

Pengembangan Kapasitas Kewirausahaan Digital bagi Badan Santunan Yatim di Depok

Ida Zuniarti^{1*}, Instianti Elyana², Sri Rusiyati³

Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Mandiri

e-mail: ida.idz@nusamandiri.ac.id

Abstrak

Keterbatasan literasi digital dan kapasitas pemasaran berbasis teknologi menjadi kendala dalam pengembangan kewirausahaan pada Badan Santunan Yatim di Depok. Minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menyebabkan potensi ekonomi yang dimiliki belum berkembang secara optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital melalui pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan interaktif, praktik pembuatan konten promosi, pendampingan pengelolaan akun bisnis, serta evaluasi menggunakan *pretest* dan *posttest*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi usaha. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan skor evaluasi serta kemampuan peserta menghasilkan konten digital secara mandiri yang mencapai 94,87%. Program ini berkontribusi dalam memperkuat kemandirian ekonomi serta mendorong keberlanjutan usaha berbasis digital pada komunitas sasaran.

Kata Kunci: *Kewirausahaan Digital, Pelatihan Media Sosial.*

Abstract

Limited digital literacy and technology-based marketing capacity pose challenges to entrepreneurship development at the Badan Santunan Yatim in Depok. The limited use of social media as a promotional tool has prevented the community from optimally developing its economic potential. This community service program aims to enhance digital entrepreneurship capacity through training on the use of social media as a marketing platform. The method employed a participatory approach, including interactive training sessions, hands-on practice in creating promotional content, mentoring in managing business accounts, and evaluation through pretests and posttests. The results indicate an improvement in participants' understanding and skills in utilizing social media for business promotion. This is reflected in the increased evaluation scores and the participants' ability to independently produce digital content, reaching 94.87%. The program contributes to strengthening economic self-reliance and supporting the sustainability of digital-based businesses within the target community.

Kata Kunci: *Digital Entrepreneurship, Social Media Training.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik kewirausahaan, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dan komunikasi bisnis (Ramadhani, 2025) (Sandra, Jana; Muhammad

Iqbal Firdaus, Prima Widiyanto, 2025). Perkembangan ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki literasi digital dan kemampuan adaptif terhadap teknologi agar mampu bersaing dalam ekosistem ekonomi digital. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa literasi digital dan pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM berbasis *e-commerce* di Indonesia (Fauziah; Ryan Suarantalla, 2025) (Puspitasari & Hidayat, 2024) (Supriatna & Juhandi, 2022). Hal ini menegaskan bahwa kapasitas digital menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan komunitas berbasis sosial.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran digital yang efektif dalam membangun *brand awareness*, menjangkau calon konsumen, serta menciptakan interaksi dua arah dengan pelanggan (Wati, 2025) (Wahdania et al., 2025). Selain itu, kompetensi kewirausahaan yang didukung oleh literasi digital terbukti memberikan dampak positif terhadap performa pemasaran dan orientasi pasar UMKM (Chusumastuti et al., 2023) (Al-Atsari, 2025). Bahkan, literasi pemasaran digital juga berkontribusi terhadap ketahanan dan keberlanjutan usaha di tengah dinamika ekonomi digital (Ramadhani, 2025).

Kesenjangan literasi digital masih menjadi tantangan pada komunitas sosial tertentu, termasuk Badan Santunan Yatim di Depok. Berdasarkan hasil observasi awal, pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi usaha belum dilakukan secara optimal. Sebagian besar pengelola belum memiliki keterampilan dalam pembuatan konten digital yang menarik, belum memahami strategi pemasaran berbasis algoritma media sosial, serta belum mampu memanfaatkan fitur bisnis secara maksimal. Secara kuantitatif, sekitar 70% peserta belum memahami teknik pembuatan konten promosi digital dan 65% belum pernah mengelola akun bisnis secara terstruktur.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi usaha yang dimiliki dengan kapasitas digital yang tersedia. Padahal, sebagaimana ditegaskan dalam berbagai penelitian, penguatan literasi digital dan pelatihan pemasaran berbasis media sosial dapat meningkatkan performa usaha serta memperkuat keberlanjutan ekonomi komunitas (Susilowati et al., 2025) (Ningsih et al., 2026) (Imawan et al., 2025) (Rinaldi et al., 2022) (Nuris et al., 2024) (Andriyani et al., 2025). Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pengembangan kapasitas kewirausahaan digital melalui pelatihan dan pendampingan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran. Pemilihan Badan Santunan Yatim sebagai subjek pengabdian didasarkan pada kebutuhan nyata peningkatan literasi digital dan urgensi penguatan kemandirian ekonomi lembaga secara berkelanjutan.

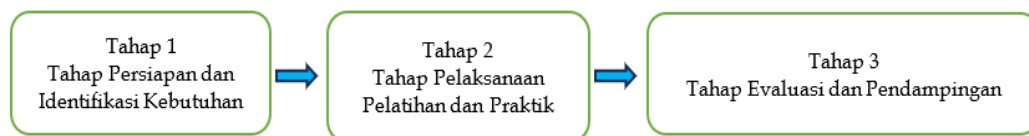
Tujuan kegiatan ini adalah: (1) meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep kewirausahaan digital; (2) meningkatkan keterampilan teknis dalam mengelola akun bisnis media sosial; (3) meningkatkan kemampuan dalam membuat konten promosi yang kreatif dan persuasif; serta (4) mendorong

peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk atau jasa secara digital. Perubahan yang diharapkan adalah peningkatan kapasitas digital peserta secara terukur melalui hasil evaluasi pretest dan posttest serta kemampuan praktik pengelolaan media sosial secara mandiri.

Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak peningkatan pengetahuan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi kemandirian ekonomi berbasis digital bagi komunitas sasaran secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) dengan model pelatihan dan pendampingan berbasis praktik langsung (*learning by doing*). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peserta terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan sehingga terjadi peningkatan kapasitas secara aplikatif dan berkelanjutan. Tahapan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Gambar 1, menjelaskan metode pelaksanaan pelatihan pengembangan kapasitas kewirausahaan digital melalui pelatihan media sosial bagi Badan Santunan Yatim di Depok, Jawa Barat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital peserta secara sistematis dan terukur.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan identifikasi permasalahan melalui observasi dan wawancara dengan pengelola Badan Santunan Yatim di Depok. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi digital, pengalaman penggunaan media sosial, serta kendala dalam pemasaran usaha. Selain itu, dilakukan penyebaran pretest untuk mengukur pemahaman awal peserta mengenai kewirausahaan digital dan pemasaran berbasis media sosial. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim menyusun modul pelatihan yang meliputi materi kewirausahaan digital, strategi pemasaran media sosial, teknik pembuatan konten promosi, serta optimalisasi akun bisnis.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan pelatihan interaktif dan praktik langsung (*learning by doing*). Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi secara ceramah interaktif, diskusi dan tanya jawab, studi

kasus pemasaran digital serta simulasi pembuatan konten dan pengelolaan akun bisnis.

Peserta diberikan pendampingan dalam membuat akun bisnis, menyusun konten promosi, menulis caption yang persuasif, serta memahami strategi peningkatan *engagement*. Kegiatan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan melalui perbandingan hasil *pretest* dan *posttest*. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung rata-rata skor dan persentase peningkatan pemahaman peserta. Selain itu, dilakukan evaluasi kualitatif melalui observasi terhadap kemampuan peserta dalam menghasilkan konten digital secara mandiri dan konsisten. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar pemberian umpan balik dan perbaikan berkelanjutan guna memastikan keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam rangka pengembangan kapasitas kewirausahaan digital bagi anggota Badan Santunan Yatim di Kota Depok bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan mampu memanfaatkan media sosial secara lebih optimal untuk mendukung pengembangan usaha yang mereka jalankan.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan peserta sebelum kegiatan dilaksanakan, diketahui bahwa sebagian besar anggota telah menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari, namun belum memanfaatkannya secara maksimal untuk kepentingan usaha. Sebagian peserta masih memiliki keterbatasan dalam memahami strategi pemasaran digital, seperti pembuatan konten promosi, pengelolaan akun media sosial untuk bisnis, serta cara meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan potensi media sosial sebagai media pemasaran belum dimanfaatkan secara efektif.

Pada tahap awal kegiatan, dilakukan identifikasi kebutuhan peserta melalui wawancara dan penyebaran kuesioner guna mengetahui tingkat pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital dan penggunaan media sosial untuk kegiatan usaha. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki strategi pemasaran digital yang terencana dan masih menggunakan media sosial secara sederhana, misalnya hanya mengunggah foto produk tanpa perencanaan promosi yang jelas.

Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, pelatihan difokuskan pada peningkatan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Materi yang diberikan mencakup pengenalan

konsep kewirausahaan digital, pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, strategi pembuatan konten pemasaran yang menarik, serta teknik dasar pengelolaan akun media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan calon konsumen.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan beberapa metode pembelajaran, yaitu ceramah untuk menyampaikan konsep dasar kewirausahaan digital dan pemasaran melalui media sosial, praktik langsung dalam membuat konten promosi menggunakan *platform* media sosial, serta diskusi interaktif untuk membahas berbagai kendala yang dihadapi peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital.

Pemanfaatan media sosial dalam kegiatan ini menjadi salah satu pendekatan praktis untuk mendukung pengembangan kewirausahaan digital di tingkat masyarakat. Dengan mengombinasikan pemahaman teoritis dan praktik langsung, peserta diharapkan mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri dalam kegiatan usaha mereka.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pengembangan kapasitas kewirausahaan digital melalui pemanfaatan media sosial bagi anggota Badan Santunan Yatim di Kota Depok menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam menggunakan media digital untuk mendukung kegiatan usaha. Kegiatan ini diikuti oleh pengurus dan anggota Badan Santunan Yatim yang memiliki minat untuk mengembangkan usaha mikro berbasis digital. Pelatihan dilaksanakan di Kampus Universitas Nusa Mandiri, Jatiwaringin, Jakarta Timur. Gambar 1 menunjukkan suasana pelaksanaan kegiatan pelatihan, sebagai berikut:



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pengembangan Kapasitas Kewirausahaan Digital Melalui Pelatihan Media Sosial

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan kapasitas kewirausahaan digital melalui pemanfaatan media sosial bagi anggota Badan Santunan Yatim di Kota Depok menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan kewirausahaan. Peningkatan skor evaluasi dipandang sebagai indikator efektivitas transfer pengetahuan, sedangkan kemampuan praktik mandiri menjadi indikator keberhasilan pemberdayaan. Dengan demikian, pembahasan pada bagian ini tidak hanya menggambarkan

adanya peningkatan nilai, tetapi juga menganalisis implikasi hasil terhadap penguatan kemandirian ekonomi berbasis digital pada mitra pengabdian. Tabel 1 merupakan hasil nilai perbandingan *pretest* dengan *posttest* sbb:

Tabel 1. Hasil Nilai Perbandingan *Pretest* dengan *Posttest* Pelatihan Pengembangan Kapasitas Kewirausahaan Digital Melalui Pelatihan Media Sosial Bagi Badan Santunan Yatim Di Depok

No.	Pertanyaan	Pretest (% Jawaban Benar)	Posttest (% Jawaban Benar)	Peningkatan (%)
1	Apa yang dimaksud dengan kewirausahaan digital?	45,00%	85,00%	88,89%
2	Apa fungsi utama media sosial dalam pemasaran usaha?	50,00%	90,00%	80,00%
3	Platform media sosial yang efektif untuk promosi UMKM adalah...	55,00%	88,00%	60,00%
4	Tujuan penggunaan akun bisnis pada media sosial adalah	40,00%	82,00%	105,00%
5	Apa yang dimaksud dengan <i>engagement</i> dalam media sosial?	35,00%	80,00%	128,57%
6	Unsur penting dalam pembuatan konten promosi digital adalah	48,00%	86,00%	79,17%
7	Fungsi <i>hashtag</i> dalam pemasaran media sosial adalah	42,00%	84,00%	100,00%
8	Strategi meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara <i>online</i> adalah	46,00%	87,00%	89,13%
9	Manfaat <i>insight</i> atau <i>analytics</i> pada akun bisnis adalah	38,00%	83,00%	118,42%
10	Langkah awal membuat konten promosi yang menarik adalah	44,00%	85,00%	93,18%
Rata-Rata		44,30%	85,00%	94,87%

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan setelah pelatihan dilaksanakan. Nilai *pretest* menunjukkan bahwa pemahaman awal peserta terhadap konsep kewirausahaan digital dan strategi pemasaran media sosial masih berada pada kategori rendah hingga sedang, dengan rentang persentase jawaban benar antara 35,00% hingga 55,00%. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan penguatan literasi digital pada mitra pengabdian.

Setelah mengikuti pelatihan, nilai *posttest* menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh butir pertanyaan, dengan persentase jawaban benar

berada pada rentang 80,00% hingga 90,00%. Peningkatan tertinggi terjadi pada pemahaman mengenai konsep *engagement* dalam media sosial (128,57%) dan pemanfaatan *insight/analytics* akun bisnis (118,42%).

Berdasarkan perhitungan rata-rata, nilai *pretest* peserta sebesar 44,30%, yang menunjukkan bahwa tingkat pemahaman awal peserta masih berada pada kategori rendah. Setelah pelatihan, rata-rata nilai *posttest* meningkat menjadi 85,00%, dengan rata-rata peningkatan sebesar 94,87%.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan literasi dan kapasitas kewirausahaan digital peserta. Secara umum, peningkatan hampir dua kali lipat dari kondisi awal mencerminkan keberhasilan pendekatan partisipatif dan praktik langsung dalam mentransfer pengetahuan serta keterampilan digital.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan kapasitas kewirausahaan digital melalui pelatihan media sosial bagi Badan Santunan Yatim di Depok telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman serta keterampilan peserta. Program ini berhasil meningkatkan wawasan peserta mengenai konsep kewirausahaan digital, strategi pemasaran berbasis media sosial, serta kemampuan dalam membuat dan mengelola konten promosi secara mandiri. Selain peningkatan aspek pengetahuan, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran usaha yang lebih profesional dan terarah. Dengan demikian, tujuan pengabdian untuk memperkuat kapasitas digital dan mendukung kemandirian ekonomi mitra dapat dikatakan tercapai.

Rekomendasi yang dapat diberikan adalah perlunya pendampingan lanjutan guna memastikan konsistensi implementasi strategi pemasaran digital yang telah dipelajari. Selain itu, diperlukan penguatan pada aspek pengelolaan branding dan pemanfaatan fitur analitik media sosial agar mitra dapat mengoptimalkan potensi pasar secara lebih strategis. Kedepan, program serupa dapat dikembangkan dengan menambahkan materi pengelolaan keuangan digital dan *marketplace* untuk memperluas ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi pada komunitas sasaran. Dengan dukungan berkelanjutan, diharapkan kemandirian ekonomi berbasis digital pada Badan Santunan Yatim dapat semakin berkembang dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Atsari, Z. S. L. K. F. D. D. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi melalui Keunggulan Bersaing Ketidakpastian global dan meningkatnya persaingan bisnis di Indonesia menuntut Sejumlah data indikator ini telah disampaikan oleh Dinas Ketenagakerjaan, Koperasi, dan Usaha Kecil Mene. *Digitla Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 119-134.

Andriyani, L., Yuningsih, S., Yunanto, S., & Muhammad, R. H. (2025). Pelatihan

- Pemasaran Melalui Media Sosial Sebagai Upaya Menyiapkan Kompetisi Pasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendi*, 4(1), 6876–6884. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2815>
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 83–93.
- Fauziah, Ryan Suarantalla. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Inovasi Produk, dan Pemasaran melalui Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(01), 221–240.
- Imawan, R., Suroya, N. N., & Atasa, D. (2025). Penguatan UMKM melalui Literasi Digital dan Keuangan : Pendekatan Edukatif di Kelurahan Sawunggaling. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 6(4), 1197–1208.
- Ningsih, D., Abidin, A. Z., & Ismanto, B. (2026). Pelatihan Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Situ Gadung Kabupaten Tangerang. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 6(1), 212–218.
- Nuris, N. D., Narasati, R., & Ningrum, R. Y. (2024). Strategi Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Di Media Sosial Dan Marketplace. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 333–339.
- Puspitasari, N., & Hidayat, N. (2024). Mendorong Kinerja UMKM Kuliner Pontianak Go Digital : Peran Literasi Digital dan Entrepreneur Literacy Encouraging Pontianak Culinary MSMEs to Go Digital : The Role of Digital Literacy and Entrepreneur Literacy. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan*, 11(3), 47–58. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v11i3.690>
- Ramadhani, T. I. (2025). Peran Digitalisasi Dalam Mendorong Wirausaha Muda. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(4), 6985–6991.
- Rinaldi, A. R., Bahtiar, A., Imam, A. C., & Djajnegara, B. A. (2022). Peningkatan Literasi Digital UMKM melalui Pelatihan Pemasaran Digital dan E-Commerce di Kota Cirebon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (AMMA)*, 1(3), 197–201.
- Sandra, Jana; Muhammad Iqbal Firdaus, Prima Widiyanto, R. F. (2025). Inovasi teknologi dalam kewirausahaan: membangun ekosistem bisnis berkelanjutan melalui pelatihan kewirausahaan digital. *Jurnal Soisal Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 19–27. <https://doi.org/10.59966/semar.v3i1.1587>
- Supriatna, T., & Juhandi, D. R. (2022). Promosi Media Sosial dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran yang di Moderasi Akses Fasilitas Digital Pendahuluan. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(2), 167–178.
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., & Santosa, M. H. (2025). Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2554–2558.
- Wahdania, N., Indah, N., & Sari, S. S. (2025). Analisis Efektivitas Media Sosial Dalam Meningkatkan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 15–28.
- Wati, M. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi. *Jurnal Medika Akademik*, 3(7), 1–11. <https://doi.org/10.62281>, Hal XX-XX