

PENINGKATAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN STRATEGI JUALAN EFEKTIF DI DUNIA DIGITAL BAGI MASYARAKAT DESA HARIANG, KECAMATAN BANUA LAWAS, KABUPATEN TABALONG

Mohammad Fajar Noorrahman, Nida urahmah, Anita Rahmah, Alpia Rahmah, Aulia Rahmah, Karlinawati, Marhamah, Muhammad Agil, Muhammad Syahid, Najimatul Munawarah, Noor Jannah, Nur Shakkila, Sintya Rahmah (Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai)

Email: moh.fajar.rachman@gmail.com, nidaurahmah697@gmail.com, anitarahmah2004@gmail.com, alpiarahmah2@gmail.com, aulyarh23@gmail.com, Karlinawati@gmail.com, marhamahrakha@gmail.com, magil4738@gmail.com, syahidmuhammad0909@gmail.com, najimatulm@gmail.com, jannahnoorjannah26@gmail.com, nurshakkila27@gmail.com, rvsinyavada@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha secara mandiri melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital. Namun, rendahnya motivasi berwirausaha serta kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital masih menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM dan masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi berwirausaha serta memberikan pemahaman praktis mengenai strategi jualan efektif di dunia digital. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan yang melibatkan masyarakat, pelaku UMKM, serta pemuda desa. Materi yang diberikan meliputi konsep dasar kewirausahaan, ciri-ciri wirausaha sukses, langkah memulai usaha, pemanfaatan media sosial, strategi konten kreatif, serta influencer marketing. Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif, diskusi, praktik pembuatan konten, dan evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital dan meningkatnya minat untuk memulai atau mengembangkan usaha berbasis media sosial. Kegiatan ini membuktikan bahwa edukasi dan pendampingan digital marketing dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: motivasi berwirausaha, UMKM, digital marketing, KKN, pemberdayaan masyarakat

Abstract

The rapid development of digital technology has created significant opportunities for communities to develop independent businesses through social media and digital platforms. However, low entrepreneurial motivation and limited knowledge of digital marketing strategies remain major obstacles for MSMEs and the general public. This community service activity, conducted through the Student Community Service Program (KKN), aims to increase entrepreneurial motivation and provide practical understanding of effective selling strategies in the digital world. The activity was carried out through training and mentoring involving local communities, MSME actors, and youth groups. The materials included basic entrepreneurship concepts, characteristics of successful entrepreneurs, steps to start a business, social media utilization, creative content strategies, and influencer marketing. The methods used were interactive lectures, discussions, content creation practice, and evaluation through pre-tests and post-tests. The results showed an increase in participants' understanding of digital entrepreneurship and greater interest in starting or developing social media-based businesses. This activity demonstrates that education and digital marketing mentoring can be effective strategies in encouraging community economic independence.

Keywords: entrepreneurial motivation, MSMEs, digital marketing, community service, empowerment

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan. Transformasi digital tidak hanya

mengubah pola komunikasi, tetapi juga mengubah cara individu memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan barang serta jasa. Kehadiran media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya telah menciptakan ekosistem ekonomi baru yang lebih fleksibel, cepat, dan tanpa batas geografis. Kondisi ini

membuka peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha secara mandiri dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan transaksi.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi digital. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Tidak hanya sebagai sarana komunikasi, media sosial kini berfungsi sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien. Banyak pelaku usaha, mulai dari skala mikro hingga besar, memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Namun demikian, potensi besar ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh lapisan masyarakat, khususnya di tingkat desa.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi rendahnya partisipasi masyarakat dalam kewirausahaan digital adalah kurangnya motivasi dan kepercayaan diri untuk memulai usaha. Banyak masyarakat masih memiliki pola pikir bahwa memulai usaha membutuhkan modal besar, tempat usaha permanen, serta risiko kegagalan yang tinggi. Pola pikir ini menyebabkan sebagian masyarakat memilih untuk tidak mencoba, meskipun peluang terbuka lebar di era digital. Padahal, kewirausahaan pada dasarnya adalah kemampuan individu dalam melihat peluang, mengelola sumber daya yang ada, serta menciptakan nilai tambah yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial.

Kewirausahaan bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga proses pembentukan karakter dan mentalitas. Seorang wirausaha dituntut memiliki sikap percaya diri, berani mengambil risiko, kreatif, inovatif, disiplin, serta pantang menyerah. Karakter-karakter tersebut menjadi fondasi penting dalam membangun usaha yang berkelanjutan. Dalam konteks era digital, karakter wirausaha semakin dibutuhkan karena persaingan pasar berlangsung sangat cepat dan dinamis. Pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan tren, memahami kebutuhan konsumen, serta memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing.

Selain aspek motivasi, rendahnya literasi digital juga menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha berbasis online. Sebagian masyarakat belum memahami cara menentukan target pasar, membangun identitas merek (brand identity), memilih platform digital yang sesuai, serta merancang strategi konten yang menarik. Padahal, dalam pemasaran digital, konten memiliki peran sentral dalam menarik perhatian konsumen. Foto produk yang menarik, video promosi kreatif, testimoni pelanggan, serta konsistensi dalam mengunggah konten merupakan faktor penting dalam meningkatkan engagement dan penjualan.

Strategi jualan efektif di dunia digital tidak lagi hanya berfokus pada penawaran produk semata, tetapi juga pada pembangunan personal branding dan hubungan emosional dengan pelanggan. Konsumen di era digital cenderung memilih produk yang memiliki cerita, identitas yang jelas, serta komunikasi yang interaktif. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami pentingnya membangun profil bisnis yang profesional, menyusun bio yang informatif, menggunakan visual yang konsisten, serta menjaga interaksi dengan pelanggan melalui komentar dan pesan langsung.

Selain itu, pemanfaatan influencer marketing juga menjadi strategi yang semakin populer dalam meningkatkan jangkauan pasar. Kolaborasi dengan influencer atau content creator yang memiliki audiens sesuai dengan target pasar dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Namun demikian, strategi ini memerlukan pemahaman yang matang terkait segmentasi pasar, karakteristik pengikut influencer, serta penyesuaian anggaran promosi. Tanpa perencanaan yang tepat, promosi digital dapat menjadi kurang efektif.

Di tingkat desa, banyak pelaku UMKM sebenarnya memiliki produk yang potensial dan berkualitas, seperti produk kuliner, kerajinan tangan, maupun jasa. Akan tetapi, keterbatasan strategi pemasaran menyebabkan produk tersebut hanya dikenal di lingkungan sekitar. Padahal, dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, produk lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga tingkat nasional. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan pada kualitas produk, melainkan pada strategi pemasaran dan motivasi pelaku usaha.

Dalam perspektif teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior), niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, termasuk berwirausaha, dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. Artinya, jika seseorang memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan, mendapatkan dukungan lingkungan sosial, serta merasa mampu menjalankan usaha, maka kemungkinan besar ia akan memiliki niat kuat untuk memulai usaha. Oleh karena itu, intervensi dalam bentuk pelatihan motivasi dan peningkatan keterampilan digital menjadi sangat relevan untuk mendorong perubahan perilaku masyarakat.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat memiliki peran strategis dalam menjawab tantangan tersebut. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai fasilitator perubahan sosial. Melalui pelatihan motivasi berwirausaha dan strategi jualan efektif di dunia digital, mahasiswa dapat membantu masyarakat memahami peluang ekonomi yang tersedia sekaligus membangun kepercayaan diri untuk memulai usaha.

Kegiatan pengabdian ini dirancang tidak hanya untuk memberikan teori, tetapi juga praktik langsung dalam membuat akun bisnis, menyusun strategi konten, serta mengunggah promosi pertama. Pendekatan partisipatif dan praktik langsung dipilih karena lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Dengan mengalami secara langsung proses pembuatan konten dan promosi digital, peserta akan lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha secara mandiri.

Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi perubahan pola pikir masyarakat dari yang sebelumnya pasif dan ragu menjadi lebih aktif, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Digitalisasi bukanlah ancaman bagi usaha kecil, melainkan peluang besar untuk berkembang. Dengan motivasi yang kuat, strategi yang tepat, serta pemanfaatan media sosial secara optimal, masyarakat desa memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara mandiri dan berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKN ini menjadi langkah konkret dalam mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis digital. Tidak hanya meningkatkan pengetahuan, kegiatan ini juga menanamkan nilai-nilai kewirausahaan, membangun mentalitas mandiri, serta memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

TARGET DAN LUARAN

Target

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dirancang dengan target yang terstruktur dan terukur, baik dari aspek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap dan motivasi), maupun psikomotorik (keterampilan praktik). Penetapan target dilakukan berdasarkan hasil observasi awal dan identifikasi kebutuhan masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan individu yang memiliki minat untuk memulai usaha di era digital.

1. Target Sasaran (Peserta Kegiatan)

Sasaran utama kegiatan ini meliputi:

- a. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa lokasi KKN yang telah memiliki usaha namun belum optimal dalam pemasaran digital.
- b. Pemuda dan pemudi desa yang memiliki potensi kreatif serta ketertarikan terhadap media sosial, tetapi belum memahami bagaimana memanfaatkannya untuk kegiatan produktif.
- c. Ibu rumah tangga produktif yang ingin membantu meningkatkan pendapatan keluarga melalui usaha rumahan berbasis online.
- d. Masyarakat umum yang memiliki minat berwirausaha tetapi masih ragu atau belum memiliki pengetahuan yang cukup terkait strategi memulai usaha.
- e. Pemilihan sasaran ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok tersebut memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi pelaku usaha digital yang mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

2. Target Peningkatan Pengetahuan (Aspek Kognitif)

Kegiatan ini menargetkan peningkatan pemahaman peserta terhadap:

- a. Konsep dasar kewirausahaan dan pentingnya pola pikir wirausaha (entrepreneurial mindset).
- b. Karakteristik wirausaha sukses seperti percaya diri, berani mengambil risiko, kreatif, inovatif, disiplin, dan pantang menyerah.
- c. Langkah-langkah sederhana memulai usaha, termasuk analisis peluang usaha di lingkungan sekitar.
- d. Strategi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace.
- e. Pentingnya menentukan target pasar dan segmentasi konsumen.
- f. Konsep identitas brand (logo, warna, gaya bahasa, positioning).
- g. Strategi konten kreatif untuk meningkatkan engagement dan penjualan.
- h. Dasar-dasar foto dan video produk yang menarik.
- i. Pemanfaatan influencer marketing secara efektif dan terukur.

Secara kuantitatif, kegiatan ini menargetkan minimal 80% peserta mengalami peningkatan skor pemahaman berdasarkan hasil perbandingan pre-test dan post-test.

3. Target Perubahan Sikap dan Motivasi (Aspek Afektif)

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga menargetkan perubahan sikap dan pola pikir peserta, antara lain:

- a. Meningkatnya kepercayaan diri untuk memulai atau mengembangkan usaha.
- b. Meningkatnya keberanian dalam mengambil risiko usaha secara terukur.
- c. Munculnya semangat kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk.
- d. Berubahnya pola pikir dari “takut gagal” menjadi “berani mencoba dan belajar”.
 - e. Meningkatnya kesadaran bahwa media sosial dapat menjadi alat produktif, bukan hanya sarana hiburan.

Target afektif ini menjadi sangat penting karena keberhasilan kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan, tetapi juga oleh motivasi dan mentalitas pelaku usaha.

4. Target Peningkatan Keterampilan (Aspek Psikomotorik)

Dalam aspek keterampilan praktis, kegiatan ini menargetkan:

- a. Minimal 70% peserta mampu membuat akun bisnis di platform digital (Instagram Business, TikTok Business, atau Marketplace).
- b. Minimal 60% peserta mampu menyusun bio profil bisnis yang informatif dan menarik.
- c. Minimal 60% peserta mampu mengunggah konten promosi pertama berupa foto atau video produk.
- d. Peserta mampu menentukan target pasar dan menyusun konsep konten sesuai karakteristik konsumen.
- e. Peserta memahami teknik dasar pengambilan foto produk menggunakan smartphone.

Peningkatan keterampilan ini diharapkan menjadi output nyata yang dapat langsung diterapkan setelah kegiatan pelatihan selesai.

Luaran

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema “Motivasi Berwirausaha dan Strategi Jualan Efektif di Dunia Digital”, diharapkan dapat dihasilkan beberapa luaran nyata sebagai berikut:

- a. Meningkatnya pemahaman peserta (pelaku UMKM, pemuda desa, dan masyarakat) tentang konsep kewirausahaan, karakter wirausaha, serta pentingnya membangun mindset percaya diri, kreatif, dan pantang menyerah dalam memulai usaha.
- b. Meningkatnya kesadaran peserta terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital yang efektif dan efisien dalam meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk.
- c. Terbentuknya akun bisnis media sosial (Instagram Business, TikTok Business, atau Marketplace) sebagai media promosi produk bagi peserta yang sebelumnya belum memanfaatkan platform digital secara optimal.

- d. Tersusunnya strategi sederhana pemasaran digital oleh peserta, meliputi penentuan target pasar, identitas brand, perencanaan konten, serta penggunaan foto dan video produk yang menarik.
- e. Meningkatnya keterampilan peserta dalam membuat konten promosi kreatif dan mempraktikkan strategi jualan online secara langsung selama kegiatan pelatihan.
- f. Tersusunnya modul pelatihan singkat tentang “Motivasi Berwirausaha dan Strategi Jualan Efektif di Dunia Digital” sebagai bahan edukatif yang dapat digunakan kembali untuk kegiatan serupa di masa mendatang.
- g. Terdokumentasinya kegiatan pengabdian dalam bentuk laporan dan artikel ilmiah sebagai bentuk kontribusi akademik dalam pengembangan kewirausahaan berbasis digital di tingkat desa.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa (Hariang), Kecamatan (Banua lawas), Kabupaten (Tabalong), pada hari (Senin, 09 Februari 2026). Peserta kegiatan terdiri dari pelaku UMKM desa, pemuda dan pemudi desa, ibu rumah tangga produktif, serta masyarakat yang memiliki minat untuk memulai usaha berbasis digital.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi berwirausaha serta memberikan pemahaman dan keterampilan praktis mengenai strategi jualan efektif di dunia digital. Fokus utama kegiatan adalah membangun pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset) dan meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Tahap Persiapan Kegiatan

Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim KKN yang terdiri dari 11 mahasiswa melakukan koordinasi awal dengan Kepala Desa dan perangkat desa setempat untuk menentukan waktu, lokasi, dan teknis pelaksanaan kegiatan. Selain itu, dilakukan observasi singkat dan wawancara informal kepada beberapa pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan serta kendala utama dalam pengembangan usaha.

Pada tahap ini juga dilakukan:

- a. Pendataan calon peserta pelatihan.
- b. Penyusunan materi pelatihan berdasarkan modul “Motivasi Berwirausaha dan Strategi Jualan Efektif di Dunia Digital”.
- c. Persiapan alat bantu presentasi seperti laptop, proyektor, dan slide PowerPoint.
- d. Penyusunan lembar pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta.
- e. Pembuatan modul ringkas sebagai bahan pegangan peserta setelah kegiatan selesai.

Materi yang disiapkan mencakup:

- a. Konsep dasar kewirausahaan dan karakter wirausaha.
- b. Langkah sederhana memulai usaha.
- c. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.
- d. Strategi membuat konten kreatif.
- e. Teknik dasar foto dan video produk menggunakan smartphone.
- f. Konsep personal branding dan influencer marketing.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan interaktif dan praktik langsung yang terdiri atas beberapa sesi sebagai berikut:

1. Pembukaan

Kegiatan diawali dengan sambutan dari Kepala Desa dan perwakilan tim KKN. Pada sesi ini disampaikan tujuan kegiatan serta pentingnya kewirausahaan di era digital sebagai peluang peningkatan ekonomi masyarakat.

2. Pre-Test

Sebelum penyampaian materi, peserta diberikan pre-test sederhana untuk mengetahui tingkat pemahaman awal mengenai kewirausahaan dan strategi pemasaran digital.

3. Penyampaian Materi

Materi disampaikan secara interaktif menggunakan media presentasi dan diskusi terbuka. Pokok materi yang disampaikan meliputi:

- a. Pengertian kewirausahaan dan pentingnya pola pikir wirausaha.
- b. Ciri-ciri wirausaha sukses seperti percaya diri, berani mengambil risiko, kreatif, disiplin, dan pantang menyerah.
- c. Identifikasi peluang usaha di lingkungan sekitar.
- d. Jenis-jenis usaha yang potensial dikembangkan.

- e. Langkah awal memulai usaha di era digital.
- f. Menentukan target pasar dan segmentasi konsumen.
- g. Membangun identitas brand (logo, warna, gaya komunikasi).
- h. Strategi konten digital seperti behind the scene, testimoni, edukasi singkat, dan review produk.
- i. Teknik foto produk yang menarik menggunakan pencahayaan sederhana.
- j. Pemanfaatan influencer marketing dan pentingnya analisis performa konten.

4. Diskusi dan Tanya Jawab

Setelah penyampaian materi, dilakukan sesi diskusi partisipatif. Peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan kendala usaha yang mereka alami, seperti kurangnya pembeli, kesulitan membuat konten, atau belum memahami cara menggunakan fitur media sosial.

5. Post-Test

Setelah seluruh materi dan praktik selesai, peserta diberikan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman mereka dibandingkan dengan hasil pre-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam satu hari, yakni pada hari Senin, 9 Februari 2026, bertempat di Gedung PKK Desa Hariang Kecamatan Banua Lawas Kabupaten Tabalong. Kegiatan ini mengusung tema “Berani Memulai: Mengubah Potensi Diri Menjadi Usaha Produktif” dengan materi berjudul “Motivasi berwirausaha dan strategi jualan efektif di dunia digital”. dengan melibatkan peserta masyarakat dari desa Hariang. Melalui kegiatan ini, diharapkan peserta dapat memperoleh wawasan dan motivasi dalam mengembangkan potensi diri menjadi usaha yang produktif dan berkelanjutan.

Tim pelaksana kegiatan terdiri atas:

1. Mohammad Fajar Noorrahman, M.Psi.
2. Nida Urahmah, M.Pd
3. Mujilah Rahmah, S.Pd
4. Kelompok KKN Desa Hariang
5. Kelompok KKN Desa Pematang
6. Mujilah Rahmah, S.Pd

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahap utama: persiapan, pelaksanaan inti, dan penutupan.

1. Tahap Persiapan

Sebelum hari pelaksanaan, tim pengabdian kelompok KKN desa Hariang dan desa Pematang melakukan koordinasi internal untuk merancang konsep dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. koordinasi tersebut meliputi penentuan tema kegiatan yang akan dilaksanakan. Setelah diapatkan konsep kegiatan yang sudah disetujui oleh Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) kemudian tim KKN mencari dan menghubungi pemateri yang kompeten dan berpengalaman di bidang kewirausahaan dan pemasaran digital. setelah itu tim KKN melakukan koordinasi dengan pihak Desa Hariang terkait waktu, tempat, dan sasaran kegiatan .

Tim KKN juga melakukan diskusi dengan pemateri untuk menyesuaikan materi yang akan disampaikan dengan masyarakat agar sesuai dengan kondisi dan karakteristik masyarakat setempat agar lebih aplikatif dan mudah dipahami. Alat bantu yang disiapkan meliputi Media presentasi visual (PowerPoint, proyektor, sounds system).

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan diawali dengan pembukaan yang dipandu oleh MC. MC membuka acara dengan mengucapkan salam, menyampaikan susunan acara, serta mengarahkan peserta. Selanjutnya kegiatan dibuka secara resmi oleh perwakilan pemerintah desa Hariang , dilanjutkan dengan sambutan dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL). Sebelum memasuki sesi penyampaian materi, MC terlebih dahulu memperkenalkan pemateri yang akan menyampaikan materi pada kegiatan tersebut. Hal ini bertujuan agar peserta mengenal kompetensi dan kapasitas pemateri sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan serta meningkatkan antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan.

Sesi pertama dipandu oleh pemateri dengan fokus materi motivasi berwirausaha:

- a. Mengapa keberanian memulai menjadi kunci dalam membangun usaha produktif?
- b. Bagaimana mengenali dan menggali potensi diri sebagai peluang usaha?
- c. Bagaimana membangun pola pikir (mindset) kewirausahaan yang positif dan tangguh?
- d. Bagaimana menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen?

Peserta cukup aktif dalam diskusi. Pemateri memberikan kesempatan kepada peserta untuk menyampaikan pertanyaan, tanggapan, maupun pengalaman yang relevan dengan materi yang telah dipaparkan. Kesempatan tersebut dimanfaatkan oleh beberapa peserta untuk mengkarifikasi hal-hal yang belum dipahami serta mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dalam memulai dan mengembangkan usaha. Melalui sesi tanya jawab ini, tercipta komunikasi dua arah yang mendorong keterlibatan aktif peserta serta memperdalam pemahaman terhadap materi yang disampaikan.

3. Tahap Penutupan

Respon peserta terhadap kegiatan ini menunjukkan hasil yang positif, terlihat dari antusiasme selama sesi berlangsung serta komitmen untuk mulai menerapkan strategi usaha dan pemasaran digital dalam kehidupan sehari-hari.

Sesi penutup diisi dengan:

- a. Refleksi peserta melalui post-test yang diberikan oleh pemateri.
- b. Foto bersama antara Dosen Pembimbing Lapangan dan Kelompok KKN desa Hariang dan Pematang

Diharapkan kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan peserta masyarakat desa Hariang dan menjadi faktor pendorong peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat.

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pemberian motivasi dan pemahaman mengenai kewirausahaan memiliki peran yang signifikan dalam mendorong perubahan pola pikir masyarakat. Materi yang disampaikan tidak hanya berfokus pada aspek utama dalam menjalankan usaha, tetapi juga menekankan pentingnya membangun mentalitas wirausaha, keberanian dalam mengambil langkah awal, serta kesiapan dalam menghadapi problema usaha.

Perubahan pola pikir dari masyarakat terhadap usaha menjadi salah satu capaian penting dalam kegiatan ini. Sebagian peserta yang sebelumnya ragu untuk memulai usaha mulai memahami keterbatasan modal bukanlah hambatan utama, melainkan kurangnya kepercayaan diri dan

pengetahuan strategi pemasaran yang sering menjadi kendala. Dengan adanya pemaparan materi dan diskusi mengenai tahapan memulai usaha secara bertahap dan realistis.

Dengan kegiatan yang diadakan ini, terbentuk kesadaran dari peserta bahwa pengembangan usaha produktif memerlukan kombinasi antara motivasi internal dan strategi pemasaran yang tepat. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan dan kesiapan peserta untuk mulai mengimplemntasikan ide usaha secara nyata dan berkelanjutan.

FOTO KEGIATAN

Gambar 1. Penyampaian Materi pertama



Gamabr 2. Penyampaian Materi Kedua



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab



Gambar 4. Foto Bersama Tim Pelaksana



KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Kelompok KKN Desa Hariang dan Pematang ini mengusung tema “Berani Memulai: Mengubah Potensi Diri Menjadi Usaha Produktif” dengan materi berjudul “Motivasi berwirausaha dan strategi jualan efektif di dunia digital”. telah berhasil dilaksanakan pada hari Senin, 9 Februari 2026, di Gedung PKK Desa Hariang Kecamatan Banua Lawas, Kabupaten Tabalong.

Kegiatan ini melibatkan peserta dari masyarakat desa Hariang. Kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan peserta masyarakat desa Hariang dan menjadi faktor pendorong peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat.

Beberapa poin kesimpulan utama dari kegiatan ini adalah:

- a. Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta masyarakat desa Hariang mengenai pentingnya keberanian dan pola pikir (mindset) kewirausahaan dalam memulai usaha.
- b. Peserta memperoleh wawasan dan ilmu baru mengenai cara mengenali dan mengembangkan potensi diri menjadi peluang usaha yang produktif.

- c. Materi strategi pemasaran digital memberikan pengetahuan praktis mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien.
- d. Partisipasi aktif dari peserta dalam sesi diskusi menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan masyarakat di desa Hariang.
- e. Kegiatan ini memberikan dorongan motivasi kepada masyarakat untuk mulai menerapkan ide usaha secara bertahap dan berkelanjutan guna meningkatkan kemandirian ekonomi.

Dengan berakhirnya kegiatan ini, diharapkan masyarakat mampu mengimplementasikan ilmu dan motivasi yang telah diperoleh untuk mulai mengembangkan potensi diri menjadi usaha produktif secara mandiri dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2017). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Pearson Education.