



## **SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK MELALUI PLATFORM DIGITAL (*DIGITAL MARKETING*) SEBAGAI OPTIMALISASI SANTRIPRENEURSHIP BERBASIS EKONOMI KREATIF DIGITAL**

**Niken Febrila Awardani<sup>1</sup>, Poppy Kayana Prayagita Santoso<sup>2</sup>, Palmarosa Ardianti Putri Hardhika<sup>3</sup>, Fauzean Saputri Agustina<sup>4</sup>, Lutfatin Faidah<sup>5</sup>, Natasya An Nisa Nurcholish<sup>6</sup>, Yusratus Sakinah<sup>7</sup>, Mu'tasim Billah<sup>8</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

\*E-mail: [20031010149@student.upnjatim.ac.id](mailto:20031010149@student.upnjatim.ac.id)

### **ABSTRAK**

Program Kuliah Kerja Nyata Inovasi Pesantren (KKNIP) ini mengintegrasikan santripreneurship dengan pemasaran digital untuk mempromosikan lilin aromaterapi berbasis minyak jelantah. Melalui strategi pemasaran online, Tim 3 putri KKN Inovasi Pesantren mengajak siswi dan santri untuk memanfaatkan platform media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan kampanye iklan berbayar untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Media sosial digunakan untuk membangun brand awareness dan interaksi dengan pelanggan melalui konten visual menarik dan promosi khusus. SEO diterapkan untuk meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari, sementara iklan berbayar ditargetkan pada demografis yang relevan untuk mendorong konversi. Inisiatif ini bertujuan memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta memberikan pelatihan digital dan kewirausahaan kepada santri.

**Kata kunci:** Santripreneurship, Digital marketing, Sosialisasi

## **SOCIALIZATION OF PRODUCT MARKETING THROUGH DIGITAL PLATFORMS (*DIGITAL MARKETING*) AS OPTIMIZATION OF SANTRIPRENEURSHIP BASED ON DIGITAL CREATIVE ECONOMY**

### **ABSTRACT**

The Innovation Pondok Pesantren Community Service Program (KKNIP) integrates santripreneurship with digital marketing to promote aromatherapy candles made from used cooking oil. Through online marketing strategies, Team 3 of the KKN Innovation Pondok Pesantren encourages students to utilize social media platforms, search engine optimization (SEO), and paid advertising campaigns to reach a broader audience. Social media is used to build brand awareness and engage with customers through visually appealing content and special promotions. SEO is applied to enhance the product's visibility on search engines, while paid ads are targeted at relevant demographics to drive conversions. This initiative aims to expand the market, increase sales, and provide digital marketing and entrepreneurship training to students.

**Keywords:** Santripreneurship, Digital Marketing, Socialization

### **PENDAHULUAN**

Digital marketing telah menjadi komponen penting dalam strategi bisnis modern. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak bisnis yang beralih ke digital marketing untuk memasarkan produk mereka. Digital marketing mencakup promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online, menggunakan sarana seperti jejaring sosial. Internet kini tidak hanya menghubungkan orang dengan perangkat, tetapi juga memungkinkan interaksi global antara individu. Pemasaran digital biasanya melibatkan pendekatan interaktif dan terpadu yang mempermudah komunikasi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen (Tas'yana, 2022). Penerapan digital marketing yang efektif dapat memberikan dampak signifikan terhadap bisnis, terutama dalam menjangkau pasar sasaran. Digital marketing menawarkan keuntungan besar dengan memfasilitasi komunikasi langsung antara penjual dan konsumen, serta memperluas jangkauan pasar penjual. Selain itu, digital marketing dapat mengurangi biaya promosi secara substansial. Dalam era ekonomi kreatif digital yang berkembang pesat, penting bagi pelaku usaha, termasuk santri dalam Santripreneurship, untuk memanfaatkan digital marketing secara optimal (Khairani, 2023).



Pada dasarnya, pemasaran digital adalah metode untuk memasarkan produk, baik barang maupun jasa, melalui penggunaan media atau teknologi digital (Ageng, 2024). Digital marketing sebagai proses promosi dan pencarian pasar online melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, yang kini menghubungkan orang di seluruh dunia (Sumadi, 2023). Digital marketing adalah strategi untuk memasarkan produk melalui teknologi dan media digital, dengan fokus utama pada mendorong tindakan dan hasil, berbeda dari pemasaran tradisional yang lebih menekankan pada interaksi dengan pelanggan. Sebagai bagian integral dari e-business, digital marketing memungkinkan perusahaan untuk lebih dekat dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, meningkatkan nilai produk, serta memperluas distribusi dan penjualan melalui platform digital seperti mesin pencari, iklan online, dan pemasaran afiliasi. Dengan kemajuan teknologi, pemasaran kini beralih dari metode konvensional ke digital, memanfaatkan media sosial dan website. Media digital menawarkan akses yang mudah, biaya yang lebih rendah, keuntungan yang lebih besar, dan jangkauan pasar yang lebih luas, menjadikannya pilihan utama untuk memasarkan produk dan layanan (Rosdiana, 2022).

Keunggulan utama pemasaran digital terletak pada biayanya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran konvensional, yang memungkinkan penetapan harga yang lebih kompetitif dan menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, pemasaran digital memanfaatkan teknologi internet untuk memberikan kemudahan akses dan kenyamanan kepada konsumen, memungkinkan mereka untuk membeli produk kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mereka (Tas'yana, 2022). Digital marketing melalui media online tidak hanya membuka peluang pemasaran yang lebih luas, tetapi juga sangat memudahkan proses bagi pengusaha dan pelanggan. Dengan akses yang lebih mudah untuk memperoleh dan memilih informasi tentang produk, pelanggan dapat dengan cepat memesan dan membeli barang yang mereka butuhkan. Internet menawarkan berbagai manfaat baik bagi bisnis maupun konsumen, mempercepat dan menyederhanakan transaksi serta memperluas jangkauan pasar (Hermawan, 2023).

Digital marketing menghadapi tantangan karena pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah kurang memahami dan menguasai strategi ini. Hal ini terjadi karena mereka belum memanfaatkan secara optimal platform media sosial dan e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, pengelolaan waktu yang efektif dan penyisihan waktu untuk membuat konten iklan atau promosi juga menjadi faktor penting yang sering terabaikan (Dian, 2023). Dalam era digital saat ini, sosialisasi dan pelatihan digital marketing sangat penting untuk membantu pelaku bisnis menguasai berbagai teknik pemasaran digital, seperti SEO, SEM, dan social media marketing. Pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisasi ini dapat meningkatkan daya saing dan keberlangsungan bisnis, terutama bagi mereka yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi informasi dan internet dalam pemasaran produk dan jasa (Moh, 2023).

Sosialisasi digital marketing dalam program pengabdian ini akan mencakup materi dasar seperti pengenalan teknologi informasi dan internet, prinsip-prinsip dasar digital marketing, dan teknik pemasaran melalui media digital. Selain penyampaian teori, pelatihan ini juga akan menyediakan praktik langsung dalam pembuatan kampanye digital marketing, memungkinkan santri untuk menerapkan teknik yang telah dipelajari secara praktis. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital marketing santri, memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola dan mempromosikan bisnis secara efektif, serta mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis digital di komunitas mereka.

## **METODE**

Metode kegiatan yang dilakukan berupa sosialisasi secara langsung terkait *digital marketing* yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Inovasi Pesantren Kelompok 3 Wanita UPN "Veteran" Jawa Timur, yang bertempat di Laboratorium Komputer MTs. Nahdlatuth Thalabah Yasinat, Kabupaten Jember. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 7 Agustus 2024. Sasaran dalam kegiatan pengabdian ini merupakan siswi MA Nahdlatuth Talabah Yasinat, Kabupaten Jember. Tim KKN Inovasi Pesantren telah melaksanakan praktik pembuatan produk dan pelatihan *packaging* dan *labeling* kepada santri di hari sebelumnya. Sehingga, sosialisasi *digital marketing* menjadi rangkaian akhir kegiatan pengabdian yang dijalankan Tim KKN Inovasi Pesantren.

Pada hari pertemuan, metode sosialisasi yang dilakukan berupa penyampaian materi melalui presentasi. Tim KKN Inovasi Pesantren memberikan penjelasan mengenai pengertian, tujuan,



kelebihan dan kekurangan, serta jenis-jenis strategi digital marketing. Pada sosialisasi juga dijelaskan mengenai tips marketing di media social *Instagram*, pembuatan *professional Instagram account*, waktu yang tepat untuk mengunggah konten *Instagram*, serta prosedur pengiriman barang melalui ekspedisi terdekat. Selanjutnya yaitu tahap evaluasi yang berguna untuk mendapatkan penilaian dan tanggapan peserta terhadap sosialisasi yang diberikan dengan metode tanya jawab secara langsung. Kemudian terakhir yaitu tahap pembuatan laporan yang diperlukan sebagai luaran kegiatan KKN Inovasi Pesantren ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Inovasi Pesantren yang dilaksanakan oleh mahasiswi UPN "Veteran" Jawa Timur adalah sebuah kegiatan di mana para mahasiswi terjun langsung ke lingkungan pesantren untuk memberikan kontribusi dalam mengatasi permasalahan sosial yang ada, melalui skema yang telah dirancang sebelumnya. Program ini bertujuan untuk memberdayakan para santri dengan mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang sesuai dengan kemajuan teknologi, yang diharapkan dapat menjadi bekal dalam menciptakan peluang usaha di masa depan.

Tim KKN Inovasi Pesantren memilih Pondok Pesantren Tanfidzul Qur'an Yasinat di Jember, Jawa Timur, sebagai lokasi kegiatan dengan fokus pada pengembangan potensi *santri-preneur*, yaitu santri yang mampu berwirausaha. Melalui konsep ini, para santri diajarkan keterampilan praktis dalam bidang wirausaha yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, serta diberi pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha mereka. Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung pada hari Rabu, 7 Agustus 2024, dengan partisipasi aktif dari 66 siswi Madrasah Aliyah Nahdlatuth Thalabah Yasinat, Kabupaten Jember. Partisipasi para siswi ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang signifikan dalam mengembangkan kemampuan mereka, sekaligus memperkuat peran pesantren sebagai pusat pengembangan sumber daya manusia yang unggul dan berdaya saing.

Tema sosialisasi yang diangkat dalam kegiatan KKN Inovasi Pesantren ini adalah tentang *digital marketing*, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat pemasaran. Kegiatan sosialisasi bertajuk "Pelatihan Pemasaran Produk Melalui Platform Digital (Digital Marketing)" ini dilaksanakan di Laboratorium Komputer MTs. Putra Nahdlatuth Thalabah Yasinat, Krajan, Kesilir, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember. Kegiatan ini merupakan bagian dari upaya untuk membekali para santri dengan keterampilan praktis yang relevan dalam menghadapi tantangan dunia usaha modern yang semakin kompetitif.

Sosialisasi ini disusun secara sistematis dan komprehensif, dengan materi yang disampaikan oleh tiga pemateri yang memiliki keahlian di bidangnya masing-masing. Materi pertama dibawakan oleh Niken, yang memaparkan pengertian dasar digital marketing, tujuan dari penerapan strategi ini, serta kelebihan dan kekurangan yang mungkin dihadapi. Penyampaian materi ini dirancang untuk memberikan pemahaman fundamental tentang bagaimana pemasaran digital dapat menjadi alat yang kuat dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing produk di pasar yang semakin terhubung secara online. Materi kedua, yang disampaikan oleh Natasya, membahas berbagai jenis strategi digital marketing yang dapat diadopsi oleh para santri. Pengetahuan ini meliputi berbagai pendekatan seperti SEO (Search Engine Optimization), penggunaan media sosial, email marketing, dan content marketing. Dengan memahami berbagai strategi ini, diharapkan para peserta dapat memilih dan menerapkan metode yang paling sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mereka, sehingga dapat mengoptimalkan hasil dari aktivitas pemasaran yang mereka lakukan. Materi ketiga, yang disampaikan oleh Zean, lebih menekankan pada aspek teknis dan praktis dalam menggunakan Instagram sebagai platform pemasaran. Zean menjelaskan langkah-langkah untuk membuat akun Instagram profesional, yang mencakup pengaturan profil, branding visual, hingga pemanfaatan fitur-fitur seperti Instagram Stories dan IGTV untuk meningkatkan interaksi dengan audiens. Selain itu, Zean juga memberikan tips tentang waktu yang tepat untuk mengunggah konten agar mencapai audiens yang lebih luas dan lebih terlibat. Tak kalah penting, materi ini juga mencakup prosedur pengiriman barang melalui ekspedisi terdekat, yang merupakan aspek krusial dalam proses penjualan online.

Selain menyajikan teori, kegiatan ini juga dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta melalui sesi praktik dan diskusi interaktif. Para peserta diberikan kesempatan untuk mencoba membuat akun Instagram bisnis mereka sendiri, merancang strategi konten, dan

merencanakan kampanye pemasaran yang sesuai dengan produk yang ingin mereka pasarkan. Diskusi interaktif juga memungkinkan peserta untuk mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman, sehingga mereka dapat belajar dari satu sama lain. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para santri tidak hanya memahami konsep digital marketing, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menerapkannya secara langsung dalam kegiatan wirausaha mereka. Harapannya, pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui program ini dapat menjadi bekal yang berharga bagi para santri dalam mengembangkan potensi mereka sebagai *santri-preneur* yang mampu bersaing di pasar digital. Melalui kegiatan ini, pesantren juga diharapkan dapat berperan lebih aktif dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di kalangan santri, sekaligus menjawab tantangan perubahan zaman yang semakin dinamis.



Gambar 1. Pemberian Materi *Digital Marketing* oleh Tim KKN Inovasi Pesantren UPN “Veteran” Jawa Timur

Sosialisasi terkait *digital marketing* ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada para santri tentang pentingnya penerapan *digital marketing* di era digital saat ini. Dengan memanfaatkan *digital marketing*, para pelaku usaha, khususnya *santri-preneur*, dapat memperluas jangkauan pembeli untuk produk yang mereka tawarkan. Dalam konteks ini, produk yang dimaksud adalah lilin aromaterapi yang dibuat dari minyak jelantah, yang sudah dikemas dengan packaging dan labeling yang menarik. Penggunaan *digital marketing* diharapkan tidak hanya membantu para santri dalam memasarkan produk mereka lebih luas, tetapi juga mendorong mereka untuk berani mengekspresikan kreativitas mereka dalam pembuatan konten di Instagram. Konten yang menarik dan relevan dapat membantu menarik perhatian audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran akan produk yang ditawarkan.

Tentunya, untuk dapat menghasilkan konten yang efektif dan menarik, para santri perlu memahami terlebih dahulu tentang dasar-dasar digital marketing. Ini meliputi pengertian digital marketing, tujuan dari strategi ini, serta kelebihan dan kekurangannya. Selain itu, mereka juga harus menguasai berbagai jenis strategi digital marketing yang disampaikan dalam sosialisasi ini, seperti pemanfaatan media sosial, SEO, dan pembuatan konten yang kreatif dan terstruktur. Dengan pengetahuan ini, para santri diharapkan dapat menerapkannya dalam pemasaran produk lilin aromaterapi, sehingga tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk menembus pasar yang lebih luas. Melalui penerapan *digital marketing* yang tepat, para santri dapat mengoptimalkan potensi produk mereka dan mengembangkan kemampuan wirausaha yang berkelanjutan.

Pada kegiatan sosialisasi ini, para pemateri memulai dengan menjelaskan hal-hal dasar mengenai pengertian *digital marketing*. Mereka memberikan gambaran yang jelas tentang apa itu *digital marketing*, serta menguraikan tujuan dari strategi ini secara spesifik, sehingga para santri dapat memahami manfaatnya dalam konteks pemasaran produk. Selain itu, pemateri juga membahas kelebihan dan kekurangan dari *digital marketing*, serta memberikan tips praktis untuk mengatasi kekurangan tersebut dan memaksimalkan kelebihan yang ada. Dengan pemahaman ini, para santri diharapkan mampu menerapkan strategi yang lebih efektif dan efisien dalam usaha mereka.



Materi yang disampaikan juga mencakup berbagai jenis strategi *digital marketing* yang bisa diterapkan, disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan bisnis yang berbeda-beda. Selain itu, fokus khusus diberikan pada tips marketing di media sosial Instagram. Para santri dibimbing dalam pembuatan akun Instagram profesional, termasuk optimasi profil bisnis untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan. Mereka juga diajarkan cara memaksimalkan berbagai jenis postingan di Instagram agar terlihat menarik dan dapat meningkatkan interaksi dengan audiens. Tidak hanya itu, pemateri juga memberikan tips mengenai waktu yang tepat untuk melakukan posting konten di Instagram, dengan tujuan agar postingan mereka dapat menjangkau lebih banyak orang dan mendapatkan respons yang lebih baik. Pengetahuan ini penting untuk membantu para santri memahami ritme dan kebiasaan pengguna Instagram, sehingga mereka dapat mengatur jadwal posting yang lebih strategis.

Selain aspek pemasaran digital, pemateri juga membahas langkah-langkah pengiriman barang ke ekspedisi terdekat sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku. Penjelasan ini mencakup tahapan mulai dari packing paket sesuai dengan SOP, penulisan alamat yang benar dan jelas, hingga pengiriman paket ke kantor ekspedisi terdekat dan penyerahan paket kepada petugas ekspedisi. Pemahaman tentang proses ini sangat penting agar para santri dapat memastikan bahwa produk yang mereka kirim sampai ke tangan pembeli dengan aman dan tepat waktu, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Dengan pelatihan yang komprehensif ini, para santri diharapkan tidak hanya memahami konsep dasar digital marketing, tetapi juga memiliki kemampuan praktis untuk menerapkannya dalam bisnis mereka sehari-hari, dari promosi hingga pengiriman produk.



Gambar 2. Pemberian Materi Pembuatan *Professional Instagram Account* oleh Tim KKN Inovasi Pesantren UPN “Veteran” Jawa Timur

Respon dari peserta sosialisasi menunjukkan tingkat kepuasan dan ketertarikan yang cukup tinggi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Hal ini terlihat dari banyaknya peserta yang aktif memberikan pertanyaan serta tanggapan positif selama sesi berlangsung. Para peserta menganggap kegiatan sosialisasi ini sangat bermanfaat, karena memberikan wawasan baru dan informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam konteks pengembangan keterampilan *digital marketing*. Kegiatan ini dinilai positif oleh peserta karena berhasil menyampaikan materi yang tidak hanya teoretis tetapi juga praktis, sehingga para santri dapat langsung melihat bagaimana penerapan *digital marketing* dapat membantu mereka dalam usaha mereka sehari-hari. Khususnya, hampir seluruh peserta mengungkapkan keinginan mereka untuk mempraktikkan penggunaan digital marketing, terutama dalam pembuatan akun Instagram profesional yang telah dibahas dalam sosialisasi.

Peserta juga menunjukkan antusiasme dengan memberikan berbagai pertanyaan terkait dengan topik yang disampaikan, seperti teknik optimasi konten, cara meningkatkan interaksi dengan followers di Instagram, dan tips untuk menjaga konsistensi dalam branding melalui media sosial. Selain itu, beberapa peserta juga menanyakan lebih lanjut tentang proses pengiriman barang melalui ekspedisi, seperti cara memastikan paket tiba dengan aman dan sesuai dengan estimasi waktu yang diberikan. Secara keseluruhan, tanggapan dari peserta menunjukkan bahwa sosialisasi ini tidak hanya diterima

dengan baik, tetapi juga berhasil membangkitkan minat dan semangat para santri untuk menerapkan ilmu yang telah mereka peroleh dalam kegiatan usaha mereka. Ini menandakan bahwa sosialisasi ini telah mencapai tujuannya dalam memberdayakan santri dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk menghadapi tantangan di dunia digital.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab Peserta Sosialisasi

## SIMPULAN

Digital marketing telah menjadi komponen penting dalam strategi bisnis modern. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak bisnis yang beralih ke digital marketing untuk memasarkan produk mereka. Digital marketing mencakup promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online, menggunakan sarana seperti jejaring sosial. Dalam era ekonomi kreatif digital yang berkembang pesat, penting bagi pelaku usaha, termasuk santri dalam Santripreneurship, untuk memanfaatkan digital marketing secara optimal. Sosialisasi digital marketing dalam program pengabdian ini mencakup materi dasar seperti pengenalan teknologi informasi dan internet, prinsip-prinsip dasar digital marketing, dan teknik pemasaran melalui media digital. Sosialisasi terkait digital marketing ditujukan untuk memberikan pengetahuan serta wawasan bagi para santri tentang pentingnya penerapan digital marketing di era saat ini. Digital marketing dapat membantu para pelaku usaha (santripreneur) untuk lebih memperluas jangkauan pembeli produk. Penerapan digital marketing juga diharapkan dapat memancing para santri untuk berani menuangkan kreatifitas dalam membuat konten di Instagram yang dapat dinikmati atau diserap oleh orang lain.

Respon dari peserta sosialisasi cukup puas dan tertarik dengan kegiatan sosialisasi tersebut yang dapat diketahui dari keaktifan peserta dengan memberikan pertanyaan serta tanggapan yang positif terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Hal tersebut dapat menandakan bahwa kegiatan ini berhasil menyampaikan pengaruh positif atau kemajuan dalam hal kompetensi bagi para peserta. Kegiatan sosialisasi dianggap bagus karena memberikan wawasan dan informasi, serta memberikan manfaat kepada peserta baik untuk jangka pendek ataupun jangka panjang. Untuk kedepannya diharapkan adanya perbaikan dan pengembangan lebih banyak terkait materi dan cara penyampaian kepada audiens. Selain itu, diperlukan tempat dan suasana belajar yang nyaman dan tepat agar materi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan pada siswi Madrasah Aliyah Nahdlatuth Thalabah Yasinat, Kabupaten Jember, kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan dan penyusunan jurnal ini. Terima kasih kepada Pondok Pesantren Tahfidzul Quran (PPTQ) Yasinat atas kerjasama, dukungan, dan fasilitasnya; Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Jawa Timur atas kesempatan dan dukungan akademisnya; Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas bimbingan dan dukungannya; Dosen Pembimbing Lapangan atas saran dan arahan yang berharga; serta kepada teman-teman yang terlibat dalam pembuatan jurnal ini atas kerja keras dan dedikasinya. Kontribusi dan kerjasama dari semua pihak sangat berharga bagi keberhasilan kegiatan ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ageng, S., & Hilmi, K. (2024). Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Dari Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1-2.
- Dian, M., Deanna, D., & Saprudin. (2023). Pengenalan Digital Marketing Kepada Santri Tahfidz Quran As-Sholah Gunung Sindur Bogor. *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1-2.
- Hermawan, T., Ferda, M., & Bayu, A. (2023). Penerapada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal Economy Management Bussines and Enterpreneurship*, 29-30.
- Khairani, L., & Acep, S. (2023). Penerapan Sosialisasi Digital Marketing Guna Meningkatkan Penjualan di Kelurahan Bendogerit. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara*, 1-2.
- Moh, A., Miftahal, A., Akmalur, R., Dwi, A., & Fitriyah, N. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Menyiapkan Santripreneur Profesional Di Pondok Pesantren Al Muawanah Lamongan. *BERNAS : Jurnal pengabdian Masyarakat*, 1-2.
- Rosdiana, S., Syamsuri, Ratih, P., Amruddin, Hasan, & Umar, C. (2022). *Bisnis Digital*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Sumadi, Budiyono, hadi, S., Tino, & Tutik. (2023). Pengabdian Masyarakat Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital Dan Protokol Kesehatan Pada Pelaku UMKM Desa Trucuk Klaten. *Jurnal Budimas*, 2-3.
- Tas'yana, A. L., Adhi, P., & Mita, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 398.