

PEWIRA: PENDAMPINGAN WIRAUSAHA PEMULA MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING, BROADCASTING, DAN PUBLIC SPEAKING DI PKBM BANYUWANGI

Oleh:

Wiwin Yulianingsih¹, Rivo Nugroho², Raya Sulistyowati³, Rofik Jalal Rosyanafi⁴,
Mustakim Mustakim⁵, Heryanto Susilo⁶, Fina Akmalia Putri⁷

^{1,2,4,5,6,7}Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Surabaya

³Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

¹wiwinyluaningsih@unesa.ac.id

²rivonugroho@unesa.ac.id

³rayasulistyowati@unesa.ac.id

⁴rofikjalalrosyanafi@unesa.ac.id

⁵mustakim@unesa.ac.id

⁶heryantosusilo@mhs.unesa.ac.id

⁷fina.20071@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini membahas program PEWIRA: Pendampingan Wirausaha Pemula melalui Pelatihan *Digital Marketing*, *Broadcasting*, dan *Public Speaking* di PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi. Latar belakang program berangkat dari kebutuhan warga belajar, wirausaha pemula, dan kelompok perempuan akan keterampilan pemasaran digital dan komunikasi untuk meningkatkan daya saing usaha di era digitalisasi, di tengah keterbatasan akses teknologi dan rendahnya literasi digital masyarakat setempat. Pengabdian kepada Masyarakat menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang melibatkan pemetaan aset komunitas, pelatihan partisipatif, serta pendampingan berkelanjutan. Hasil pelaksanaan menunjukkan terjadinya peningkatan signifikan pada keterampilan warga belajar dalam memasarkan produk secara digital, membuat konten audio-visual, dan mengasah kemampuan public speaking. Partisipasi aktif peserta terlihat pada proses pembuatan akun bisnis di media sosial, produksi konten promosi berbasis visual, serta penyampaian presentasi produk secara percaya diri. Evaluasi menunjukkan mayoritas peserta mengalami pertumbuhan kompetensi, mulai mengadopsi teknologi, dan membangun jejaring usaha pemula berbasis komunitas. Program PEWIRA terbukti efektif mendorong transformasi sosial dan ekonomi, sekaligus memperkuat budaya kolaborasi serta kemandirian wirausaha di lingkungan PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi. Implikasi program ini menghadirkan model pemberdayaan wirausaha pemula yang berkelanjutan dan inklusif, memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas digital serta menguatkan peran pendidikan nonformal dalam pembangunan ekonomi lokal dan pemberdayaan perempuan.

Kata Kunci: *digital marketing, broadcasting, public speaking, asset-based community development (ABCD)*

Abstract

This community service program discusses the PEWIRA program: Mentoring Beginner Entrepreneurs through Digital Marketing, Broadcasting, and Public Speaking Training at PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi. The program's background stems from the needs of learners, start-up entrepreneurs, and women's groups for digital marketing and communication skills to increase business competitiveness in the digitalization era, amidst limited access to technology and low digital literacy in the local community. Community Service uses a qualitative-descriptive approach with the Asset-Based Community Development (ABCD) method, which involves mapping community assets, participatory training, and ongoing mentoring. The implementation results show a significant increase in learners' skills in marketing products digitally, creating audio-visual content, and honing public speaking skills. Active participation of participants is seen in the process of creating business accounts on social media, producing visual-based promotional content, and delivering product presentations confidently. Evaluation shows that the majority of participants experienced competency growth, began adopting technology, and building community-based start-up business networks. The PEWIRA program has proven effective in driving social and economic transformation, while strengthening a culture of collaboration and entrepreneurial independence within the Anggrek Bulan Community Learning Center (PKBM) in Banyuwangi. The program's implications include providing a sustainable and inclusive model for empowering budding entrepreneurs, making a significant contribution to increasing digital capacity and strengthening the role of non-formal education in local economic development.

Keywords: *digital marketing, broadcasting, public speaking, asset-based community development (ABCD)*

PENDAHULUAN

Pengembangan kewirausahaan di era digital menjadi salah satu kunci penting dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha mikro (kecil) di Indonesia, khususnya di daerah dengan potensi sumber daya lokal yang besar namun masih menghadapi berbagai kendala teknologi dan akses pasar. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan (Saptarianto et al., 2025) pada era digital ini, bisnis diharapkan dapat menyesuaikan diri dengan teknologi dan strategi baru agar tetap kompetitif di pasar. Wirausaha dapat memanfaatkan media sosial, situs web, dan pasar daring untuk mencapai konsumen yang lebih luas dan meningkatkan omset bisnis mereka (Zulkifli et al., 2023). Kewirausahaan digital, yang sering disebut sebagai kewirausahaan berbasis digital merupakan kesempatan bagi individu untuk memulai bisnis baru dengan memanfaatkan teknologi internet yang memberikan dampak global (Zizeh, 2018) dalam (Sofia Zahra et al., 2023). Kabupaten Banyuwangi, yang dikenal dengan keanekaragaman budaya dan potensi produk unggulan seperti buah naga golden dan kerajinan membatik, memiliki masyarakat yang masih terbatas dalam penguasaan teknologi digital untuk pemasaran usaha mereka. Khususnya warga belajar di PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi yang sebagian besar warga belajarnya adalah wirausaha pemula, kelompok perempuan wirausaha, pemuda, serta pekerja sektor informal. Menghadapi sejumlah tantangan seperti minimnya keterampilan digital, ketergantungan pada pemasaran tradisional, keterbatasan kemampuan *public speaking*, dan akses terbatas terhadap teknologi digital.

Berbagai upaya pemberdayaan sudah dilakukan oleh pemerintah dan lembaga nonformal untuk mengatasi permasalahan tersebut, antara lain dengan penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan usaha serta peningkatan fasilitas teknologi informasi. Namun, masih terdapat kebutuhan untuk pendekatan yang lebih terpadu dan partisipatif yang mampu mengoptimalkan potensi lokal sekaligus memberikan peningkatan kemampuan praktis bagi pelaku usaha pemula agar dapat bersaing di pasar digital yang semakin berkembang. *Community empowerment is not merely about providing resources or knowledge; it is about fostering the capacity of communities to make informed decisions, take collective action, and engage*

actively in the development processes that affect their lives (Ponsford et al., 2021) dalam (Mustanir et al., 2025) yang dapat diartikan jika Pemberdayaan masyarakat bukan sekadar penyediaan sumber daya atau pengetahuan; namun menjadi pengembang kapasitas masyarakat untuk membuat keputusan yang terinformasi, mengambil tindakan kolektif, dan terlibat aktif dalam proses pembangunan yang memengaruhi kehidupan mereka.

Berdasarkan fakta tersebut, program PEWIRA (Pendampingan Wirausaha Pemula melalui Pelatihan *Digital Marketing, Broadcasting, dan Public Speaking*) dirancang sebagai upaya pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan memberdayakan warga belajar PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi. Program ini memfokuskan pada peningkatan kompetensi praktis *digital marketing* untuk promosi produk, pelatihan *broadcasting* guna menghasilkan konten audio-visual yang menarik, serta penguatan kemampuan komunikasi publik melalui *public speaking* yang juga berguna untuk membantu warga belajar untuk lebih percaya diri berbicara di depan *public* untuk memasarkan dan mempromosikan produk – produknya. Penggunaan *digital marketing* untuk pemasaran produk merupakan alternatif yang banyak digunakan di kalangan masyarakat. Pernyataan tersebut selaras dengan (Abdullah et al., 2025) dimana *digital marketing* menjadi salah satu cara di bidang pemasaran yang banyak diminati untuk keberlangsungan aktifitas bisnis. *Digital marketing is the utilisation of digital technologies for the purpose of marketing* (Wulandari et al., 2024). *Digital marketing is an endeavor to advertise or promote a product using the Internet in order to swiftly reach consumers and potential consumers* yang dapat didefinisikan pemasaran digital suatu usaha untuk mengiklankan atau mempromosikan suatu produk dengan menggunakan internet agar dapat menjangkau konsumen dan calon konsumen dengan cepat (Rahmawan & Nurhayati, 2025). Pendapat yang selaras juga menjelaskan jika *digital marketing offers a blend of opportunities and challenges for micro, small, and medium enterprises (MSMEs), particularly in the food industry* yang mana hal tersebut menjelaskan jika pemasaran digital menawarkan beragam peluang dan tantangan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama di industri makanan (Putra et al., 2025). *Digital marketing encompasses the use of digital*

channels, tools and platforms to promote products or services to a targeted audience, leveraging the internet, social media, email, search engines and mobile apps yang menjelaskan cakupan penggunaan pemasaran produk diatas termasuk penggunaan saluran, alat, dan platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan kepada audiens target, memanfaatkan internet, media sosial, email, mesin pencari, dan aplikasi seluler (Laila et al., 2024). Sedangkan adanya pelatihan *broadcasting* dilaksanakan karena dibutuhkan untuk menghasilkan konten audio-visual bagi pemasaran produk secara praktis di era yang modern ini. Pentingnya pengetahuan mengenai *broadcasting* selaras dengan pernyataan "online social networks are a medium where ordinary people, both nonprofessionals and professionals, create content that can influence the opinions of other users, ultimately shaping their social behavior and consumption patterns" hal tersebut mengartikan jika jaringan sosial daring merupakan media di mana orang-orang biasa, baik profesional maupun non-profesional, membuat konten yang dapat memengaruhi opini pengguna lain, yang pada akhirnya membentuk perilaku sosial dan pola konsumsi mereka (Juárez-Varón & Monreal, 2025). Pendekatan yang digunakan menggunakan metode *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang berorientasi pada identifikasi dan optimalisasi aset lokal termasuk sumber daya manusia, teknologi, jejaring sosial, dan fasilitas pembelajaran yang sudah ada, agar tercipta pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Adapun hal yang telah dijelaskan diatas selaras dengan pendapat (Qiaoyu et al., 2024), *asset-based community development is a development method based on the internal resources and capabilities of the community, which aims to promote the development of the community and improve the quality of life of community residents by mobilizing and integrating these assets* yang dapat diartikan jika pengembangan masyarakat berbasis aset merupakan suatu metode pembangunan yang berbasis pada sumber daya dan kemampuan internal masyarakat, yang bertujuan untuk mendorong perkembangan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup warga masyarakat dengan memobilisasi dan mengintegrasikan aset-aset tersebut. Adapun definisi dari *public speaking* menurut (Sucipto et al., 2018) yakni *public speaking can be a powerful tool for purposes such as motivation,*

persuasion, information, or simply entertaining yang dapat diartikan jika berbicara di depan umum bisa menjadi alat yang ampuh untuk berbagai tujuan seperti motivasi, persuasi, informasi, atau sekadar hiburan. Penting bagi orang – orang untuk mempunyai kemampuan *public speaking* dimana dalam konteks pelatihan untuk masyarakat dalam cakupan *digital marketing* saling berhubungan dengan pelatihan *public speaking*.

Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan warga belajar dalam memasarkan produk *life skills* secara digital, memperluas jangkauan pasar, membangun jejaring usaha yang mendukung, serta mendorong transformasi sosial-ekonomi melalui inovasi digital. Dengan demikian, program PEWIRA diharapkan dapat memberikan solusi praktis terhadap permasalahan yang dihadapi sekaligus menjadi model pemberdayaan wirausaha pemula yang efektif di Kabupaten Banyuwangi.

METODE

Definisi metode pelaksanaan merupakan hal-hal yang akan dilakukan pada tahapan pelaksanaan pengabdian, yang perlu diketahui agar proses pelaksanaan tidak melenceng dari jalur target pada pengabdian masyarakat tersebut (Nursobah & Arfyanti, 2021). Adapun pada pelaksanaan pengabdian masyarakat yang memiliki judul "PEWIRA: Pendampingan Wirausaha Pemula melalui Pelatihan *Digital Marketing, Broadcasting, dan Public Speaking* di PKBM Banyuwangi" dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2025 dan berakhir pada Bulan Mei 2025 dengan menggunakan pendekatan kombinasi metode yang berorientasi pada pendidikan masyarakat, pelatihan, dan pendampingan. Adapun pelaksanaan kegiatan dimulai pada bulan Maret yaitu persiapan PKM, dilanjutkan pada bulan April pelaksanaan kegiatan inti PKM dan bulan Mei tindaklanjut, pelaporan serta evaluasi. Adapun dibawah ini dijelaskan metode yang digunakan dalam PKM PEWIRA:

a. Identifikasi Aset

Pendampingan wirausaha pemula melalui pelatihan *digital marketing, broadcasting, dan public speaking* di PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi, tim pengabdian menggunakan metode *Asset Mapping*. Tim pengabdian mengidentifikasi seluruh potensi yang dimiliki warga belajar PKBM Anggrek Bulan, fasilitas yang dimiliki warga

belajar, dan jejaring komunitas wirausaha pemula.

b. Pelatihan Partisipatif

Pelatihan didesain dengan komposisi 80% praktik dan 20% teori, menyesuaikan prinsip *participatory training* (pelatihan partisipatif) yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam proses belajar, sehingga mereka menjadi agen penguasaan pengetahuan dan keterampilan, bukan sekadar penerima pasif. Kegiatan pembelajaran partisipatif mengandung arti ikutsertaan peserta didik di dalam program pembelajaran, yang diwujudkan dalam tiga tahapan kegiatan pembelajaran, yaitu perencanaan program, pelaksanaan program, dan penilaian kegiatan pembelajaran (Farida, 2019). Oleh karena itu, berikut dijelaskan mengenai pelatihan partisipatif dalam PKM PEWIRA:

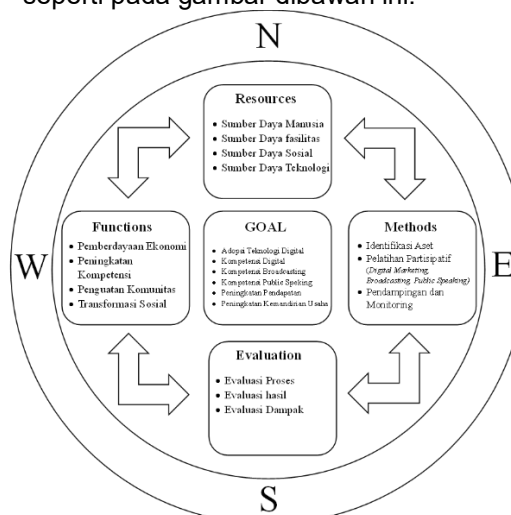
- 1) *Digital marketing*, pelatihan ini dikemas dengan 80 persen praktik, dan 20 persen teori. Warga belajar diminta langsung untuk membuat akun bisnis di media sosial dan *marketplace*. Tahapan selanjutnya warga belajar melakukan simulasi pemasaran produk dibuat secara langsung di media sosial dan akun *marketplace* masing-masing.
- 2) *Broadcasting*, pelatihan *broadcasting* warga belajar PKBM Anggrek Bulan diajari secara langsung membuat konten audio-visual sederhana dengan menggunakan *smartphone* masing-masing.
- 3) *Public Speaking*, pelatihan *public speaking* warga belajar PKBM Anggrek Bulan melalui kegiatan presentasi secara langsung (simulasi praktek promosi produk masing-masing).

c. Pendampingan dan Monitoring

Pendampingan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada Masyarakat-GESI dengan cara pendekatan personal melalui *group whatsapp*, sesi konsultasi mingguan, dan monitoring media sosial serta *marketplace* masing-masing warga belajar untuk memastikan warga belajar mengimplementasikan di dunia kerja.

- d. Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD): diterapkan untuk memaksimalkan sumber daya yang ada di dalam komunitas PKBM Anggrek Bulan, meliputi potensi sumber daya manusia, fasilitas pembelajaran, jejaring sosial, serta

akses teknologi digital. Adapun pernyataan tersebut didukung oleh pendapat (Barid et al., 2024) yang menjelaskan bahwa *Asset-Based Community Development* (ABCD) *has gained prominence as a transformative approach in community development, emphasizing the importance of leveraging existing strengths and assets within a community rather than focusing on its deficiencies*, yang menjelaskan jika pendekatan tersebut yang menekankan pentingnya memanfaatkan kekuatan dan aset yang ada dalam suatu masyarakat daripada berfokus pada kekurangannya. Identifikasi aset ini menjadi dasar perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pelatihan agar solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi riil warga belajar. Pendekatan pengembangan masyarakat berbasis aset (*Asset-Based Community Development*) merupakan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan warga masyarakat melalui peran serta masyarakat dalam pengembangan masyarakat (Chuang et al., 2025; Donnelly et al., 2023). Lebih lanjut pada ABCD memiliki empat elemen penting meliputi: (1) Sumber daya (*resources*); (2) metode (*methods*); (3) fungsi (*functions*); dan (4) evaluasi (*evaluation*) (McKnight & Russell, 2018). Gambaran alur proses pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat – GESI seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Alur Proses PKM dengan Pendekatan ABCD

Gambar diatas merupakan alur proses pengabdian kepada masyarakat menggunakan pendekatan ABCD. Berdasarkan tersebut tentang alur proses pengabdian kepada Masyarakat

menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dapat digambarkan bahwa ada empat elemen penting yang digunakan untuk pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat – kesetaraan gender dan inklusi sosial (GESI).

Adapun teknik pengumpulan data dikumpulkan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif yang meliputi:

- a. Observasi partisipatif pada kegiatan pelatihan dan pendampingan.
- b. Wawancara dan diskusi kelompok dengan warga belajar, tutor, dan narasumber untuk menggali pengalaman, tantangan, dan kebutuhan peserta.
- c. Kuesioner *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan.
- d. Dokumentasi berupa foto, video kegiatan, serta rekam jejak penggunaan teknologi digital oleh warga belajar

Penelitian kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2015), memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap masalah sosial atau kemanusiaan dalam konteks alami. Data kualitatif dianalisis dengan teknik deskriptif dan tematik untuk mengidentifikasi kesenjangan kemampuan, tantangan, serta capaian pelatihan. Sedangkan data kuantitatif dari *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara statistik deskriptif untuk menilai peningkatan kompetensi peserta. Proses evaluasi dilakukan secara berkelanjutan melalui tiga tahapan evaluasi: proses (pelaksanaan pelatihan), hasil (perolehan keterampilan), dan dampak (perubahan sosial dan ekonomi warga belajar).

Adapun lokasi atau tempat pelaksanaan kegiatan yakni dilaksanakan di PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi, yang beralamat di Dusun Guwo RT 02 RW 02 Desa Grogol, Kecamatan Giri, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Fokus program adalah pendampingan warga belajar PKBM Anggrek Bulan, khususnya peserta program kesetaraan Paket C setara SMA, wirausaha pemula, kelompok perempuan wirausaha, pemuda, pengelola PKBM, dan pekerja informal. Fokus utama meliputi pengembangan keterampilan *digital marketing*, *broadcasting*, dan *public speaking* sebagai solusi atas berbagai permasalahan yang ditemukan, antara lain minimnya keterampilan digital, ketergantungan pada pemasaran tradisional, kekurangan

kemampuan komunikasi, keterbatasan akses teknologi, dan skeptisme terhadap pemanfaatan teknologi digital.

Metode ini dirancang untuk mengatasi tantangan non-produktif ekonomi warga belajar dengan memberdayakan mereka secara holistik dan praktis, lewat penguatan kapasitas teknis dan sosial agar dapat bersaing di era digital. Dengan dukungan fasilitas dan pendampingan intensif dari PKBM Anggrek Bulan serta kerjasama tim pengabdian dari Universitas Negeri Surabaya, diharapkan pelatihan ini mampu mendorong peningkatan produktivitas dan jejaring usaha warga belajar secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PEWIRA: Pendampingan Wirausaha Pemula Melalui Pelatihan *Digital Marketing*, *Broadcasting*, dan *Public Speaking* di PKBM Banyuwangi menghasilkan luaran utama berupa peningkatan keterampilan jasa (*skill development*), fasilitasi rekayasa sosial-budaya, dan pendampingan pengembangan usaha berbasis teknologi digital. Fokus utama luaran adalah pembekalan warga belajar dengan keterampilan baru pada bidang *digital marketing*, pembuatan konten audio-visual (*broadcasting*), dan kemampuan komunikasi efektif (*public speaking*). Adapun penjelasan yang lebih spesifik sebagai berikut:

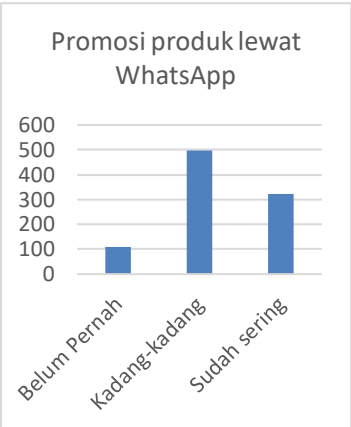
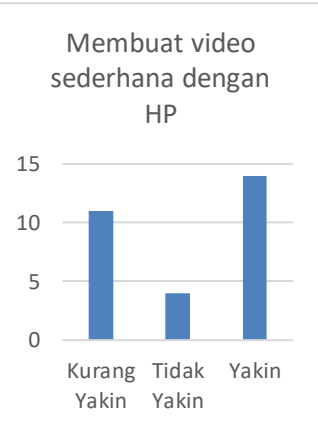
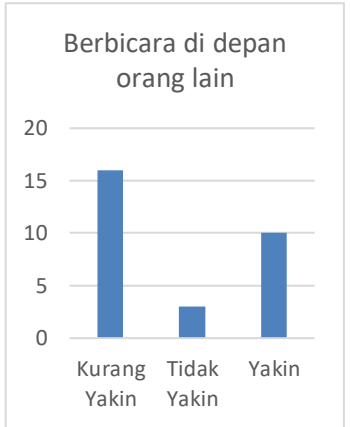
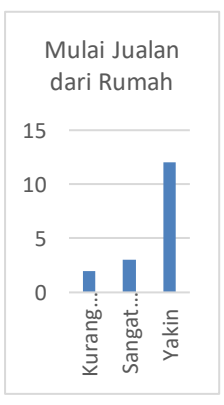
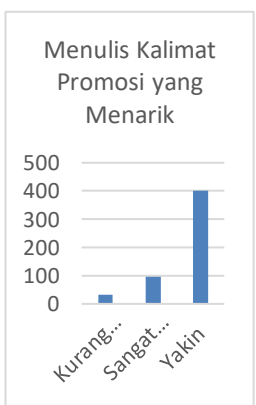
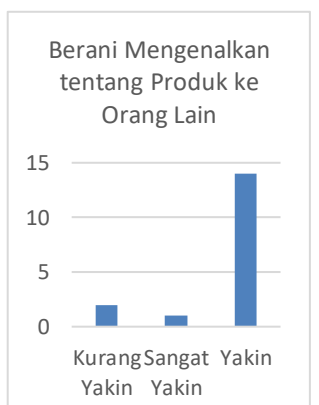
- a. Jasa/Keterampilan Baru: peserta memperoleh keterampilan praktis dalam membuat dan mengelola akun bisnis di media sosial dan *marketplace*, membuat konten video promosi sederhana menggunakan *smartphone*, serta presentasi produk secara percaya diri di depan publik atau calon konsumen.
- b. Rekayasa Sosial-Budaya: pendampingan ini memfasilitasi transformasi sosial berupa perubahan mindset warga belajar yang sebelumnya skeptis terhadap teknologi menjadi lebih terbuka dan aktif menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran usaha mereka.
- c. Dimensi dan Spesifikasi Barang/Peralatan: sesuai fokus pelatihan, perangkat teknologi utama yang digunakan sebagai sarana praktik yaitu *smartphone* dan komputer/laptop dengan akses internet, proyektor, serta software pengedit konten audio-visual sederhana. Infrastruktur ini disediakan oleh PKBM sebagai media pendukung yang krusial dalam pelaksanaan pelatihan.



Gambar 2. Pembukaan pelatihan yang dilakukan oleh ketua PKM-GESI Dr. Wiwin Yulianingsih, M.Pd.



Gambar 3. Penyampaian materi *Broadcasting* dan *Public Speaking* dari Bapak Oki Dwi Saputra, S.Pd.M.Pd.

Diagram 1: Hasil Pre-Test Digital Marketing  Diagram 1: Menunjukkan sebagian besar peserta awalnya memiliki keterampilan dan wawasan digital minim	Diagram 2: Hasil Pre-Test Broadcasting  Diagram 2: Memperlihatkan skor awal peserta dalam <i>broadcasting</i>	Diagram 3: Hasil Pre-Test Public Speaking  Diagram 3: Menunjukkan masih rendahnya kemampuan <i>public speaking</i> peserta sebelum pelatihan
Diagram 4: Hasil Post-Test Peningkatan Kemampuan Digital Marketing  Diagram 4: Menggambarkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan <i>digital marketing</i>	Diagram 5: Hasil Post-Test Peningkatan Kemampuan Broadcasting  Diagram 5: Menunjukkan peningkatan keterampilan pembuatan konten audiovisual	Diagram 6: Hasil Post-Test Peningkatan Kemampuan Public Speaking  Diagram 6: Memperlihatkan peningkatan kepercayaan dan kemampuan <i>public speaking</i> peserta

Adapun kelebihan dan kekurangan pada pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan melalui pelatihan *digital marketing*, *broadcasting*, dan *public speaking* memiliki

beragam penjelasan. Berikut dijelaskan kelebihan dari PKM tersebut:

- Kesesuaian dengan Kondisi Lokal: materi pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan warga belajar yang menghadapi

keterbatasan digital dan komunikasi pemasaran, sehingga memberikan solusi langsung yang aplikatif sesuai dengan realita di PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi.

- b. Pendekatan Partisipatif dan Praktis: pelatihan yang didominasi praktik (80%) dan pendampingan personal memberikan dampak lebih efektif dalam penguasaan keterampilan dan penerapan usaha digital.
- c. Optimalisasi Aset Lokal: penggunaan pendekatan ABCD memungkinkan inovasi pemberdayaan berdasar potensi konkret warga belajar dan lingkungan, bukan sekadar mengandalkan sumber daya eksternal.

Adapun kelemahan dari PKM tersebut yakni memiliki beragam penjelasan pula yakni:

- a. Variasi Tingkat Kemampuan Awal Peserta: beberapa peserta masih kesulitan menangkap materi akibat latar belakang

kemampuan teknologi yang sangat beragam, sehingga perlu pendekatan yang lebih diferensiasi.

- b. Keterbatasan Infrastruktur: meskipun PKBM menyediakan fasilitas digital, akses teknologi yang terbatas di sebagian warga belajar tetap menjadi hambatan dalam praktik berkelanjutan.
- c. Waktu dan Intensitas Pelatihan: penduduk dengan aktivitas utama yang padat mengalami keterbatasan waktu sehingga potensi pendalaman materi agak terbatas. Pelaksanaan pelatihan *digital marketing*, *broadcasting*, dan *public speaking* di PKBM Anggrek Bulan merupakan proses penerapan metode pendidikan masyarakat yang relatif menantang, terutama karena memerlukan strategi pengelolaan kelas beragam yang efektif agar seluruh peserta dapat mengikuti materi dengan baik. Selain itu, pendampingan yang berkesinambungan menjadi wajib untuk memastikan transfer ilmu dan implementasi berjalan lancar setelah pelatihan selesai, menggunakan metode konsultasi daring dan tatap muka, adaptasi teknologi yang menuntut warga belajar untuk beranjak dari cara lama (tradisional) ke teknik digital, membutuhkan pendampingan psikologis dan motivasi. Namun, peluang keberhasilan program sangat terbuka mengingat optimum digital marketing saat ini merupakan kebutuhan primer bagi usaha mikro dan kecil agar dapat bersaing. •

Selain itu, PKBM dan universitas sebagai mitra menyediakan fasilitas, tutor, dan monitoring yang intensif. Potensi

pengembangan jejaring usaha pemula dapat membangun komunitas wirausaha digital yang bisa saling memberi dukungan dalam promosi dan pengembangan usaha.

Adapun alasan keberhasilan program PKM PEWIRA diantaranya sebagai berikut:

1. Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD)
Keberhasilan program sangat dipengaruhi oleh pendekatan ABCD yang berfokus pada aset dan potensi lokal warga belajar. Pendekatan ini membangun pemberdayaan yang berkelanjutan tanpa mengandalkan bantuan eksternal secara berlebihan, sehingga memunculkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pengembangan usaha sendiri.
2. Pelatihan Partisipatif dan Praktik Intensif
Dengan proporsi praktik sebanyak 80% dan teori 20%, peserta didorong menjadi aktor aktif dalam pembelajaran. Hal ini meningkatkan motivasi dan efektivitas transfer keterampilan serta mampu mempercepat kemahiran.
3. Pendampingan Berkelanjutan dan Monitoring Intensif
Pendampingan personal melalui media *online* dan *offline* menjadi kunci efektifitas program dalam memastikan penerapan ilmu berjalan di dunia nyata, serta sebagai ruang konsultasi mengatasi tantangan yang muncul.
4. Konteks Sosial yang Mendukung
Kondisi sosial masyarakat Banyuwangi yang menonjolkan nilai gotong royong dan keterbukaan informasi mempercepat adopsi perubahan terutama penerimaan penggunaan teknologi digital dalam usaha.

Adapun alasan – alasan di atas secara indikator ilmiah maka jika meninjau kembali data *pre-test* dan *post-test* yang menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan *digital marketing*, *broadcasting*, dan *public speaking* secara signifikan. Dokumentasi visual yang menunjukkan partisipasi dan praktek aktif peserta selama pelatihan. Monitoring pemanfaatan media sosial dan marketplace yang meningkat secara kuantitatif. Sedangkan berdasarkan keberhasilan indikator sosial maka ditinjau dari perubahan sikap dari skeptisme menjadi proaktif menggunakan teknologi digital. Terbentuknya jejaring usaha pemula yang saling mendukung dan kolaboratif.

Peralihan strategi pemasaran dari tradisional ke digital, memberikan daya saing yang lebih baik bagi produk lokal.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM PEWIRA membuahkan luaran signifikan berupa keterampilan *digital marketing*, *broadcasting* konten kreatif, dan *public speaking* yang memadai sesuai kebutuhan kontekstual masyarakat PKBM Anggrek Bulan. Pendekatan ABCD yang menjadi dasar filosofis pelaksanaan menjadikan solusi yang disampaikan sesuai dan memberdayakan sehingga mampu mendorong transformasi sosial dan ekonomi di tingkat lokal.

SIMPULAN DAN SARAN

Program PKM PEWIRA: *Pendampingan Wirausaha Pemula Melalui Pelatihan Digital Marketing, Broadcasting, dan Public Speaking di PKBM Banyuwangi* berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan keterampilan wirausaha pemula warga belajar. Melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), program ini berhasil mengoptimalkan sumber daya manusia, fasilitas, jejaring sosial, dan teknologi lokal sebagai modal pemberdayaan. Pelatihan yang mengintegrasikan *digital marketing*, produksi konten *broadcasting*, dan *public speaking* memberi bekal yang kuat bagi peserta dalam memasarkan produk *life skills* secara efektif dan percaya diri. Peserta mampu memanfaatkan media sosial dan marketplace secara optimal, membuat konten visual promosi, serta mengasah kemampuan komunikasi di depan publik, sehingga membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha mereka dalam era digitalisasi. Evaluasi pra dan pasca-pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta yang signifikan, sementara proses pendampingan dan monitoring lanjutan mendukung keberlanjutan implementasi pelatihan dalam dunia usaha nyata. Program ini juga memperkuat jejaring komunitas wirausaha pemula yang saling mendukung dalam pengembangan usaha berbasis digital dan mendorong transformasi sosial-ekonomi masyarakat di Kabupaten Banyuwangi.

Potensi replikasi program PEWIRA sangat tinggi, terutama di daerah-daerah dengan karakteristik sosial dan ekonomi yang serupa, seperti kawasan daerah potensial UMKM dan dengan Sumber Daya Alam (SDA) unggul, seperti Kawasan Wisata Bromo, Desa Wisata Organik Bondowoso yang berbasis pemberdayaan masyarakat, namun masih kurang pendampingan wirausaha, terutama bagi wirausaha pemula yang masih

bergantung pada metode konvensional dan mengalami keterbatasan akses teknologi digital. Model pelatihan yang berbasis pada pendekatan ABCD ini memungkinkan adaptasi yang fleksibel sesuai dengan aset lokal dan kebutuhan spesifik komunitas setempat. Pendekatan yang menekankan pada pemberdayaan berbasis kekuatan lokal serta pelatihan partisipatif dan pendampingan intensif ini dapat menjadi blueprint efektif untuk meningkatkan kapasitas wirausaha di berbagai wilayah lain, sekaligus mendorong inklusi sosial dan pemberdayaan ekonomi berbasis masyarakat.

Kontribusi utama program terletak pada pemberdayaan komunitas dalam rangka menciptakan kapasitas mandiri melalui integrasi teknologi digital dan komunikasi efektif, yang difasilitasi oleh model pelatihan partisipatif dan berbasis *Asset-Based Community Development* (ABCD). Dengan demikian, PEWIRA bukan sekadar pelatihan keterampilan teknis, melainkan juga model pemberdayaan sosial-ekonomi inklusif yang berkelanjutan dan berakar pada potensi nyata masyarakat. Pendekatan ini membuka peluang transformasi sosial yang lebih luas, memperkuat ketahanan komunitas, serta memperkuat jaringan pengusaha pemula di era digital.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan program PEWIRA, disarankan agar PKBM Anggrek Bulan Banyuwangi terus melanjutkan pendampingan secara berkelanjutan dengan menyediakan fasilitas konsultasi dan bimbingan rutin melalui media daring maupun tatap muka. Hal ini penting untuk memastikan peserta dapat mengatasi kendala yang muncul serta mempertahankan dan mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh, khususnya dalam pemanfaatan *digital marketing*, *broadcasting*, dan *public speaking*. Selain itu, peningkatan fasilitas teknologi seperti jaringan internet yang stabil dan perangkat digital yang memadai sangat diperlukan agar peserta dapat mengakses pelatihan dan praktik secara optimal. Pengembangan materi pelatihan yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan usaha lokal juga sangat dianjurkan agar program selalu relevan dan aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Sumiyanti, T., & Wardati, E. (2025). Pendampingan UMKM Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Pelaku Umkm Di Desa Sumur, Kecamatan Brangsong, Kabupaten Kendal. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat Vol.3*, 2(1), 55–60.
- Barid, M., Wajdi, N., Sa'adillah, R., Ekaningsih, A. F., Rizal, H. S., & Fathurrohman, A. (2024). Asset-Based Community Development: Leveraging Local Strengths for Empowering Communities: A Bibliographic Analysis. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 308–325. <https://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/view/1784>
- Chuang, L., Hwang, Y., & Huang, C. (2025). Asset-based community development and happiness in community residents in Taiwan Abstract. *Community Development*, 00(00), 1–15. <https://doi.org/10.1080/15575330.2025.2451361>
- Donnelly, H. K., Solberg, V. S. H., & Zaff, J. F. (2023). Impact of community well-being on individual well-being: A longitudinal multinational study with 155 countries. *Journal of Community Psychology*, 51(3), 1300–1313.
- Farida. (2019). *Pengembangan Model Pelatihan Partisipatif Berbasis Kompetensi Di SMK Panca Dharma Balikpapan*. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/11837%0A>
- Juárez-Varón, D., & Monreal, E. G. (2025). Market-oriented entrepreneurship and the impact of social media and crowdsourcing on continuous organizational learning. An empirical study. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 4(1). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2024.100088>
- Laila, N., Sucia Sukmaningrum, P., Saini Wan Ngah, W. A., Nur Rosyidi, L., & Rahmawati, I. (2024). An in-depth analysis of digital marketing trends and prospects in small and medium-sized enterprises: utilizing bibliometric mapping. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2336565>
- McKnight, J. L., & Russell, C. (2018). The Four Essential Elements of an Asset-Based Community Development Process. In *Institute at DePaul University*. Asset-Based Community Development Institute.
- Mustanir, A., Sellang, K., Adnan, A. A., & Lubis, S. (2025). Tracing the Evolution of Community Empowerment Models in Development Planning. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 28(3), 400–427.
- Nursobah, & Arfyanti, I. (2021). Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Muslimah Masjid Darul Hannan. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 59–62. <https://doi.org/10.47065/jpm.v2i2.267>
- Putra, D. M., Hakim, L., Mukhlisoh, N. A., Afriansyah, F. L., Efendi, R. K., Putri, M. K., Avriza, H. A., & Fitriani, D. R. (2025). Enhancing MSME marketing through creative digital content development in Bondowoso, Indonesia. *International Journal of Studies in Social Sciences and Humanities Ijoss*, 1(3), 2025. <https://doi.org/10.25047/ijoss.v1i3.5657>
- Qiaoyu, M., Rosnon, M. R., Amin, S. M., & Sufian Burhan, N. A. (2024). Research on Asset-based Community Development. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 13(2), 195–209. <https://doi.org/10.6007/ijarems.v13-i2/21330>
- Rahmawan, A., & Nurhayati, S. (2025). Improving Micro, Small, and Medium Enterprise Owners' Marketing Skill Through Active Learning Based Digital Marketing Training. *Empowerment: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah*, 14(1), 223–230.
- Saptariantio, H., Yusuf Lubis, A., Ruth Rohani Siburian, V., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). Kewirausahaan di Era Digital Meningkatkan Kinerja Wirausaha Melalui Manajemen SDM di Era Digitalisasi. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(2), 13–25.
- Sofia Zahra, Zyhan Risty Andini, Leoni Sabrilina Putri, & Mansur Keling. (2023). Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1),

- 54–63.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i1.592>
- Sucipto, A., Remmang, H., & Saleh, H. (2018). Digital Marketing and Public Speaking Training for Generation Z. *Journal of Business and Management*, 24, No.1(March), 76–89.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Sugiyono* (22nd ed.). Alfabeta cv.
- Wulandari, S. A., Ridwan, D. A., & Wahyudi, R. D. (2024). Developing MSME Products via Digital Marketing Training and Application to Enhance Online Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 107–115.
<https://doi.org/10.32815/jpm.v5i1.1242>
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 81–96.
<https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87>