

Model Hybrid Learning untuk Peningkatan Skill Pemasaran Syariah melalui Media Sosial dan Aplikasi Mobile: Studi Empiris pada Pelaku Ekonomi Kreatif

Zuhrinal Nawawi ^{1*}, Ruli Pebrina Br Sitepu ²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : zuhrinawali@uinsu.ac.id ^{1*}, rulipebrina@gmail.com ²

Abstract. This study examines the implementation of a hybrid learning model to enhance sharia marketing skills through social media and mobile applications among creative economy actors. By combining online and face-to-face learning, the model aims to provide flexibility and a comprehensive learning experience aligned with sharia principles such as honesty and business ethics. This literature review analyzes supporting factors, challenges, and the effectiveness of hybrid learning in the context of sharia-based digital marketing. Findings indicate that hybrid learning significantly improves digital competencies and sharia marketing skills, provided there is adequate technological infrastructure, adaptive curriculum, and sufficient mentoring. Social media and mobile applications are proven effective tools for market expansion, yet challenges in technology access and digital literacy must be addressed to fully optimize digital marketing potential in accordance with Islamic values. The study offers strategic recommendations for developing relevant and practical sharia marketing training in the digital era.

Keywords: Creative Economy, Hybrid Learning, Sharia Marketing

Abstrak. Penelitian ini mengkaji implementasi model hybrid learning untuk peningkatan keterampilan pemasaran syariah melalui media sosial dan aplikasi mobile pada pelaku ekonomi kreatif. Dengan menggabungkan pembelajaran daring dan tatap muka, model ini bertujuan memberikan fleksibilitas dan pengalaman belajar yang komprehensif serta sesuai dengan prinsip syariah seperti kejujuran dan etika bisnis. Studi literatur ini menganalisis faktor pendukung, hambatan, dan efektivitas penerapan hybrid learning dalam konteks pemasaran digital berbasis syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa hybrid learning mampu meningkatkan kompetensi digital dan pemasaran syariah secara signifikan, dengan catatan perlunya kesiapan infrastruktur teknologi, kurikulum adaptif, dan pendampingan yang memadai. Media sosial dan aplikasi mobile terbukti sebagai sarana efektif dalam memperluas jangkauan pasar, namun tantangan akses teknologi dan literasi digital masih perlu diatasi agar pelaku ekonomi kreatif dapat memaksimalkan potensi pemasaran digital sesuai nilai-nilai Islam. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan pelatihan pemasaran syariah yang relevan dan aplikatif di era digital.

Kata kunci: Creative Economy, Hybrid Learning, Sharia Marketing.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan pesat ekonomi kreatif di Indonesia membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing produk melalui pemasaran digital. Media sosial dan aplikasi mobile telah menjadi sarana utama yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus membangun komunikasi langsung dengan konsumen. Namun, pelaku ekonomi kreatif yang mengusung nilai-nilai syariah menghadapi tantangan tersendiri dalam menerapkan strategi pemasaran yang tidak hanya efektif, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang mengedepankan kejujuran, keadilan, dan etika bisnis.

Dalam konteks tersebut, model hybrid learning yang memadukan metode pembelajaran daring dan tatap muka muncul sebagai solusi inovatif untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital secara lebih komprehensif dan adaptif. Model ini memungkinkan pengalaman belajar yang fleksibel dan interaktif, sekaligus mengakomodasi berbagai gaya belajar peserta dengan lebih efektif. Penelitian oleh Yuniarti (2010) menunjukkan bahwa hybrid learning dapat meningkatkan partisipasi peserta secara signifikan, sementara Ardianti (2023) menemukan bahwa model ini mampu mendorong kreativitas serta hasil belajar yang lebih baik dibandingkan metode pembelajaran konvensional.

Meski menjanjikan, implementasi hybrid learning tidak lepas dari berbagai kendala, terutama terkait kesiapan infrastruktur teknologi dan keterbatasan akses internet yang sering kali menjadi hambatan utama dalam proses pembelajaran daring (Cahyanti et al., 2024). Selain itu, keterbatasan interaksi sosial secara langsung juga menjadi tantangan yang dapat mempengaruhi efektivitas pembelajaran, terutama dalam pengembangan keterampilan praktis seperti pemasaran (Mafaakhir & Muhlisin, 2024). Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi menyeluruh terhadap faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif dalam menggunakan model hybrid learning.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam implementasi hybrid learning dalam pelatihan pemasaran syariah bagi pelaku ekonomi kreatif, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial dan aplikasi mobile sebagai media pemasaran utama. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi efektivitas model ini dalam meningkatkan kompetensi pemasaran digital berbasis syariah dan menggali persepsi pelaku ekonomi kreatif terhadap metode pembelajaran tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan strategis dalam pengembangan metode pelatihan yang relevan dan aplikatif, serta mendukung penguatan ekonomi kreatif yang berlandaskan nilai-nilai syariah di era digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur untuk menganalisis implementasi model hybrid learning dalam pelatihan pemasaran syariah bagi pelaku ekonomi kreatif. Metode ini dipilih untuk menggali dan mengkaji secara sistematis berbagai sumber akademik, jurnal, artikel, dan laporan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik hybrid learning, pemasaran syariah, serta pemanfaatan media sosial dan aplikasi mobile dalam konteks ekonomi kreatif. Data dan informasi yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan fokus pada identifikasi

pola, faktor pendukung dan penghambat, serta efektivitas penerapan hybrid learning dalam meningkatkan keterampilan pemasaran berbasis syariah.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian literatur di berbagai basis data ilmiah dan perpustakaan digital yang kredibel. Peneliti menyeleksi sumber-sumber yang memenuhi kriteria relevansi dan kualitas dengan menggunakan kata kunci terkait seperti ‐hybrid learning,‐ ‐pemasaran syariah,‐ ‐ekonomi kreatif,‐ ‐media sosial,‐ dan ‐aplikasi mobile.‐ Hasil kajian literatur ini kemudian dirangkum dan dikaji ulang untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai peranan model hybrid learning dalam pengembangan skill pemasaran syariah, serta untuk mengidentifikasi tantangan dan solusi yang relevan dalam penerapannya. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan gambaran teoritis dan empiris yang kuat sebagai dasar pengembangan model pelatihan yang efektif

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Model Hybrid Learning dalam Pelatihan Pemasaran Syariah bagi Pelaku Ekonomi Kreatif

Model hybrid learning atau pembelajaran campuran, yang menggabungkan metode pembelajaran daring dan luring, telah menjadi pendekatan yang semakin relevan dalam pelatihan-pelatihan kontemporer, termasuk dalam konteks pemasaran syariah bagi pelaku ekonomi kreatif. Implementasi model ini bukan hanya menjawab kebutuhan fleksibilitas belajar, tetapi juga memperkuat kualitas pemahaman melalui pengalaman belajar yang lebih kaya.

1. Konsep dan Landasan Hybrid Learning

Hybrid learning menggabungkan kekuatan pembelajaran tatap muka dengan teknologi daring. Dalam konteks pelatihan pemasaran syariah:

- a. Pembelajaran daring digunakan untuk menyampaikan materi teoritis seperti prinsip-prinsip syariah dalam bisnis, etika pemasaran Islam, serta strategi digital marketing berbasis syariah.
- b. Sementara itu, sesi luring dimanfaatkan untuk praktik langsung, diskusi kelompok, studi kasus, serta bimbingan dalam membuat konten promosi yang sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Seperti dijelaskan oleh Syayidah Nur Amaliyah Alfi & Izzah Zulvia Noer (2023), pendekatan hybrid learning memungkinkan integrasi berbagai gaya belajar dan pendekatan pengajaran, sehingga pelatihan menjadi lebih adaptif terhadap kebutuhan peserta.

2. Tahapan Implementasi

Mengacu pada model dari Amica Cahyanti et al. (2024), implementasi hybrid learning melibatkan tiga tahapan utama:

- a. Perencanaan: Menentukan kurikulum pelatihan, platform daring yang akan digunakan (misalnya Google Classroom, Moodle), serta materi yang akan disampaikan secara daring maupun luring.
- b. Pelaksanaan: Proses pembelajaran dilakukan secara sinkron dan asinkron. Pelatihan daring bisa berupa webinar dan video pembelajaran, sedangkan sesi luring mencakup simulasi praktik pemasaran syariah.
- c. Evaluasi: Meliputi penilaian terhadap pemahaman peserta, efektivitas metode pembelajaran, serta dampak pelatihan terhadap praktik nyata peserta dalam kegiatan ekonomi kreatif.

3. Manfaat bagi Pelaku Ekonomi Kreatif

Pelatihan pemasaran syariah berbasis hybrid learning memberikan beberapa keunggulan:

- a. Fleksibilitas waktu dan tempat, sehingga peserta dapat belajar sesuai ritme mereka sendiri.
- b. Peningkatan kreativitas dan kemandirian, karena peserta dituntut untuk aktif mencari referensi dan mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai syariah (Amica Cahyanti et al., 2024).
- c. Keterlibatan yang lebih tinggi, sebagaimana dibuktikan dalam studi oleh Rozmita Dewi Yuniarti (2010), yang menunjukkan bahwa hybrid learning dapat meningkatkan partisipasi dan performa dibanding metode konvensional.

4. Tantangan dan Solusi

Namun, implementasi hybrid learning tidak lepas dari tantangan:

- a. Keterbatasan akses teknologi dan koneksi internet, terutama bagi pelaku ekonomi kreatif di daerah terpencil.
- b. Tingkat literasi digital yang bervariasi, sehingga perlu pendampingan awal bagi peserta yang belum terbiasa dengan teknologi pembelajaran daring.

Untuk mengatasi berbagai tantangan dalam implementasi hybrid learning, terutama bagi pelaku ekonomi kreatif yang belum sepenuhnya terbiasa dengan teknologi digital, diperlukan sejumlah solusi strategis. Salah satu langkah awal yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan pelatihan teknis pendahuluan sebelum program utama dimulai. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan dasar penggunaan platform

pembelajaran daring, sehingga mereka dapat mengikuti proses pelatihan dengan lebih percaya diri dan tanpa hambatan teknis berarti.

Selain itu, pemilihan platform pembelajaran juga harus mempertimbangkan aspek aksesibilitas dan kemudahan penggunaan. Platform yang ringan, tidak membutuhkan koneksi internet tinggi, serta memiliki antarmuka yang sederhana akan lebih ramah bagi peserta dengan keterbatasan teknologi. Tidak kalah penting adalah kehadiran fasilitator atau mentor yang mendampingi selama proses belajar. Peran mereka sangat krusial dalam memberikan bantuan teknis, membimbing pemahaman materi, serta menjaga semangat dan keterlibatan peserta selama pelatihan berlangsung. Dengan penerapan solusi-solusi ini, pelatihan hybrid dalam pemasaran syariah dapat berjalan lebih inklusif dan efektif, serta benar-benar memberdayakan pelaku ekonomi kreatif sesuai dengan kebutuhan mereka.

Implementasi hybrid Learning dalam pelatihan pemasaran syariah menunjukkan potensi besar untuk memberdayakan pelaku ekonomi kreatif, terutama dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka tanpa mengorbankan nilai-nilai Islam. Namun, kesuksesannya sangat bergantung pada kesiapan teknologi, desain kurikulum yang adaptif, serta komitmen fasilitator dan peserta.

Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Penerapan Hybrid Learning untuk Peningkatan Skill Pemasaran Syariah melalui Media Sosial dan Aplikasi Mobile

Penerapan hybrid learning untuk mengembangkan keterampilan pemasaran syariah melalui media sosial dan aplikasi mobile menghadirkan sejumlah faktor pendukung dan penghambat yang perlu diperhatikan agar proses pembelajaran berjalan efektif.

1. Faktor Pendukung

a. Dukungan Teknologi yang Memadai

Ketersediaan infrastruktur teknologi seperti internet, perangkat komputer, dan aplikasi mobile yang mudah diakses sangat membantu kelancaran proses hybrid learning (Syayidah Nur Amaliyah Alfi & Izzah Zulvia Noer, 2023).

b. Kompetensi Pengajar

Pengajar yang memahami konsep hybrid learning dan mampu mengintegrasikan teknologi dengan metode pengajaran secara efektif meningkatkan kualitas pelatihan (Abul Mafaakhir & Muhlisin, 2024).

c. Fleksibilitas Waktu

Hybrid learning memberikan keleluasaan bagi peserta untuk belajar kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan jadwal dan kondisi masing-masing, sehingga mendukung partisipasi aktif (Abul Mafaakhir & Muhlisin, 2024).

d. Popularitas Media Sosial dan Aplikasi Mobile

Media sosial dan aplikasi mobile sudah menjadi alat yang populer dan familiar bagi pelaku ekonomi kreatif, terutama sejak pandemi, sehingga meningkatkan minat dan keterlibatan peserta dalam pelatihan (Kharis Fadlullah Hana et al., 2022).

e. Pendekatan Hybrid Service Learning

Model pembelajaran ini efektif dalam membantu pelaku usaha mikro dan kecil mengadopsi strategi pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip syariah serta meningkatkan keterampilan praktis dan soft skills (R. Ardianti, 2023).

2. Faktor Penghambat

a. Keterbatasan Interaksi Sosial

Pembelajaran daring dalam hybrid learning cenderung mengurangi interaksi tatap muka secara langsung, yang dapat memengaruhi dinamika diskusi dan kolaborasi antar peserta (Abul Mafaakhir & Muhlisin, 2024).

b. Akses Teknologi yang Tidak Merata

Pelaku ekonomi kreatif di wilayah terpencil atau dengan keterbatasan ekonomi sering menghadapi kesulitan akses internet dan perangkat teknologi yang memadai, menghambat partisipasi optimal dalam pelatihan (Abul Mafaakhir & Muhlisin, 2024).

c. Waktu Persiapan dan Evaluasi yang Kompleks

Pelaksanaan hybrid learning membutuhkan waktu persiapan yang cukup lama dan proses evaluasi yang terstruktur, yang bisa menjadi beban bagi penyelenggara pelatihan (Syayidah Nur Amaliyah Alfi & Izzah Zulvia Noer, 2023).

Hybrid learning memiliki potensi besar untuk meningkatkan keterampilan pemasaran syariah dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi mobile. Namun, keberhasilan penerapannya sangat bergantung pada bagaimana faktor pendukung diperkuat dan hambatan-hambatan teknis serta sosial diatasi secara sistematis.

Efektivitas Model Hybrid Learning dalam Meningkatkan Kompetensi Pelaku Ekonomi Kreatif dalam Pemasaran Produk Syariah di Era Digital

Model hybrid learning telah terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi digital di berbagai konteks pendidikan, termasuk dalam pelatihan bagi pelaku ekonomi kreatif yang memasarkan produk secara syariah di era digital. Studi-studi terbaru mengindikasikan berbagai keunggulan sekaligus tantangan yang harus diperhatikan agar model ini dapat memberikan hasil optimal.

1. Temuan Utama Efektivitas Hybrid Learning

a. Peningkatan Kompetensi Digital

Penggunaan hybrid learning dalam pendidikan tinggi, terutama dengan aplikasi kelas virtual, telah berhasil meningkatkan literasi digital peserta (Grahani & Priambudi, 2024). Hal ini sangat relevan untuk pelaku ekonomi kreatif yang membutuhkan keterampilan digital dalam pemasaran produk syariah.

b. Peningkatan Partisipasi dan Prestasi Akademik

Studi di bidang manajemen keuangan menunjukkan bahwa hybrid learning mampu meningkatkan partisipasi siswa dan nilai ujian dibandingkan metode konvensional (Yuniarti, 2010), yang mengindikasikan bahwa model ini dapat memacu motivasi dan hasil belajar peserta.

c. Fleksibilitas dan Peningkatan Pemahaman

Dalam konteks pendidikan Islam, hybrid learning membantu meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta, serta memberikan fleksibilitas belajar yang penting bagi pelaku usaha kreatif dengan jadwal padat (Nurhidayah, 2021).

d. Pengembangan Keterampilan Pemasaran Digital Syariah

Dalam pengembangan ekonomi kreatif di pesantren, model hybrid learning menekankan pada keterampilan pemasaran digital, meskipun keterbatasan dalam jaringan relasi bisnis menjadi hambatan bagi keberlanjutan usaha (Dirawan, 2023).

2. Faktor Penentu Efektivitas

a. Kesiapan Infrastruktur

Keberhasilan hybrid learning sangat bergantung pada kesiapan teknologi dan jaringan internet yang memadai (Nurhidayah, 2021).

b. Dukungan Manajerial dan Pengelolaan

Manajemen pelatihan yang baik dan dukungan dari pihak penyelenggara berperan penting dalam kelancaran proses pembelajaran (Nurhidayah, 2021).

c. Pendampingan dan Networking

Penguatan jejaring bisnis dan pendampingan teknis dapat meningkatkan keberlanjutan penerapan keterampilan pemasaran digital syariah (Dirawan, 2023).

Hybrid learning terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi digital dan pemasaran syariah bagi pelaku ekonomi kreatif di era digital, dengan catatan bahwa keberhasilan implementasi sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur dan manajemen pelatihan yang baik. Pendampingan yang memadai dan penguatan jaringan bisnis juga menjadi kunci agar kompetensi yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Persepsi Pelaku Ekonomi Kreatif terhadap Penggunaan Media Sosial dan Aplikasi Mobile dalam Pemasaran Berbasis Syariah melalui Hybrid Learning

Pelaku ekonomi kreatif di Indonesia semakin menyadari pentingnya peran media sosial dan aplikasi mobile sebagai sarana pemasaran produk, terutama dalam konteks pemasaran berbasis syariah. Berbagai studi terbaru menyoroti bagaimana digital marketing melalui platform seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, dan TikTok memberikan peluang besar bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip ekonomi Islam.

1. Persepsi Positif

a. Media Sosial sebagai Sarana Promosi yang Efektif

Pelaku ekonomi kreatif memandang media sosial sebagai alat penting untuk menjangkau konsumen lebih luas dan membangun komunikasi dua arah yang interaktif (Muhammad Hafid & Arasy Fahrullah, 2023).

b. Peningkatan Kualitas dan Produktivitas

Dengan bantuan strategi digital marketing, seperti pembuatan konten menarik berupa foto dan video, pelaku usaha percaya bahwa media sosial dapat meningkatkan kualitas produk dan produktivitas bisnis mereka (Naflah Azmi Nur Aisyah et al., 2024).

c. Kesadaran akan Prinsip Syariah

Pelaku ekonomi kreatif menunjukkan sikap positif terhadap penerapan pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam, menjaga agar praktik pemasaran tidak melanggar nilai-nilai syariah (Aza Nur Fitriyani Prihatin et al., 2023).

2. Persepsi terkait Hybrid Learning

a. Hybrid Learning sebagai Metode Pembelajaran yang Efisien

Pelaku usaha mengapresiasi fleksibilitas yang diberikan oleh model hybrid learning, yang memungkinkan mereka belajar pemasaran berbasis syariah secara daring maupun luring sesuai kebutuhan dan waktu yang tersedia.

b. Kemudahan Akses dan Pendampingan

Kombinasi pembelajaran tatap muka dan daring membantu mereka memahami materi pemasaran digital dengan lebih baik, sekaligus mendapat bimbingan langsung dari instruktur (Muhammad Hafid & Arasy Fahrullah, 2023).

3. Tantangan yang Dirasakan

a. Kesesuaian Konten dengan Prinsip Syariah

Pelaku usaha merasa penting agar konten pemasaran yang dibuat tidak hanya menarik secara visual, tapi juga harus sesuai dengan etika dan hukum syariah agar tidak menimbulkan keraguan bagi konsumen muslim (Aza Nur Fitriyani Prihatin et al., 2023).

b. Kendala Teknis dan Literasi Digital

Beberapa pelaku ekonomi kreatif masih menghadapi tantangan dalam menguasai teknologi digital secara penuh, terutama dalam mengelola aplikasi mobile dan fitur media sosial yang terus berkembang (Naflah Azmi Nur Aisyah et al., 2024).

Secara umum, pelaku ekonomi kreatif memandang media sosial dan aplikasi mobile sebagai sarana pemasaran berbasis syariah yang sangat potensial, terutama bila dipelajari melalui pendekatan hybrid learning yang fleksibel dan interaktif. Namun, keberhasilan implementasi sangat bergantung pada kemampuan mereka mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam praktik pemasaran digital sekaligus mengatasi kendala teknis yang ada.

4. KESIMPULAN

Model hybrid learning terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam pelatihan pemasaran syariah bagi pelaku ekonomi kreatif dengan memadukan pembelajaran daring dan luring. Pendekatan ini tidak hanya memberikan fleksibilitas waktu dan tempat, tetapi juga meningkatkan kualitas pemahaman dan keterampilan praktis peserta melalui kombinasi materi teoritis dan praktik langsung. Keberhasilan implementasi hybrid learning sangat bergantung pada kesiapan teknologi, kurikulum yang adaptif, serta peran aktif fasilitator dalam membimbing peserta. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses teknologi dan literasi digital yang beragam, dengan solusi strategis seperti pelatihan teknis pendahuluan dan pemilihan platform yang mudah diakses, model ini mampu memberdayakan pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip syariah.

Selain itu, penggunaan media sosial dan aplikasi mobile sebagai sarana pemasaran berbasis syariah mendapatkan respons positif dari pelaku ekonomi kreatif yang menilai media tersebut efektif dalam menjangkau konsumen dan meningkatkan kualitas produk. Pendekatan hybrid learning yang fleksibel dan interaktif membantu mereka memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip pemasaran syariah secara lebih optimal. Namun, keberhasilan

jangka panjang memerlukan penguatan kompetensi digital serta pengawasan agar konten pemasaran tetap sesuai dengan nilai-nilai muamalah Islam. Dengan dukungan teknologi, manajemen pelatihan yang baik, dan pendampingan yang konsisten, hybrid learning berpotensi besar untuk meningkatkan keterampilan pemasaran syariah sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis nilai-nilai Islam di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Amaliyah Alfi, S. N., & Izzah Zulvia Noer. (2023). Bagaimana Model Hybrid Learning Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti Diterapkan? *Ebtida': Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 3(1), 285–295. <Https://Doi.Org/10.33379/Ebtida.V3i1.2771>
- Ardianti, R. (2023). Berdaya Bersama; Pendampingan Marketing Entrepreneurial Bagi Umkm Dengan Metode Hybrid Service Learning. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 3(3), 91–96. <Https://Doi.Org/10.24034/Kreanova.V3i3.5839>
- Cahyanti, A., Adi, B. S., Rusmawan, & Fitriani, E. (2024). Implementasi Hybrid Learning Pada Perkuliahian Ppkn Sd Bagi Mahasiswa Pgsd. *Ludi Litterarri*, 1(1), 30–37. <Https://Doi.Org/10.62872/Y35n0p33>
- Dirawan, G. D. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Pondok Pesantren Syeh Hasan Yamanı Melalui Unit Kewirausahaan Pada Era Digital. *Humano: Jurnal Penelitian*, 14(2), 178–187. <Https://Doi.Org/10.33387/Humano.V14i2.7000>
- Fadlullah Hana, K., Sofiyah, A., & Raunaqa, Y. (2022). Peningkatan Kompetensi Pemasaran Syariah Melalui Pendampingan Kualitas Media Online. *Connection: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20–28. <Https://Doi.Org/10.32505/Connection.V2i1.3824>
- Firsty Oktaria Grahani, & Surya Priambudi. (2024). Model Pembelajaran Hybrid Menggunakan Aplikasi Virtual Class Guna Meningkatkan Literasi Digital Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, 13(2), 154–164. <Https://Doi.Org/10.31571/Saintek.V13i2.8174>
- Hafid, M. A., & Fahrullah, A. (2023). Peran Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Di Eventsurabaya. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 34–46. <Https://Doi.Org/10.30997/Jsei.V9i1.7968>
- Mafaakhir, A., & Muhlisin, M. (2024). Analisis Implementasi Kebijakan Hybrid Learning Pada Program Studi Magister Pendidikan Agama Islam Pascasarjana Uin Gusdur Pekalongan. *Indonesian Research Journal On Education*, 4(2), 531–538. <Https://Doi.Org/10.31004/Irje.V4i2.586>
- Nur Aisyah, N. A., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Adaptasi Digital Marketing Dalam Rangka Mewujudkan Ekonomi Kreatif Umkm Di Kelurahan Penjaringansari. *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 45. <Https://Doi.Org/10.28989/Kacanegara.V7i1.1723>
- Nurhidayah, A. E. (2021). Efektivitas Model Pembelajaran Hybrid Di Pendidikan Islam Pasca

Pandemi Dalam Tinjauan Manajemen Dan Kesiapan Infrastruktur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 88–100. <Https://Doi.Org/10.56145/Jurnalekonomidanbisnis.V1i2.291>

Prihatin, A. N. F., Sukardi, D., & Khairunnisa, H. (2023). Pengembangan Marketing Online Shop Fifau Hijab Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 1–12. <Https://Doi.Org/10.15575/Am.V10i2.27327>

Yuniarti, R. D. (2010). Potensi E-Learning Melalui Sistem Kuliah On-Line Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Di Prodi Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi Fpeb-Upi. *Jurnal Manajerial*, 9(1), 66–77. <Https://Doi.Org/10.17509/Manajerial.V9i1.1215>