

## **PENINGKATAN KREATIVITAS SANTRI MELALUI PEMBUATAN KALIGRAFI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI PONDOK PESANTREN “AL-MUNJIYAH DURISAWO” PONOROGO**

**Faruq Ahmad Futaqi<sup>1\*</sup>, Hamida Faza Fadya<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [futaqi@iainponorogo.ac.id](mailto:futaqi@iainponorogo.ac.id)

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [fazahamida@gmail.com](mailto:fazahamida@gmail.com)

**Abstract:** Pondok Pesantren Al Munjijah is a women's islamic boarding school located on Jl. Lawu No. 4 Gg. IV Durisawo, Nologaten, Ponorogo which has formal educational institutions MA YP KH Syamsuddin and MTs YP KH Syamsuddin Durisawo Ponorogo. Students of Al Munjijah Islamic boarding schools regularly participate in various calligraphy competitions and got championships at both district and provincial levels. However, the achievements obtained are only as a point of pride and are not developed into a skill. In fact, with the potential expertise possessed by these students, they can develop it into a business. Businesses in this digital era must also keep up with the trends that exist in society, namely by using digital or internet-based marketing strategies. Departing from the potential and assets of students who have expertise in the field of calligraphy, creating a calligraphy community and making a digital marketing training to increase the creativity of these students is feasible. After the training was carried out, the enthusiasm of the students who had been gathered at the calligraphy business community forum was extraordinary, as well as they were enthusiastic about participating in the training from beginning to end. The monitoring results showed that the ability of the trainees increased. And of course, comprehensive monitoring and evaluation are needed on an ongoing basis in the future.

**Keywords:** Business training, Calligraphy, Digital marketing

**Abstrak:** Pondok Pesantren Al Munjijah adalah pondok pesantren putri yang terletak di Jl. Lawu No 4 Gg. IV Durisawo, Nologaten, Ponorogo yang memiliki lembaga pendidikan formal MA YP KH Syamsuddin dan MTs YP KH Syamsuddin Durisawo Ponorogo. Seringkali santriwati pondok pesantren Al Munjijah mengikuti berbagai perlombaan kaligrafi dan mendapatkan kejuaran baik perlombaan tingkat kabupaten maupun provinsi. Namun, prestasi yang didapat hanya sebagai suatu kebanggaan dan tidak dikembangkan menjadi sebuah keterampilan. Padahal, dengan adanya potensi keahlian yang dimiliki santri tersebut dapat mengembangkannya menjadi sebuah bisnis. Bisnis di era digital seperti ini juga harus mengimbangi tren yang ada di masyarakat yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran berbasis digital atau internet. Berangkat dari potensi dan aset para santriwati yang memiliki keahlian bidang kaligrafi maka membuat komunitas kaligrafi dan membuat suatu pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kreativitas santri ini layak dilaksanakan. Pasca pelatihan tersebut dilaksanakan, antusiasme para santriwati yang sudah terkumpul pada forum komunitas bisnis kaligrafi ini luar biasa, sekaligus mereka semangat mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir. Hasil monitoring

menunjukkan kemampuan peserta pelatihan meningkat. Dan tentu diperlukan monitoring dan evaluasi yang menyeluruh secara berkelanjutan di kemudian hari.

**Kata kunci:** Pelatihan bisnis, Kaligrafi, Pemasaran digital

## **PENDAHULUAN**

Pondok Pesantren Putri Al Munjiyah terletak di jalan Lawu Gg IV nomor 4 kelurahan Nologaten kecamatan Ponorogo kabupaten Ponorogo provinsi Jawa Timur. Pondok pesantren Al Munjiyah ini merupakan pondok putri dari bagian pondok pesantren KH. Syamsuddin Durisawo Ponorogo yang didirikan oleh Kyai Haji Syamsuddin. Pondok Pesantren ini memiliki Lembaga Pendidikan formal MTs. YP. KH. Syamsuddin dan MA. YP. KH. Syamsuddin yang di dalamnya memiliki kegiatan ekstrakurikuler seperti kaligrafi, hadroh (seni musik islam), pramuka dan menjahit.

Disamping memiliki Lembaga Pendidikan formal pondok pesantren KH. Syamsuddin dan Al Munjiyah ini juga memiliki Lembaga Pendidikan agama yaitu Madrasah Diniyah Salafiyah KH. Syamsuddin dan Pendidikan Tahfidzul Qur'an. Dengan banyaknya Pendidikan yang ditawarkan, tidak mengherankan apabila banyak santri dan santriwati dari luar kota maupun luar provinsi yang berdatangan untuk menuntut ilmu di pondok pesantren ini (Luthfiah, 2021).

Saat dilakukan observasi awal, peneliti menemukan potensi yang layak untuk lebih mendapatkan perhatian. Pertama, santriwati di pondok ini sangat mahir kaligrafi dan seringkali juara. Namun potensi tersebut hanya berhenti di kejuaraan. Padahal, jika dikembangkan akan dapat digunakan untuk pemberdayaan ekonomi santriwati. Kedua, Kemahiran dan keahlian para santri hanya menguasai beberapa jenis kaligrafi, sehingga ragam kaligrafi yang dibuat tidak bervariasi.

Kemahiran dalam membangun suatu konsep pemberdayaan ekonomi melalui kaligrafi tentu dibutuhkan banyak inovasi untuk pengembangan produk. Walaupun pondok pesantren Al Munjiyah sudah mengajarkan berbagai seni kaligrafi baik mushaf, naskah, maupun kontemporer, namun satu santri cenderung hanya menguasai satu jenis kaligrafi saja. Sehingga diperlukannya peningkatan kreativitas agar dapat menguasai lebih dari satu jenis kaligrafi.

Dalam kaligrafi jenisnya tidak hanya dibedakan dari cara melukisnya, tetapi juga dibedakan berdasarkan jenis hurufnya. Jenis huruf kaligrafi terdiri *khat naskhi*, *riq'ah*, *raihani*, *khat tsuluts*, *khat farisi*, *khat diwani*, *khat diwani jali*, dan *khat kufi*. Dengan adanya macam kaligrafi yang diajarkan akan berpengaruh terhadap banyaknya jenis produk yang akan ditawarkan.

Maka, untuk mewujudkan potensi ekonomi tersebut dibutuhkan media pengembangan sumber daya santri dalam hal kreativitas kaligrafi dan ilmu pemasaran untuk kaligrafi. Teknologi yang semakin berkembang saat ini membuat konsep pemasaran semakin mudah. Diantaranya dengan pemasaran digital. Setiap orang saat ini memiliki

*smartphone* dan terhubung dengan media sosial berbasis digital. Maka, pembekalan para santri terhadap pemasaran kaligrafi melalui media digital sangat penting untuk segera dilakukan.

Berdasarkan paparan di atas, maka peneliti mengadakan pengabdian dengan judul “Peningkatan Kreativitas Santri Melalui Pembuatan Kaligrafi dan Pelatihan Digital Marketing di Pondok Pesantren Al Munjiyah Ponorogo”

## **TINJAUAN LITERATUR**

Metode dan konsep pengabdian dengan menjadikan peningkatan atau pengembangan kreativitas dan pelatihan digital marketing sebagai solusi sebenarnya sudah banyak ditemui di berbagai artikel pengabdian masyarakat perguruan tinggi, di antaranya yang dilakukan oleh Geovanne Farell dengan judulnya Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto. Berawal dari produk UKM di kota Sawahlunto yang berkualitas baik terbukti dari seringnya diadakan Festival Internasional yang memberikan kesan baik dari masyarakat yang membeli secara langsung. Produk yang dihasilkan oleh UKM kota Sawahlunto masih banyak yang belum bisa dibeli atau didapatkan informasinya oleh masyarakat luas, Karena produk-produk yang dihasilkan masih banyak informasinya disediakan secara offline. Hal lain yang dapat mempengaruhi tingkat daya jual UKM adalah sedikitnya pelaku UKM yang paham terhadap foto produk. Masalah tersebut diberikan dua solusi, digital marketing produk menjadi layak jual dan promosi melalui foto produk yang komersial dan melakukan riset dan analisis terhadap pasar. Saat ini merupakan era dimana Internet menjadi salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan bermasyarakat (Geovanne et al., 2019).

Penelitian yang hampir sama juga dilakukan oleh Elisa Susanti dengan judulnya Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. Penelitian tersebut dilakukan berawal dari UMKM di desa Sayang yang memiliki masalah dalam pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi padahal di era digital seperti saat ini sangat diperlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha usaha baru yang bersifat online bisnis. Solusi dari permasalahan tersebut melalui pelatihan digital marketing yang meliputi 1) Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memberikan inspirasi dari keberhasilan bisnis online, 2) Sharing session, 3) Pelatihan digital marketing (menggunakan *grab food* dan *go food*). Pelatihan tersebut memiliki tujuan 1) Mengidentifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor 2) Menggambarkan upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM Desa Sayang Kecamatan Jatinangor melalui pelatihan digital marketing (Susanti, 2020).

Penelitian selanjutnya memiliki metode peningkatan atau pengembangan kreativitas yang dilakukan oleh Ridwan dan Catur Surya dengan judulnya Pemberdayaan Masyarakat

Desa dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Desa Citengah Kabupaten Sumedang, berawal dari potensi masyarakat berupa keterampilan di bidang kesenian dan kerajinan, juga juga adanya potensi geografis yaitu wisata alam. Namun demikian masyarakat Desa melalui tokoh adat setempat yaitu tokoh masyarakat yang mereka bangun sendiri melalui pemerintah Desa sebagai upaya mempertahankan eksistensi dan memberdayakan masyarakat setempat secara maksimal, sehingga kurangnya pengembangan kreativitas maka perlunya diadakan upaya pemberdayaan dan pengembangan keterampilan dan kemampuannya tersebut agar lebih bernilai usaha sehingga mampu meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Selanjutnya penempatan Teknologi tepat Guna (TTG), diterapkan dengan harapan masyarakat mampu memanfaatkan kekayaan alam, kekayaan budaya, dan kekayaan keterampilan (Ridwan & Surya, 2018).

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yang bertujuan untuk memanfaatkan aset atau potensi yang ada sehingga memiliki nilai guna lebih supaya kemahiran santri pondok pesantren putri Al Munjiyah di bidang seni kaligrafi tidak hanya selesai sebagai suatu kebanggaan melalui pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*). Pendekatan berbasis aset ini ditemukan oleh John McKnight dan Jody Kretzmann. Keduanya melakukan penelitian mengenai karakteristik inisiatif komunitas. Pada awalnya, pendekatan ini dijadikan sebagai pendekatan alternatif atas pembangunan yang berbasis kebutuhan. Kemudian terciptalah sebuah pendekatan untuk memajukan kesejahteraan komunitas. Pendekatan tersebut disebut Pendekatan Berbasis Aset (*Asset Based Community Development/ABCD*) (Masrifah et al., 2021).

Pondok pesantren putri Al Munjiyah memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi suatu produk yang menguntungkan. Potensi tersebut antara lain yaitu tidak sedikitnya santri yang mahir dan berprestasi dalam bidang seni kaligrafi melihat banyaknya kejuaran yang telah diperoleh ketika mengikuti perlombaan baik ditingkat kabupaten bahkan tingkat provinsi. Namun, keahlian tersebut hanya selesai sebagai suatu kebanggaan padahal jika dikembangkan dan dikelola *skill* yang dimiliki para santri dapat menghasilkan produk yang menghasilkan keuntungan. Berdasarkan survey awal tersebut peneliti memutuskan untuk memberikan pelatihan digital marketing dan peningkatan kreativitas dalam bisnis kaligrafi.

Dalam metode ABCD (*Asset Based Community Development*) terdapat alat untuk menemukan dan memobilisasi aset antara lain (Salahuddin & Dkk, 2015):

a. Penemuan apresiatif (*appreciative inquiry*)

Menggunakan alat *appreciative inquiry* peneliti akan melakukan perubahan berdasarkan asumsi sederhana bahwa di Pondok Pesantren Al Munjiyah memiliki keahlian atau kemahiran seni kaligrafi yang dapat dilakukan peningkatan kreativitas

sehingga lebih bermanfaat, dengan langkah awal menghubungkannya dalam sebuah komunitas sehingga dapat fokus pada hal-hal positif dari aset yang telah dimiliki.

b. Pemetaan komunitas (*community mapping*)

Peneliti mengembangkan sebuah komunitas yang telah ada dengan kepengurusan yang baru yaitu SAFID (Sanggar Kaligrafi Durisawo) sebagai wadah visualisasi pengetahuan dan persepsi berbasis masyarakat mendorong pertukaran informasi dan menyetarakan kesempatan bagi semua anggota untuk berpartisipasi dalam proses yang mempengaruhi perkembangan aset yang telah ada.

c. Penelusuran wilayah (*transect*)

Peneliti mengajak masyarakat atau santri untuk lebih mengenali zona lingkungannya, menggambarkan bagaimana dan apa saja aset fisik yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Al Munjiyah. Penelusuran wilayah ini bersamaan dengan pemetaan komunitas.

d. Pemetaan asosiasi dan institusi

mengidentifikasi kapasitas organisasi, melihat dimana “energy” dalam komunitas ini, memahami apa yang memotivasi orang untuk berani mengatur, dan mengakui kepemimpinan yang sudah ada di masyarakat. Asosiasi merupakan proses interaksi yang mendasari terbentuknya lembaga-lembaga sosial yang terbentuk karena memenuhi faktor-faktor sebagai berikut : (1) kesadaran akan kondisi yang sama, (2) adanya relasi sosial, (3) dan orientasi pada tujuan yang telah ditentukan.

e. Pemetaan aset individu (*individual inventory skill*)

Peneliti melakukan pemetaan aset individu menggunakan alat *interview* dan *focus group discussion*. Peneliti menemukan aset yang dimiliki masyarakat dengan melakukan wawancara bersama pengurus Pondok Pesantren Al Munjiyah dan mengembangkannya melalui *focus group discussion*.

f. Sirkulasi keuangan (*leaky bucket*)

*leaky bucket* adalah alat yang berguna untuk mempermudah warga atau komunitas untuk mengenal berbagai perputaran aset ekonomi lokal yang mereka miliki. Hasilnya bisa dijadikan untuk meningkatkan kekuatan secara kolektif dan membangunnya secara bersama. Pada sisi yang lain, *leaky bucket* juga merupakan kerangka kerja yang berguna dalam mengenali berbagai aset komunitas atau warga, tetapi juga dalam mengenali aset peluang ekonomi yang memungkinkan dalam menggerakkan komunitas atau warga. Dalam hal ini peneliti berasumsi bahwa aset yang dimiliki berupa kemahiran santri dalam seni kaligrafi dapat menjadi sebuah peluang ekonomi.

g. Skala prioritas (*low hanging fruit*)

Dengan alat skala prioritas maka dari berbagai kemungkinan aset tersebut dimanfaatkan harus fokus pada satu kemungkinan yang dapat dilakukan atau

direalisasikan karena keterbatasan ruang waktu yang tidak memungkinkan semua kemungkinan dapat diwujudkan.

Dalam pendampingan dan pelatihan tersebut peneliti menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*) meliputi beberapa tahap pelaksanaan, antara lain:

a. *Inkulturas* (perkenalan)

Tahap ini biasanya dilakukan pada minggu pertama kegiatan. Inkulturasi menjadi sebuah keharusan untuk mengurangi sikap penghindaran dari komunitas mitra sehingga kepercayaan masyarakat dapat terbangun dengan baik.

Peneliti melakukan perkenalan sekaligus pendekatan untuk membangun kepercayaan santri yaitu dengan mengikuti kegiatan seperti kerja bakti, pembagian makan sore, penyemprotan dalam upaya menghambat penyebaran virus covid-19 dan sebagainya.

b. *Discovery* (mengungkapkan informasi)

Discovery dapat dilakukan setelah inkulturasi selesai. Secara umum mengungkap keberhasilan apa saja yang sudah diraih oleh komunitas di masa lampau dan saat ini. Faktor yang mendukung keberhasilan komunitas santri yaitu kerja sama antar santri dengan baik untuk peningkatan kreativitas melalui bisnis kaligrafi.

c. *Dream* (Impian)

Dari tahap pengungkapan aset yang dimiliki Pondok Pesantren yang paling menarik dan dapat dikembangkan menjadi sebuah bisnis adalah aset kemahiran santri dalam bidang seni kaligrafi. Langkah selanjutnya adalah membuat komunitas yang memiliki mimpi agar komunitas tersebut mampu mengajak para santri untuk meningkatkan kreativitas melalui pembuatan kaligrafi dan pelatihan digital marketing dalam bisnis kaligrafi.

d. *Design* (mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang)

Pada komunitas SAFID, proses pemetaan aset membuat komunitas menyadari adanya anggota komunitas yang menjadi terlibat di tahap – tahap yang berbeda dalam pembuatan, teknik, jenis dan metode yang dipakai dalam pembuatan karya kaligrafi. Pada awalnya setiap anggota memiliki satu teknik keahlian. Tetapi setelah mereka menyadari bahwa bila mereka menggabungkan keterampilan individual, dan sumber daya, maka pasti lebih menguntungkan. Mereka akan dapat menerima custom model kaligrafi dalam berbagai teknik.

e. *Define* (mendukung keterlaksanaan program kerja)

Melakukan kerja sama yang baik dengan anggota komunitas agar program kerja terlaksana sebagaimana semestinya. Keterlaksanaan program kerja tersebut tentu dibantu dengan penyusunan rencana dan bahan dengan baik.

f. *Refleksi*

Metode ABCD ini walaupun memanfaatkan aset yang telah ada, namun monitoring (pengawasan) dari pelaksana pengabdian juga sangat diperlukan untuk melihat

seberapa besar anggota organisasi atau komunitas mampu menemukan dan memobilisasi secara produktif aset mereka mendekati tujuan bersama. Selain dilakukannya monitoring tentu juga dilaksanakan evaluasi setelah terlaksananya program kerja.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pengabdian dimulai sejak diizinkannya usulan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring dari Rumah (KPM-DDR) di Pondok Pesantren Putri Al Munjijah oleh pengurus OSIP PP. Al Munjijah. Kemahiran dan keahlian yang dimiliki oleh santri berprestasi bidang seni kaligrafi setidaknya dapat lebih dimanfaatkan lebih dari sekedar kebanggaan menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan. Aset yang begitu istimewa tersebut belum terintegrasi dengan baik, mengingat mulai tahun 2017 Sanggar Kaligrafi Durisawo (SAFID) yang menjadi wadah utama pengembangan kreativitas santri di bidang seni kaligrafi mengalami kepasifan kegiatan.

Perlunya diadakan pelatihan peningkatan kreativitas disamping melakukan pelatihan digital marketing. Namun, tentu manajemen pemasaran digital sangat penting juga untuk dilakukan. Sukses *financial* sering tergantung pada kemampuan pemasaran. "*Finance*", "*Operation*", "*Accounting*" dan fungsi bisnis tidak akan besar artinya kalau tak ada permintaan untuk produk, maksudnya tidak akan terjadi kenaikan penjualan (Noor, 2010).

Melihat kondisi yang telah dipaparkan sebelumnya tersebut menjadi pertimbangan untuk mencari cara yang tepat dalam melakukan upaya untuk mengembangkan aset kemahiran yang telah dimiliki santri PP Al Munjijah dengan mengadakan Peningkatan Kreativitas Santri Melalui Pembuatan Kaligrafi dan Pelatihan Digital Marketing di Pondok Pesantren Al Munjijah Durisawo Ponorogo.

Hasil pelaksanaan pengabdian melalui pelatihan tersebut selanjutnya secara garis besar dapat dilihat dari penilaian beberapa komponen berikut ini:

1. Target jumlah kehadiran peserta yang mengikuti pelatihatarget jumlah peserta pelatihan setidaknya mencapai 15 orang, yang terdiri dari santri tingkat mahasiswa, siswa MA, dan siswa MTs yang berdomisili di pondok pesantren Al Munjijah Durisawo. Dalam rapat awal yaitu rapat kepengurusan dan penyusunan rencana bisnis hanya 4 peserta atau anggota yang masuk komunitas. Untuk selanjutnya pengurus membuat pengumuman penambahan peserta pelatihan dan pada hari pertama sekaligus kedua setidaknya ada 26 peserta. Dengan demikian, keberhasilan target jumlah kehadiran peserta yang mengikuti pelatihan dapat dinilai sangat baik.



Gambar 1. Santriwati al Munjiyah mengumpulkan hasil pelatihan kaligrafi

2. Ketercapaian target pemahaman tujuan materi yang disampaikan

Tujuan penyampaian materi pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman berbisnis kaligrafi di era digital seperti ini. Berbisnis kaligrafi di era digital ini perlu melakukan pengembangan kreativitas dan juga inovasi produk yang akan ditawarkan, serta pentingnya melakukan digital marketing. Materi yang direncanakan adalah cara membuat *khat* kaligrafi berbagai jenis (*naskhi, tsuluts, kufi dan diwani*). Pemilihan *background* kaligrafi yang cocok sesuai *custom*, cara membuat kaligrafi kontemporer serta digital marketing menggunakan Instagram dan Google Business. Semua materi pelatihan tersebut telah disampaikan kepada peserta dengan baik sesuai alokasi waktu yang telah direncanakan.

3. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Waktu pelaksanaan yang begitu singkat dan peserta pelatihan yang tidak hanya datang dari satu kalangan memungkinkan peserta tidak memahami semua materi yang telah disampaikan. Monitoring dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2021 untuk melihat peningkatan kemampuan peserta pelatihan.



Gambar. 2 Hasil Kaligrafi Santri Al Munjiyah



Gambar 3. Hasil digital marketing menggunakan Instagram

#### 4. Evaluasi pelaksanaan kegiatan

Evaluasi pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan membuat video testimoni kepada sebagian peserta pelatihan yang hasilnya menunjukkan peningkatan kreativitas dari kemampuan mereka dalam seni kaligrafi meningkat. Namun, untuk pemahaman materi digital masih sulit dipahami bagi peserta pelatihan yang berada di tingkat MA maupun MTs.

#### Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dari hasil kegiatan dapat diidentifikasi beberapa faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Berikut beberapa faktor pendukung dan penghambat tersebut:

##### 1. Faktor Pendukung

Dukungan dari pengurus dan bagian tata usaha pondok pesantren KH. Syamsuddin dan pondok pesantren putri Al Munjiyah terhadap diadakannya pelatihan peningkatan kreativitas dan pelatihan digital marketing dalam bisnis kaligrafi ini.

Antusiasme dari peserta yang mengikuti pelatihan peningkatan kreativitas dan pelatihan digital marketing dalam bisnis kaligrafi ini.

Aset kemahiran dan keahlian yang dimiliki santri di bidang seni kaligrafi.

##### 2. Faktor Penghambat

Kendala kedisiplinan waktu pelaksanaan pelatihan dikarenakan tidak seluruh peserta datang tepat pada waktu yang ditentukan sehingga dimulainya kegiatan pelatihan menjadi tidak sesuai dengan rencana kegiatan.

Banyaknya materi yang disampaikan dalam waktu yang singkat sehingga tidak keseluruhan peserta dapat menguasai semua materi yang telah disampaikan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan, antara lain: (1) diadakannya pengabdian masyarakat dengan melalui peningkatan kreativitas santri dalam pembuatan kaligrafi dan pelatihan digital marketing pada bisnis kaligrafi ini dapat meningkatkan kemampuan kemahiran santri di bidang seni kaligrafi dan dapat memanfaatkan kemahiran tersebut tidak hanya selesai sebagai sebuah kebanggaan namun dapat dijadikan bisnis ekonomi yang menguntungkan. (2) peningkatan kemampuan peserta dilakukan dengan memberikan materi peningkatan kreativitas santri dalam membuat karya kaligrafi dan materi digital marketing melalui Instagram dan Google Business, (3) pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan dapat dikatakan 80% berhasil melihat hasil monitoring dan evaluasi terhadap pemahaman peserta dari keseluruhan materi yang telah disampaikan pelaksana pengabdian.

## **REFERENSI**

- Geovanne, F., Thamrin, & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. <http://sulben.ppj.unp.ac.id>.
- Luthfiah. (2021). *Wawancara*. Pengurus Pesantren Al Munjiyah
- Masrifah, A. R., Setyaningrum, H., Susilo, A., & Haryadi, I. (2021). Perancangan Sistem Pengelolaan Limbah Durian Layak Kompos di Agrowisata Kampung Durian Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Noor, Z. Z. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Ridwan, & Surya, C. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Desa Citengah Kabupaten Sumedang. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*.
- Salahuddin, N., & Dkk. (2015). *Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*. LP2M UIN Sunan Ampel.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>