

Pemberdayaan *Digital Marketing* untuk Mendorong Pengembangan Wirausahawan Muda pada Organisasi Mahasiswa CSSMoRA Lombok

Sri Maryanti¹⁾, Rahmi Sri Ramadhani²⁾, Lale Puspita Kembang³⁾, Putri Dewi Santika⁴⁾

^{1,2,3,4)} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

e-mail : ¹⁾ sri_maryanti@staff.unram.ac.id

ABSTRACT

Digital transformation has significantly reshaped the entrepreneurial landscape by creating new opportunities for technology-based business development, particularly among digitally literate youth. However, student engagement in entrepreneurial activities remains relatively low, including within the Community of Santri Scholars of Ministry of Religious Affairs (CSSMoRA) Lombok. This community service program aims to strengthen students' entrepreneurial capacity through a structured Empowerment approach. The program was implemented through four main stages: preparation, socialization, intensive training, and technology application integrated with continuous mentoring. The intervention emphasized the development of an entrepreneurial mindset, digital marketing strategies, and hands-on training in content creation and social media management. The results indicate a significant improvement in participants' knowledge and practical skills, as reflected in their ability to establish and manage digital business accounts, design marketing strategies, and produce effective promotional content. In addition, the program successfully facilitated the formation of three new business groups and three active digital business accounts. The provision of applied technology (IPTEKS) support in the form of portable marketing facilities further enabled the integration of online and offline marketing practices and enhanced participants' confidence in initiating business ventures. Overall, the program effectively bridged the gap between digital literacy and entrepreneurial implementation, contributing to the strengthening of entrepreneurial intention, skills, and economic independence among youth through digital technology utilization.

Keywords: *Digital Marketing Empowerment, Digital Literacy, Student Organization, Youth Entrepreneurship*

ABSTRAK

Transformasi digital telah secara signifikan mengubah lanskap kewirausahaan dengan menghadirkan peluang baru dalam pengembangan usaha berbasis teknologi, khususnya di kalangan generasi muda yang memiliki literasi digital yang baik. Namun demikian, tingkat keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas kewirausahaan masih relatif rendah, termasuk pada organisasi Community of Santri Scholars of Ministry of Religious Affairs (CSSMoRA) Lombok. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan mahasiswa melalui pendekatan pemberdayaan *digital marketing* yang terstruktur. Program ini dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu persiapan, sosialisasi, pelatihan intensif, serta penerapan teknologi yang diintegrasikan dengan pendampingan berkelanjutan. Intervensi yang dilakukan menitikberatkan pada pengembangan *mindset* kewirausahaan, strategi *digital marketing*, serta pelatihan praktis dalam pembuatan konten dan pengelolaan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan praktis peserta, yang tercermin dari kemampuan dalam membangun dan mengelola akun bisnis digital, merancang strategi pemasaran, serta menghasilkan konten promosi yang efektif. Selain itu, program ini berhasil mendorong terbentuknya tiga kelompok usaha baru dan tiga akun bisnis digital yang aktif. Dukungan IPTEKS berupa penyediaan sarana pemasaran portabel turut menunjang integrasi pemasaran daring dan luring serta meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam memulai usaha. Secara keseluruhan, program ini efektif dalam menjembatani kesenjangan antara literasi digital dan implementasi kewirausahaan, serta berkontribusi dalam memperkuat intensi, keterampilan, dan kemandirian ekonomi generasi muda berbasis teknologi digital.

Kata kunci: Literasi Digital, Organisasi Mahasiswa, Pemberdayaan *Digital Marketing*, Wirausahawan Muda

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Transformasi ini melahirkan konsep ekonomi digital yang menempatkan inovasi teknologi dan kewirausahaan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi modern (Yolanda et al., 2023). Digitalisasi tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi, tetapi juga membuka berbagai peluang baru bagi individu untuk mengembangkan usaha secara lebih fleksibel, efisien, dan berbasis teknologi (Sari & Budi, 2023; Subekti et al., 2022). Perkembangan tersebut juga berdampak pada perubahan struktur pasar kerja, di mana sebagian fungsi pekerjaan tradisional mulai tergantikan oleh teknologi dan otomatisasi, sehingga menuntut generasi muda untuk memiliki kompetensi baru yang adaptif terhadap perkembangan digital (Natsir et al., 2024; Sitompul et al., 2025). Dalam konteks ini, generasi muda memiliki posisi strategis sebagai aktor penting dalam pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi (Putri & Indrawati, 2025; Sugiharto, 2025). Karakteristik generasi muda yang cenderung memiliki orientasi pada keberhasilan, kepercayaan diri, kecintaan terhadap kebebasan, serta kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi digital menjadikan mereka memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak ekonomi kreatif di masa depan (Elizabeth, 2015). Potensi tersebut tercermin dari hasil survei IDN Research Institute yang menunjukkan bahwa sekitar 69,1% generasi muda di Indonesia memiliki minat untuk membuka usaha (Hasmidyani et al., 2022). Melihat potensi tersebut, pemerintah Indonesia bahkan menargetkan peningkatan rasio kewirausahaan nasional hingga mencapai 4% sebagai upaya memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Meskipun demikian, berbagai studi menunjukkan bahwa tingkat partisipasi mahasiswa dalam aktivitas kewirausahaan masih relatif rendah (Noni et al., 2023; Nursani et al., 2024). Fenomena tersebut juga terlihat pada mitra strategis kegiatan ini yaitu organisasi mahasiswa *Community of Santri Scholars of Ministry of Religious Affairs* (CSSMoRA) Lombok. Organisasi ini merupakan wadah bagi mahasiswa penerima beasiswa berprestasi dari Kementerian Agama yang memiliki berbagai program pengembangan kapasitas akademik maupun non akademik. Salah satu program non akademik yang dikembangkan adalah program wirausaha muda yang bertujuan menumbuhkan kemandirian ekonomi anggota serta memberikan alternatif karier setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi. Namun demikian, implementasi program tersebut belum menunjukkan hasil yang optimal. Berdasarkan pengamatan awal, dari puluhan anggota CSSMoRA Lombok hanya sebagian kecil yang berpartisipasi dalam program kewirausahaan, dan hanya beberapa anggota yang telah memulai usaha. Usaha yang dijalankan pun masih berskala kecil dan belum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat dan partisipasi anggota dalam kegiatan kewirausahaan masih relatif rendah. Padahal, sebagai generasi muda yang tumbuh dalam ekosistem digital, anggota CSSMoRA pada dasarnya memiliki kemampuan dasar dalam penggunaan teknologi yang cukup baik. Kemampuan tersebut seharusnya dapat menjadi modal penting untuk memanfaatkan berbagai peluang bisnis berbasis teknologi digital (Nuraisyah et al., 2023; Prihatiningsih et al., 2025).

Rendahnya minat dan keterlibatan anggota dalam kegiatan kewirausahaan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi teknologi yang dimiliki generasi muda dengan kemampuan praktis dalam mengembangkan usaha. Salah satu faktor yang memengaruhi kondisi tersebut adalah keterbatasan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan serta kurangnya keterampilan praktis yang relevan dengan perkembangan ekonomi digital, khususnya dalam bidang *digital marketing* (Novitasari & Handayani, 2025; Prihatiningsih et al., 2025). Padahal, *digital marketing* merupakan salah satu strategi penting dalam mengembangkan bisnis di era digital karena memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu upaya pemberdayaan yang mampu meningkatkan kapasitas anggota CSSMoRA Lombok dalam bidang kewirausahaan berbasis digital.

Available Online at: <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/index>

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dalam bentuk program pemberdayaan melalui penguatan pemahaman kewirausahaan dan pelatihan *digital marketing*. Program ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan strategis, yaitu pemetaan kebutuhan dan tingkat literasi kewirausahaan anggota, pelaksanaan pelatihan *digital marketing* yang aplikatif, penguatan *mindset* kewirausahaan melalui sesi motivasi dan studi kasus, serta evaluasi capaian program berdasarkan indikator peningkatan minat berwirausaha, keterampilan *digital marketing*, dan inisiasi usaha baru oleh peserta. Melalui pendekatan pemberdayaan yang bersifat sistematis dan aplikatif, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan motivasi, keterampilan, serta keberanian anggota CSSMoRA Lombok sebagai representasi generasi muda untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan berbasis digital. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi pada penguatan kapasitas individu anggota, tetapi juga berpotensi mendorong terciptanya wirausahawan muda yang mandiri, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

METODE

Mitra strategis dalam kegiatan ini adalah *Community of Santri Scholars of Ministry of Religious Affairs*-CSSMoRA Lombok, yakni organisasi mahasiswa tingkat universitas yang menjadi wadah bagi para penerima Program Beasiswa Santri Berprestasi (PBSB) dari Kementerian Agama Republik Indonesia yang menempuh studi di Universitas Mataram dan beralamat di Pagesangan Barat, Mataram, Nusa Tenggara Barat. CSSMoRA Lombok dipilih sebagai mitra strategis karena karakteristik uniknya sebagai wadah mahasiswa yang memadukan nilai kepesantrenan dengan identitas akademis di Universitas Mataram. Sebagai *digital natives*, anggota CSSMoRA memiliki adaptivitas tinggi terhadap teknologi informasi, namun di sisi lain, mereka menghadapi tantangan berupa rendahnya orientasi kewirausahaan dan minimnya keterampilan praktis dalam mengelola unit usaha. Kesenjangan (*gap*) inilah yang menempatkan CSSMoRA sebagai mitra yang representatif. Melalui PKM ini, penguatan kompetensi *digital marketing* diharapkan tidak hanya sekadar memberikan keterampilan teknis, tetapi juga mengaktifasi potensi ekonomi digital yang melekat pada profil mahasiswa intelektual tersebut untuk mendorong terciptanya wirausahawan muda yang mandiri.

Pelaksanaan program pemberdayaan *digital marketing* dalam menumbuhkan dan mengembangkan wirausahawan muda pada organisasi mahasiswa CSSMoRA Lombok (mitra sasaran) dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu: persiapan, sosialisasi, pelatihan dan penerapan teknologi, serta pendampingan. Keempat tahap ini dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis secara bertahap, sehingga peserta dapat mengembangkan potensi kewirausahaannya secara optimal.

Tahap pertama adalah persiapan, yang diawali dengan melakukan pertemuan dan survei awal bersama mahasiswa yang tergabung dalam organisasi CSSMoRA Lombok. Hal ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dan rencana kegiatan potensial apa yang akan dilakukan untuk bisa menjadi solusinya. Tim pengabdian juga melakukan diskusi awal dengan ketua dan sekretaris mitra guna memperoleh dukungan pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya menyusun rencana kegiatan yang mencakup jadwal pelatihan, materi konsep kewirausahaan dan pemasaran digital serta perlengkapan lainnya yang akan digunakan selama kegiatan berlangsung.

Tahap kedua sosialisasi, yang bertujuan untuk memperkenalkan kegiatan kepada seluruh anggota mitra sekaligus menjaring peserta yang memiliki minat dan komitmen untuk mengikuti kegiatan pengabdian ini. Sosialisasi dilakukan melalui penyebaran informasi secara daring dan luring, serta melalui pertemuan awal yang menjelaskan urgensi program, manfaat, serta alur pelaksanaan kegiatan.

Tahap ketiga adalah pelatihan, yang diselenggarakan dalam bentuk sesi pembelajaran interaktif. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep dasar kewirausahaan, pembentukan *mindset* bisnis, strategi *digital marketing*, serta praktik pembuatan dan pengelolaan konten promosi melalui media sosial. Pelatihan disampaikan oleh tim PKM yang dirancang dengan metode partisipatif agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung.

Tahap keempat adalah penerapan teknologi dan pendampingan, di mana peserta mulai mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh dengan mencoba membuat akun bisnis di platform digital (seperti Instagram, TikTok, atau marketplace). Peserta diarahkan untuk mengembangkan ide usaha, mitra akan diarahkan melakukan promosi produk secara daring, dan mulai membangun *brand* pribadi atau kelompok. Pada tahap ini, peserta mulai mengalami proses belajar secara kontekstual melalui interaksi langsung dengan target pasar. Selanjutnya tahap pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya berhenti pada tahap pelatihan, tetapi juga mampu mulai membuat suatu produk, dengan harapan mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha yang dirintis. Pendampingan dilakukan melalui diskusi kelompok, sesi konsultasi, serta pendampingan membuat produk dan perkembangan akun bisnis dan aktivitas promosi peserta. Evaluasi dilakukan di akhir program untuk mengukur pencapaian hasil. Dalam evaluasi akhir, peserta juga diberi kesempatan untuk mempresentasikan hasil usaha mereka dan mendapatkan umpan balik dari tim pendamping. Dimana kemampuan peserta dalam implementasi *digital marketing* melalui promosi produk daring akan dievaluasi dengan melihat sejauh mana kemampuan dalam membuat konten promosi digital berdasarkan indikator strategi konten yang baik dan terencana, *visual design* yang tidak hanya jernih dan estetik tetapi juga informatif, dan *Copywriting* yang tidak hanya persuasif tetapi juga memenuhi prinsip AIDA (*Attention, Interest, Desire dan Action*).

Tabel 1.1. Rubrik Penilaian Konten Promosi Digital

Indikator	Skor 1 (Kurang)	Skor 2 (Cukup)	Skor 3 (Baik)	Skor 4 (Sangat Baik)
Strategi Konten	Tidak ada rencana konten yang jelas.	Konten ada tapi tidak konsisten/ tidak jelas konsepnya.	Konten terencana dan memiliki tema tertentu.	Konten terencana, konsisten, dan memiliki <i>call-to-action</i> kuat.
Visual Design	Gambar buram, teks sulit dibaca.	Gambar jelas, namun desain kurang menarik.	Desain menarik dan sesuai dengan identitas <i>brand</i> .	Desain profesional, estetik, dan sangat informatif.
Copywriting	Hanya berisi deskripsi singkat barang.	Menggunakan kalimat ajakan standar.	Menggunakan teknik bercerita (<i>storytelling</i>).	Menggunakan formula AIDA yang sangat persuasif.

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2026

Melalui keempat tahapan ini, diharapkan peserta memperoleh bekal keterampilan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mampu membangun kemandirian ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital secara produktif dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui program pemberdayaan *digital marketing* pada organisasi mahasiswa CSSMoRA Lombok menunjukkan capaian yang signifikan, baik dari aspek peningkatan pengetahuan, keterampilan, maupun implementasi kewirausahaan berbasis digital di kalangan peserta. Hasil kegiatan ini diuraikan berdasarkan tahapan pelaksanaan program sebagai berikut.

Hasil dari tahap persiapan dan sosialisasi berperan penting dalam membangun pemahaman awal serta komitmen peserta terhadap program yang dilaksanakan. Kegiatan ini diawali dengan diskusi dan survei awal untuk mengidentifikasi tingkat literasi kewirausahaan dan *digital marketing* pada anggota CSSMoRA Lombok. Hasil kegiatan sosialisasi menunjukkan adanya antusiasme yang cukup tinggi dari peserta, yang ditandai dengan partisipasi sebanyak 15 peserta yang mendaftar secara sukarela untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Temuan awal mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki keterampilan dasar dalam penggunaan teknologi digital, seperti pengoperasian media sosial dan pembuatan konten sederhana. Namun demikian, mereka belum memiliki pemahaman yang

Available Online at: <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/index>

komprehensif terkait strategi *digital marketing* yang sistematis, serta masih menghadapi kendala psikologis berupa rendahnya kepercayaan diri dan keberanian dalam memulai usaha. Temuan ini menegaskan adanya kesenjangan antara potensi literasi digital dengan kesiapan kewirausahaan peserta, sehingga memperkuat urgensi pelaksanaan program pemberdayaan yang bersifat aplikatif dan berkelanjutan.

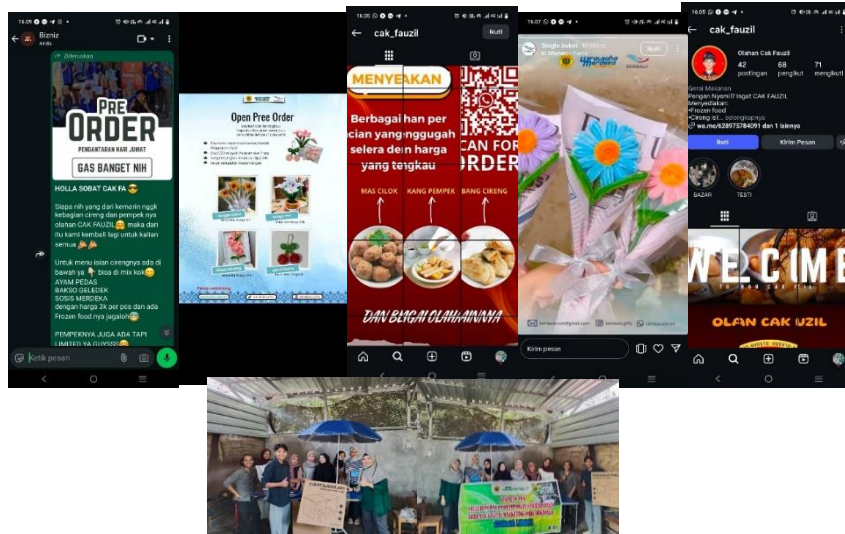
Hasil Tahap Pelatihan, dimana pelaksanaan pelatihan yang dilakukan dalam tiga sesi intensif memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas peserta, baik dari aspek kognitif maupun keterampilan praktis. Materi yang disampaikan mencakup konsep dasar kewirausahaan, strategi *digital marketing*, pengembangan personal branding, serta teknik produksi konten digital, termasuk fotografi produk, pembuatan video pendek, dan penulisan konten promosi (*copywriting*). Hasil evaluasi selama pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep-konsep tersebut, yang tercermin dari kemampuan mereka dalam merancang profil bisnis digital, menyusun strategi pemasaran sederhana, serta menghasilkan konten promosi yang lebih terstruktur dan menarik. Selain itu, pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam pelatihan mampu meningkatkan keterlibatan aktif peserta, sehingga proses pembelajaran tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif.

Gambar 1. Pelatihan intensif kognitif dan keterampilan digital



Sumber : Peneliti, 2026

Pada tahap penerapan teknologi, peserta mulai mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh melalui kegiatan praktik kewirausahaan berbasis digital. Peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil dan diarahkan untuk mengembangkan ide usaha, membuat akun bisnis pada platform digital (seperti Instagram dan TikTok), serta melakukan promosi produk secara daring. Selain itu, peserta juga dilibatkan dalam kegiatan pemasaran langsung melalui partisipasi dalam bazar dan kegiatan promosi lapangan. Untuk mendukung aktivitas tersebut, tim pelaksana menyediakan fasilitas IPTEKS berupa meja lipat portabel, kursi lipat, dan payung dagang sebagai sarana pendukung display produk. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa peserta mampu mengintegrasikan strategi pemasaran digital dengan praktik penjualan secara langsung (*online to offline*), sehingga memberikan pengalaman kontekstual dalam menjalankan usaha. Kegiatan ini juga berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap dinamika pasar serta interaksi dengan konsumen.



Gambar 2. Penerapan teknologi digital dan IPTEKS

Sumber : Peneliti, 2026

Tahap pendampingan dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan implementasi program serta memperkuat kapasitas peserta dalam mengembangkan usaha yang telah dirintis. Pendampingan dilakukan melalui diskusi kelompok, konsultasi, serta monitoring terhadap perkembangan usaha dan aktivitas promosi digital peserta. Hasil pendampingan menunjukkan capaian yang cukup konkret, di antaranya terbentuknya tiga kelompok usaha yang aktif menjalankan bisnis skala kecil di bidang makanan, minuman, dan kerajinan. Selain itu, terdapat tiga akun bisnis digital yang secara konsisten melakukan aktivitas promosi dan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial.

Dari aspek non-teknis, terjadi peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi bisnis peserta, yang tercermin dari keberanian mereka untuk terlibat dalam berbagai kegiatan bazar dan event lokal. Hasil evaluasi akhir juga menunjukkan bahwa peserta memiliki kesiapan yang lebih baik dalam memulai dan mengembangkan usaha, serta memahami pentingnya strategi *digital marketing* dalam mendukung keberhasilan bisnis.



Gambar 3. Pendampingan pada 3 unit Bisnis Baru (Cireng, Es Kuwut dan Kerajinan tangan)

Sumber : Peneliti, 2026

Secara keseluruhan, program pemberdayaan ini berhasil menjawab permasalahan awal yang dihadapi mitra, yaitu rendahnya minat dan partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan. Melalui pendekatan yang sistematis dan aplikatif, program ini mampu meningkatkan literasi kewirausahaan, keterampilan *digital marketing*, serta mendorong lahirnya inisiatif usaha baru di kalangan anggota

CSSMoRA Lombok. Hal ini juga sejalan dengan hasil penilaian kompetensi *digital marketing* peserta atau tim diukur melalui penilaian karya konten promosi digital yang telah dibuat (*artifact assessment*) berdasarkan Rubrik Penilaian yang sudah disusun. Hasil evaluasi menunjukkan pergeseran signifikan terutama pada indikator *copywriting*, di mana sebelum kegiatan peserta hanya memperoleh skor rata-rata 1.8 (Kategori Cukup), meningkat menjadi 3.5 (Kategori Sangat Baik) setelah pendampingan. Hal ini membuktikan bahwa materi pemberdayaan memberikan dampak praktis pada peningkatan kemampuan peserta dalam merancang pesan pemasaran yang persuasif.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui pemberdayaan *digital marketing* pada organisasi mahasiswa CSSMoRA Lombok telah berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam bidang kewirausahaan berbasis digital. Kegiatan yang dilaksanakan secara bertahap melalui proses persiapan, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi dan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi peserta untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep kewirausahaan dan strategi *digital marketing*, yang diikuti dengan kemampuan praktis dalam mengelola konten promosi, membangun akun bisnis digital, serta melakukan aktivitas pemasaran secara daring dan luring. Selain itu, program ini juga mendorong terbentuknya unit usaha baru dalam bentuk kelompok bisnis kecil serta meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi bisnis peserta. Dukungan IPTEKS berupa penyediaan meja, kursi, dan payung portabel turut memberikan kontribusi nyata dalam menunjang aktivitas pemasaran lapangan, sehingga peserta lebih percaya diri dalam memulai dan menjalankan usaha secara langsung. Secara keseluruhan, kegiatan ini mampu menjembatani kesenjangan antara potensi literasi digital yang dimiliki peserta dengan kemampuan implementatif dalam berwirausaha. Dengan demikian, program pemberdayaan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kompetensi individu, tetapi juga memiliki implikasi dalam mendorong kemandirian ekonomi generasi muda berbasis pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, disarankan agar organisasi CSSMoRA Lombok dapat melanjutkan dan mengembangkan program kewirausahaan secara berkelanjutan melalui pembentukan komunitas bisnis internal yang aktif serta integrasi program dengan kegiatan organisasi lainnya. Selain itu, diperlukan penguatan pendampingan jangka panjang guna memastikan keberlanjutan usaha yang telah dirintis, termasuk melalui kolaborasi dengan praktisi bisnis, inkubator usaha, maupun lembaga pendukung kewirausahaan. Bagi tim pelaksana maupun pihak terkait, disarankan untuk mengembangkan model pelatihan yang lebih komprehensif dengan menambahkan aspek manajemen keuangan, pengembangan produk, serta akses terhadap pasar dan permodalan. Penyediaan dukungan IPTEKS juga perlu ditingkatkan agar mampu memperluas skala usaha peserta. Dengan demikian, kegiatan pengabdian di masa mendatang diharapkan tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas, tetapi juga pada penciptaan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan dan berdampak lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ketua beserta anggota tim PKM menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada Universitas Mataram melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan pendanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melalui skema dana PNPB. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengurus dan anggota CSSMoRA Lombok selaku mitra strategis kegiatan atas partisipasi aktif dan kerja sama yang baik selama pelaksanaan program. Selain itu, penulis juga mengapresiasi seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam mendukung keberhasilan kegiatan ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata, baik bagi mitra sasaran maupun masyarakat luas, serta menjadi langkah awal dalam mencetak wirausahawan muda

yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan mampu berkontribusi dalam pembangunan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Elizabeth, S. T. (2015). *Raising Children In Digital Era*. Elex Media Computindo.
- Hasmidyani, D., Mardetini, E., & Amrina, D. E. (2022). Generasi Z Dan Kewirausahaan: Mengukur Intensi Berwirausaha Berbasis Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 19–30. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n1.p19-30>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, January 30). *Dukungan Program Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM untuk Memperkuat Stabilitas Ekonomi Daerah – Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3624/dukungan-program-pemerintah-dalam-pemberdayaan-umkm-untuk-memperkuat-stabilitas-ekonomi-daerah>
- Natsir, A. B. A., Ilham, I., Abdullah, A., Nizam, M. F., Auliah, F., Agustina, S. S., & Akbar, M. (2024). Pengembangan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(03), 1118–1128.
- Noni, Y., Fadhilah, N., Norvadewi, N., Yanti, D., & Fitriah, D. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Untuk Mengembangkan Jiwa Entrepreneurship Mahasiswa Di Kalimantan Timur. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(5), 445–453. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i5.87>
- Novitasari, A. A. S., & Handayani, M. M. (2025). Penguatan Kompetensi Digital Marketing Mahasiswa sebagai Wirausahawan Muda di Era Ekonomi Digital. *Journal Human Resources 24/7. Abdimas : Abdimas*, 3(3), 98–103.
- Nuraisyah, N., Haryono, D., & Lutfiani, L. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula). *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.47353/sikemas.v2i2.1285>
- Nursani, N., Hardinandar, F., Amelia, R., Rizkan, M., Akbar, M., Mulya, K. S., & Syafruddin. (2024). Menumbuhkan Kewirausahaan Digital pada Generasi Z di SMAN 1 Wawo Melalui Kegiatan Sosialisasi. *Journal of Excellence Humanities and Religiosity*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.34304/joehr.v1i1.208>
- Prihatiningsih, M., Subagya, Y. H., Lona, L., Rafli, M., & Felix, V. (2025). Pelatihan Digital Marketing Menuju Entrepreneurship yang Produktif & Inovatif Era Gen-Z. *Mandalika Journal of Community Services*, 2(2), 206–220. <https://doi.org/10.59613/mjcs.v2i2.231>
- Putri, P. L., & Indrawati, I. D. (2025). Pemberdayaan Mahasiswa Wirausaha Melalui Digitalisasi dan Penguatan Kapasitas Bisnis Berkelanjutan. *Transformasi Masyarakat : Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian*, 2(2), 81–92. <https://doi.org/10.62383/transformasi.v2i2.1954>
- Sari, I., & Budi. (2023). Pelatihan Kewirausahaan bagi Generasi Muda dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Desa Cinta Rakyat. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 2(2), 138–143. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v2i2.299>
- Sitompul, H. B., Sebayang, S. K. B., Rozaini, N., & Nugrahad, E. W. (2025). Transformasi Pasar Tenaga Kerja Di Era Digital Dalam Perspektif Pekerja Muda. *LintekEdu: Jurnal Literasi dan Teknologi Pendidikan*, 6(4). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jltp/article/view/4006>
- Subekti, P., Hafiar, H., Prastowo, F. A. A., & Masrina, D. (2022). Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Pengenalan dan Pelatihan Kewirausahaan di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 131–136. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.408>
- Sugiharto, A. V. (2025). Peran Ormas Mahasiswa, Pemuda, dan Masyarakat dalam Pengembangan Kewirausahaan, Koperasi, dan UMKM di Indonesia: The Role of Student, Youth, and Community Organizations in Developing Entrepreneurship, Cooperatives, and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 3(4), 170–184. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18144411>

Available Online at: <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/index>

Yolanda, C., Mukarramah, M., Chaira, T. M. I., & Zulkarnain, M. (2023). Pelatihan kewirausahaan sebagai peluang bisnis untuk generasi-z di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 2(2), 12-19.