

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	8

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) (["Silk Road" International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

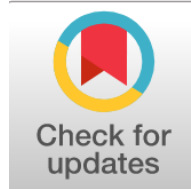
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

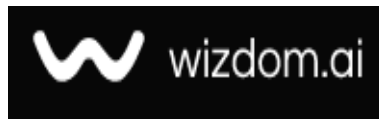
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Improving the Quality of Santri Education Through Technopreneurship Combined with Digital Marketing at AIBS Sumberrejo Islamic Boarding School in Bojonegoro

Peningkatan Mutu Pendidikan Santri Melalui Technopreneurship Yang Dipadukan Dengan Digital Marketing Di Pondok AIBS Sumberrejo Bojonegoro

Yusnia I'anatur Rofiqoh, ianayusnia@gmail.com, (1)

Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah AR Fachruddin Bojonegoro, Indonesia

Irma Khoirun Nisa', ianayusnia@gmail.com, (0)

Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah AR Fachruddin Bojonegoro, Indonesia

Risa Nur Aini, ianayusnia@gmail.com, (0)

Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah AR Fachruddin Bojonegoro, Indonesia

Zuwaroh K. R, ianayusnia@gmail.com, (0)

Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah AR Fachruddin Bojonegoro, Indonesia

Isnaini Rahmawati, ianayusnia@gmail.com, (0)

Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah AR Fachruddin Bojonegoro, Indonesia

Cherly Fitrianingrum, ianayusnia@gmail.com, (0)

Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah AR Fachruddin Bojonegoro, Indonesia

Oeley M, ianayusnia@gmail.com, (0)

Sekolah Tinggi Teknologi Muhammadiyah AR Fachruddin Bojonegoro, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

This study aims to analyse strategies for improving the quality of education for Islamic boarding school students through the development of technopreneurship combined with a digital marketing approach at the AIBS Sumberjo Islamic Boarding School in Bojonegoro. The background of this study is based on the urgency of transforming Islamic boarding school education in response to the challenges of the digital era and the importance of empowering students to become economically independent. The research method used is a descriptive qualitative approach with observation, in-depth interviews, and documentation techniques. The results of the study indicate that the integration of technopreneurship into the curriculum and activities of the pesantren has a positive impact on the competencies of santri, both in the fields of technology, business creativity, and the use of digital media as a means of promoting products. Digital marketing plays a significant role in expanding the market reach of products created by students and building a positive image for Islamic boarding schools. This programme

also strengthens the values of independence and innovation in the Islamic-based educational process. The conclusion of this study affirms that technopreneurship integrated with digital marketing can serve as a strategic solution to enhance the quality of pesantren education in a holistic and contextual manner.

Highlights:

- **Curriculum Integration:** Technopreneurship enhances student skills in technology and business creativity.
- **Digital Expansion:** Digital marketing increases product reach and promotes pesantren branding.
- **Empowerment Values:** The program fosters independence and innovation among students.

Keywords: Technopreneurship, Digital Marketing, Pendidikan Santri, Pondok Pesantren, Mutu Pendidikan.

Pendahuluan

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang telah lama menjadi garda terdepan dalam mencetak generasi muda yang religius, berkarakter, dan memiliki integritas moral tinggi[1][2][3]. Namun, seiring perkembangan zaman dan pesatnya kemajuan teknologi informasi, pondok pesantren dituntut untuk mampu beradaptasi dengan tantangan era digital[4]. Santri tidak hanya harus menguasai ilmu-ilmu agama, tetapi juga perlu dibekali dengan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat modern. Oleh karena itu, inovasi dalam sistem pendidikan pesantren menjadi suatu keniscayaan agar para santri dapat menjadi agen perubahan yang berdaya saing tinggi[5][6][7].

Salah satu bentuk inovasi yang potensial untuk diintegrasikan dalam pendidikan pesantren adalah technopreneurship, yakni kewirausahaan yang berbasis pada pemanfaatan teknologi[8][9]. Technopreneurship memungkinkan santri untuk menciptakan produk atau jasa berbasis teknologi, seperti aplikasi digital, layanan daring, maupun produk kreatif berbasis internet. Dalam konteks ini, technopreneurship tidak hanya menjadi sarana pemberdayaan ekonomi, tetapi juga wahana pembelajaran praktis yang melatih kemandirian, inovasi, dan problem solving. Santri yang terlibat dalam technopreneurship secara langsung akan memahami bagaimana mengidentifikasi peluang, merancang produk, hingga melakukan evaluasi pasar[10][11][12].

Namun, technopreneurship saja tidak cukup. Kemampuan untuk memasarkan produk secara efektif juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan suatu usaha[13][14]. Di sinilah pentingnya digital marketing sebagai salah satu kompetensi yang harus dimiliki oleh santri di era digital. Digital marketing mencakup berbagai strategi pemasaran melalui kanal digital seperti media sosial, e-commerce, website, dan platform digital lainnya[15][16][17]. Dengan menguasai digital marketing, santri dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, serta memperkuat personal branding maupun branding institusional pesantren[18][19].

Pondok AIBS (Aisyiyah Islamic Boarding School) Sumberrejo Bojonegoro merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang telah mencoba mengintegrasikan technopreneurship dan digital marketing dalam kegiatan pendidikan santrinya[20]. Beberapa program pelatihan telah dilakukan, mulai dari pelatihan pembuatan konten digital, pelatihan pembuatan produk UMKM, hingga workshop pengelolaan media sosial dan toko daring. Meskipun demikian, proses implementasi program ini tentu tidak berjalan tanpa hambatan. Masih banyak tantangan yang dihadapi, mulai dari keterbatasan sumber daya, kurangnya pelatihan bagi tenaga pengajar, hingga minimnya pemanfaatan teknologi dalam proses pembelajaran sehari-hari[21][22][23].

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan mendesak untuk meningkatkan mutu pendidikan santri agar lebih adaptif terhadap tantangan global. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana integrasi technopreneurship dan digital marketing mampu meningkatkan kompetensi dan daya saing santri. Dengan mengetahui potensi, tantangan, dan strategi yang tepat dalam mengimplementasikan konsep ini, diharapkan pondok pesantren, khususnya Pondok AIBS Sumberrejo Bojonegoro, dapat merumuskan model pendidikan yang lebih relevan dan responsif terhadap kebutuhan zaman. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi pesantren lain dalam mengembangkan program pendidikan berbasis technopreneurship dan digital marketing[24].

Pembahasan

Technopreneurship merupakan kombinasi antara teknologi dan kewirausahaan yang menjadi salah satu solusi untuk menjawab tantangan globalisasi dan perkembangan digital[25]. Dalam konteks pendidikan pesantren, technopreneurship tidak hanya meningkatkan keterampilan santri dalam mengelola usaha berbasis teknologi, tetapi juga mendorong kreativitas, inovasi, serta kemandirian. Menurut [3], technopreneurship dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum pesantren melalui pembelajaran berbasis proyek.

Digital marketing mencakup berbagai aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui media digital seperti media sosial, email marketing, website, dan aplikasi mobile. Pemahaman tentang strategi digital marketing penting dalam menghadapi pasar global yang semakin kompetitif. Menurut [2], kompetensi digital marketing memungkinkan individu untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efektivitas komunikasi dengan konsumen[26].

1. Technopreneurship dalam Pendidikan Pesantren
2. Digital Marketing sebagai Keterampilan Masa Depan
3. Integrasi Technopreneurship dan Digital Marketing dalam Pendidikan

Kombinasi antara technopreneurship dan digital marketing merupakan pendekatan strategis dalam menciptakan pendidikan berbasis ekonomi kreatif. Dalam konteks pendidikan pesantren, pendekatan ini dapat menjadi alternatif model pembelajaran berbasis praktik, yang memungkinkan santri tidak hanya belajar teori, tetapi juga mengaplikasikan keterampilan secara langsung. Menurut [5], integrasi ini meningkatkan kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja dan mendorong munculnya wirausaha muda berbasis[27].

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Menganalisis implementasi technopreneurship dalam kegiatan pendidikan santri di Pondok AIBS Sumberrejo Bojonegoro.
2. Mengevaluasi efektivitas penggunaan digital marketing dalam mendukung kegiatan technopreneurship santri.
3. Merumuskan strategi pengembangan program pendidikan yang integratif antara technopreneurship dan digital marketing untuk meningkatkan mutu santri.
 1. Bagi Santri Memberikan keterampilan praktis dan mindset kewirausahaan berbasis teknologi serta meningkatkan daya saing di era digital.
 2. Bagi Pondok Pesantren: Membantu pesantren beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menyusun kurikulum yang lebih relevan dengan kebutuhan zaman
 3. Bagi Masyarakat: Memberikan kontribusi dalam mencetak generasi muda yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing

Metode

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan menggambarkan dan menganalisis fenomena secara mendalam berdasarkan realitas lapangan. Jenis penelitian ini sesuai digunakan untuk memahami proses integrasi technopreneurship dan digital marketing dalam pendidikan santri.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren AIBS (Aisyiyah Islamic Boarding School) yang berlokasi di Kecamatan Sumberrejo, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur.

Subjek penelitian meliputi santri, pengelola pondok pesantren, guru pembimbing program technopreneurship, dan praktisi digital marketing. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria keterlibatan langsung dalam program yang diteliti[28].

4. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap aktivitas santri dalam kegiatan technopreneurship dan pelatihan digital marketing. Wawancara dilakukan kepada informan kunci terkait pelaksanaan dan hasil program. Dokumentasi berupa hasil karya santri, foto kegiatan, serta dokumen pendukung lainnya[29].

5. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman (2014), yang terdiri dari tiga langkah: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan merangkum informasi penting dari hasil wawancara dan observasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi, tabel, dan gambar. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pola-pola temuan dan triangulasi antar sumber data[30].

Hasil dan Pembahasan

1. Implementasi Technopreneurship di Pondok AIBS

Pondok AIBS telah memulai langkah-langkah inovatif dalam mengintegrasikan technopreneurship ke dalam kegiatan belajar santri. Beberapa program unggulan seperti pelatihan pembuatan produk olahan makanan, kerajinan tangan, hingga aplikasi digital sederhana telah dilakukan. Santri didorong untuk berkolaborasi, menyusun rencana bisnis, dan menjalankan mini proyek usaha yang dikelola sendiri.

2. Penerapan Digital Marketing oleh Santri

Pelatihan digital marketing dilakukan dengan menggandeng praktisi lokal dan alumni pondok yang telah sukses di dunia usaha daring. Materi pelatihan meliputi pengelolaan media sosial, copywriting, desain grafis dasar, serta optimalisasi toko daring di platform seperti Shopee dan Tokopedia. Beberapa santri bahkan telah berhasil memasarkan produk mereka secara mandiri.

3. Tantangan dalam Integrasi Program

Tantangan utama dalam pelaksanaan program adalah keterbatasan fasilitas teknologi, keterampilan guru dalam bidang digital, serta motivasi santri yang masih beragam. Beberapa guru belum terbiasa menggunakan media digital, sehingga perlu dilakukan pelatihan intensif. Selain itu, perlu ada pendampingan yang berkelanjutan agar program berjalan konsisten.

4. Dampak terhadap Mutu Pendidikan Santri

Integrasi program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan non-akademik santri, seperti kemampuan komunikasi, berpikir kritis, dan pengambilan keputusan. Beberapa santri yang aktif dalam program juga mengalami peningkatan kepercayaan diri dan mulai menunjukkan orientasi masa depan yang lebih jelas.

Simpulan

1. Simpulan

Integrasi technopreneurship dan digital marketing dalam pendidikan santri di Pondok AIBS Sumberrejo Bojonegoro telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan mutu pendidikan, khususnya dalam aspek keterampilan hidup, kemandirian, dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Program ini menjadi jembatan antara pendidikan tradisional dan tuntutan dunia modern yang serba digital.

2. Saran

-Pondok AIBS perlu memperkuat dukungan infrastruktur teknologi dan meningkatkan kapasitas guru dalam bidang technopreneurship dan digital marketing.

-Pelatihan harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan agar santri memiliki kompetensi yang lebih mendalam.

-Perlu adanya kolaborasi dengan pihak luar seperti perguruan tinggi, praktisi industri, dan pemerintah untuk mendukung pengembangan program secara lebih luas.

Lampiran



Figure 1.



Figure 2.



Figure 3.



Figure 4.

References

1. W. Astuti and N. Saefudin, "Pengembangan kewirausahaan santri di era digital," *Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 15, no. 1, pp. 45-60, 2022.
2. D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing*, 7th ed. Pearson Education, 2019.
3. S. Kusairi et al., "Implementasi technopreneurship dalam pesantren modern," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 21, no. 2, pp. 134-148, 2023.
4. M. B. Miles and A. M. Huberman, *Qualitative Data Analysis*, 3rd ed. Sage Publications, 2014.
5. N. M. Yusof et al., "Integrating digital entrepreneurship into education: A case study," *Education and Information Technologies*, vol. 26, no. 3, pp. 2981-2998, 2021.
6. H. Y. Putra and E. Saputra, "Santripreneurship: Membangun jiwa wirausaha santri," *Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 8, no. 2, pp. 112-123, 2020.
7. Basrowi and Suwandi, *Inovasi Pendidikan di Pondok Pesantren*. Malang: UMM Press, 2021.
8. A. Prakoso, *Digital Marketing Strategies for Startups*. Jakarta: Elex Media, 2020.
9. L. Wahyuni, "Penerapan digital marketing dalam UMKM," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 21, no. 1, pp. 22-30, 2019.
10. R. Sulaiman, "Strategi technopreneurship di kalangan mahasiswa Islam," *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, vol. 6, no. 3, pp. 144-157, 2021.
11. I. Firmansyah, "Peran pesantren dalam membangun ekonomi kreatif," *Jurnal Sosial Humaniora*, vol. 11, no. 2, pp. 67-79, 2020.
12. M. Anshori, "Integrasi pendidikan agama dan teknologi," *Jurnal Tarbiyah*, vol. 14, no. 1, pp. 23-34, 2021.
13. D. Setiawan, "Optimalisasi media sosial sebagai media promosi bisnis pesantren," *Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 8, no. 1, pp. 41-55, 2020.
14. N. Huda, "Digitalisasi pendidikan di lembaga Islam," *Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol. 20, no. 3, pp. 215-226, 2019.
15. B. Ramadhan, "Membangun brand pesantren melalui konten digital," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 16, no. 2, pp. 89-101, 2021.

16. M. A. Aziz, "Kewirausahaan berbasis teknologi di lingkungan pendidikan Islam," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, vol. 10, no. 2, pp. 88-97, 2022.
17. S. Syamsuddin, "Revolusi industri 4.0 dan implikasinya pada pendidikan Islam," *Jurnal Pendidikan Islam Kontemporer*, vol. 3, no. 1, pp. 55-69, 2020.
18. A. Taufiq, *Transformasi Kurikulum Pesantren di Era Digital*. Surabaya: LPPM UINSA Press, 2022.
19. H. Kurniawan, "Analisis strategi branding produk santri melalui Instagram," *Jurnal Bisnis Digital*, vol. 7, no. 1, pp. 34-46, 2021.
20. I. Fadillah and R. Haris, "Digital marketing tools dan dampaknya terhadap UMKM di pedesaan," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 12, no. 3, pp. 192-205, 2023.
21. M. D. Sari, "Model pembelajaran kewirausahaan berbasis pesantren," *Jurnal Edukasi*, vol. 18, no. 2, pp. 109-117, 2020.
22. S. Nurfadilah, "Persepsi santri terhadap program digitalisasi pesantren," *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, vol. 5, no. 1, pp. 65-74, 2022.
23. M. Ismail, "Technopreneurship dalam perspektif Islam," *Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 9, no. 1, pp. 99-112, 2021.
24. T. Handayani, "Digital skills untuk generasi Z dalam dunia pendidikan," *Jurnal Psikologi Pendidikan*, vol. 14, no. 1, pp. 45-59, 2022.
25. A. Nurhadi, *Kewirausahaan Digital dalam Dunia Pesantren*. Malang: Literasi Nusantara, 2020.
26. L. Siregar, "Implementasi internet marketing untuk pesantren produktif," *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, vol. 13, no. 3, pp. 122-134, 2021.
27. E. Widodo, "Evaluasi program technopreneurship pesantren berbasis IT," *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, vol. 17, no. 2, pp. 87-98, 2022.
28. R. Zaini, "Pendidikan dan teknologi dalam pandangan Islam," *Jurnal Pemikiran Islam*, vol. 6, no. 1, pp. 13-24, 2019.
29. Daryanto, *Kewirausahaan: Konsep dan Implementasi dalam Dunia Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2020.
30. M. I. Nasution, *Digital Entrepreneurship: Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2021.