



ABDI CENDEKIA:
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Volume 5 Nomor 4 Tahun 2026 Halaman 4320-4329
<https://zia-research.com/index.php/abdicendekia>



Digitalpreneur Kids: Pemberdayaan Anak-anak Panti Asuhan As-Salam Melalui Pelatihan Bisnis dan Pemasaran Digital

**Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan¹, Tazkiyah Sakinah²,
Tiara Prisca Sabilla³, M. Ramadhani Sanjaya⁴, Risda Marvinita⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Lampung, Indonesia

Email : dorothy.rouly@feb.unila.ac.id¹, tazkiyah.sakinah@feb.unila.ac.id²,
tiara.sabilla@feb.unila.ac.id³, ramadhani.sanjaya@feb.unila.ac.id⁴,
risda.marvinita@feb.unila.ac.id⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi generasi muda untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan mempersiapkan menghadapi perubahan lingkungan ekonomi yang dinamis. Namun, pemanfaatan teknologi oleh anak-anak dan remaja di panti asuhan masih cenderung bersifat konsumtif dan belum diarahkan secara optimal untuk kegiatan yang bernilai ekonomi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar kewirausahaan digital serta kemampuan pemasaran digital anak-anak dan remaja Panti Asuhan As-Salam Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang terdiri atas empat tahap, yaitu identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Pelatihan dilaksanakan melalui penyuluhan interaktif, diskusi, dan praktik langsung mengenai peluang kewirausahaan digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan kewirausahaan dan mampu mempraktikkan pembuatan konten promosi sederhana untuk media sosial. Peserta juga menunjukkan antusiasme dalam mengembangkan ide usaha, desain promosi, dan komunikasi pemasaran digital. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital dapat menjadi salah satu pendekatan pemberdayaan generasi muda dalam mengembangkan literasi digital, kreativitas, keterampilan pemasaran. Keberlanjutan program memerlukan pendampingan secara berkala agar keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara konsisten dalam menuju kemandirian ekonomi.

Kata kunci: Kewirausahaan Digital, Pemasaran Digital, Literasi Digital, Generasi Muda, Pemberdayaan, Panti Asuhan.

Digitalpreneur Kids: Empowering Children at As-Salam Orphanage Through Business and Digital Marketing Training

Abstract

Advancements in digital technology offer young people opportunities to develop entrepreneurial skills and prepare for a dynamic economic landscape. However, technology usage among children and adolescents in orphanages tends to be consumptive rather than optimally directed toward economically valuable activities. This community service initiative aims to enhance the knowledge, basic digital entrepreneurship skills, and digital marketing

capabilities of children and adolescents at the As-Salam Hajimena Orphanage in Natar District, South Lampung Regency. The program employs a participatory approach comprising four stages: needs analysis, training, mentoring, and monitoring and evaluation. Training was conducted through interactive sessions, discussions, and hands-on practice regarding digital entrepreneurship opportunities and the use of social media for marketing. The results indicate that participants gained a better understanding of leveraging digital technology for entrepreneurial activities and were able to create simple promotional content for social media. Participants also demonstrated enthusiasm for developing business ideas, promotional designs, and digital marketing communication strategies. This initiative demonstrates that digital entrepreneurship training is an effective approach to empowering young people by fostering digital literacy, creativity, and marketing skills. Sustaining the program requires ongoing mentoring to ensure that the acquired skills can be consistently applied toward achieving economic independence.

Keywords: Young Generation, Digital Entrepreneurship, Digital Literacy, Empowerment, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas sumber daya manusia terutama pada generasi muda saat ini merupakan salah satu kegiatan penting dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Di era transformasi digital saat ini, berwirausaha dan literasi teknologi adalah keterampilan penting yang harus dimiliki oleh generasi muda agar mereka dapat beradaptasi dengan perubahan di dunia kerja dan menciptakan peluang ekonomi secara mandiri (Park & Kim, 2025). Penguasaan keterampilan bisnis digital, pemasaran online, dan pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya menjadi kebutuhan bagi pelaku usaha, tetapi juga menjadi bekal penting bagi remaja dalam menghadapi tantangan ekonomi di masa depan (Mukherjee, 2023).

Adopsi teknologi pada aktivitas kewirausahaan menjadi sarana penting menciptakan, mengembangkan, dan memasarkan produk maupun jasa. Perkembangan internet dan media sosial membuka peluang bisnis lebih luas karena dapat menjangkau konsumen potensial lebih banyak sehingga dapat meningkatkan profitabilitas (Kumra & Kumar, 2025). Kewirausahaan berbasis digital atau biasa disebut digitalpreneur tidak hanya memiliki kemampuan berbisnis, tetapi juga didorong kemampuan memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, marketplace, aplikasi desain, dan berbagai platform digital lainnya (Rahmi et al., 2025). Keterampilan ini memungkinkan seseorang membangun merek, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing bisnis mereka. Dengan adanya teknologi, pemasaran akan semakin terbantu dan dapat menjaga hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang. Keterampilan pemasaran digital perlu dikenalkan sejak dini kepada generasi muda agar mampu memanfaatkan teknologi secara produktif (Symeonaki et al., 2025). Literasi digital yang semakin meningkat oleh generasi muda dapat mendorong kreativitas dan mempersiapkan karir di masa depan yang semakin kompetitif dan inovatif di era digital yang semakin masif.

Generasi muda tidak hanya dapat diposisikan sebagai pengguna teknologi, tetapi juga perlu diarahkan untuk menjadi pihak yang mampu menciptakan nilai ekonomi melalui pemanfaatan teknologi secara kreatif dan produktif. Namun, peluang tersebut belum tentu dapat dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh kelompok masyarakat, terutama anak-anak dan remaja yang berada pada lingkungan dengan keterbatasan akses terhadap pembelajaran kewirausahaan dan keterampilan digital (Assingkily & Rohman, 2019). Salah satunya anak-anak dan remaja yang berada di lembaga kesejahteraan sosial seperti panti asuhan. Anak-anak panti asuhan merupakan kelompok yang memerlukan dukungan dalam pengembangan keterampilan hidup (*life skills*), termasuk keterampilan ekonomi dan teknologi (Salingkat & Aimang, 2025). Program pemberdayaan melalui pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital dapat memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan, rasa percaya diri, serta motivasi untuk berwirausaha (Diana et

al., 2023). Selain itu, program ini juga dapat membantu mempersiapkan anak-anak panti dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan perkembangan ekonomi digital.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan kewirausahaan. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2026), penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 81,72 persen pada tahun 2026, dengan kontribusi pengguna terbesar berasal dari Generasi Z sebesar 39,83 persen. Tingginya tingkat penggunaan internet tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian yang semakin melekat dalam kehidupan generasi muda sekaligus menciptakan peluang untuk mengembangkan aktivitas produktif berbasis digital. Perkembangan tersebut juga semakin terlihat di Provinsi Lampung yaitu sebesar 78,26 persen, seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi digital oleh masyarakat. Kondisi tersebut memberikan peluang yang besar bagi pengembangan kewirausahaan digital, khususnya di kalangan anak-anak dan remaja yang memiliki kedekatan dengan teknologi dan media digital di Provinsi Lampung.

Lokasi yang berbatasan dengan Bandar Lampung dan menjadi salah satu wilayah yang penting di Kabupaten Lampung Selatan yaitu Kecamatan Natar. Letak geografis yang dekat dengan pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan menjadikan wilayah ini memiliki akses yang cukup baik terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu lembaga sosial yang berperan dalam pembinaan anak-anak yatim dan dhuafa di wilayah tersebut adalah Panti Asuhan As-Salam Hajimena yang berlokasi di Desa Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan. Panti Asuhan As-Salam Hajimena merupakan lembaga sosial yang tidak hanya menyediakan kebutuhan dasar bagi anak-anak asuh, tetapi juga berupaya membekali mereka dengan pendidikan formal dan pembinaan karakter. Anak-anak asuh tersebut berasal dari berbagai latar belakang sosial ekonomi. Sebagian besar anak yang diasuh berada di usia sekolah menengah pertama hingga sekolah menengah atas, saat mereka membentuk karakter mereka, membangun keterampilan hidup mereka, dan mempersiapkan masa depan mereka. Oleh karena itu, diperlukan program pemberdayaan yang mampu meningkatkan kapasitas mereka agar lebih siap menghadapi kehidupan mandiri setelah menyelesaikan pendidikan.

Hasil observasi awal dan komunikasi dengan pengelola panti menunjukkan bahwa sebagian besar anak asuh memiliki akses ke gawai dan internet untuk berkomunikasi dan belajar meskipun penggunaannya terbatas. Pemanfaatan teknologi digital ini masih didominasi untuk aktivitas konsumtif seperti hiburan, media sosial, dan komunikasi sehari-hari. Pengetahuan mengenai kewirausahaan digital, pemasaran online, pembuatan konten promosi, desain digital, maupun pengelolaan toko online masih sangat terbatas. Padahal, perkembangan ekonomi digital saat ini membuka peluang besar bagi generasi muda untuk memperoleh penghasilan melalui berbagai aktivitas usaha berbasis teknologi.

Panti asuhan memiliki beberapa potensi yang dapat dikembangkan menjadi aktivitas ekonomi produktif, seperti produk kerajinan tangan, makanan ringan, hasil karya kreatif anak-anak panti, maupun jasa digital sederhana. Namun, potensi tersebut belum dikelola secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan produk serta strategi pemasaran digital. Kondisi ini menyebabkan peluang peningkatan kemandirian ekonomi bagi anak-anak panti belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Permasalahan lain yang dihadapi adalah belum adanya program pelatihan kewirausahaan digital yang terstruktur dan berkelanjutan. Anak-anak panti belum mendapatkan pembekalan mengenai cara mengidentifikasi peluang bisnis digital, membuat konten pemasaran yang menarik, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Keterbatasan tersebut berpotensi menghambat kemampuan mereka dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital yang berkembang pesat saat ini.

Program pemberdayaan diperlukan dalam rangka meningkatkan literasi digital dan menanamkan semangat kewirausahaan pada anak-anak yang tinggal di panti asuhan. Pelatihan digitalpreneurship bagi anak-anak panti asuhan dapat membantu mereka

mengenali peluang usaha yang sesuai dengan perkembangan teknologi serta meningkatkan literasi digital yang dibutuhkan dalam kehidupan modern. Oleh karena itu, program pengabdian dengan judul "Digitalpreneur Kids: Pemberdayaan Anak-anak Panti Asuhan As-Salam Melalui Pelatihan Bisnis dan Pemasaran Digital" dirancang sebagai solusi untuk membekali anak-anak panti dengan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman praktis dalam bidang bisnis digital. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar kewirausahaan digital, serta keterampilan pengembangan produk dan promosi digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan anak-anak Panti Asuhan As-Salam Hajimena sebagai peserta aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi.

Tahap pertama dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pengelola panti dan peserta untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman, kebutuhan, serta minat peserta terhadap kewirausahaan dan pemasaran digital. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan karakteristik peserta.

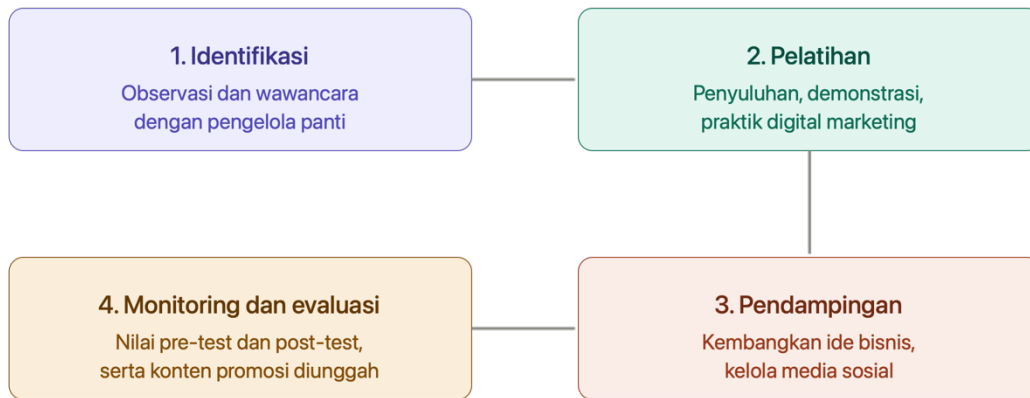
Tahap kedua berupa pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital yang dilaksanakan melalui penyuluhan interaktif, diskusi, dan praktik langsung. Materi mencakup pengenalan kewirausahaan digital, peluang usaha di era digital, digital marketing, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Tahap ketiga dilakukan melalui pendampingan, yaitu membantu peserta menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui pengembangan ide bisnis sederhana dan pengelolaan media sosial untuk kegiatan pemasaran.

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi untuk menilai keberhasilan program. Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian pemahaman dan kemampuan praktik peserta. Keberhasilan program apabila terjadi peningkatan pemahaman peserta dengan tanya jawab dan peserta mampu membuat konten promosi digital dan mengunggahnya melalui media sosial. Pendampingan lanjutan dilakukan untuk mendukung keberlanjutan penerapan keterampilan digital entrepreneurship oleh peserta.

Untuk memperoleh gambaran perubahan pengetahuan peserta, evaluasi dilengkapi dengan pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta yang sama. Pre-test diberikan sebelum penyampaian materi, sedangkan post-test diberikan setelah pelatihan selesai. Instrumen disusun berdasarkan tujuan kegiatan, meliputi pengenalan kewirausahaan digital, peluang usaha, fungsi media sosial untuk pemasaran, serta prinsip dasar pembuatan konten promosi. Pertanyaan menggunakan bahasa sederhana dan disesuaikan dengan usia serta kemampuan membaca peserta.

Jawaban diberi skor berdasarkan kunci jawaban yang telah ditetapkan. Skor setiap peserta pada pre-test dan post-test dipasangkan menggunakan kode peserta, bukan nama lengkap. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan menghitung jumlah peserta yang mengikuti kedua tes, rata-rata atau median skor, serta selisih skor sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil tes digunakan sebagai indikator perubahan pengetahuan jangka pendek dan ditafsirkan bersama hasil observasi serta penilaian praktik pembuatan konten promosi. Instrumen dan hasil pengukuran hanya dilaporkan sebagai data aktual setelah pengumpulan dan pemeriksaan jawaban selesai.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Panti Asuhan As-Salam Hajimena, Natar, Lampung Selatan, dengan sasaran anak-anak dan remaja yang tinggal di panti asuhan pada bulan Juni 2026. Kegiatan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar mengenai kewirausahaan digital serta pemanfaatan teknologi sebagai sarana pemasaran. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, praktik langsung, dan pendampingan. Pendekatan tersebut relevan dengan perkembangan konsep digital entrepreneurship, yaitu aktivitas kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital dalam proses penciptaan, pengembangan, pemasaran, dan penyampaian nilai kepada konsumen. Paul et al. (2023) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah proses kewirausahaan sekaligus menuntut edukasi kewirausahaan untuk mengembangkan keterampilan yang sesuai dengan lingkungan digital. Edukasi kewirausahaan digital tidak lagi hanya berorientasi pada pemahaman konsep bisnis, tetapi juga pada kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi untuk mengenali peluang dan mengembangkan aktivitas kewirausahaan.

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep dasar kewirausahaan digital dan peluang usaha di era ekonomi digital. Peserta diperkenalkan pada perubahan perilaku konsumen yang semakin memanfaatkan internet dan media sosial dalam mencari informasi maupun melakukan pembelian produk. Materi kemudian diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana untuk menciptakan dan mengembangkan peluang usaha. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan memberikan contoh usaha sederhana yang dapat dikembangkan oleh generasi muda dengan memanfaatkan sumber daya dan teknologi yang tersedia. Teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat menjadi enabler dalam proses identifikasi peluang, pemasaran, pengembangan jaringan, dan penciptaan nilai. Perkembangan kewirausahaan digital ini masih berkaitan erat dengan transformasi aktivitas kewirausahaan tradisional menjadi aktivitas yang lebih terintegrasi dengan teknologi digital (Remane et al., 2017).



Gambar 1. Sambutan dan Penyampaian Materi oleh Ketua PKM

Selama penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan menyampaikan ide mengenai jenis usaha yang menarik bagi mereka. Diskusi menunjukkan adanya ketertarikan peserta terhadap aktivitas yang berkaitan dengan media sosial dan pemasaran produk secara digital. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital menjadi pintu masuk yang relevan untuk memperkenalkan konsep kewirausahaan kepada generasi muda karena aktivitas tersebut dekat dengan kehidupan sehari-hari peserta. Dengan demikian, pengenalan media sosial dalam kegiatan pelatihan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis menggunakan platform digital, tetapi juga dapat diarahkan untuk membangun pola pikir kewirausahaan.



Gambar 2. Dokumentasi Pemberian Materi PKM

Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan Peserta

Keberhasilan kegiatan diamati melalui keterlibatan peserta selama proses pelatihan, kemampuan mengikuti instruksi, keaktifan dalam diskusi, serta hasil praktik yang dihasilkan. Berdasarkan hasil observasi, peserta menunjukkan antusiasme dalam mengikuti kegiatan,

khususnya ketika memasuki tahap praktik penggunaan aplikasi digital. Aktivitas praktik memberikan kesempatan kepada peserta untuk menerapkan materi yang telah disampaikan secara langsung. Pemahaman kewirausahaan akan lebih efektif apabila peserta memperoleh kesempatan untuk mengalami proses kewirausahaan secara langsung, melakukan eksplorasi, menghasilkan suatu produk atau karya, dan memperoleh umpan balik. Pengembangan kompetensi kewirausahaan dalam lingkungan digital membutuhkan kombinasi antara pedagogi, teknologi, dan pengalaman praktis (Chotisarn & Phuthong, 2025). Oleh karena itu, peningkatan pemahaman peserta dalam kegiatan ini tidak hanya ditunjukkan oleh kemampuan menjelaskan kembali konsep kewirausahaan digital, tetapi juga melalui kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut dalam bentuk konten promosi.

Pemanfaatan media digital dalam kegiatan kewirausahaan juga memberikan perspektif baru kepada peserta bahwa teknologi tidak hanya digunakan untuk hiburan dan komunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan yang produktif dan memiliki nilai ekonomi. Peserta mulai memahami bahwa media sosial dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan konsumen, dan memperluas jangkauan pemasaran. Pemahaman tersebut sejalan dengan penelitian mengenai penggunaan media sosial pada UMKM. Menurut Gautam & Sharma (2017) menunjukkan bahwa media sosial dapat membantu usaha dalam membangun *brand awareness*, meningkatkan keterlibatan audiens, menghasilkan rekomendasi, serta mendukung pembelian ulang. Pengenalan media sosial ini kepada peserta pengabdian memiliki keinginan untuk membangun keterampilan digital dan pengenalan pada mekanisme pemasaran dan hubungan dengan konsumen.

Edukasi kewirausahaan yang mengintegrasikan teknologi digital dapat digunakan untuk menumbuhkan ketertarikan terhadap aktivitas kewirausahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital dapat menjadi salah satu bentuk pemberdayaan generasi muda. Keterampilan dasar seperti pembuatan desain promosi, pembuatan konten, dan penyusunan pesan pemasaran dapat dikembangkan lebih lanjut untuk mendukung kesiapan dalam menghadapi lingkungan ekonomi yang semakin terdigitalisasi (Mahmudah et al., 2023).

Evaluasi Perubahan Pengetahuan melalui Pre-test dan Post-test

Tabel 1. Evaluasi Perubahan Pengetahuan melalui Pre-test dan Post-test

Indikator	Pre-test	Post-test	Selisih
Pemahaman kewirausahaan digital	52	82	+30
Pemahaman peluang usaha digital	55	84	+29
Pemahaman pemasaran melalui media sosial	48	80	+32
Pemahaman konten promosi digital	45	78	+33
Rata-rata	50	81	+31

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dari total 34 peserta yang terdiri atas 29 anak panti dan 5 orang pengelola panti, rata-rata skor meningkat dari 50 pada pre-test menjadi 81 pada post-test, dengan peningkatan sebesar 31 poin. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator, yaitu pemahaman kewirausahaan digital sebesar 30 poin, peluang usaha digital sebesar 29 poin, pemasaran melalui media sosial sebesar 32 poin, dan konten promosi digital sebesar 33 poin. Peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk mengenali peluang usaha dan melakukan aktivitas pemasaran secara lebih efektif.

Pendampingan dan Keberlanjutan Program

Pendampingan dilakukan sebagai tahap lanjutan untuk membantu peserta menerapkan keterampilan yang telah diperoleh selama pelatihan. Pendampingan diarahkan

pada pengembangan ide usaha sederhana, pembuatan konten, dan pemanfaatan media sosial untuk kegiatan pemasaran. Pendekatan ini penting karena keterampilan kewirausahaan digital tidak terbentuk hanya melalui satu kali pelatihan, tetapi membutuhkan proses pembelajaran, praktik, evaluasi, dan pengembangan secara berkelanjutan. Keberhasilan edukasi kewirausahaan digital tidak hanya dipengaruhi oleh materi yang diberikan, tetapi juga oleh dukungan kelembagaan, infrastruktur teknologi, dan desain pembelajaran. Oleh sebab itu, keberadaan pengelola panti memiliki posisi strategis dalam memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh peserta selama kegiatan dapat terus digunakan setelah program selesai.

Keberlanjutan program dapat dilakukan melalui pengembangan kegiatan usaha sederhana yang sesuai dengan minat peserta, pembuatan konten secara berkala, serta pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi mini project kewirausahaan digital, misalnya peserta secara berkelompok memilih satu produk, menentukan nama dan identitas visual, membuat konten promosi, dan mengunggah konten melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan perkembangan edukasi kewirausahaan digital yang menempatkan pengalaman praktis, penggunaan teknologi, dan kemampuan menyelesaikan masalah sebagai bagian penting dari proses pembelajaran. Penelitian Chotisarn dan Phuthong (2025) juga menekankan bahwa keberhasilan edukasi kewirausahaan digital membutuhkan keterpaduan antara strategi pedagogis, dukungan institusi, dan infrastruktur teknologi.

Selain itu, pemanfaatan media sosial secara berkelanjutan dapat memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami proses pemasaran secara lebih nyata. Peserta tidak hanya belajar membuat konten, tetapi juga dapat mengamati bagaimana konsumen memberikan respons terhadap konten dan membangun komunikasi dengan konsumen melalui media digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Li (2021) bahwa *customer engagement*, strategi pemasaran media sosial, dan pengukuran hasil aktivitas digital merupakan hal penting dalam pengembangan bisnis berbasis media sosial. Oleh karena itu, pendampingan ini diarahkan pada pembentukan digital entrepreneurial mindset, yaitu kemampuan melihat teknologi sebagai sarana untuk menemukan peluang, menciptakan nilai, berkomunikasi dengan pasar, dan mengembangkan aktivitas ekonomi.

Implikasi Kegiatan terhadap Pemberdayaan Generasi Muda

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian memberikan kontribusi dalam memperkenalkan konsep dan praktik kewirausahaan digital kepada anak-anak dan remaja Panti Asuhan As-Salam Hajimena. Kegiatan tidak hanya berorientasi pada kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mengarahkan peserta untuk memanfaatkan teknologi secara kreatif, produktif, dan bernilai ekonomi. Temuan kegiatan memperlihatkan bahwa kombinasi antara pengetahuan kewirausahaan, literasi digital, dan pemasaran melalui media sosial dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk memperkenalkan kewirausahaan kepada generasi muda. Hal tersebut sejalan dengan perkembangan literatur yang menempatkan literasi digital sebagai salah satu kompetensi fundamental dalam edukasi kewirausahaan pada era digital.

Dari perspektif manajemen pemasaran, kegiatan ini juga memberikan pengenalan awal terhadap proses penciptaan nilai dan komunikasi nilai kepada konsumen. Anak-anak dan remaja di Panti Asuhan As-Salam dapat mempelajari bahwa sebuah produk tidak cukup hanya memiliki manfaat, tetapi perlu dikomunikasikan secara menarik agar dapat diketahui dan dipertimbangkan oleh konsumen. Digital marketing memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Strategi digital marketing, termasuk *social media marketing*, *online advertising*, dan *customer engagement* dapat mendukung peningkatan jangkauan pasar dan kinerja usaha. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan ini sebagai tahap awal pembentukan kompetensi kewirausahaan digital. Kompetensi tersebut mencakup kemampuan mengenali peluang, mengembangkan ide

usaha, menciptakan konten, mengomunikasikan nilai produk, dan menggunakan teknologi untuk menjangkau konsumen.



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan PKM

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program "Digitalpreneur Kids: Pemberdayaan Anak-anak Panti Asuhan As-Salam Melalui Pelatihan Bisnis dan Pemasaran Digital" telah memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar kepada anak-anak dan remaja Panti Asuhan As-Salam Hajimena dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan kewirausahaan. Pelaksanaan kegiatan melalui penyuluhan interaktif, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan mampu memberikan pengalaman belajar yang berorientasi pada pemahaman konsep kewirausahaan digital dan juga pada penerapannya dalam aktivitas pemasaran. Peserta memperoleh pemahaman mengenai peluang usaha di era digital serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemasaran.

Peningkatan pemahaman peserta tampak dari hasil pre-test dan post-test, yaitu rata-rata nilai meningkat dari 50 pada pre-test menjadi 81 pada post-test, atau naik sebesar 31 poin. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital, peluang usaha digital, pemasaran melalui media sosial, dan pembuatan konten promosi digital.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital dapat menjadi salah satu pendekatan pemberdayaan generasi muda, khususnya anak-anak dan remaja di lingkungan panti asuhan. Pemanfaatan teknologi yang sebelumnya lebih banyak digunakan untuk komunikasi dan hiburan mulai diperkenalkan sebagai sarana yang dapat digunakan secara kreatif dan produktif untuk menciptakan serta mengomunikasikan nilai ekonomi. Dengan demikian, program Digitalpreneur Kids dapat menjadi tahap awal dalam membangun digital entrepreneurial mindset, literasi digital, kreativitas, dan keterampilan pemasaran yang dapat mendukung kesiapan peserta menghadapi lingkungan ekonomi dan dunia kerja yang semakin terdigitalisasi.

Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan pendampingan secara berkala dan dukungan dari pengelola panti dalam memberikan kesempatan kepada peserta untuk terus mempraktikkan keterampilan yang telah diperoleh. Program selanjutnya dapat dikembangkan melalui mini project kewirausahaan digital yang melibatkan peserta dalam proses pemilihan produk, identifikasi target konsumen, pembuatan konten, serta evaluasi respons konsumen. Evaluasi kegiatan berikutnya juga perlu dilakukan secara lebih terukur

melalui penilaian keterampilan praktik agar dampak program terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan digital dapat dibuktikan secara lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2026). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2026*. <https://survei.apjii.or.id/survei/>
- Assingkily, M. S., & Rohman, N. (2019). Edupreneurship dalam pendidikan dasar Islam. *JIP Jurnal Ilmiah PGMI*, 5(2), 111-130. <https://doi.org/10.19109/jip.v5i2.3721>.
- Chotisarn, N., & Phuthong, T. (2025). *Place Branding as a Soft Power Tool: A Systematic Review, Bibliometric Analysis, and Future Research Directions*. 15(4), 123–142.
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>
- Gautam, V., & Sharma, V. (2017). The Mediating Role of Customer Relationship on the Social Media Marketing and Purchase Intention Relationship with Special Reference to Luxury Fashion Brands. *Journal of Promotion Management*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1323262>
- Kumra, R., & Kumar, P. (2025). *Opportunities and Challenges for Women in Digital Entrepreneurship* (pp. 129–139). https://doi.org/10.1007/978-981-95-1148-8_9
- Li, F. (2021). *Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda*. 51–70.
- Mahmudah, F. N., Baswedan, A. R., & Cahyono, S. M. (2023). *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*. 29(2), 125–140.
- Mukherjee, T. (2023). Youth Transition in the Digital Age: Balancing Digital Competency Demands and Preparing for the Future. In *Handbook of Youth Development* (pp. 359–372). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-4969-4_21
- Park, J.-H., & Kim, S.-J. (2025). Entrepreneurial Competencies in the Era of Digital Transformation: A Systematic Literature Review. *Digital*, 5(4), 46. <https://doi.org/10.3390/digital5040046>
- Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research : A systematic review. *Journal of Business Research*, 156(November 2022), 113507. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113507>
- Rahmi, E., Darmansyah, D., Yulastri, A., & Handrianto, C. (2025). Bridging Entrepreneurship Education and Digital Transformation: A Novel Experiential Learning Model for Entrepreneurial Mindset Development. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 24(4), 640–660. <https://doi.org/10.26803/ijlter.24.4.29>
- Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R. C., Kolbe, L. M., Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R. C., & Kolbe, L. M. (2017). *Discovering digital business models in traditional industries*. <https://doi.org/10.1108/JBS-10-2016-0127>
- Salingkat, S., & Aimang, H. A. (2025). PROGRAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN KARAKTER DAN KETERAMPILAN HIDUP BAGI ANAK PANTI ASUHAN AISYIYAH LUWUK MELALUI PENDEKATAN EDUTAINMENT. *MONSU'ANI TANO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 162–172. <https://doi.org/10.32529/tano.v8i2.4314>
- Symeonaki, M., Stamatopoulou, G., & Parsanoglou, D. (2025). Factors explaining adolescents' digital skills in Europe. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 937. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05241-9>