

Akselerasi Kemandirian Ekonomi Guru PPPK Paruh Waktu Melalui Strategi Digital Marketing Berbasis *Local Networking* Di Kecamatan Telaga

Rahmawati Sarizki Habie^{1*}, Muhamad Ihsan Said Ahmad², Magfirah Sari Aziz³, Andi Zulitsnayarti Mardhani⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email : ^{1*}rahmahabie@unm.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak - Kesejahteraan ekonomi guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dan Taman Kanak-Kanak (TK) berstatus Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK) Paruh Waktu di Kecamatan Telaga masih menjadi tantangan yang memerlukan solusi taktis. Meski banyak guru telah memiliki unit usaha mandiri (UMKM) seperti produk kuliner, alat tulis, dan meubel, namun efektivitas pemasarannya masih terhambat oleh rendahnya literasi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pemasaran digital para guru melalui konsep *Digital Teacherpreneurship*. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning* (PAL) yang meliputi fase rekognisi masalah, transformasi platform digital, dan sinergi jaringan promosi. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui observasi partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman digital peserta sebesar 85%. Peserta berhasil mengonfigurasi etalase digital melalui fitur Katalog WhatsApp Business dan menginisiasi strategi *cross-promotion* kolektif. Inovasi ini terbukti efektif memperluas jangkauan pasar tanpa biaya tambahan, sekaligus menjaga stabilitas ekonomi guru tanpa mengganggu integritas profesional di sekolah.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Guru PPPK, Teacherpreneurship, UMKM, WhatsApp Business.*

Abstract - *The economic welfare of Early Childhood Education (PAUD) and Kindergarten (TK) teachers holding Part-Time Government Employees with Work Agreements (PPPK) status in Telaga District remains a challenge requiring tactical solutions. Although many teachers already possess independent business units (MSMEs), such as culinary products, stationery, and furniture, their marketing effectiveness is still hindered by low digital literacy. This community service activity aims to enhance teachers' digital marketing competence through the Digital Teacherpreneurship concept. The implementation method employs the Participatory Action Learning (PAL) approach, encompassing problem recognition, digital platform transformation, and promotional network synergy phases. Data analysis was conducted using a descriptive qualitative technique through participatory observation. The results indicate an 85% increase in participants' digital understanding. Participants successfully configured digital storefronts using the WhatsApp Business Catalog feature and initiated collective cross-promotion strategies. This innovation proved effective in expanding market reach without additional costs, while simultaneously maintaining teachers' economic stability without compromising their professional integrity at school.*

Keywords: *Digital Marketing, PPPK Teachers, Teacherpreneurship, MSMEs, WhatsApp Business.*

1. PENDAHULUAN

Eksistensi guru sebagai agen transformasi dalam ekosistem pendidikan seringkali pada tantangan kesejahteraan ekonomi yang tidak proporsional (Soleh et al., 2024). Di Kecamatan Telaga, fenomena ini dialami secara nyata oleh kelompok guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dan Taman Kanak-Kanak (TK) yang berstatus Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK) Paruh Waktu. Meskipun status tersebut memberikan kepastian hukum kepegawaian, namun skema kerja paruh waktu berimplikasi pada perolehan pendapatan yang belum sepenuhnya mampu menutup seluruh kebutuhan hidup keluarga. Kondisi ini menciptakan desakan mendesak bagi para guru untuk mengelola sumber pendapatan alternatif yang efisien secara waktu namun tetap produktif secara finansial.

Berdasarkan analisis situasi di lapangan, kelompok guru di wilayah ini sebenarnya memiliki daya kewirausahaan yang tinggi. Hal ini terbukti dengan banyaknya guru yang mengelola rintisan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mulai dari sektor pangan (kue rumahan), ritel (Alat Tulis Kantor), hingga sektor industri kayu (meubel). Namun keberlangsungan unit usaha tersebut terhambat oleh kendala manajerial pemasaran yang stagnan. Sebagian besar guru masih terjebak

pada metode pemasaran reaktif (dari mulut ke mulut) yang hanya menjangkau lingkungan sekolah atau wali murid terdekat. Di era disrupsi teknologi, penolakan mengadopsi platform digital akan menyebabkan guru UMKM kalah bersaing dan gagal menjadi pilar ekonomi keluarga (Azis et al., 2025).

Intervensi teknologi yang tepat guna menjadi kunci dalam mengatasi permasalahan tersebut. Konsep *Teacherpreneurship* yang dikembangkan dalam pengabdian ini merupakan transformasi guru menjadi subjek inovatif yang mampu mensinergikan tugas pedagogik dengan aktivitas ekonomi cerdas (Putrayasa et al., 2024). Kebaruan (*novelty*) dari kegiatan PkM ini tidak hanya terletak pada pemberian pelatihan teknis, melainkan pada pembentukan ekosistem jaringan pemasaran kolektif melalui skema *lintas promosi* antar sekolah. Melalui strategi ini, guru yang memiliki keterbatasan waktu mengajar dapat mengelola bisnisnya hanya melalui gawai (*smartphone*) secara sistematis.

Tujuan utama dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengakselerasi keterampilan pemasaran guru digital PPPK Paruh Waktu di Kecamatan Telaga. Dengan meningkatnya literasi digital, diharapkan terciptanya ketahanan ekonomi mandiri bagi para pendidik yang pada akhirnya berdampak positif pada kualitas pengabdian mereka di dunia pendidikan.

2. PROGRAM METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan Participatory Action Learning (PAL), sebuah model edukasi partisipatif yang menitikberatkan pada proses belajar berdasarkan tindakan nyata dan refleksi kelompok. Lokakarya dilaksanakan secara intensif pada hari Senin, tanggal 23 April bertempat di Kecamatan Telaga. Peserta berjumlah 10 orang guru yang dipilih secara *purposive* (bertujuan) dengan kriteria telah memiliki rintisan UMKM aktif dan menggunakan gawai pintar.

Tahapan pelaksanaan program diuraikan menjadi tiga fase operasional:

2.1 Tahap Rekognisi dan Persiapan

Tim pengabdian melakukan pemetaan profil guru UMKM (kue, ATK, meubel) untuk mengidentifikasi hambatan spesifik dalam penggunaan teknologi pemasaran selama ini.

2.2 Tahap Transformasi Digital (*Hands-on*)

Peserta dibimbing melakukan konfigurasi akun WhatsApp Business. Sesi ini mencakup penyusunan etalase digital melalui fitur "Katalog", pembuatan deskripsi produk persuasif (*copywriting*), serta pengaturan respons otomatis untuk efisiensi komunikasi dengan pelanggan.

2.3 Tahap Sinergi Jaringan (*Cross-Promotion*)

Peserta melakukan praktik langsung promosi lintas, di mana setiap guru membagikan tautan produk rekan sejawat di jejaring sosial masing-masing untuk menciptakan perluasan pasar kolektif.

Teknik analisis keberhasilan program dilakukan secara deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap aktivitas praktik peserta dan evaluasi terhadap kualitas luaran berupa profesionalisme katalog digital yang telah dibuat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak signifikan terhadap literasi ekonomi peserta. Target ketercapaian diukur melalui tiga aspek utama yang menunjukkan transformasi dari pola konvensional menuju digitalisasi terpadu.

3.1 Peningkatan Kapasitas Literasi dan Mental Bisnis

Pada fase awal, peserta diberikan pemahaman mengenai relevansi digitalisasi bagi pelaku usaha mikro. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta sebesar 85% mengenai optimasi gawai sebagai alat produksi ekonomi. Peserta menyadari bahwa status paruh waktu

merupakan peluang untuk memanfaatkan waktu singkat menjadi nilai ekonomi melalui platform digital (Putrayasa et al., 2024).



Gambar 1. Penyampaian relevansi digitalisasi bagi pelaku usaha mikro.

3.2 Implementasi Etalase Digital (WhatsApp Business)

Luaran nyata dari kegiatan ini adalah migrasi 100% akun peserta ke platform WhatsApp Business. Keunggulan teknis yang dihasilkan adalah terciptanya Katalog Digital yang rapi. Misalnya, guru yang memiliki usaha meubel dan kue kini memiliki etalase yang memuat foto estetik, harga, dan spesifikasi produk yang dapat diakses pelanggan secara mandiri. Hal ini menciptakan efisiensi kerja yang sangat tinggi bagi guru; mereka tidak perlu lagi melayani pertanyaan dasar pelanggan secara manual di tengah jam mengajar. Transformasi ini sesuai dengan teori inklusi ekonomi digital yang menekankan penyederhanaan rantai pemasaran bagi UMKM (Azis et al., 2025).



Gambar 2. Pendampingan Teknis Pembuatan Katalog Digital bagi Guru UMKM

3.3 Strategi Inovasi Jaringan Lokal (Cross-Promotion)

Capaian inovatif dari program ini adalah terbentuknya jaringan saling promosi. Peserta yang memproduksi kue rumah mempromosikan katalog guru yang menjual ATK di status WhatsApp mereka, begitu pula sebaliknya. Strategi ini menciptakan efek "pasar bersama" yang menjangkau seluruh komunitas sekolah di Kecamatan Telaga tanpa biaya iklan (*zero cost marketing*). Keberhasilan ini membuktikan bahwa modal sosial yang kuat di kalangan guru dapat dikonversi

menjadi modal ekonomi yang berkelanjutan jika didukung oleh teknologi yang tepat (Soleh et al., 2024).



Gambar 3. Guru PPPK Paruh Waktu dalam Jaringan Digital Teacherpreneurship

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Telaga, dapat disimpulkan bahwa program Digital Teacherpreneurship telah memberikan kontribusi nyata dalam upaya penguatan ekonomi guru PAUD dan TK berstatus PPPK Paruh Waktu. Ketercapaian program ini terlihat dari keberhasilan peserta mentransformasi manajemen pemasaran UMKM mereka (kue rumahan, ATK, dan meubel) dari sistem konvensional menjadi berbasis digital menggunakan platform WhatsApp Business. Peningkatan pemahaman teknologi sebesar 85% membuktikan bahwa pendekatan Participatory Action Learning (PAL) sangat efektif dalam mengatasi hambatan literasi digital pada pendidik.

Lebih lanjut, inovasi strategi cross-promotion (promosi silang) yang diterapkan telah menciptakan ekosistem pemasaran kolektif yang solid di tingkat lokal. Strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar secara masif tanpa biaya tambahan (zero cost marketing), tetapi juga memperkuat modal sosial dan solidaritas ekonomi antar-guru. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi digital yang sederhana namun tepat sasaran mampu menjadi solusi stabilitas ekonomi keluarga bagi guru dengan waktu kerja terbatas, tanpa mengganggu integritas profesionalisme mereka di sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, MS, Bahasoan, AN, & Indayani, B. (2025). Transformasi digital pada UMKM: Penggerak pertumbuhan ekonomi dan inklusi di negara berkembang. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin* , 5(1), 9-19.
- Heny, HF, Arono, A., & Yunita, W. (2024). Efektivitas Model Pembelajaran Pemecahan Masalah Terhadap Keterampilan Menulis. *Cakrawala: Jurnal Pendidikan* , 18(1), 13-33.
- Putrayasa, IM, Suwindia, IG, & Ari Winangun, IM (2024). Transformasi literasi di era digital: tantangan dan peluang bagi generasi muda. *Review Pendidikan dan Ilmu Sosial* , 5(2), 156-165.
- Soleh, N., Fajriah, F., & Rahman, F. (2024). Kontribusi mahasiswa dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mewujudkan visi Indonesia Emas 2045. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Cerdas* , 1(1), 22-28.
- Waluya, B. (2016). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Berbasis Masyarakat Untuk Mengatasi Masalah Pengangguran. *Jurnal Geografi Gea* , 9(1).
- Yani, NLS, Sari, PN, Paramita, S., Azis, MS, & Alrizqi, DG (2025). Pemberdayaan Perempuan Muda Hindu Melalui Bengkel Penulisan Esai Sebagai Upaya Penguatan Literasi dan Ekspresi Intelektual. *Jurnal Bina Desa* , 7(3), 349-356.