ABDIMAS EKODIKSOSIORA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora
Vol. 5, No. 2, Desember 2025, Hal. 310-315

PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI PELUANG KERJA DAN USAHA BAGI NEET YOUTH

Hendri Ali Ardi*, Siti Hanifa Sandri, Jeki Algusri, M. Faridz Maulana
Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Riau
*Email: hendrialiardi@umri.ac.id

Article history
Received : 30/11/2025
Revised : 30/12/2025
Accepted : 30/12/2025
Published: 31/12/2025

Abstrak
Teknologi digital merupakan peluang ekonomi melalui aktivitas pemasaran online. Namun, sebagian NEET Youth (Not in Education, employee or training) belum memiliki kesiapan keterampilan digital yang cukup untuk memanfaatkan peluang tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital marketing pada NEET Youth agar dapat menciptakan peluang kerja melalui usaha mandiri. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui pemahaman peluang kerja dan usaha melalui digital marketing, praktik dan pendampingan pembuatan akun bisnis di social media (Instagram, TikTok, dan marketplace. Peserta diberikan materi terkait pembuatan konten, etika komunikasi digital, personal branding, pengelolaan usaha secara sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kempapun peserta dalam mengelola social media sebagai sarana usaha, termasuk pemahaman pembuatan konten yang terstruktur. Kemudian juga terlihat peserta menunjukan minat berusaha secara online. Diharapkan kegiatan ini dapat mendukung kemandirian ekonomi remaja serta memperluas akses terhadap peluang kerja berbasis digital.

***Kata kunci**: Pelatihan, Digital Marketing, Peluang Usaha, NEET Youth*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran secara signifikan, dari pendekatan konvensional menuju pemasaran berbasis digital yang lebih cepat, luas, dan interaktif. Digital marketing memungkinkan penyebaran informasi produk secara masif serta mendorong terciptanya komunikasi dua arah antara pelaku usaha dan konsumen.. Melalui media digital, konsumen dapat mengakses informasi produk secara lebih akurat sebelum mengambil keputusan pembelian, sekaligus berinteraksi langsung dengan pemilik usaha dalam waktu yang relatif singkat (Riswati et al., 2024). Kondisi ini menjadikan digital marketing sebagai salah satu indicator penting dalam keberhasilan pemasaran produk di era digital.

Generasi muda merupakan kelompok strategis yang memiliki potensi besar dalam mengadopsi dan mengembangkan pemanfaatan teknologi digital, termasuk dalam bidang kewirausahaan. Masa muda merupakan fase yang tepat untuk membangun pengetahuan, sikap, dan keterampilan kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Melalui pelatihan digital marketing, pemuda diharapkan mampu menggali ide usaha, mengelola pemasaran produk secara mandiri, serta menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan. Keberadaan usaha baru yang digerakkan oleh generasi muda tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan

individu, tetapi juga berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Riswati et al., 2024).

Namun demikian, tidak seluruh pemuda berada dalam kondisi yang siap secara kompetensi untuk memanfaatkan peluang ekonomi digital. Kelompok NEET youth (Not in Education, Employment, or Training) merupakan salah satu kelompok yang rentan tertinggal akibat keterbatasan keterampilan digital dan minimnya akses terhadap program pengembangan kapasitas. Padahal, sebagai generasi yang relatif dekat dengan teknologi, pemuda memiliki potensi besar untuk berperan sebagai agen perubahan, termasuk dalam membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan transformasi digital. Sayangnya, potensi tersebut sering kali belum dioptimalkan karena kurangnya program pendampingan yang terarah dan berkelanjutan untuk mendorong keterlibatan aktif pemuda dalam pengembangan ekonomi lokal (Aliyah et al., 2025).

Penerapan digital marketing menjadi salah satu solusi strategis dalam menjawab tantangan tersebut. Berbagai platform dan alat digital, seperti media sosial, Facebook Ads, keyword tools pada mesin pencari, serta Google Trends, dapat dimanfaatkan untuk menjangkau target konsumen secara lebih tepat dan efisien (Putri et al., 2022). Namun, pemanfaatan teknologi ini memerlukan pemahaman yang memadai, baik dari sisi teknis maupun strategis, agar dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja usaha. Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan digital marketing perlu dirancang secara aplikatif dan kontekstual sesuai dengan kebutuhan riil peserta.

Pelatihan digital marketing yang efektif seharusnya mencakup aspek pembuatan akun bisnis, pengelolaan dan perencanaan konten, strategi promosi digital, etika komunikasi digital, serta pengelolaan usaha secara sederhana (Sari et al., 2024) Di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif pada era globalisasi, pelaku usaha tidak hanya dituntut memiliki modal finansial, tetapi juga kecerdasan dalam memanfaatkan peluang, kemampuan mengelola sumber daya secara efisien, serta kreativitas dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi digital (Tapis et al., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital marketing pada pemuda, khususnya NEET youth, serta pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran produk. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan literasi digital dan mendorong minat berwirausaha berbasis digital. Diharapkan, melalui pelatihan dan pendampingan yang dilakukan, peserta dapat mengubah pola pemasaran secara lebih adaptif terhadap teknologi, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat kemandirian ekonomi berbasis digital (Ahsan et al., 2025).

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif langsung, yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa materi dan praktik digital marketing yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nyata peserta, khususnya kelompok NEET youth, serta dapat langsung diterapkan dalam konteks usaha mandiri berbasis digital.

1. Sasaran dan Lokasi Kegiatan
   Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pemuda kategori NEET (Not in Education, Employment, or Training) serta pelaku usaha pemula yang memiliki keterbatasan keterampilan digital marketing. Peserta dipilih berdasarkan kriteria usia produktif dan belum memiliki pekerjaan tetap atau usaha yang terkelola secara digital. Kegiatan dilaksanakan secara luring dengan dukungan perangkat digital, seperti smartphone dan akses internet, untuk mendukung praktik langsung penggunaan platform digital.
2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan
   Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur sebagai berikut:
   a. Tahap Identifikasi Kebutuhan. Pada tahap awal, dilakukan identifikasi kebutuhan peserta melalui diskusi awal dan observasi singkat untuk mengetahui tingkat literasi digital, pengalaman berwirausaha, serta pemahaman peserta terhadap digital marketing. Hasil identifikasi ini menjadi dasar dalam penyusunan materi dan strategi pendampingan yang sesuai dengan karakteristik peserta.
   b. Tahap Pemberian Materi (Transfer Pengetahuan). Tahap ini difokuskan pada penyampaian materi konseptual dan praktis terkait digital marketing. Materi yang diberikan meliputi:
      1) Pengenalan peluang kerja dan usaha berbasis digital
      2) Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran (Instagram dan TikTok)
      3) Pembuatan dan pengelolaan akun bisnis pada media sosial dan marketplace
      4) Strategi pembuatan konten digital yang terstruktur dan menarik
      5) Etika komunikasi digital dan personal branding
      6) Pengelolaan usaha secara sederhana.
      7) Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif dan diskusi untuk mendorong partisipasi aktif peserta.
   c. Tahap Praktik dan Pendampingan. Setelah penyampaian materi, peserta diarahkan untuk melakukan praktik langsung pembuatan akun bisnis, penyusunan konten pemasaran, serta simulasi pengelolaan media sosial sebagai sarana usaha. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pendampingan secara intensif untuk memastikan peserta mampu memahami dan menerapkan materi yang diberikan.

Pendampingan dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan selama kegiatan berlangsung.

d. Tahap Evaluasi dan Refleksi. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap hasil praktik peserta, diskusi reflektif, serta umpan balik dari peserta terkait manfaat kegiatan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola media sosial sebagai sarana usaha, pemahaman pembuatan konten digital yang lebih terstruktur, serta meningkatnya minat peserta untuk berwirausaha secara online.

3. Luaran Kegiatan. Luaran dari kegiatan pengabdian ini berupa meningkatnya keterampilan digital marketing peserta, terbentuknya akun bisnis media sosial dan marketplace yang dikelola oleh peserta, serta meningkatnya kesadaran dan motivasi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana usaha mandiri. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan dokumentasi kegiatan yang dapat digunakan sebagai bahan laporan dan publikasi ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

DOCUMENTATION

Hasil kegiatan pengabdian ini menguatkan pandangan bahwa pelatihan digital marketing yang bersifat aplikatif dan disertai pendampingan mampu meningkatkan kapasitas pemuda, khususnya NEET youth, dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital. Pendekatan partisipatif yang digunakan memungkinkan peserta untuk terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, sehingga materi yang diberikan dapat lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam konteks nyata.

Peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola media sosial sebagai sarana usaha sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya penguasaan keterampilan digital dalam mendukung keberhasilan pemasaran di era digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi pemasaran, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang dapat membangun hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman mengenai pembuatan konten, personal branding, dan etika komunikasi digital menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pemasaran online.

Minat peserta untuk berwirausaha secara digital yang meningkat setelah kegiatan menunjukkan bahwa keterbatasan keterampilan digital merupakan salah satu hambatan utama bagi NEET youth dalam mengakses peluang kerja. Melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, hambatan tersebut dapat dikurangi, sehingga pemuda memiliki alternatif pilihan pekerjaan di luar sektor formal. Hal ini mendukung peran program pengabdian sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat dalam memperkuat kemandirian ekonomi berbasis teknologi.

Selain itu, hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa penguatan literasi digital pada pemuda berpotensi memberikan dampak tidak langsung terhadap pengembangan ekonomi lokal. Pemuda yang memiliki keterampilan digital marketing dapat berperan sebagai penggerak dalam membantu pelaku UMKM memasarkan produk secara lebih luas dan efektif. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat individual bagi peserta, tetapi juga berkontribusi pada ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa program pelatihan dan pendampingan digital marketing merupakan strategi yang relevan dan efektif dalam meningkatkan kesiapan kerja dan kewirausahaan NEET youth. Diharapkan, kegiatan serupa perlu dikembangkan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas serta integrasi dengan pemangku kepentingan terkait agar dampak yang dihasilkan dapat lebih optimal.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan keterampilan digital marketing pada pemuda, khususnya kelompok NEET youth, dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran dan peluang usaha mandiri. Melalui pelatihan dan pendampingan yang bersifat partisipatif dan aplikatif, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai peluang kerja berbasis digital, pengelolaan akun bisnis di media sosial dan marketplace, pembuatan konten yang terstruktur, serta penerapan etika komunikasi digital dan personal branding.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola media sosial sebagai media usaha, sekaligus tumbuhnya minat dan motivasi untuk berwirausaha secara online. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterbatasan keterampilan digital yang sebelumnya menjadi hambatan utama bagi NEET youth dapat diminimalkan melalui program pelatihan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan riil peserta dan didukung oleh pendampingan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi pada upaya pemberdayaan pemuda dan penguatan kemandirian ekonomi berbasis digital, serta berpotensi mendukung pengembangan ekonomi lokal secara inklusif. Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan digital marketing perlu dikembangkan secara berkelanjutan dan direplikasi dengan jangkauan yang lebih luas, serta melibatkan berbagai pemangku kepentingan agar dampak yang dihasilkan dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahsan, M., Permadi, A., Hamilurrosyad, M. M., Artha, R., Prasetyo, N., Rafifan, F. F., & Rachmayanti, N. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Pelaku UMKM di Desa. 3(4), 6018–6024.

Aliyah, H., Sugiono, S., & Zelika, Y. (2025). Peningkatan Kompetensi Pemuda melalui Workshop Digital Marketing untuk Mendukung Pengembangan UMKM Lokal. 03(01), 8–12.

Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., & Andriana, A. N. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. 3(2), 828–839.

Riswati, baig may, Zamawi, Sukarno, G., & Warmana, O. (2024). Pelatihan Penerapan Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram dan E-Commerce Pada UMKM. 5(1), 880–885.

Sari, E., Harahap, F., Siregar, R., & Siregar, H. M. (2024). MEJUAJUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pendampingan Pelaku Umkm Sebagai Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Melalui Literasi Digital Marketing , Perizinan Dan Label Halal di Kota Padangsidimpuan Pendahuluan. 4, 182–192. https://doi.org/10.52622/mejuajuajabdimas.v4i2.178

Tapis, B., Katon, N., Pesawaran, K., Nurzanah, E., & Damaiyanti, A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan.