Ripai, A. (n.d.). Implementasi Pemasaran Digital di Pondok Pesantren al-Multazam dalam Upaya Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik. *Journal Jiem of Islamic Education Management*, 106-117.
- Qamaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, Vol. 1, No. 2, 77-84.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Adriansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., et al. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Salan, P., Syukur, A., & Makleat, N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Kursus Komputer dalam Kerangka Teori Jim Iff (Studi Kasus di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Bintang Fobamora Kota Kupang). *Jurnal Prodi PLS Universitas Nusa Cendana*. Vol. 3 No. 2, 10-20.
- Septianto, M. D. (2025, Mei 25). *Santri Yatim dan Penghafal Al-Quran Belajar Digital Marketing di Pesantren Al Hilal 3 Cipadung*. Retrieved Mei 30, 2025 from pesantren al hilal: <https://pesantrenalhilal.com/santri-yatim-dan-penghafal-al-quran-belajar-digital-marketing-di-pesantren-al-hilal-3-cipadung-2/>
-

Syafitri, A. A., & Sanjayawati, H. (2022). Pemberdayaan Santri Melalui Pelatihan Jilbab Ukis Dan Digital Marketing Di Pesantren Al Hayatul Islamiyah Malang. *Jurnal Aksi Afirmasi* Vol 3, No. 1, 39-46.