

EDUKASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN JIWA ENTREPRENEURSHIP PADA KOMUNITAS GENPRENEUR MUDA DI KAMPUNG TENGAH

Rahmawati¹, Zubaidah Assyifa², Mifta Hasda³, Hairullah Efendi⁴, Rio Panji Saputra⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Bangkinang, Indonesia

Email Korespondensi: rahmawati@universitaspahlawan.ac.id

ABSTRACT

This community service activity is aimed at the Young GenPreneur community as an effort to foster an entrepreneurial spirit through the use of digital marketing. The goal was to determine participants' level of understanding of digital marketing while simultaneously improving their entrepreneurial knowledge and skills. The methods used included counseling, presentations, and interactive discussions. The results of the activity indicate that the program was implemented well and according to plan. Participants experienced an increased understanding of the basic concepts of digital marketing and Islamic business, as well as their ability to utilize social media as a marketing tool. Furthermore, this activity successfully improved participants' practical skills, motivation, and confidence in entrepreneurship. A better understanding of digital marketing strategies also opened up broader market opportunities for participants. This program is expected to foster a sustainable entrepreneurial spirit, encourage business independence, and create a productive and competitive community. Thus, participants can contribute to economic development at the local, national, and international levels.

Keywords: Digital Marketing, Community, Entrepreneurship, Business

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan bagi komunitas GenPreneur Muda sebagai upaya meningkatkan jiwa entrepreneurship melalui pemanfaatan digital marketing. Tujuannya adalah mengetahui tingkat pemahaman peserta tentang digital marketing sekaligus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, presentasi, dan diskusi interaktif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program terlaksana dengan baik dan sesuai rencana. Peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar digital marketing dan bisnis syariah, serta kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Selain itu, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan praktis, motivasi, dan kepercayaan diri peserta dalam berwirausaha. Pemahaman yang lebih baik terhadap strategi pemasaran digital juga membuka peluang pasar yang lebih luas bagi peserta. Program ini diharapkan mampu menumbuhkan jiwa entrepreneurship yang berkelanjutan, mendorong kemandirian usaha, serta menciptakan komunitas yang produktif dan berdaya saing. Dengan demikian, peserta dapat berkontribusi dalam pengembangan ekonomi, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

Kata Kunci: Digital Marketing, Komunitas, Entrepreneurship, Bisnis

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan internet telah membawa perubahan fundamental dalam cara pemasaran dan cara pelaku usaha menjangkau pasar. *Digital marketing* kini menjadi salah satu strategi penting yang digunakan oleh berbagai jenis usaha termasuk UMKM dan pelaku bisnis pemula untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing bisnisnya (Rachmat *et al.*, 2023; Felix *et al.*, 2025).

Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan pemanfaatan media sosial tidak hanya membantu pelaku usaha memperluas pangsa pasar, tetapi juga meningkatkan motivasi dan kesadaran kewirausahaan, sehingga mendorong performa bisnis secara keseluruhan di era digital saat ini (Diana, Rahayu and Zannah, 2023; Pratama *et al.*, 2025).

Digital marketing juga telah terbukti membantu kelompok masyarakat tertentu termasuk pelajar, komunitas usaha, dan pemuda untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang peluang dan tantangan kewirausahaan di era digital (Prabandari, Yulianti and Barinta, 2024; Boediman, 2024). Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif antara pemahaman *digital marketing* dengan kesadaran dan praktek kewirausahaan pada pelaku usaha, yang berkontribusi terhadap peningkatan performa bisnis mereka (Trissetianto and Ali, 2025).

Di tingkat komunitas pelaku usaha, khususnya UMKM, keterbatasan dalam penguasaan strategi pemasaran digital dan jiwa kewirausahaan seringkali menjadi kendala utama dalam mengembangkan usaha (Nuraisyah, Haryono and Lutfiani, 2023). Hasil pengabdian masyarakat mencatat bahwa pelatihan intensif dalam pemasaran digital mampu meningkatkan kemampuan manajerial dan motivasi usaha peserta, termasuk mendorong mereka untuk mulai memanfaatkan *platform digital* dalam kegiatan pemasaran. Hal ini menunjukkan adanya *gap* antara kebutuhan pasar serta kemampuan *digital* dan kewirausahaan masyarakat, yang perlu diatasi melalui edukasi terstruktur dan berkelanjutan (Pratama *et al.*, 2025; Priyanto, Ramadhan and Hastuti, 2025).

Namun, masih terdapat tantangan signifikan terkait tingkat *digital* dan keterampilan pemasaran *digital* di kalangan peserta didik serta anggota masyarakat lainnya. Beberapa studi pengabdian mencatat bahwa rendahnya literasi digital dan keterampilan pemasaran digital menjadi salah satu hambatan utama dalam pemanfaatan peluang kewirausahaan di masyarakat luas (Helmi *et al.*, 2025).

Komunitas Genpreneur Muda Kampung Tengah merupakan kelompok atau jaringan yang dibentuk oleh para generasi muda pelaku usaha kecil maupun yang akan melaksanakan usaha dengan tujuan saling berbagi informasi, pengalaman, dan sumber daya demi mengembangkan usaha masing-masing.

Komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah komunikasi, tetapi juga sebagai *platform* untuk membangun solidaritas, memperluas jaringan, dan memfasilitasi kolaborasi antar anggota, baik dalam hal pemasaran, pengadaan bahan, maupun inovasi produk. Dengan demikian, menjadi salah satu sarana penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kompetensi, memperluas peluang bisnis, dan menghadapi tantangan pasar secara bersama-sama.

Melalui pengabdian ini, diharapkan komunitas Genpreneur Muda memahami lebih baik tentang pemanfaatan *digital marketing* untuk memperluas jangkauan pasar dan ketahanan bisnis. Dengan pemahaman yang lebih baik, diharapkan dapat

diaplikasikan tidak hanya bermanfaat pada pribadi saja, tetapi dapat mencangkup juga pada lini sosial, serta membawa keberkahan serta kemashlahatan dalam kehidupan.

Oleh karena itu, edukasi *digital marketing* tidak hanya perlu difokuskan pada penguasaan alat dan teknik pemasaran digital, tetapi juga pada pembangunan sikap wirausaha dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar serta teknologi, agar potensi peningkatan jiwa *entrepreneurship* dapat terwujud secara nyata dalam praktik usaha masyarakat. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana edukasi *digital marketing* dapat meningkatkan jiwa *entrepreneurship* pada komunitas Genpreneur Muda? dan bagaimana edukasi *digital marketing* dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu dalam mengembangkan usaha komunitas Genpreneur Muda ?

Adapun tujuan kegiatan ini bertujuan untuk pemahaman komunitas Genpreneur Muda memahami *digital marketing* sebagai upaya meningkatkan jiwa *entrepreneurship*. Dan Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan individu tentang pentingnya komunitas Genpreneur Muda memahami *digital marketing* sebagai upaya meningkatkan jiwa *entrepreneurship*.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa pemberian edukasi dan pendampingan kepada Genpreneur Muda melalui beberapa tahapan kegiatan. Tahap pertama dilakukan dengan penyuluhan yang bertujuan memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai pentingnya pengembangan jiwa kewirausahaan, inovasi usaha, serta pemanfaatan peluang bisnis di era digital.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi interaktif yang memungkinkan peserta untuk menyampaikan pertanyaan, berbagi pengalaman, serta mendiskusikan berbagai tantangan yang dihadapi dalam berwirausaha. Selain itu, diberikan pemahaman dan motivasi untuk meningkatkan kemampuan berpikir kreatif, pengambilan keputusan, serta penguatan karakter kewirausahaan yang berkelanjutan.

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kampung Tengah, Desa Salo, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kondisi sosial dan ekonomi masyarakat yang dinilai relevan dengan tujuan kegiatan yang dilaksanakan. Kampung Tengah merupakan bagian dari Desa Salo yang berada di wilayah Kecamatan Salo dan memiliki karakteristik masyarakat yang aktif dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan.

Selain itu, lokasi ini memiliki potensi yang cukup besar untuk mendukung pelaksanaan program pengabdian, baik dari segi partisipasi masyarakat maupun ketersediaan sumber daya lokal. Dengan memahami kondisi lingkungan setempat, kegiatan pengabdian dapat dilaksanakan secara lebih efektif, tepat sasaran, dan berkelanjutan. Desa Salo sendiri merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, dengan jumlah penduduk yang cukup besar dan kondisi masyarakat yang beragam (salo-salo.desa.id).



Gambar 1. Saat Pelaksanaan PKM

Evaluasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya dilakukan satu kali dalam satu semester, sehingga tim pengabdian akan melakukan pengabdian lanjutan dilain waktu, sehingga komunikasi dengan mitra tetap berjalan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam program “Edukasi Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship Pada Genpreneur Muda” berbagai materi penting tentang digital marketing, bisnis syariah dan entrepreneurship disampaikan kepada komunitas Genpreneur Muda. Materi-materi tersebut meliputi :

1. Pemahaman Konsep Dasar Digital Marketing dan Bisnis Syariah

Materi pertama yang disampaikan adalah pengenalan konsep dasar digital marketing dan bisnis syariah. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pengertian digital marketing, bisnis syariah, perbedaannya dengan pemasaran konvensional, serta peran digital marketing dalam mendukung pengembangan usaha.

2. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran

Pada materi kedua, peserta diperkenalkan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook dibahas sebagai platform yang mudah diakses dan relevan dengan kondisi peserta.

3. Pembuatan Konten Digital Sederhana

Materi ketiga berfokus pada pembuatan konten digital sederhana sebagai sarana promosi. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan target pasar. Dalam sesi praktik, peserta dilatih untuk membuat contoh konten promosi sederhana, baik berupa teks, gambar, maupun kombinasi keduanya.

4. Pengenalan Branding dan Identitas Produk

Materi keempat membahas pentingnya branding dan identitas produk dalam pemasaran digital. Peserta diberikan pemahaman bahwa branding tidak hanya

berkaitan dengan logo atau kemasan, tetapi juga mencerminkan nilai, kualitas, dan keunikan produk serta label halal.

5. Evaluasi dan Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Digital

Materi terakhir berkaitan dengan evaluasi sederhana dan strategi pengembangan usaha berbasis digital. Peserta diajak untuk memahami pentingnya mengevaluasi aktivitas pemasaran digital yang telah dilakukan, serta merencanakan langkah pengembangan usaha ke depan.

Materi-materi tersebut disampaikan secara interaktif dan partisipatif, ceramah, diskusi dan praktik langsung. Dengan berbagai pemaparan materi yang disampaikan seperti pengenalan konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten pemasaran sederhana, serta strategi membangun *branding* produk secara digital di harapkan dapat meningkatkan minat entrepreneurship Genpreneur Muda. Sehingga ke depannya menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran digital dan peluang pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital.

Pembahasan

Pengaplikasian “Edukasi *Digital Marketing* Sebagai Upaya Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship Pada Genpreneur Muda” memiliki potensi dan berdampak positif yang signifikan, baik bagi komunitas maupun masyarakat sekitar. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai hasil yang diharapkan dan pembahasan terkait:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman *Digital Marketing*

Hasil yang diharapkan dari kegiatan edukasi digital marketing adalah meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai konsep, fungsi, dan manfaat pemasaran digital serta bisnis syariah. Peserta diharapkan mampu memahami perbedaan antara pemasaran konvensional dan pemasaran digital, serta menyadari peran teknologi dalam mendukung keberhasilan usaha. Peningkatan pemahaman ini menjadi dasar penting dalam membangun pola pikir kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

2. Perubahan Pola Pikir (*Mindset*) Kewirausahaan

Edukasi *digital marketing* diharapkan mampu mendorong perubahan pola pikir peserta dari sekadar pelaku usaha pasif menjadi individu yang inovatif dan berorientasi pada peluang. Melalui pemahaman pemasaran digital, peserta mulai melihat tantangan sebagai peluang bisnis dan lebih berani mengambil risiko dalam mengembangkan usaha. Perubahan *mindset* ini merupakan salah satu indikator tumbuhnya jiwa entrepreneurship.

3. Peningkatan Keterampilan Praktis dalam Pemasaran Digital

Hasil yang diharapkan selanjutnya adalah meningkatnya keterampilan praktis peserta dalam menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran. Peserta diharapkan mampu mengelola media sosial, membuat konten promosi sederhana, serta memanfaatkan *platform digital* untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Keterampilan ini memberikan bekal nyata bagi peserta untuk menerapkan digital marketing secara langsung dalam kegiatan usaha.

4. Meningkatnya Motivasi dan Kepercayaan Diri dalam Berwirausaha

Melalui edukasi dan praktik digital marketing, peserta diharapkan mengalami peningkatan motivasi dan kepercayaan diri dalam menjalankan maupun merintis

usaha. Pemahaman bahwa pemasaran digital dapat dilakukan dengan modal yang relatif rendah mendorong peserta untuk lebih berani memulai usaha. Kepercayaan diri ini menjadi faktor penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang mandiri dan berkelanjutan.

5. Terbukanya Peluang Pengembangan dan Perluasan Pasar

Hasil yang diharapkan dari edukasi digital marketing adalah terbukanya peluang pasar yang lebih luas bagi peserta. Dengan memanfaatkan media digital, peserta tidak lagi terbatas pada pasar lokal, tetapi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Kondisi ini mendorong peserta untuk berpikir strategis dalam mengembangkan usaha serta meningkatkan daya saing produk di era digital.

6. Tumbuhnya Jiwa *Entrepreneurship* yang Berkelanjutan

Secara keseluruhan, edukasi digital marketing diharapkan mampu menumbuhkan jiwa entrepreneurship yang berkelanjutan pada peserta. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga sikap kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, dan kemandirian. Jiwa entrepreneurship yang tumbuh diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang, baik bagi peningkatan ekonomi individu maupun bagi pembangunan ekonomi masyarakat secara umum.



Gambar 2. Kegiatan PKM

Pembahasan mengenai hasil program ini melibatkan evaluasi terhadap pelaksanaan program, hasil tersebut akan menjadi dasar untuk pengembangan program di masa mendatang. Evaluasi dapat dilakukan melalui survei, wawancara, dan observasi terhadap peserta program. Dengan demikian, program “Edukasi Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Jiwa Entrepreneurship Pada Genpreneur Muda” diharapkan mampu meningkatkan jiwa *entrepreneurship* yang berkelanjutan pada peserta dan mendorong peserta untuk mengembangkan usaha serta meningkatkan daya saing produk di era digital.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun, hasil dari pengabdian ini disimpulkan bahwa: Komunitas Genpreneur Muda mengalami peningkatan pemahaman, meningkatkan jiwa *entrepreneurship*, keterampilan praktis,

meningkatnya motivasi dan kepercayaan diri dalam berwirausaha serta terbukanya peluang pasar yang lebih luas bagi peserta. Melalui materi-materi yang disampaikan, komunitas dapat memahami konsep dasar *digital marketing* dan bisnis syariah, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, diharapkan mampu menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* yang berkelanjutan serta terbukanya peluang pasar yang lebih luas bagi peserta. Dengan demikian, program ini dapat menciptakan komunitas maupun masyarakat yang memiliki jiwa *entrepreneurship*, memiliki pangsa pasar yang luas, menjadikan *entrepreneurship* yang mandiri dan dapat berkontribusi serta membangun perekonomian baik itu tingkat nasional maupun tingkat internasional.

Adapun saran dari kegiatan pengabdian ini adalah: 1) Perlunya penguatan dalam materi-materi yang disampaikan agar lebih mendalam dan aplikatif. Variasi metode yang kreatif dan interaktif juga perlu diterapkan. 2) Perlunya penyediaan sumber daya yang memadai, baik dari segi tenaga pengajar, fasilitas, maupun dana untuk mendukung pelaksanaan program ini dengan baik. dan 3) Perlunya evaluasi dan monitoring yang berkelanjutan terhadap pelaksanaan program ini.

REFEERENSI

- Boediman, E. (2024) 'Peran Komunikasi Digital dalam Kewirausahaan dan Kepemimpinan Pemuda: Tantangan dan Peluang di Era Transformasi Digital', *Jurnal Pemuda Indonesia*, 1(1).
- Diana, Y., Rahayu, S. and Zannah, A. (2023) 'Pengaruh pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di desa Kelambir Lima', *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), pp. 1-14.
- Felix, A. et al. (2025) 'Literasi digital dan kewirausahaan: Mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan bisnis digital', *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 9(1).
- Helmi, S. et al. (2025) 'Digital literacy model to improve the marketing skills of MSME women with a community-based educational approach', *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 9(1), pp. 313-322.
- Nuraisyah, N., Haryono, D. and Lutfiani, L. (2023) 'Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula)', *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 2(2), pp. 63-78.
- Prabandari, S.P., Yulianti, I. and Barinta, D.D. (2024) 'Pengembangan Potensi Lokal: Pemberdayaan Karang Taruna Kawasan Tlogomas melalui Pembuatan Produk Olahan Kriya dan Optimasi Pemasaran Digital', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1.1), pp. 112-120.
- Pratama, Y.H.C. et al. (2025) 'Strengthening entrepreneurial management and digital marketing capabilities of MSMEs through social media optimization training', *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 10(3).
- Priyanto, R., Ramadhan, Y. and Hastuti, E.I. (2025) 'Peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan manajemen bisnis dan digital marketing', *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(2), pp. 114-122.
- Rachmat, Z. et al. (2023) 'Digital marketing dan E-commerce', *Padang: Global Eksekutif*

Teknologi [Preprint].
Trissetianto, A.C. and Ali, H. (2025) 'Peran Pendidikan dalam Mendorong Kewirausahaan di Kalangan Generasi Muda', *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 3(1), pp. 1-8.