



TRANSFORMASI KEWIRAUSAHAAN SANTRI MELALUI WORKSHOP ONLINE MARKETING DI MAS DARUL ULUM BANDA ACEH

Nailul Authary¹, Fitriyasni², Risy Mawardati³, Intan Fitria⁴, Alvina Nur Amelia⁵, Muhammad Yani⁶

¹Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh, Indonesia

²Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh, Indonesia

³Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh, Indonesia

⁴Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh, Indonesia

⁵Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh, Indonesia

⁶Politeknik Pelayaran Malahayati, Aceh, Indonesia

Correspondent Email : nailul.authary@unmuha.ac.id,

fitriyasni@unmuha.ac.id, risy.mawardati@unmuha.ac.id, intanvitria26@gmail.com

alvinanuramelia3@gmail.com m.yani@poltekpelaceh.ac.id

ABSTRACT. This community service program aims to enhance the entrepreneurial competencies of students at Madrasah Aliyah Swasta (MAS) Darul Ulum Banda Aceh through an online marketing workshop. The activity was motivated by the limited understanding of students regarding digital entrepreneurship and the utilization of online media as effective marketing tools. The program was implemented using a participatory approach consisting of planning, implementation, observation, and evaluation stages. The workshop included material presentations, interactive discussions, and hands-on practice in using social media and marketplace platforms for product promotion. The results indicate an improvement in students' understanding of digital entrepreneurship concepts, online marketing strategies, and their ability to utilize digital platforms creatively and effectively. This activity contributes positively to fostering an entrepreneurial mindset among students that is adaptive to technological advancements and market demands. It is expected that this program will serve as an initial step toward the development of digital-based entrepreneurship within the madrasah environment.

Keywords: Student Entrepreneurship, Online Marketing, Community Service, Workshop

ABSTRAK. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan santri Madrasah Aliyah Swasta (MAS) Darul Ulum Banda Aceh melalui pelaksanaan workshop online marketing. Latar belakang kegiatan ini adalah masih terbatasnya pemahaman santri terhadap konsep kewirausahaan digital serta pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran produk. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan evaluasi dengan pendekatan partisipatif. Workshop dilaksanakan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, serta praktik langsung penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman santri terhadap konsep kewirausahaan digital, strategi pemasaran online, serta kemampuan memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk secara kreatif dan efektif. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam membentuk pola pikir kewirausahaan santri yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Diharapkan kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam pengembangan kewirausahaan berbasis digital di lingkungan madrasah.

Kata Kunci: Kewirausahaan Santri, Online Marketing, Pengabdian Kepada Masyarakat, Workshop

Article History

Submission: 9 Januari 2026 Revised: 9 Januari 2026 Accepted: 22 Januari 2026 Published: 28 Januari 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan pesatnya pertumbuhan ekonomi berbasis internet telah mengubah pola aktivitas bisnis dan kewirausahaan secara signifikan. Awal tahun 2021 pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 (Aysa, 2021). Online marketing menjadi salah satu strategi utama dalam memasarkan produk dan jasa karena mampu menjangkau pasar yang lebih luas, efisien dari segi biaya, serta fleksibel dalam pengelolaannya (Sifwah, 2024). Kondisi ini

menuntut setiap pelaku usaha, termasuk generasi muda, untuk memiliki literasi digital dan keterampilan pemasaran berbasis teknologi. Santri sebagai bagian dari generasi muda memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan karena dibekali dengan nilai-nilai keislaman, kedisiplinan, dan kemandirian. Namun, pada kenyataannya, kemampuan kewirausahaan santri masih cenderung bersifat konvensional dan belum terintegrasi (Rizka, 2025) secara optimal dengan pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran online.

MAS Darul Ulum Banda Aceh sebagai lembaga pendidikan berbasis keagamaan memiliki peran strategis dalam menyiapkan santri yang tidak hanya unggul secara akademik dan spiritual, tetapi juga memiliki keterampilan hidup (*life skills*), termasuk kewirausahaan. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian santri menunjukkan minat terhadap kegiatan usaha mandiri, namun belum memiliki pengetahuan dan keterampilan praktis terkait online marketing, seperti pemanfaatan media sosial, marketplace, pembuatan konten promosi, serta pengelolaan branding produk secara digital. Keterbatasan akses pelatihan, minimnya pendampingan praktis, dan rendahnya pemahaman terhadap strategi pemasaran digital menjadi permasalahan utama yang menghambat pengembangan potensi kewirausahaan santri secara berkelanjutan (Choirunnisa, 2025).

Selain keterampilan teknis, kewirausahaan santri juga membutuhkan penguatan mindset dan kesiapan mental dalam menghadapi tantangan usaha di era digital (Utami, 2025). Sebagian santri masih memandang kewirausahaan sebagai aktivitas sampingan dan belum melihatnya sebagai peluang masa depan yang menjanjikan. Padahal, dengan penerapan strategi online marketing yang tepat, usaha berskala kecil dapat berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi. Oleh karena itu, menurut Rohman (2025) diperlukan upaya terencana untuk menumbuhkan kepercayaan diri, kreativitas, serta keberanian santri dalam memulai dan mengelola usaha berbasis digital.

Workshop online marketing dipandang sebagai solusi strategis untuk menjembatani kesenjangan antara teori kewirausahaan yang diperoleh di lingkungan pendidikan dengan praktik nyata di lapangan (Wahdi, 2024). Melalui workshop ini, santri diharapkan tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga pengalaman langsung dalam menyusun strategi pemasaran digital, membuat konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan platform digital secara efektif dan bertanggung jawab. Sejalan dengan pendapat Sari (2025)

pendekatan pembelajaran berbasis praktik diharapkan mampu meningkatkan partisipasi aktif santri dan mempercepat proses transformasi kewirausahaan.

Dengan dilaksanakannya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, diharapkan terbangun ekosistem kewirausahaan santri yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tetap selaras dengan nilai-nilai keislaman. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas individu santri, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi lembaga pendidikan dan masyarakat sekitar. Dalam jangka panjang, transformasi kewirausahaan santri melalui workshop online marketing di MAS Darul Ulum Banda Aceh diharapkan mampu melahirkan generasi santri yang mandiri secara ekonomi, kreatif, berdaya saing, serta berkontribusi dalam penguatan ekonomi lokal dan digital.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diselesaikan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah Bagaimana tingkat pemahaman dan keterampilan kewirausahaan santri di MAS Darul Ulum Banda Aceh dalam memanfaatkan online marketing sebagai sarana pemasaran produk?. Adapun tujuan yang diharapkan dapat diperoleh melalui pengabdian ini adalah memberikan Pendampingan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan santri di MAS Darul Ulum Banda Aceh dalam memanfaatkan online marketing sebagai sarana pemasaran produk.

METODE PENGABDIAN

Bentuk Aktivitas Pelaksanaan

Metode yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai tindakan solusi dari permasalahan dalam pengabdian ini terdiri dari empat tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan observasi dan refleksi. Adapun prosedur kerja dalam kegiatan pengabmas ini berlandaskan pada metode *action research* yang digunakan melalui tahapan sebagai berikut :

Perencanaan

Tahap perencanaan diawali dengan kegiatan identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra (Azizah, 2021) melalui koordinasi dengan pihak MAS Darul Ulum Banda Aceh. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pemetaan awal terkait minat kewirausahaan santri, tingkat pemahaman kewirausahaan, serta literasi digital dan pengalaman santri dalam memanfaatkan

media online untuk pemasaran. Hasil identifikasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam merancang program pengabdian yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan santri. Selanjutnya, tim menyusun tujuan kegiatan, materi workshop online marketing, metode pelaksanaan, jadwal kegiatan, serta menyiapkan instrumen pendukung seperti lembar observasi, bahan praktik, dan alat evaluasi. Perencanaan ini dilakukan secara sistematis agar kegiatan pengabdian berjalan efektif dan tepat sasaran.

Pelaksanaan Tindakan

Pelaksanaan tindakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat merupakan tahap inti yang bertujuan untuk mengimplementasikan rencana kegiatan yang telah disusun pada tahap perencanaan (Zunaidi, 2024). Kegiatan ini dilaksanakan melalui workshop dan pendampingan yang berfokus pada transformasi kewirausahaan santri melalui pemanfaatan online marketing sebagai strategi pengembangan usaha berbasis digital.

Pada tahap pelaksanaan, tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan materi kewirausahaan dan pemasaran digital secara sistematis, dilanjutkan dengan kegiatan praktik dan pendampingan. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi, dan praktik langsung agar peserta mampu memahami serta menerapkan strategi online marketing dalam merancang dan mempromosikan produk secara efektif. Pelaksanaan pengabdian di isi oleh tim Dosen 3 orang dosen dari Prodi Tadris Matematika Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh, 1 orang dosen dari Program Studi Permesinan Kapal Politeknik Pelayaran Malahayati dan 2 orang mahasiswa dari prodi tadris matematika . Jumlah peserta yang terdiri dari santri laki-laki dan perempuan terdiri dari 30 orang santri. Santri yang hadir juga berasal dari kelas yang beragam diantaranya kelas X-I, X-2, X-3, XI IPS 2, dan XI-IPA 2.

Observasi

Tahap observasi dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian (Abbas, 2022) tim pengabdian melakukan pengamatan terhadap partisipasi, antusiasme, dan kemampuan santri dalam mengikuti workshop serta dalam menerapkan praktik online marketing. Observasi dilakukan menggunakan instrumen yang telah disiapkan, seperti lembar observasi aktivitas peserta, dokumentasi kegiatan, dan hasil tugas praktik santri. Data yang dikumpulkan pada tahap ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan workshop mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi kewirausahaan santri, sekaligus mengidentifikasi kendala atau hambatan yang muncul selama pelaksanaan kegiatan.

Refleksi

Tahap refleksi merupakan tahap evaluasi terhadap keseluruhan rangkaian kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, tim pengabdian menganalisis data hasil observasi dan umpan balik dari peserta untuk menilai efektivitas pelaksanaan workshop online marketing. Refleksi difokuskan pada pencapaian tujuan kegiatan, perubahan pengetahuan dan keterampilan santri, serta transformasi mindset kewirausahaan yang terjadi. Hasil refleksi digunakan sebagai bahan perbaikan dan rekomendasi untuk pengembangan program kewirausahaan santri selanjutnya, serta sebagai dasar dalam merumuskan tindak lanjut agar dampak kegiatan pengabdian dapat berkelanjutan.

Waktu dan Lokasi Pengabdian

Workshop *Transformasi Kewirausahaan Santri melalui Online Marketing* dilaksanakan pada Sabtu, 22 November 2025 bertempat di Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh. Kegiatan ini dilaksanakan dalam satu hari dengan rangkaian agenda meliputi pembukaan, penyampaian materi workshop, sesi praktik pemasaran online, diskusi, serta penutupan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN

Pada bagian ini dipaparkan hasil pengabdian 100% dari data yang telah dianalisis tentang pendampingan *Workshop Transformasi Kewirausahaan Santri melalui Online Marketing*. Adapun hasil pelaksanaannya adalah sebagai berikut.

Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada 22 November 2025 di Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh. Ketua tim Pengabdian kepada Masyarakat terlebih dahulu melakukan observasi dan mengajukan permohonan persetujuan kepada pihak madrasah untuk melaksanakan kegiatan workshop. Setelah memperoleh persetujuan, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan workshop sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diikuti oleh santri Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh. Selanjutnya, tim pelaksana menyampaikan materi dan memberikan pelatihan mengenai transformasi kewirausahaan santri melalui pemanfaatan online marketing. Tim juga memaparkan langkah-langkah strategis dalam mengembangkan usaha santri berbasis digital, meliputi pengenalan peluang usaha, pemanfaatan media sosial dan marketplace, serta teknik dasar promosi produk secara online guna meningkatkan kemandirian dan jiwa kewirausahaan

santri. Pelatihan dan pendampingan dalam empat tahap yaitu: (1) Perencanaan, (2) Pelaksanaan, (3) Observasi, dan (4) Refleksi.

Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, tim pengabdian kepada masyarakat mempersiapkan bahan-bahan yang akan digunakan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan. Adapun bahan-bahan yang disiapkan meliputi slide power point, lembar observasi, serta modul pendampingan transformasi kewirausahaan santri melalui pemanfaatan online marketing.

Selain itu, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan koordinasi dengan pihak Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh untuk menentukan waktu pelaksanaan, jumlah peserta, serta sarana dan prasarana pendukung kegiatan. Pada tahap ini juga dilakukan pemetaan kebutuhan dan tingkat pemahaman awal santri terkait kewirausahaan dan pemasaran digital, menurut Sunani (2024) dengan tahap seperti ini materi workshop dan pendampingan dapat disusun secara sistematis dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tahap Pelaksanaan

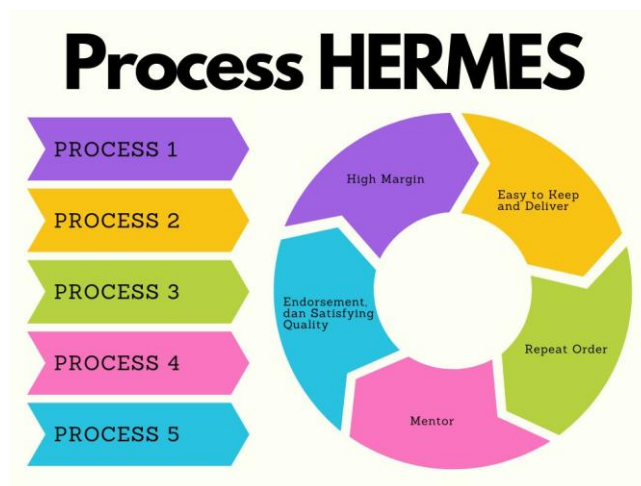
Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui workshop online marketing yang dirancang berbasis praktik langsung dan berbagi pengalaman kewirausahaan (*entrepreneur sharing*) (Rachmawati, 2025). Kegiatan ini diawali dengan penyampaian materi pengantar yang membahas peluang kewirausahaan di era digital serta urgensi pemanfaatan pemasaran online bagi wirausaha pemula. Pada sesi ini, santri diperkenalkan dengan perkembangan dunia usaha digital, karakteristik pasar online, serta tantangan yang umum dihadapi pelaku usaha pemula, seperti keterbatasan modal, persaingan pasar, dan kurangnya strategi pemasaran yang tepat. Materi disampaikan melalui presentasi interaktif yang bertujuan membangun pemahaman awal dan membuka wawasan santri terhadap potensi usaha berbasis digital.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan Workshop

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan sesi *entrepreneur sharing* yang mengacu pada materi presentasi PPT, khususnya terkait tips dan strategi memulai usaha bagi pemula. Pada sesi ini, santri diberikan pemahaman bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk semata, tetapi juga dipengaruhi oleh strategi pemasaran, pemilihan model bisnis yang tepat, serta kemampuan dalam membaca kebutuhan dan perilaku pasar. Atmazaki (2023) menyatakan bahwa penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dan dialogis sangat perlu diperhatikan. Materi juga disertai contoh-contoh nyata dari pengalaman wirausaha. Hasil yang diharapkan adalah santri mampu menumbuhkan motivasi, kepercayaan diri, dan pola pikir kewirausahaan santri untuk berani memulai dan mengembangkan usaha (Isma, 2023).

Pada tahap inti pelaksanaan, santri diperkenalkan dengan konsep HERMES (High Margin, Easy to Keep and Deliver, Repeat Order, Mentor, Endorsement, dan Satisfying Quality) sebagai kerangka berpikir strategis dalam memilih dan mengembangkan produk usaha. Konsep ini digunakan sebagai panduan praktis agar santri mampu menganalisis kelayakan ide usaha secara sederhana namun sistematis. Melalui diskusi kelompok dan simulasi, santri diajak mengidentifikasi ide produk usaha kemudian mengevaluasinya berdasarkan kriteria HERMES, seperti potensi margin keuntungan, kemudahan penyimpanan dan pengiriman, peluang pembelian ulang, serta pentingnya dukungan mentor, endorsement, dan kualitas produk dalam membangun kepercayaan konsumen.



Gambar 2. Prinsip Hermes

Setelah memahami konsep HERMES, santri diarahkan untuk mengintegrasikan kerangka tersebut ke dalam praktik online marketing. Pada tahap ini, santri dibimbing dalam menyusun pesan promosi, memilih platform media sosial yang sesuai dengan karakteristik produk, serta merancang konten digital sederhana yang menarik dan informatif. Santri mempraktikkan simulasi pemasaran online dengan menonjolkan keunggulan produk berdasarkan prinsip HERMES, seperti menekankan kualitas produk, kemudahan transaksi dan pengiriman, serta nilai tambah yang membedakan produk dari pesaing. Pendekatan ini membantu santri mengaitkan konsep kewirausahaan dengan praktik pemasaran digital secara nyata.

Secara keseluruhan, pelaksanaan workshop yang mengombinasikan materi presentasi, *entrepreneur sharing*, dan praktik online marketing memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan aplikatif bagi santri. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman teoretis tentang kewirausahaan, tetapi juga membekali santri dengan keterampilan praktis dalam merancang dan memasarkan produk secara digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu mendorong transformasi kewirausahaan santri menuju pola usaha digital yang lebih strategis, terencana, dan berorientasi pada kebutuhan pasar.

Tahap Observasi

Tahap observasi kegiatan dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat sebelum pelaksanaan workshop di Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh. Widodo (2025) menyatakan bahwa observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi lingkungan madrasah, karakteristik santri, serta potensi dan kendala yang dihadapi dalam pengembangan kewirausahaan santri berbasis digital.

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa sebagian besar santri telah memiliki perangkat gawai dan cukup familiar dengan penggunaan media sosial, namun pemanfaatannya masih terbatas pada aktivitas komunikasi dan hiburan. Pengetahuan santri mengenai pemasaran digital dan pemanfaatan platform online untuk kegiatan usaha masih tergolong rendah dan belum terarah secara optimal.

Selain itu, observasi juga menunjukkan bahwa madrasah memiliki potensi untuk pengembangan kewirausahaan santri, baik dari segi sumber daya manusia maupun dukungan lingkungan sekolah. Beberapa santri menunjukkan minat terhadap kegiatan wirausaha, namun belum memiliki pemahaman yang memadai terkait perencanaan usaha, strategi pemasaran, serta pengelolaan usaha secara online.

Hasil observasi tersebut menjadi dasar bagi tim pengabdian kepada masyarakat dalam merancang materi workshop dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan santri. Dengan demikian, kegiatan yang dilaksanakan diharapkan mampu memberikan solusi yang tepat sasaran serta mendorong terjadinya transformasi kewirausahaan santri melalui pemanfaatan online marketing secara efektif dan berkelanjutan.

Tahap Refleksi

Tahap refleksi dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat setelah seluruh rangkaian kegiatan workshop dan pendampingan selesai dilaksanakan. Refleksi ini bertujuan untuk mengevaluasi ketercapaian tujuan kegiatan serta menilai efektivitas metode, materi, dan strategi pelaksanaan yang telah diterapkan selama kegiatan berlangsung.

Berdasarkan hasil refleksi, kegiatan workshop dinilai mampu meningkatkan pemahaman santri mengenai konsep dasar kewirausahaan dan pemanfaatan online marketing sebagai sarana pengembangan usaha. Santri menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif selama sesi penyampaian materi maupun praktik, khususnya dalam pembuatan konten promosi dan simulasi pemasaran produk secara online.

Namun demikian, refleksi juga menunjukkan adanya beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan waktu pendampingan dan perbedaan tingkat kemampuan santri dalam memahami materi digital marketing. Hal ini menjadi catatan penting bagi tim untuk melakukan penyesuaian metode dan durasi pendampingan pada kegiatan serupa di masa mendatang.

Hasil refleksi ini menjadi dasar bagi tim pengabdian kepada masyarakat untuk merumuskan rekomendasi perbaikan dan tindak lanjut kegiatan. Ke depan, diperlukan pendampingan yang lebih berkelanjutan serta penguatan kolaborasi dengan pihak madrasah agar transformasi kewirausahaan santri melalui online marketing dapat berjalan secara optimal dan memberikan dampak jangka panjang.

Rencana Tindak Lanjut (RTL)

Rencana tindak lanjut kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diarahkan pada upaya penguatan dan keberlanjutan hasil workshop yang telah dilaksanakan. Tim pengabdian kepada masyarakat merencanakan pendampingan lanjutan secara berkala guna memastikan santri mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan online marketing dalam pengembangan usaha yang dirintis.

Sebagai tindak lanjut, tim akan mendorong pembentukan kelompok kewirausahaan santri di Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh. Kelompok ini diharapkan menjadi wadah bagi santri untuk saling berbagi pengalaman, mengembangkan ide usaha, serta mempraktikkan strategi pemasaran digital secara kolaboratif dan berkelanjutan.

Selain itu, tim pengabdian kepada masyarakat berencana menjalin kerja sama dengan pihak madrasah untuk mengintegrasikan materi kewirausahaan dan online marketing ke dalam kegiatan ekstrakurikuler atau program penguatan profil pelajar. Langkah ini bertujuan agar penguatan jiwa kewirausahaan santri dapat dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan.

Rencana tindak lanjut lainnya adalah melakukan evaluasi lanjutan terhadap perkembangan keterampilan kewirausahaan santri melalui monitoring aktivitas pemasaran online yang dilakukan. Hasil evaluasi ini akan digunakan sebagai bahan perbaikan program serta dasar pengembangan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya agar memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Workshop Transformasi Kewirausahaan Santri melalui Online Marketing di Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh telah terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Kegiatan ini mampu meningkatkan

pemahaman dan keterampilan santri dalam bidang kewirausahaan, khususnya dalam pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran produk dan pengembangan usaha.

Pelaksanaan workshop dan pendampingan, santri menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Santri tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga pengalaman praktis dalam merancang ide usaha serta menerapkan strategi pemasaran online. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan santri yang kreatif, mandiri, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh, khususnya kepada Kepala Madrasah, para guru, staf, dan seluruh peserta didik, atas sambutan hangat, dukungan, serta kerja sama yang sangat baik selama pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar berkat partisipasi aktif dan antusiasme seluruh civitas akademika madrasah. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata, menambah wawasan, serta berkontribusi positif dalam pengembangan kualitas pendidikan di Madrasah Aliyah Darul Ulum Banda Aceh. Kami berharap silaturahmi dan kerja sama ini dapat terus terjalin di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, W., & Sutrisno, S. (2022). Pengembangan website desa sebagai sistem informasi dan inovasi di desa indu makkombong, kabupaten polewali mandar. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 505-512
- Atmazaki, A., Ramadhan, S., & Indriyani, V. (2023). Media dialogis-interaktif dalam pembelajaran online: praktikalitas dalam pembelajaran keterampilan berbicara. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 7(2), 306-316.
- Aysa, I. R. (2021). Tantangan transformasi digital bagi kemajuan perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140-153.
- Azizah, N. L., Indahyanti, U., Latifah, F. N., & Sumadyo, S. B. (2021). Pemanfaatan Pembukuan Digital pada Kelompok UMKM di Sidoarjo Sebagai Media Perencanaan Keuangan. *Community Empowerment*, 6(1), 64-70.
- Choirunnisa, Z., & Yasinta, T. (2025). Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan Santri Pondok Pesantren Tebuireng Jombang melalui Pelatihan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(4), 1047-1052.

- Isma, A., Rakib, M., Andriani, R., & Septiani, I. (2023). Pengaruh Kreativitas dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Berwirausaha Pada Santri dan Santriwati Pondok Pesantren Ad-Daraaen Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(1), 1-11.
- Rachmawaty, R., Cahyadi, E., & Novita, D. (2025). Membangun Jiwa Entrepreneur Muda: Workshop Kewirausahaan dan Literasi Keuangan untuk Siswa SMK Karang Anyar Kebumen. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan [JURANTAS]*, 3(1), 52-63.
- Rizka, R. N., & Salabi, A. S. (2025). Pemberdayaan ekonomi melalui pendidikan kewirausahaan di Dayah Nurul Huda Aceh Utara: Implementasi, tantangan, dan strategi pengembangan. *Pase: Journal Of Contemporary Islamic Education*, 4(1), 58-75.
- Rohman, A. L. H. (2025). *Implementasi pendidikan entrepreneurship dalam membentuk kemandirian dan sikap tanggung jawab santri di Pondok Pesantren Hidayatul Muftadien Bojong* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).]
- Sari, H. I., & Kurniawan, R. R. (2025). Membangun Jiwa Wirausaha Muda Mandiri Melalui Program Kewirausahaan Bagi Santri. *Abdi Swadaya*, 1(1), 21-28.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118.
- Sunani, A., Ridho, W. F., Al Haromainy, M. M., Safitri, F. I., & Permatasari, L. P. (2024). Pendampingan Program Santripreneur berbasis Kewirausahaan Digital pada Santri Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo Jawa Timur. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 125-136.
- Utami, P., Khulsum, U., Purnamasari, S. A., & Basrowi, B. (2025). Meningkatkan Daya Saing dan Kesiapan Kerja Santri melalui Edutechnopreneurship Berbasis AI dengan Pendekatan Neurocoaching. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3), 693-706
- Wahdi, A., & Affandi, N. (2024). Optimalisasi Pengembangan Sumber Daya Alam Ditinjau Dari Konsep Entrepreneurship Di Pondok Pesantren Al-Markaz Kabupaten Serang. *Cendekia: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 18(2), 218-238.
- Widodo, W. (2025). Manajemen Pendidikan Entrepreneur di Pondok Pesantren: Model, Strategi, dan Tantangan. *TAUJIH: Jurnal Pendidikan Islam*, 7(01), 86-108.
- Zunaidi, A. (2024). Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas.