Jurnal Pengabdian West Science
Vol. 5, No. 10, Oktober, 2026, pp. 2005-2011

Pemberdayaan Kelompok Pemuda Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital

Silfiena Siahainenia[1], R. Wilda Payapo[2], Novalien C. Lewaherilla[3], Fanny M Anakotta[4], Jani Effendy[5], Abd Azis Laitupa[6], Arsad Matdoan[7], Asiani Sijabat[8], Saleh Tutupoho[9], Victor E. Huwae[10], Ashwin Siahainenia[11], Johanis Hiariey[12], Harvey Hiariey[13]
[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,12,13] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, [11] Politeknik Negeri Ambon
**Corresponding author*
Email: shelly28shellyy@gmail.com*

Article History:
Received: October, 2026
Revised: October, 2026
Accepted: October, 2026

Abstract: *Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada para pemuda kreatif yang memiliki kemauan untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Kegiatan yang dilakukan dengan memberikan materi dan pelatihan tentang strategi berwirausaha dan pemanfaat teknologi media digital untuk memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan, berdampak pada meningkatkan penjualan, produk semakin dikenal luas juga memepermudah komunikasi dengan konsumen. Kegiatan ini berdampak pada meningkatnya pengetahuan dan ketrampilan peserta serta motivasi berwirausaha yang tinggi melalui pemasaran digital. Peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 21 orang dan merek telah memiliki usaha seperti kuliner, salon, penjualan minyak tanah, penyewaan kursi dan tenda juga penjualan pulsa.*

Keywords: *UMKM, Manajemen SDM, Pemasaran, Kafe, Kota Ambon*

Pendahuluan

Pemuda merupakan salah satu kelompok masyarakat yang memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemuda memiliki kreativitas, semangat, serta kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi yang dapat menjadi modal penting dalam menciptakan peluang usaha, oleh karena itu, pemberdayaan pemuda melalui pengembangan kewirausahaan menjadi salah satu upaya strategis untuk mendorong kemandirian ekonomi, meningkatkan produktivitas, dan membangun kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan peluang ekonomi yang tersedia. Priyadi dan Mulyani (2024), kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru, inovatif, dan bernilai. Kewirausahaan juga berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi peluang usaha, mengelola sumber daya, serta menciptakan produk atau bisnis yang bermanfaat. Kelompok pemuda kreatif merupakan salah

satu kelompok masyarakat yang berpotensi dikembangkan melalui kegiatan pemberdayaan berbasis kewirausahaan. Potensi kreativitas pemuda dapat diarahkan untuk menghasilkan berbagai kegiatan produktif, baik dalam bentuk pengembangan produk lokal, usaha kuliner, kerajinan, jasa kreatif, maupun kegiatan ekonomi lainnya sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat setempat

Pengembangan potensi tersebut diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi pemuda secara individu, tetapi juga dapat mendorong partisipasi generasi muda dalam pembangunan ekonomi masyarakat di lingkungannya, meskipun demikian, potensi kreativitas yang dimiliki pemuda perlu didukung oleh kemampuan mengidentifikasi peluang usaha, menyusun perencanaan bisnis, mengelola keuangan sederhana, mengembangkan ide usaha, dan memahami kebutuhan konsumen. Ide-ide kreatif berpotensi untuk berkembang menjadi usaha produktif yang dapat memberikan manfaat ekonomi secara berkelanjutan, oleh karena itu, diperlukan kegiatan pemberdayaan yang tidak hanya memberikan pemahaman teoritis mengenai kewirausahaan, tetapi juga mendorong peserta untuk mempraktikkan secara langsung Menurut Iswari (2024), ide bisnis perlu dikomunikasikan secara jelas dan meyakinkan kepada calon konsumen, mitra, maupun investor. Penyampaian ide produk atau bisnis yang efektif dapat membantu memperkenalkan produk, menarik minat pasar, dan membangun hubungan dengan pihak yang berpotensi mendukung pengembangan usaha. Selain kemampuan kewirausahaan, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha pada era ekonomi digital.

Pemasaran digital memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperkenalkan produk, menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun komunikasi dengan pelanggan, dan menyampaikan informasi mengenai produk secara lebih cepat. Media sosial dan aplikasi komunikasi digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang relatif mudah diakses, termasuk oleh pemuda yang sedang merintis usaha dengan sumber daya terbatas. Purba *et al* (2024), menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital membuka peluang bagi mahasiswa untuk memulai usaha dengan modal relatif terbatas dan menjangkau pasar lebih luas melalui perdagangan elektronik (e-commerce) dan media sosial. Namun, peluang tersebut tetap perlu didukung pengetahuan bisnis, pengalaman, kreativitas, dan kemampuan mengelola keterbatasan modal. Menurut Shabrina (2023), perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan memasarkan produk dan cara konsumen mencari informasi, melakukan pembelian, serta berinteraksi dengan merek. Pemanfaatan media digital menjadi bagian penting dalam

strategi pemasaran modern. Penggunaan media sosial tanpa perencanaan pemasaran yang jelas belum tentu mampu menghasilkan jangkauan pasar dan penjualan yang optimal, oleh sebab itu, kelompok pemuda perlu dibekali keterampilan praktis untuk mengintegrasikan kreativitas, pengembangan produk, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital. Pendekatan ini penting agar pemuda tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkannya sebagai sarana untuk menciptakan nilai ekonomi dan mengembangkan usaha secara mandiri.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Pemberdayaan Kelompok Pemuda Kreatif melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital di Batugantung, Kota Ambon" dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda dalam mengembangkan potensi kewirausahaan serta memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan ekonomi produktif. Kegiatan ini direncanakan melalui sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi kelompok pemuda sebagai mitra. Kelompok pemuda di Batugantung, Kota Ambon, memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai penggerak kegiatan ekonomi produktif melalui kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital. Pemuda merupakan kelompok masyarakat yang diharapkan mampu menciptakan peluang usaha serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, untuk itu potensi tersebut perlu didukung oleh pengetahuan, keterampilan, dan pendampingan yang memadai agar dapat dikembangkan menjadi kegiatan kewirausahaan yang produktif dan berkelanjutan.

A. Permasalahan dan Solusi

1. Permasalahan

Dalam upaya mengembangkan potensi kelompok pemuda kreatif, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, khususnya berkaitan dengan kemampuan kewirausahaan, pengembangan usaha, dan pemanfaatan pemasaran digital. Permasalahan yang akan menjadi fokus kegiatan ini perlu dikonfirmasi melalui observasi awal dan diskusi dengan kelompok pemuda sebagai mitra. Secara umum, permasalahan yang menjadi sasaran program pemberdayaan ini meliputi beberapa aspek seperti; keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Kewirausahaan, keterbatasan pengetahuan, belum optimalnya pengembangan ide kreatif menjadi usaha produktif, keterbatasan kemampuan dalam pengelolaan usaha, belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital, keterbatasan keterampilan dalam membuat konten promosi, perlunya penguatan motivasi dan kemandirian ekonomi

pemuda.

2. Solusi

Untuk mengatasi permasalahan ini maka dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan memberikan motivasi berwirausaha dan pengetahuan tentang manfaat pemasaran digital guna meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk dan jasa yang dijual kepada masyarakat secara lebih luas dan bagaimana meningkatkan citra usaha dimasyarakat.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Wayeme dilakukan pada tanggal 22 Oktober, tahun 2026 Kegiatan dilakukan dengan memberikan materi tentang kewirausahaan dan pemasaran digital.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan melalui tahap – tahap sebagai berikut :

A. Tahap Persiapan :

1. Survei lokasi
2. Mendapatkan surat ijin kegiatan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Menyampaikan surat permohonan kegiatan kepada ketus RT 004/03

B. Tahap Pelaksanaan:

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 22 Oktober 2026, meliputi:

Jenis Kegiatan	Waktu	Materi / Pemateri	MC/Moderator
Pembukaan	16 : 00 - 16 : 15 wit	Seluruh peserta dan tim	Arsad Matdoan
Sambutan Ketua RT	16 : 15 - 16 : 45 wit	Seluruh peserta dan tim	Arsad Matdoan
Sambutan Ketua Tim PKM	16 : 50 - 17 : 00 wit	Seluruh peserta dan tim	Arsad Matdoan
Snack	17 : 00 - 17: 15 wit	Seluruh peserta dan tim	Arsad Matdoan
Materi 1	17 : 20 - 17 : 60 wit	Kewirausahaan (S, Siahainenia,SE.,M.Si)	Jani Efendi

Diskusi	18 : 00 - 18: 30 wit	(S. Siahainenia,SE.,M.Si)	Jani Efendi
Materi 2	18 : 30 - 19 : 00 wit	Peran Pemuda Dalam Kewirausahaan (Wilda Payapo)	Azis Laitupa
Diskusi	19 : 00 - 19 :30	(Wilda Payapo)	Azis Laitupa
Materi 3	19 : 30 - 20 : 00	Pemasaran Digital (DR Victor Huwae, SE.,M.M)	Ashwin Siahainenia,SE.,M.Si
Diskusi	20 : 00 - 20 : 30	(DR Victor Huwae,SE.,M.M)	Ashwin Siahainenia,SE.,M.Si
Makan Malam	20 : 30 - 21:00 wit	Seluruh peserta dan tim	Fanny Anakotta,SE.,M.Si
Penutup	21:00 wit	Seluruh peserta dan tim	Harvey Hiariey,SE.,M.Si

C. Penutup, meliputi:

1. Foto bersama beberapa peserta
2. Berpamitan dengan peserta pelatihan
3. Laporan

Hasil

Dari kegiatan yang dilakukan ini maka peserta kegiatan memperoleh hasil sebagai berikut:

a. Mampu memperluas jangkauan pasar

Pelaku UMKM mampu memasarkan produk kepada konsumen yang lebih luas, tidak hanya di daerah setempat, tetapi juga di luar daerah bahkan luar negeri.

b. Meningkatkan penjualan

Membantu menarik calon pembeli melalui promosi produk di media digital sehingga peluang terjadinya transaksi semakin besar.

c. Menghemat biaya promosi

Pelaku usaha dapat mempromosikan produk melalui media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, dengan biaya yang relatif terjangkau.

d. Memperkenalkan produk kepada konsumen

   Membantu konsumen mengetahui keberadaan produk, manfaat, harga, kualitas, dan keunggulannya.

e. Membangun citra dan merek usaha

   Membentuk identitas merek agar produk lebih dikenal dan diingat oleh konsumen.

f. Mempermudah komunikasi dengan konsumen

   Pelaku usaha dapat berinteraksi langsung dengan konsumen melalui WhatsApp, media sosial, dan fitur pesan lainnya.

g. Meningkatkan loyalitas pelanggan

   Pelaku usaha memiliki kemampuan dalam menjaga hubungan dengan pelanggan melalui informasi produk terbaru, penawaran khusus, dan pelayanan yang baik.

h. Mengetahui kebutuhan konsumen

   Pelaku usaha dapat mempelajari respons konsumen melalui komentar, ulasan, jumlah tayangan, dan interaksi pada konten promosi.

i. Meningkatkan daya saing usaha

   Pelaku usaha memiliki ketrampilan bersaing dengan usaha lain melalui promosi yang kreatif dan penggunaan teknologi digital.

j. Mempermudah transaksi jual beli

   Konsumen dapat melihat produk, memesan, melakukan pembayaran secara digital, dan memilih layanan pengiriman tanpa harus datang langsung ke toko.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pemberdayaan Kelompok Pemuda Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital, dengan khalayak sasaran adalah pemuda dibatu gantung – Kota Ambon, telah berjalan dengan baik dan hasilnya adalah peserta mampu meningkat pengetahuan dan ketrampilan mereka dalam meningkatkan daya saing melalui pemasaran digital.

Saran

1. Kegiatan pengabdian kepada pemuda yang memiliki potensi berwirausaha harus dilakukan secara berkala guna menguatkan pemahaman dan ketrampilan merek.

2. Pentingnya kontrol dari perguruan tinggi sehingga pengetahuan dan ketrampilan yang telah dimiliki oleh para pengusaha dapat terus implementasikan.

Daftar Referensi

Iswari, N. M. S. (2024). Pelatihan teknik penyusunan presentasi produk atau ide bisnis untuk siswa SMK Negeri 1 Sukawati. I-Com: Indonesian Community Journal, 4(2).

N. A. A. (2024). Tantangan dan peluang berwirausaha di kalangan mahasiswa. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 4(1), 973–979. https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5784

Priyadi, H., & Mulyani, A. S. (2024). The concept of entrepreneurship in a business perspective. Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA), 3(1), 119–128. https://doi.org/10.55927/esa.v3i1.7571

Purba, J. F., Batubara, N. A., Manik, R. F. B., Syafika, S., Harahap, N. V., & Sitindaon,

Shabrina, V. G. (2023). Pengaruh revolusi digital terhadap pemasaran dan perilaku konsumen. Jurnal Pewarta Indonesia, 1(2), 131–141. https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16