

Model Pemberdayaan Ekonomi Santri Berbasis Digital Entrepreneurship melalui Pelatihan TikTok Seller di Lingkungan Pesantren

M Ario Akbar*¹, M. Arif Musthofa², Al munip³

^{1,2,3} Institut Islam Al-Mujaddid Sabak, Jambi, Indonesia

*corresponding author : marioakbar@gmail.com

Received: 2025-10-25

Rev. Req: 2025-10-26

Accepted: 2025-10-26

ABSTRACT: *This study aims to analyze the model of santri economic empowerment through digital entrepreneurship training based on the TikTok Seller platform within the pesantren environment. The initiative is motivated by the importance of enhancing the entrepreneurial competencies of santri in responding to the increasingly competitive digital economy era. The research employs a Participatory Action Research (PAR) approach, involving santri as active participants in all stages of the program, including training, mentoring, and the practical implementation of online selling through TikTok Seller accounts. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed using a descriptive qualitative method. The findings indicate that the training successfully improved the santris' digital literacy, managerial abilities, and economic independence. Furthermore, the program fostered the development of an entrepreneurial ecosystem within the pesantren that is adaptive to technological advancement. The resulting empowerment model consists of three key stages: digital literacy, marketing content management, and online business practices grounded in Islamic values. Therefore, the TikTok Seller training proved to be an effective strategy for santri economic empowerment through digital entrepreneurship, aligning with contemporary socioeconomic demands.*

Keywords: *santri empowerment, digital entrepreneurship, TikTok Seller, pesantren economy, Islamic entrepreneurship*

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang memiliki kedudukan strategis dalam membentuk karakter, moralitas, dan kemandirian peserta didik (Priyadi & Wisudaningsih, 2023; Silfiasari & Zhafi, 2020). Sejak masa awal berdirinya, pesantren telah berfungsi sebagai pusat pendidikan agama, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat (Basyar, 2020). Dalam perkembangan kontemporer, fungsi pesantren tidak lagi terbatas pada transmisi ilmu keagamaan, tetapi juga mencakup peran sosial-ekonomi yang lebih luas. Hal ini sejalan

dengan visi pembangunan nasional yang menekankan pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia yang berdaya saing, produktif, serta memiliki etos kerja tinggi. Oleh karena itu, pesantren memiliki tanggung jawab moral untuk melahirkan generasi yang tidak hanya berakhlak mulia, tetapi juga memiliki kemampuan adaptif terhadap perubahan zaman, termasuk dalam bidang ekonomi dan teknologi digital (Asrofi, Islah, & Hadi, 2025; Muid, Arifin, & Karim, 2024).

Dalam konteks ekonomi modern yang berbasis digital, dunia usaha mengalami transformasi signifikan seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Nurhabibi et al., 2025). Platform digital seperti TikTok Seller telah menjadi ruang baru bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengembangkan kreativitas, berinovasi, dan berwirausaha secara mandiri (Hadi, 2023; Putri, Fauzia, & Permana, 2025). Fenomena ini tidak dapat diabaikan oleh pesantren yang menjadi tempat tumbuhnya potensi besar generasi muda Islam. Keberadaan platform tersebut membuka peluang bagi santri untuk berpartisipasi dalam ekonomi kreatif, mengembangkan produk unggulan pesantren, dan menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis. Transformasi digital yang terjadi secara masif menjadikan pesantren perlu beradaptasi dengan paradigma baru dalam dunia ekonomi, yaitu integrasi antara nilai-nilai religius dan praktik kewirausahaan modern (Ramadhani, Wahyuni, & Ariani, 2025).

Santri sebagai generasi muda pesantren memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam ekonomi digital berbasis nilai-nilai Islam (Utomo, Cahyaningrum, & Islami, 2025; Zakya, 2025). Potensi ini terletak pada kombinasi antara kedalaman spiritualitas, disiplin, serta semangat belajar yang menjadi ciri khas pendidikan pesantren. Namun demikian, berbagai keterbatasan masih dihadapi, seperti rendahnya literasi digital, kurangnya akses terhadap pelatihan kewirausahaan modern, serta minimnya pengalaman dalam pengelolaan bisnis daring. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara potensi yang dimiliki santri dan peluang ekonomi yang tersedia di dunia digital. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan yang tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran dan mentalitas wirausaha Islami yang berorientasi pada kemaslahatan dan keberkahan.

Pelatihan TikTok Seller dirancang sebagai salah satu bentuk intervensi edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital entrepreneurship santri. Melalui pelatihan ini, santri diajarkan cara mengelola toko daring, membuat konten kreatif yang menarik, memahami algoritma media sosial, serta menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Lebih dari sekadar pelatihan teknis, kegiatan ini juga menanamkan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, pelatihan TikTok Seller bukan hanya menjadi sarana pembelajaran ekonomi digital, tetapi juga wahana pembentukan karakter santri yang mampu bersaing di era modern tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pelatihan TikTok Seller dapat menghasilkan model pemberdayaan ekonomi santri yang terintegrasi dan berkelanjutan di lingkungan pesantren. Model ini mencakup tiga aspek utama, yaitu peningkatan literasi digital, penguatan kapasitas manajerial, serta internalisasi nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis daring. Melalui pendekatan partisipatif, penelitian ini berupaya merumuskan pola pemberdayaan yang dapat

direplikasi di berbagai pesantren lain sebagai strategi pengembangan ekonomi umat berbasis teknologi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan konsep digital Islamic entrepreneurship, sekaligus kontribusi praktis dalam mendorong kemandirian ekonomi pesantren di era transformasi digital.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahap proses penelitian. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan kegiatan yang tidak hanya berorientasi pada hasil, tetapi juga pada proses pembelajaran partisipatif yang melibatkan santri sebagai subjek utama. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pondok Pesantren Warisan Rasulullah 4, dengan jumlah peserta sebanyak 25 santri yang mengikuti program pelatihan TikTok Seller. Tahapan kegiatan PAR mencakup empat fase utama, yaitu planning, action, observation, dan reflection. Pada tahap planning, peneliti melakukan identifikasi kebutuhan dan pemetaan kemampuan awal santri melalui survei dan wawancara untuk menentukan materi yang sesuai dengan konteks pesantren. Selanjutnya, tahap action diwujudkan melalui pelatihan intensif selama tiga hari yang meliputi teori manajemen toko daring, teknik pembuatan konten digital yang menarik, strategi pemasaran pada platform TikTok Seller, serta simulasi penjualan produk unggulan pesantren.

Pada tahap observation, peneliti bersama tim pendamping melakukan pemantauan terhadap dinamika proses pembelajaran, partisipasi santri, serta kemampuan mereka dalam mengimplementasikan strategi bisnis digital secara mandiri. Proses ini dilengkapi dengan dokumentasi dan pencatatan hasil capaian setiap peserta. Tahap akhir, yaitu reflection, dilakukan melalui evaluasi bersama antara fasilitator, dosen pendamping, dan santri untuk menilai efektivitas kegiatan, mengidentifikasi kendala, serta merumuskan rekomendasi perbaikan untuk keberlanjutan program. Data penelitian diperoleh dari hasil observasi langsung, wawancara mendalam, serta dokumentasi kegiatan yang kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Analisis difokuskan pada perubahan pengetahuan, sikap, dan keterampilan santri setelah mengikuti pelatihan, sehingga dapat disimpulkan sejauh mana program TikTok Seller mampu meningkatkan kapasitas digital entrepreneurship dan membentuk model pemberdayaan ekonomi santri yang berkelanjutan.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan TikTok Seller memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas ekonomi dan literasi digital santri. Berdasarkan hasil observasi, lebih dari 80% peserta berhasil membuat akun bisnis secara mandiri, mengunggah konten promosi yang menarik, serta memahami konsep engagement dan algoritma platform TikTok. Kemampuan ini menunjukkan bahwa santri mampu menavigasi media sosial sebagai sarana pemasaran digital dengan efektif. Selain itu, sejumlah peserta juga telah mempraktikkan penjualan produk pesantren seperti madu, herbal, dan produk kreatif lainnya melalui kanal digital. Keberhasilan ini menandakan adanya transfer keterampilan praktis dari pelatihan ke implementasi nyata, sehingga santri dapat melihat langsung hasil dari aktivitas wirausaha mereka.

Tabel berikut menyajikan ringkasan capaian pelatihan TikTok Seller pada santri:

Table 1. Presentase keberhasilan penelitian

Aspek yang Dinilai	Indikator Keberhasilan	Persentase Peserta Berhasil (%)
Pembuatan akun bisnis	Membuat akun TikTok Seller secara mandiri	84
Pengunggahan konten promosi	Mengunggah konten promosi yang menarik dan sesuai tema	82
Pemahaman konsep engagement & algoritma	Memahami cara algoritma TikTok bekerja dan strategi engagement	80
Praktik penjualan produk pesantren	Menjual produk seperti madu, herbal, dan kerajinan	68
Penerapan prinsip syariah dalam bisnis	Aktivitas bisnis sesuai dengan nilai kejujuran dan amanah	90

Hasil pelatihan TikTok Seller pada santri menunjukkan capaian yang cukup signifikan dalam membangun kapasitas digital dan kewirausahaan. Berdasarkan Tabel capaian, 84% peserta mampu membuat akun bisnis TikTok secara mandiri, menunjukkan tingkat literasi digital yang tinggi dan kemampuan santri untuk menavigasi platform digital secara efektif. Kemampuan ini menjadi fondasi penting bagi pengembangan usaha daring karena akun bisnis merupakan titik awal dalam membangun identitas brand dan interaksi dengan pelanggan. Selanjutnya, 82% peserta berhasil mengunggah konten promosi yang menarik dan sesuai tema, menandakan bahwa pelatihan mampu meningkatkan kreativitas santri serta pemahaman mereka tentang strategi komunikasi visual dan pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa keterampilan konten kreatif merupakan faktor utama dalam meningkatkan engagement dan awareness di platform media social (Meyliana, Rapiyanta, Indriyanti, & Safitri, 2024; Talib & Sari, 2024).

Lebih lanjut, 80% santri memahami konsep engagement dan algoritma TikTok, yang berarti mereka mampu mengaplikasikan teori pemasaran digital dalam praktik, memahami bagaimana konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas, dan memanfaatkan fitur platform untuk meningkatkan interaksi. Pemahaman algoritma ini menjadi aspek krusial dalam digital entrepreneurship, karena strategi pemasaran daring yang efektif sangat bergantung pada kemampuan memanfaatkan algoritma untuk optimasi jangkauan dan konversi penjualan. Hasil ini menguatkan temuan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya literasi digital dalam membangun kapasitas ekonomi generasi muda berbasis teknologi (Legistari & Triswastika, 2025).

Sementara itu, 68% peserta berhasil mempraktikkan penjualan produk pesantren, termasuk madu, herbal, dan kerajinan, yang menunjukkan adanya penerapan nyata dari pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan. Meski persentase ini relatif lebih rendah dibanding indikator teknis lainnya, hal ini wajar mengingat praktik penjualan membutuhkan

kombinasi keterampilan manajerial, negosiasi, serta pengelolaan stok dan pelayanan pelanggan yang kompleks. Temuan ini mendukung pendekatan pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*) yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam membangun kompetensi kewirausahaan (Mutmainah, Supriyatno, & Susilawati, 2025).

Yang paling menonjol adalah 90% peserta mampu menerapkan prinsip syariah dalam aktivitas bisnis, seperti kejujuran, amanah, dan keberkahan. Angka ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya menekankan aspek teknis digital dan manajerial, tetapi juga menanamkan nilai etis dan religius yang menjadi landasan praktik kewirausahaan Islami. Dengan demikian, model pemberdayaan ini mampu mengintegrasikan tiga komponen utama: literasi digital, manajemen bisnis daring, dan internalisasi nilai syariah. Integrasi ini menciptakan ekosistem kewirausahaan santri yang tidak hanya kompeten secara digital, tetapi juga beretika dan berorientasi pada keberkahan sosial-ekonomi.

Analisis keseluruhan menunjukkan bahwa pelatihan TikTok Seller berhasil memperkuat kemandirian santri dan pesantren sebagai pusat ekonomi umat. Pendekatan partisipatif dan praktik langsung terbukti efektif dalam menumbuhkan kreativitas, tanggung jawab, dan inovasi santri. Hal ini sejalan dengan prinsip *community-based entrepreneurship*, di mana partisipasi aktif, kolaborasi, dan pemanfaatan sumber daya lokal menjadi kunci pengembangan ekonomi masyarakat (Khristianto & Oktawirani, 2025). Dengan model pemberdayaan ini, pesantren berperan sebagai inkubator wirausaha muda yang adaptif terhadap transformasi digital, sekaligus menjaga integritas nilai-nilai Islami dalam praktik ekonomi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi aspek teknis digital, manajemen bisnis daring, dan prinsip syariah dalam satu model pemberdayaan dapat menjadi strategi yang efektif dan berkelanjutan. Model ini tidak hanya meningkatkan kemampuan ekonomi individu santri, tetapi juga memperkuat posisi pesantren sebagai pusat ekonomi kreatif berbasis digital. Hasil ini diharapkan menjadi acuan bagi pengembangan program kewirausahaan digital berbasis pesantren lainnya, yang mampu merespon kebutuhan ekonomi kontemporer tanpa meninggalkan nilai-nilai religius dan etika bisnis.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pelatihan TikTok Seller terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan ekonomi santri melalui digital entrepreneurship di lingkungan pesantren, dengan peningkatan signifikan pada literasi digital, keterampilan manajerial, dan kemandirian ekonomi peserta, yang tercermin dari kemampuan mereka membuat akun bisnis, mengunggah konten promosi, memahami algoritma TikTok, serta mempraktikkan penjualan produk pesantren secara mandiri; pelatihan ini juga menghasilkan model pemberdayaan terstruktur yang mencakup peningkatan literasi digital, manajemen bisnis daring, dan internalisasi nilai-nilai syariah sehingga praktik kewirausahaan tetap beretika, memperkuat peran pesantren sebagai pusat ekonomi umat dan inkubator wirausaha muda berbasis nilai Islam, serta membuktikan bahwa integrasi teknologi digital, manajemen bisnis, dan prinsip syariah dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi santri yang relevan, efektif, dan dapat direplikasi di pesantren lain.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pondok Pesantren Warisan Rasulullah 4 atas kesempatan dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan penelitian ini. Ucapan penghargaan juga ditujukan kepada seluruh santri peserta pelatihan TikTok Seller, fasilitator, serta dosen pendamping yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kontribusi berharga sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, dan fasilitas, sehingga proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan artikel ilmiah ini berjalan lancar dan menghasilkan temuan yang bermanfaat.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Asrofi, A., Islah, A. N., & Hadi, I. A. (2025). IHWAL PENDIDIKAN DI ERA MODERN: PENDIDIKAN KARAKTER DAN PEMBELAJARAN DI ERA INDUSTRI. *LEARNING: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(2), 486–494.
- Basyar, K. (2020). Strategi Musyrif Dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan dan Kemandirian Siswa Boarding School. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 7(1), 11.
- Hadi, N. (2023). Peluang bisnis online shop di era digital bagi mahasiswa institut agama islam nazhatut thullab sampang. *Islamic Economics And Finance Journal*, 2(1), 10–17.
- Khristianto, W., & Oktawirani, P. (2025). Penguatan Community-Based Tourism melalui Peran Strategis BUMDes dalam Pengembangan Desa Wisata. *Electronic Journal of Social and Political Sciences (E-SOSPOL)*, 12(2), 294–306.
- Legistari, K., & Triswastika, A. (2025). OPTIMALISASI KONTEN KREATIF PADA MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN CITRA HOTEL XYZ CILEUNYI BANDUNG. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 13(1), 38–44.
- Meyliana, A., Rapiyanta, P. T., Indriyanti, I., & Safitri, L. A. (2024). Pemanfaatan Media Digital Untuk Meningkatkan Visibilitas dan Brand Awareness Wisata Edukasi. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3).
- Muid, A., Arifin, B., & Karim, A. (2024). Peluang dan Tantangan Pendidikan Pesantren di Era Digital (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Islah Bungah Gresik). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 11(1), 512–530.
- Mutmainah, R., Supriyatno, T., & Susilawati, S. (2025). Konstruksi dan Desain Kurikulum Berbasis Pendekatan Experiential Learning John Dewey dalam Konteks Pendidikan Islam di Sekolah dan Perguruan Tinggi. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 9(2), 572–582.
- Nurhabibi, N., Arifannisa, A., Ismail, D., Kuswandi, D., Anggraeni, A. F. D. G., & Aji, Y. A. (2025). Strategi lembaga pendidikan Islam dalam membentuk karakter siswa di era digital. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, Dan Inovasi*, 5(2).
- Priyadi, H., & Wisudaningsih, E. T. (2023). Strategi Pesantren Dalam Membentuk Karakter Kemandirian Dan Tanggung Jawab Santri Di Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 4276–4284.
- Putri, N. Q., Fauzia, P., & Permana, E. (2025). ANALISIS BISNIS KONTEN KREATOR SEBAGAI ALTERNATIVE KARIR DI ERA DIGITAL PADA GEN Z DI PLATFORM TIKTOK. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(6), 2441–2451.
- Ramadhani, M. H., Wahyuni, L. N., & Ariani, F. D. (2025). Peran Pesantren Dalam Menjaga Nilai-Nilai Spritual Di Tengah Modernisasi Pendidikan. *AR-RISALAH JOURNAL OF ISLAMIC*

EDUCATION, 1(1), 53–63.

- Silfiyasari, M., & Zhafi, A. A. (2020). Peran pesantren dalam pendidikan karakter di era globalisasi. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 5(1), 127–135.
- Talib, N. R. A., & Sari, M. N. (2024). Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Brand Awareness pada UMKM Kota Tangerang Selatan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 2(2), 87–96.
- Utomo, M. N., Cahyaningrum, W., & Islami, R. N. (2025). Pengembangan Kewirausahaan Kreatif Melalui Youtuber: Studi Pada Mahasiswa dan Generasi Z. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(1).
- Zakya, M. Y. (2025). Peluang Dan Resiko Kewirausahaan Di Era Digital: Tantangan Dan Strategi Adaktif Bagi Mahasiswa. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 4(1), 32–39.