



Pelatihan Kewirausahaan Berbasis *Digital Marketing*

***Detty Agustin Riscal, Sri Sahbany**

Program Studi Akutansi Sektor Publik, Politeknik Medica Farma Husada Mataram. Jl. Medica Farma No.1 Lingkungan Batu Ringgit Selatan, Tanjung Karang, Sekarbela, Mataram, NTB, Indonesia, 83116

*Corresponding Author e-mail: dettyriscal1@gmail.com

Diterima: April 2023; Revisi: April 2023; Diterbitkan: Mei 2023

Abstrak: Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pada peserta tentang kewirausahaan berbasis *digital marketing*. Rumusan masalah yang dihadapai kurangnya pengetahuan dan keterampilan peserta tentang kewirausahaan berbasis *digital marketing* dan Metode pelaksanaan yang diberikan yaitu memberikan materi/ceramah tentang penguatan jiwa berwirausaha berbasis *digital marketing* setelah itu pelatihan, diskusi dan praktik memulai usaha *online*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama dua hari, tanggal 31 Maret-1 April 2023. Peserta pada kegiatan ini adalah peserta BLK komunitas LAZ DASI NTB dengan jumlah 12 orang. Lokasi pengabdian berada di Desa Sesaot, Kecamatan Narmada, Lombok Barat. Program pengabdian masyarakat mengacu kepada permasalahan yang ada di lapangan yaitu masih minimnya pemahaman tentang motivasi jiwa kewirausahaan pada golongan usia produktif, dalam hal ini peserta BLK LAZ DASI NTB. Simpulan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan wirausaha berbasis *digital marketing* sebesar 47,51%. Dengan meningkatnya pengetahuan dan keterampilan tersebut diharapkan peserta pelatihan dapat lebih percaya diri dalam memulai dan mengembangkan kreativitasnya dalam usaha online.

Kata Kunci: Kewirausahaan, *Digital, Marketing*

Digital Marketing-based Entrepreneurship Training

Abstract: This community service seeks to offer participants knowledge and skills concerning digital marketing-based entrepreneurship. The formulation of the problem was the participants' lack of knowledge and skills in digital marketing-based entrepreneurship, and the implementation method provided was to provide material and lectures on strengthening the spirit of digital marketing-based entrepreneurship, followed by training, discussion, and practice in starting an online business. This community service project will last two days, from March 31 to April 1, 2023. A total of 12 members from the LAZ DASI NTB community (BLK) participated in this activity. The service is provided in Sesaot Village, Narmada District, and West Lombok. The community service program addresses issues in the field, specifically a lack of awareness of the motivation of entrepreneurial spirit in the productive age group, in this case BLK LAZ DASI NTB participants. This community service activity has resulted in a 47.51% improvement in the knowledge and abilities of digital marketing-based entrepreneurs. Trainees might be more confident in starting and growing their creativity, especially in online enterprises, as their knowledge and skills improve.

Keywords: *Digital, Marketing, Strategy*

How to Cite: Riscal, D. A., & Sahbany, S. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing . Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service), 5(2), 335-346. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.1169>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.1169>

Copyright©2023, Riscal & Sahbani
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu penggerak ekonomi. Dengan adanya kewirausahaan dapat membuka lapangan pekerjaan, menyerap

tenaga kerja, mengasah kemandirian dan kreativitas masyarakat, serta meningkatkan daya saing sehingga diharapkan kesejahteraan masyarakat dapat meningkat (Anggraini et al., 2021). Namun, dengan terbatasnya informasi, kemauan, kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat sehingga menjadi tantangan tersendiri dalam mewujudkan hal tersebut, terlebih di era *digital* seperti sekarang ini. Keterampilan *digital* menjadi sangat penting dimiliki oleh pelaku usaha. Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan internet, maka peluang usaha dengan memanfaatkan *digital marketing* menjadi semakin besar. *Digital marketing* mampu menjangkau masyarakat di manapun mereka berada tanpa terhalang geografis ataupun waktu (Hartana, 2022).

Digital marketing menjadi salah satu cara yang terbaik untuk mempromosikan produk dan layanan secara efektif dan efisien. Kewirausahaan berbasis *digital marketing* menjadi topik yang semakin menarik pada era *digital*. Berbagai sektor dan industri mulai mengaplikasikan teknologi *digital* untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitasnya. Hal ini juga berlaku untuk sektor pelatihan dan pengembangan tenaga kerja, dimana badan pelatihan tenaga kerja (BLK) sebagai salah satu institusi yang bertanggung jawab dalam pengembangan keterampilan tenaga kerja, harus mengikuti perkembangan teknologi *digital* agar dapat menjaga efektivitas program pelatihan mereka. Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan adalah suatu bentuk pengembangan SDM yang diarahkan bukan hanya sekedar memperoleh pengetahuan saja (kognitif), namun juga diharapkan adanya perubahan terhadap keterampilan yang dimiliki (psikomotor) yang patut dimiliki dan diberikan kepada setiap manusia agar mereka dapat berwirausaha, sehingga sejahtera baik dalam kehidupannya sendiri maupun keluarganya melalui pengalaman yang dimilikinya (Mulyadi et al., 2022)

Balai Latihan Kerja (BLK) Komunitas LAZ DASI NTB menjadi salah satu harapan masyarakat sebagai tempat menambah ilmu dan berbagai keterampilan. Menurut data BPS NTB Tingkat Pengangguran Terbuka di Kabupaten Lombok Barat sendiri mengalami peningkatan dari 3,32% (2021) menjadi 4,16% (2022). Masyarakat dituntut untuk selalu produktif dan menjadi pencipta lapangan pekerjaan untuk mengurangi pengangguran. Upaya mendorong tumbuhnya intensi kewirausahaan menjadi sangat penting dalam pembangunan ekonomi (Khamimah, 2021). Untuk menyerap kelebihan tenaga kerja, maka sangat dibutuhkan jiwa kewirausahaan untuk membentuk usaha-usaha baru. Apalagi beberapa tahun terakhir telah terjadi pandemik *Covid-19* yang sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat. Diharapkan adanya BLK tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat yang kehilangan pekerjaan. Peserta BLK termasuk golongan usia produktif yang tidak memiliki pekerjaan tetap. Diusia muda sebagian dari mereka belum memiliki kemauan, kemampuan dan keberanian untuk menggunakan teknologi *digital* dalam memulai usaha (Nugraha et al., 2022). Terutama dalam pemanfaatan sosial media. Sebagian mereka telah memiliki laptop dan seluruhnya memiliki *handphone*, namun belum dimanfaatkan untuk memulai usaha *online*. Pada praktiknya tidaklah mudah untuk memulai suatu usaha. Rasa takut akan kegagalan dan kerugian yang akan dihadapi

terutama bagi anak muda yang membuat mereka ragu untuk memulai usaha.

(Nugraha et al., 2022), masih minimnya pemahaman tentang motivasi jiwa kewirausahaan di kalangan usia produktif, dalam hal ini mahasiswa. Dengan menggunakan metode ceramah, hasil dari penelitian tersebut bisa memperkuat jiwa kewirausahaan dan mahasiswa dapat memanfaatkan penggunaan media sosial untuk membuka usaha dan merintis usaha. Sedangkan menurut artikel (Mulyadi et al., 2022), anggota Karang Taruna Indonesia (KTI) masih kurang memanfaatkan teknologi berbasis *digital*. Dengan hasil adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan berbasis *digital*, bertambahnya keyakinan dan keberanian para peserta untuk mandiri dan mengembangkan kreativitasnya, khususnya dalam usaha *online*. (Santoso et al., 2020), Pemuda Karang Taruna Permata Alam merupakan pelaku-pelaku usaha yang masih merintis atau baru memulai usahanya. Dengan pengetahuan yang minim. Sehingga karang taruna ini tidak mampu memanfaatkan keunggulan yang dimiliki oleh teknologi. Dari beberapa artikel di atas sebagai dasar bahwa para generasi muda saat ini kurang memanfaatkan sosial media secara maksimal. Era *digital* saat ini masih digunakan untuk mengakses hiburan semata. Padahal apabila mereka tahu ilmunya dan berani mencoba dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan penghasilan diusia muda (Generasi Z).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir, dibesarkan, dan tumbuh dalam lingkungan *digital*. Suatu generasi yang tidak lepas dari *gadget* dan berinteraksi sosial di dunia maya. Dimanapun dan kapanpun mereka akan tetap *online*. *Gadget* saat ini bagaikan dua sisi mata uang, di satu sisi dengan adanya pemanfaat *gadget* setiap orang dapat mengakses berbagai informasi dari berbagai belahan dunia, namun disisi lain dapat membuat orang ketagihan dengan berbagai hiburan yang ditawarkan, terutama dengan adanya sosial media. Entah berapa lama waktu yang bisa dihabiskan dalam bermain sosial media. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh tim pelaksana, permasalahan dihadapi peserta BLK adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan para peserta akan kewirausahaan berbasis *digital marketing*.

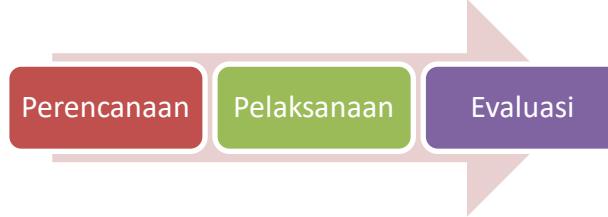
Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan berbasis *digital marketing*.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama dua hari, tanggal 31 Maret -1 April 2023. Peserta pada kegiatan ini adalah peserta BLK komunitas LAZ DASI NTB dengan jumlah 12 orang. Lokasi pengabdian berada di Desa Sesaot, Kecamatan Narmada, Lombok Barat.

Metode pelaksanaan dalam program pengabdian masyarakat mengacu kepada permasalahan yang ada di lapangan yaitu masih minimnya pemahaman tentang motivasi jiwa kewirausahaan pada golongan usia produktif, dalam hal ini peserta BLK LAZ DASI NTB. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan menggunakan pendekatan “andragogi”, yaitu mengutamakan partisipasi dari peserta. Materi disajikan sebagai penguatan, sedangkan porsi yang lebih besar diberikan dalam

bentuk pelatihan, diskusi, simulasi dan/atau praktik. Strategi penyampaian materi dilakukan dengan : Ceramah, Diskusi, Latihan, dan Praktik serta pendampingan *monitoring* (Mulyadi, Hari et al., 2002).



Gambar 1. Tahapan Proses Pengabdian

1. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan untuk mempersiapkan materi apa saja yang akan disampaikan untuk mempermudah penyampaian informasi, menentukan jadwal kegiatan pengabdian agar peserta siap menerima dan pendamping melakukan pengabdian. Tema yang akan disampaikan pada pelatihan ini adalah “Kewirausahaan berbasis *Digital Marketing*”.

2. Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang diberikan yaitu memberikan materi/ceramah tentang penguatan jiwa berwirausaha berbasis *digital marketing* setelah itu pelatihan, diskusi dan praktik memulai usaha online. Metode ceramah dilakukan untuk menyampaikan materi secara teori tentang kewirausahaan, *digital marketing* dan usaha *online*. Diskusi dilakukan untuk membicarakan topik materi dengan narasumber dan peserta lainnya. Metode latihan dan praktik, digunakan secara langsung untuk mempraktikkan mencoba membuat usaha *online*. Setelah selesai mengikuti kegiatan pelatihan ini, selanjutnya dilakukan pendampingan dan *monitoring* usaha peserta.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai hasil dari pendampingan yang dilakukan pada peserta BLK. Apakah peserta BLK sudah paham dengan materi yang disampaikan dan dapat mempraktikkan membuat konten kreatif pada usaha baru yang telah mereka buat. Evaluasi diri dilakukan dengan *pre-test* dan *post-test* pada peserta. Berisikan 10 item pertanyaan yang berkaitan dengan materi yang diberikan oleh pendamping.

HASIL DAN DISKUSI

Pengabdian dilakukan selama 2 hari pada tanggal 31 maret-1 april dan dilaksanakan di ruang kelas BLK LAZ DASI di desa Sesaot pukul 10.00-12.00.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian

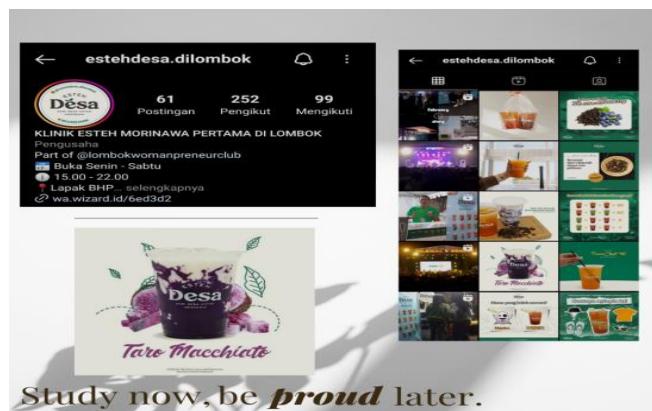
Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat pada kegiatan ini adalah ceramah, diskusi, dan konsultasi terkait dengan materi yang diberikan. Ceramah dilakukan oleh narasumber untuk memberikan materi pendampingan. Setelah ceramah, narasumber dan para peserta melakukan diskusi dan tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan oleh narasumber. Sosialisasi dan persiapan kepada peserta pelatihan berupa pemaparan materi terkait dengan apa itu kewirausahaan, apa itu *digital marketing* serta apa yang dimaksud dengan kewirausahaan berbasis *digital marketing*. Selain itu pelatihan ini juga menyampaikan bagaimana menggunakan fasilitas *digital* dan memanfaatkan perkembangan teknologi agar dapat melakukan pemasaran terhadap usaha kita secara meluas. Adapun pembicara yang mengisi sesi ini adalah Ibu Detty Agustin Riscal, S.E.,M.M.



Gambar 3. Materi Pengabdian

Tujuan pengabdian ini adalah untuk memperkenalkan dan memotivasi generasi muda untuk memanfaatkan *gadget* mereka agar dapat menghasilkan penghasilan. Maka materi yang dibawakan adalah materi awal sebagai perkenalan tentang kewirausahaan. Bagaimana mengenali diri mereka sendiri sebagai milenial dan menggali potensi mereka. Mengenali berbagai penghambat yang perlu diatasi milenial, agar tidak takut memulai suatu hal yang baru Memberikan solusi dan cara agar generasi muda mulai sadar dan merasa percaya diri untuk mulai mencoba usaha online. Melakukan usaha online sedari dulu merupakan suatu keunggulan untuk banyak belajar dan mencoba agar kedepannya mereka siap untuk menjadi wirausaha handal.

Simulasi praktik penggunaan teknologi *digital* merupakan kegiatan berikutnya yang dilakukan peserta setelah materi disampaikan. Media yang digunakan dalam pelatihan ini adalah media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, dan *tiktok*. Dalam praktik ini peserta aktif mengikuti pelatihan sehingga ada *feedback* dari peserta. Selain itu dalam sesi ini juga diberikan materi seperti konten kreatif, cara mengiklankan dengan tepat sasaran dan membuat promosi dengan cara *story telling* atas produk dan jasa. Adapun pembicara yang mengisi sesi ini adalah Ibu Sri Sahbany, S.E.,M.M.



Gambar 4. Contoh Usaha Online dengan pengaplikasian ide kreatif

Materi ini berhubungan dengan konten kreatif, yang cocok untuk membawakan materi ini adalah Ibu Sri. Beliau memberikan materi cara memanfaatkan sosial media untuk membuat konten yang menarik untuk usaha. Tahap awal adalah memilih bidang usaha mana yang digemari oleh peserta pengabdian, agar memulai usaha dapat dilakukan dengan menyenangkan dan tidak menjadi beban, dan apabila terjadi masalah, mereka bisa berjuang untuk mempertahankan usaha mereka dan tidak menyerah. Tahap berikutnya adalah cara membuat konten kreatif. Untuk memperkenalkan usaha kita pada pasar maka kita harus bisa membuat iklan yang semenarik mungkin. Dengan iklan yang menarik maka calon konsumen akan tertarik.

3. Evaluasi



Gambar 5. Diskusi dengan peserta BLK

Evaluasi dilakukan setelah pendampingan. Para pendamping melihat apakah peserta mengalami kemajuan dalam pemahaman dan pengetahuan terhadap materi yang diberikan dan pendampingan yang dilakukan. Diskusi dengan peserta juga dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peserta dapat menerima dan menyerap materi yang diberikan, serta dapat melihat kesulitan-kesulitan seperti apa yang dihadapi peserta pada saat proses kegiatan.

Pre-Test

Sebelum melaksanakan pelatihan diberikan 10 item pertanyaan tentang kewirausahaan berbasis *digital marketing*, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil *Pre-Test*

No.	Pertanyaan	Tingkat Pemahaman (%)			
		4	3	2	1
1	Apa itu <i>digital marketing</i> dan mengapa penting dalam kewirausahaan saat ini?	0	41.67	33.33	25
2	Apa perbedaan antara <i>digital marketing</i> dan pemasaran tradisional?	0	25	41.67	33.33
3	Bagaimana cara mengukur keberhasilan suatu promosi pada <i>digital marketing</i> ?	0	8.33	58.33	33.33
4	Apa saja platform digital yang dapat digunakan dalam <i>digital marketing</i> ? Dan bagaimana memilih bisnis yang tepat dalam usaha anda?	0	8.33	41.67	50
5	Bagaimana cara menciptakan konten yang menarik pada <i>digital marketing</i> ?	0	16.67	66.67	16.67
6	Bagaimana cara menggunakan analisis data untuk meningkatkan efektivitas <i>digital marketing</i> ?	0	0	25	75
7	Apa saja strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui <i>digital marketing</i> ?	0	58.33	33.33	8.33
8	Bagaimana cara mengembangkan rencana pemasaran digital yang efektif untuk usaha anda?	0	16.67	50	33.33
9	Apa saja tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi dalam menggunakan <i>digital marketing</i> dan bagaimana cara mengatasinya?	0	33.33	58.33	8.33
10	Bagaimana <i>digital marketing</i> dapat membantu usaha kecil dan menengah untuk bersaing dengan usaha besar?	0	33.33	41.67	25

Post-Test

Setelah melakukan pelatihan maka dilaksanakan *post-test* kepada peserta BLK untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta setelah dilakukan kegiatan.

Tabel 2. Hasil *Post-Test*

No.	Pertanyaan	Tingkat Pemahaman (%)			
		4	3	2	1
1	Apa itu <i>digital marketing</i> dan mengapa penting dalam kewirausahaan saat ini?	16.67	66.67	16.67	0

2	Apa perbedaan antara <i>digital marketing</i> dan pemasaran tradisional?	16.67	58.33	25	0
3	Bagaimana cara mengukur keberhasilan suatu promosi pada <i>digital marketing</i> ?	25	41.67	33.33	0
4	Apa saja platform digital yang dapat digunakan dalam <i>digital marketing</i> ? Dan bagaimana memilih bisnis yang tepat dalam usaha anda?	33.33	41.67	25	0
5	Bagaimana cara menciptakan konten yang menarik pada <i>digital marketing</i> ?	0	50	50	0
6	Bagaimana cara menggunakan analisis data untuk meningkatkan efektivitas <i>digital marketing</i> ?	16.67	66.67	16.67	0
7	Apa saja strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui <i>digital marketing</i> ?	25	58.33	16.67	0
8	Bagaimana cara mengembangkan rencana pemasaran digital yang efektif untuk usaha anda?	0	66.67	33.33	0
9	Apa saja tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi dalam menggunakan <i>digital marketing</i> dan bagaimana cara mengatasinya?	8.33	50	41.67	0
10	Bagaimana <i>digital marketing</i> dapat membantu usaha kecil dan menengah untuk bersaing dengan usaha besar?	8.33	66.67	25	0

Analisis Data

Tabel 3. Statistika Deskriptif Hasil Evaluasi

Statistik	Pre-test	Post-test
N	12	12
Mean	2.01	2.86
Std. Deviation	0.74	0.64
Minimum	1	1
Maximum	4	4

Tabel 4. Tabel Rata-rata Hasil Evaluasi

No.	Evaluasi	Rata-rata (%)			
		Sangat Paham	Paham	Kurang Paham	Tidak Paham

1	<i>Pre-Test</i>	0	24.16	45	30.83
2	<i>Post-Test</i>	15	56.67	28.33	0
3	Perbedaan	15	32.51	-16.67	-30.83

Setelah beberapa rangkaian kegiatan berakhir, diskusi hasil yang dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah: Adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta tentang kewirausahaan berbasis *digital marketing* sebesar 47,51%. Meningkatnya pengetahuan dan keteramplan dapat menambah keberanian peserta untuk mandiri dan mengembangkan kemampuan dan kreativitas, khususnya dalam membuat usaha *online*.

Jika dilihat dari sisi hasil analisis pada saat pelaksanaan pengabdian, peserta memiliki potensi untuk menjadi wirausaha berbasis *digital*, karena pada hakekatnya mereka sudah terbiasa menggunakan *handphone* dan laptop, tetapi hanya untuk kebutuhan yang lain, salah satunya bermain sosial media. Oleh karena itu peserta perlu diberi bimbingan dan diarahkan *mindsetnya* agar penggunaan sosial media diarahkan pada kegiatan usaha. Dengan bermodal kreatifitas dan keberanian dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru (Kumala et al., 2022)

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, terbukti dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam *marketing* berbasis *digital*. Hal tersebut cukup menjanjikan untuk meningkatkan kesejahteraan peserta khususnya dapat memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Dengan memaksimalkan internet maka pelaku usaha tidak akan mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi untuk mendukung aktifitas usahanya (Friadi et al., 2022). Kondisi ini menyebabkan *trend digital marketing* semakin diminati oleh pelaku usaha (Supriati et al., 2022). Waktu dan teknologi adalah dua hal yang sangat berpengaruh dengan kelangsungan suatu usaha, maka jalan yang ditempuh adalah dengan mengoptimalkan strategi *marketing* (Fachrurrozie et al., 2021). Implementasi teknologi *digital* telah memengaruhi semua aspek kegiatan usaha, termasuk *marketing*. *Marketing* berbasis *digital* digunakan untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan cepat, membangun koneksi dengan mereka, promosi merek usaha, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan sehingga akhirnya dapat meningkatkan keuntungan (Prananjaya et al., 2022).

Hasil pengabdian yang sama telah dilakukan oleh (Anggraini et al., 2021) dengan pelaku usaha muda pemula, (Mulyadi et al., 2022) dan (Santoso et al., 2020) dengan anggota karang taruna, (Nugraha et al., 2022), (Adri et al., 2019), (Brata & Nurnida, 2021) dan (Hafidawati et al., 2023) yang melakukan pengabdian pada mahasiswa, (Siagian et al., 2020) dan (Kumala et al., 2022) siswa SMK merupakan sasaran pengabdian dari dua penulis tersebut, dan (Fachrurrozie et al., 2021) melakukan pengabdian pada santri. Dari semua pengabdian di atas, semua melakukan pengabdian pada peserta usia produktif yaitu usia muda, yang memang belum memiliki pengetahuan, kemauan dan kemampuan lebih untuk memanfaat era *digital* saat ini untuk dapat menghasilkan penghasilan. Dari pengabdian di atas, masalah dilakukannya pengabdian hampir mirip yaitu kurangnya pengetahuan para peserta muda akan kewirausahaan berbasis *digital marketing* sehingga

kepercayaan diri peserta untuk berani mencoba mengembangkan kreativitas terutama usaha *online*. Hasilnya pun positif, setelah melakukan pengabdian, para generasi muda tersebut, mulai *aware* akan pemanfaatan *digital marketing*. Sosial media yang selama ini mereka gunakan hanya untuk hiburan semata, dapat dimanfaatkan untuk dapat memberikan penghasilan melalui terjun membuka usaha *online*.

Kendala-kendala yang dihadapi pada saat melakukan kegiatan pengabdian adalah 1) peserta pelatihan di BLK memiliki berbagai macam background pendidikan, lingkungan, usia dan latar belakang, jadi proses penerimaan informasi juga berbeda. Ada yang gampang mencerna materi adapula yang agak sedikit lama memprosesnya, 2) dalam proses diskusi juga ada yang langsung dengan mudah menyampaikan ide kreatifnya, ada yang masih mencari ide usaha apa yang mereka ingin lakukan, 3) pada proses pelatihan atau praktik pembuatan sosial media dan konten kreatif ada yang cepet mendapat inspirasi ada yang lambat. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut maka sebagai pendamping peserta, diberikan perhatian khusus kepada peserta yang dirasa kurang agar tidak semakin tertinggal dengan peserta yang lain.

KESIMPULAN

Simpulan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah peserta mendapat ilmu pengetahuan baru tentang pemanfaatan *digital marketing*. Sosial media bukan hanya digunakan untuk bersosialisasi dengan orang lain dan menjadi wadah hiburan semata, namun dapat dimanfaatkan untuk mengasah keterampilan baru. Dengan adanya pengabdian tersebut membantu para generasi muda untuk lebih kreatif dan berani mencoba sesuatu yang baru. Menyalurkan hobi mereka sekaligus dapat menjadi sumber penghasilan. Usaha online dapat dengan mudah digunakan oleh para generasi muda yang sudah melek teknologi. Jika dari muda mereka sudah belajar wirausaha maka ilmu dan keterampilan yang mereka miliki tersebut dapat dijadikan sebagai modal utama untuk usaha mereka kedepannya.

REKOMENDASI

Setelah pengabdian ini, disarankan kepada masyarakat khususnya para generasi muda dan produktif untuk mengikuti berbagai pelatihan dengan tujuan menambah ilmu pengetahuan dan keterampilan agar memiliki modal untuk membuka usaha sendiri. Dari hasil pengabdian, tiap peserta telah memiliki modal dasar dalam usaha online dan cara-cara menuangkan ide kreatif untuk mempromosikan usaha mereka pada sosial media. Diharapkan peserta terus konsisten dalam membuat konten dan mempromosikan usaha mereka, kerena dunia usaha memiliki banyak tantangannya.

ACKNOWLEDGMENT

Keseluruhan rencana kegiatan di atas dapat berjalan dengan baik atas dukungan semua pihak yaitu Balai Latihan Kerja (BLK) Komunitas LAZ DASI NTB, peserta BLK, dan para pendamping pengabdian.

REFERENCES

- Adri, M., Hanesman, Sriwahyuni, T., & Almasri. (2019). Digital Marketing sebagai Metoda Alternatif Wirausaha bagi Mahasiswa Di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*, 12.
- Anggraini, yanti, Mutia, R., Hadiyana, R., & Subali, D. (2021). Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital Dan Penggunaan Bahasa Inggris Untuk Pelaku Usaha Pemul. *BEMAS: JURNAL BERMASYARAKAT*, 2, 35–42.
- Brata, mohd, & Nurnida, I. (2021). Pengaruh Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Program Studi Administrasi Bisnis Universitas TELKOM. *E-Proceeding of Management*, 8, 3685.
- Fachrurrozie, Mukhibad, H., Nurkhin, A., Hobar, A., & Sari, P. (2021). Peningkatan Literasi Bisnis Digital dan Literasi Keuangan bagi Santripreneur di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Jurnal Implementasi*, 1, 41–47.
- Friadi, J., Agestira, D., Rumayar, M., & Dewiwin, N. (2022). Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Barelang (JPB)*, 4, 71–77.
- Hafidawati, Yenie, E., Zahrina, I., Johan, V., Eriyati, Irfandy, B., & Islamy, M. (2023). Pelatihan Digital Marketing, Branding dan Pemasaran Online Berbasis Marketplace dan Sosial Media bagi Pengembangan Usaha Sagu Licious Unit Kewirausahaan Mahasiswa. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 4, 52–60. <https://doi.org/10.25105/juara.v4i1.16155>
- Hartana. (2022). Pengembangan UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Teknologi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganeshha FHIS*, 2, 50–64.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4, 228–240. <https://doi.org/10.32493>
- Kumala, D., Hasan, S., Mardius, T., Sari, P., Toyib, M., & Supriatal. (2022). Pelatihan Digital Marketing Pada Unit Produksi Di SMK Bina Mandiri Digital Marketing Training In Production Units At SMK Bina Mandiri. *JAMIN: Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Pemerintahan*, 1, 53–63.
- Mulyadi, H., Waspada, I., Ramdhany, M., & Lubis, A. (2022). Mengembangkan Digital Preneur Dikalangan Pengurus dan Anggota Karang Taruna Indonesia Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital dan Literasi Keuangan. *JURNAL PASCA DHARMA PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3, 84–88.
- Nugraha, M., Armawati, Jusriadi, & Rasyid, A. (2022). Penguatan Kewirausahaan Berbasis Digital pada Mahasiswa Tingkat Akhir di PSDKU UNTAD Morowali. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 1, 351–356. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v1i3.945>
- Prananjaya, K., Suryani, T., Oktarina, D., Yutanto, H., Dewanto, T., & Meidiaswati, H. (2022). Pendampingan Digital Marketing dalam Upaya

- Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada Sentra Wisata Kuliner Deles. *Jurnal Abdimas Adi Buana*, 6, 100–111.
- Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Ardianto, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Pengembangan Bisnis pada Karang Taruna Permata Alam Permai Gedangan Sidoarjo. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 4, 326–338.
- Siagian, A., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3, 44–51.
- Supriati, Sari, R., & Handayani, T. (2022). Pembinaan Kewirausahaan Berbasis Fintech (Financial Technology) Dan Digital Marketing Untuk Rumah Ukm Berkah Resam Lapis. *TANJAK (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3, 43–51.