

## **Optimalisasi Digital Marketing Dan Bisnis Digital Dalam Ruang Kreatif Untuk Meningkatkan Potensi Pemuda Di Desa Tantan Kecamatan Sekernan Kabupaten Muaro Jambi**

**Nurhayati<sup>1</sup>, Nurhadi<sup>2</sup>, Eni Rohaini<sup>3</sup>, Yossinomita<sup>4</sup>, Dodo Zaenal Abidin<sup>5</sup>, Sharipuddin<sup>6</sup>, Beni Purnama<sup>7</sup>, Roby Setiawan<sup>8</sup>, Ronald Naibaho<sup>9</sup>, Ayu Feranika<sup>10</sup>, Despita Meisak<sup>11</sup>, Raka Jumersyah Pratama<sup>12</sup>**

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12 Universitas Dinamika Bangsa Kota Jambi, Indonesia

Email : <sup>1)</sup>[nurhayatihalim75@gmail.com](mailto:nurhayatihalim75@gmail.com), <sup>2)</sup>[nurhadi@unama.ac.id](mailto:nurhadi@unama.ac.id), <sup>3)</sup>[enirohaini@unama.ac.id](mailto:enirohaini@unama.ac.id),  
<sup>4)</sup>[yossinomita.saputra@gmail.com](mailto:yossinomita.saputra@gmail.com), <sup>5)</sup>[dodozaenal@yahoo.com](mailto:dodozaenal@yahoo.com), <sup>6)</sup>[Sharipuddin@gmail.com](mailto:Sharipuddin@gmail.com),  
<sup>7)</sup>[bennipurnama@stikom\\_db.ac.id](mailto:bennipurnama@stikom_db.ac.id), <sup>8)</sup>[roby.setiawan.jet@gmail.com](mailto:roby.setiawan.jet@gmail.com), <sup>9)</sup>[ronalnaibaho@unama.ac.id](mailto:ronalnaibaho@unama.ac.id),  
<sup>10)</sup>[ayuferanika2@gmail.com](mailto:ayuferanika2@gmail.com), <sup>11)</sup>[despitam88@gmail.com](mailto:despitam88@gmail.com)

E-mail Korespondensi : [despitam88@gmail.com](mailto:despitam88@gmail.com)

### **Abstrak**

*Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis mengenai manfaat digital marketing dan bisnis digital dalam ruang kreatif sebagai upaya meningkatkan potensi pemuda di Desa Tantan, Kecamatan Sekernan, Kabupaten Muaro Jambi. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 16 Agustus 2026 bertempat di Aula Masyarakat Desa Tantan, dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang yang terdiri dari pemuda desa, anggota Karang Taruna, Koperasi Desa, BUMDes, Perpustakaan Desa, serta dihadiri oleh Kepala Desa Bapak Mashur, S.Pd. Metode pelatihan meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung mengenai strategi digital marketing, pemanfaatan media sosial, serta pengembangan bisnis digital berbasis potensi lokal. Hasil dari pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya literasi digital, keterampilan pemasaran berbasis teknologi, serta kreativitas dalam membangun brand desa. Selain itu, pelatihan ini juga memperkuat sinergi antarorganisasi desa sebagai upaya penguatan kelembagaan dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam membentuk pemuda yang berdaya saing, mandiri, serta mampu berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan di era digital.*

**Kata kunci:** *Digital Marketing, Bisnis Digital, Pemuda Desa, Ekonomi Kreatif, Pemberdayaan\_Masyarakat*

### **Abstract**

*This training aimed to provide practical understanding and skills regarding the benefits of digital marketing and digital business within creative spaces as an effort to enhance the potential of youth in Tantan Village, Sekernan District, Muaro Jambi Regency. The activity was held on August 16, 2026, at the Tantan Village Community Hall, with 20 participants consisting of village youth, members of the Youth Organization, Village Cooperative, Village-Owned Enterprise (BUMDes), Village Library, and attended by the Village Head, Mr. Mashur, S.Pd. The training methods included lectures, interactive discussions, and hands-on practice on digital marketing strategies, the use of social media, and the development of digital businesses based on local potential. The results of the training indicated an increase in participants' understanding of the importance of digital literacy, technology-based marketing skills, and creativity in building a village brand. Furthermore, the training strengthened synergy among village organizations as an effort to enhance institutional capacity in developing digital-based creative economies. Thus, this training is expected to serve as an initial step in shaping*

*competitive, independent youth who are capable of contributing to sustainable village economic development in the digital era.*

**Key Word:** *Digital\_Marketing, Bisnis\_Digital, Pemuda\_Desa, Ekonomi\_Kreatif, Pemberdayaan\_Masyarakat*

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam pola interaksi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat (Lubis & Nasution, 2023),(Diana & Sari, 2024). Pemanfaatan teknologi informasi, khususnya dalam bidang digital marketing dan bisnis digital, terbukti mampu membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi usaha, serta mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif (Yuniati & Supriadin, 2024),(Nashir et al., 2025). Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19%, yang menunjukkan peluang besar bagi masyarakat desa untuk mengoptimalkan teknologi digital dalam mengembangkan potensi lokal.(Indonesia, 2023)

Namun, pemanfaatan teknologi digital di tingkat pedesaan masih menghadapi kendala, seperti keterbatasan keterampilan, minimnya literasi digital, serta rendahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran berbasis teknologi (Kamariani et al., 2025). Hal ini menghambat optimalisasi potensi pemuda dalam mengembangkan usaha dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi desa. Padahal, pemuda desa memiliki peran penting sebagai agent of change dalam pembangunan, sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, yang menyatakan bahwa pemuda adalah potensi strategis bangsa yang harus dikembangkan agar berdaya saing, berakhhlak mulia, dan berjiwa wirausaha (UNDANG – UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2009 Kepemudaan, 2009).

Lebih lanjut, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat desa, termasuk pemuda, untuk mengoptimalkan potensi desa melalui program pembangunan dan pengembangan ekonomi lokal (Ritonga et al., 2024). Hal ini sejalan dengan konsep ekonomi kreatif yang menurut Howkins (2001) menekankan pada pemanfaatan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai sumber daya utama dalam meningkatkan nilai tambah suatu produk maupun jasa (Syafitri & Nisa, 2024).

Desa Tantan, Kecamatan Sekernan, Kabupaten Muaro Jambi, memiliki potensi sumber daya manusia yang signifikan, khususnya di kalangan pemuda. Keberadaan organisasi seperti Karang Taruna, Koperasi Desa, BUMDes, Perpustakaan Desa, serta komunitas pemuda umum merupakan modal sosial yang dapat dijadikan basis dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital.(Ramadhani et al., 2025), (Rosdiana et al., 2023) Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal melalui strategi digital marketing dan bisnis digital.

Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan optimalisasi digital marketing dan bisnis digital dalam ruang kreatif yang berfokus pada peningkatan literasi digital dan keterampilan pemuda desa agar mampu mengikuti perkembangan teknologi serta memanfaatkannya secara produktif. Melalui pelatihan ini, pemuda diharapkan dapat menggunakan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana utama pemasaran produk lokal, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas dan berdaya saing. Selain itu, pelatihan ini juga menekankan pentingnya pengembangan kreativitas dalam membangun brand desa sebagai identitas yang khas dan bernilai jual tinggi. Tidak hanya berhenti pada individu, program ini juga diarahkan untuk memperkuat kelembagaan desa melalui sinergi antara organisasi kepemudaan, koperasi, BUMDes, dan komunitas pemuda lainnya sehingga tercipta kolaborasi yang berkelanjutan dalam mendukung pengembangan ekonomi desa berbasis digital.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pemuda Desa Tantan dapat meningkatkan kapasitas kewirausahaan, mengembangkan potensi lokal secara berkelanjutan, serta berkontribusi dalam mewujudkan desa mandiri dan berdaya saing di era ekonomi digital.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman sekaligus keterampilan praktis kepada peserta. Adapun metode yang digunakan meliputi:

**Rangkaian Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital**



**Gambar 1** Rangkaian Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui kombinasi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Narasumber memberikan pemaparan mengenai konsep digital marketing, bisnis digital, dan pemanfaatan AI, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab serta diskusi untuk menggali ide dari peserta. Selanjutnya, peserta diberikan kesempatan melakukan praktik menggunakan aplikasi digital dan AI dalam pembuatan konten promosi serta pengembangan produk desa. Pendekatan ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis yang dapat langsung diterapkan dalam mengembangkan usaha berbasis digital.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dipaparkan hasil yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan serta pembahasan terkait capaian dan dampaknya terhadap peserta maupun lingkungan desa.

### 3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan Optimalisasi Digital Marketing dan Bisnis Digital dalam Ruang Kreatif untuk Meningkatkan Potensi Pemuda dilaksanakan pada tanggal 16 Agustus 2026 di Aula Masyarakat Desa Tantan, Kecamatan Sekernan, Kabupaten Muaro Jambi. Kegiatan diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari anggota Karang Taruna, Koperasi Desa, BUMDes, Perpustakaan Desa, serta pemuda umum. Acara dibuka oleh Kepala Desa Tantan, Bapak Mashur, S.Pd, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai literasi digital, pemanfaatan media sosial dan e-commerce, serta praktik membangun brand desa melalui ruang kreatif.

Selain penyampaian materi, kegiatan ini juga dilengkapi dengan sesi diskusi interaktif dan praktik langsung, di mana peserta diajak untuk mencoba membuat produk digital atau merancang ide kreatif dengan memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI). Praktik ini dipandu langsung oleh narasumber, Bapak Dr. Nurhadi, yang mendemonstrasikan bagaimana AI dapat digunakan untuk mendukung promosi dan pengembangan usaha berbasis digital. Melalui sesi ini, peserta mendapatkan pengalaman nyata dalam menerapkan teknologi modern, sekaligus membuka wawasan baru tentang peluang inovasi yang bisa diaplikasikan untuk memajukan potensi Desa Tantan.

### **3.2 Hambatan Dalam Kegiatan**

Secara umum, kegiatan berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Namun, terdapat beberapa hambatan yang ditemui di lapangan. Salah satunya adalah adanya mati lampu saat kegiatan berlangsung, tetapi hal ini dapat segera diatasi dengan bantuan dari Bapak Kepala Desa sehingga kegiatan tetap berjalan lancar. Selain itu, waktu pelaksanaan sedikit terlambat karena harus menunggu peserta hadir secara lengkap agar penyampaian materi dapat diterima bersama-sama.

### **3.3 Dokumentasi Kegiatan**

#### **Pembukaan Kegiatan**



**Gambar 2. Pembukaan Kegiatan Oleh Kepala Desa, Ketua dan TIM PKM**

#### **Penyampaian Materi Dari Narasumber**



**Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Narasumber**



**Gambar 4. Pemberian Merchandise kepada Peserta**

**Gambar 5. Foto Bersama Kepala Desa dan Peserta**

### 3.4 Tanggapan Peserta

Peserta memberikan respons yang sangat positif terhadap pelatihan Optimalisasi Digital Marketing dan Bisnis Digital dalam Ruang Kreatif. Mereka menyatakan bahwa materi yang disampaikan sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan nyata sebagai pemuda desa yang ingin mengembangkan ekonomi lokal. Hal ini juga dikuatkan oleh Kepala Desa Tantan, Bapak Mashur, S.Pd, yang menghargai pelaksanaan program ini dan berharap agar tidak hanya dilakukan sekali saja, namun berlangsung secara berkelanjutan ke depannya. Beliau menyampaikan: "Kami berharap kegiatan seperti ini tidak hanya sebatas sekali, tetapi berkesinambungan, baik dalam bidang teknologi maupun bidang lainnya.

Selain itu, narasumber Dr. Nurhadi, M.Cs., juga mengungkapkan harapannya bahwa pelatihan ini menjadi pemicu bagi para pemuda desa agar lebih produktif, termasuk dalam memanfaatkan internet untuk membuka toko di platform e-commerce.

### 3.5 Publikasi Media Sosial

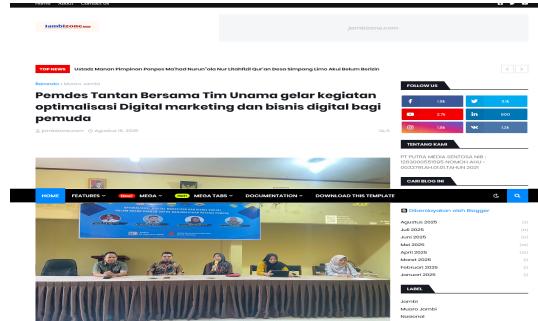
Selama kegiatan, publikasi dilakukan melalui media sosial oleh pemuda Desa Tantan sebagai bentuk dokumentasi dan promosi kepada masyarakat luas. Publikasi ini memuat rangkaian acara pelatihan, mulai dari pembukaan hingga praktik pemanfaatan teknologi digital, serta menampilkan antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan. Melalui unggahan di akun media sosial, informasi kegiatan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga semakin mengenalkan potensi Desa Tantan dan mendorong semangat pemuda dalam memanfaatkan ruang digital untuk pengembangan ekonomi kreatif.

<https://www.cerapost.com/2025/08/pemdes-tantan-dukung-optimalisasi.html>



<https://www.jambionline.com/2025/08/kades-tantan-kejasama-dengan-unama.html>



<https://www.jambizonne.com/2025/08/pemdes-tantan-bersama-tim-unama-gelar.html><https://www.jambinews.id/2025/08/mashur-kades-tantan-pkm-unama-jambi.html>

### 3.6 Saran Mitra

Mitra kegiatan, yang terdiri dari perangkat desa dan organisasi kepemudaan, menyampaikan saran agar pelatihan serupa dapat dilaksanakan secara berkelanjutan. Mereka juga menekankan pentingnya pendampingan pasca-pelatihan melalui program mentoring, khususnya dalam hal pemasaran produk lokal melalui platform digital. Dengan adanya keberlanjutan dan dukungan pendampingan tersebut, diharapkan para pemuda Desa Tantan dapat semakin mandiri, inovatif, dan produktif dalam mengembangkan potensi ekonomi desa.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Pelatihan Optimalisasi Digital Marketing dan Bisnis Digital dalam Ruang Kreatif untuk Meningkatkan Potensi Pemuda Desa Tantan berhasil dilaksanakan dengan baik pada tanggal 16 Agustus 2026 di Aula Masyarakat Desa Tantan. Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari anggota Karang Taruna, Koperasi Desa, BUMDes, Perpustakaan Desa, serta pemuda umum. Selama kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme dan keterlibatan aktif, baik dalam sesi materi maupun praktik. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital, pemahaman strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce, serta kesadaran akan pentingnya kreativitas dalam membangun brand lokal desa.

### 4.2 Saran

Disarankan agar pelatihan digital marketing dan bisnis digital di Desa Tantan dilakukan secara berkesinambungan dengan pendampingan lanjutan, sehingga keterampilan pemuda dapat terus berkembang dan mendukung kemandirian ekonomi desa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Unama dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Tantan, seluruh peserta pelatihan, serta Tim

PKM Universitas Unama yang telah berkontribusi aktif sehingga kegiatan dan penulisan artikel ini dapat terlaksana dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Diana, B. A., & Sari, J. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(2), 88–96.
- Indonesia, A. P. J. I. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <Https://Apjii.or.Id>. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Kamariani, B. D., Fitri, N., Asbarini, E., Ulyani, M., & Chalel, A. (2025). Pemberdayaan Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM Digital-Based Empowerment for MSME Actors. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(3), 132–145.
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 01(12), 21–30.
- Nashir, M. M., Prasetyo, B. A., & Muhibban, M. (2025). Peran Teknologi Informasi Dalam Transformasi Bisnis UMKM Daerah Depok. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 769–774.
- Ramadhani, A., Harianja, H. E., Apriliani, D., Mentari, A., & Sulaksono, T. P. (2025). Karang Taruna Kemiling sebagai Pilar Integrasi Kepemudaan dalam Inovasi Sosial dan Pemberdayaan Ekonomi Guna Membangun Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(3), 519–530.
- Ritonga, N. S., Simangunsong, M., & Ivanna, J. (2024). Implementasi Undang Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Desa Saentis Kecamatan Percut Sei Tuan. *JALAKOTEK: Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 1(2), 751–757. <https://doi.org/10.57235/jalakotek.v1i2.2614>
- Rosdiana, H., Darmastuti, S., & Kurniawan, A. (2023). Peran Karang Taruna Dalam Pengembangan Ekonomi Desa Sukmajaya Melalui Platform Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ilmu Komputer (ABDIKOM)*, 2(1), 2964–3759. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/abdirom>
- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 189–198. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>
- UNDANG – UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2009 Kepemudaan. (2009). [https://dispora.bangkalankab.go.id/vendor/dokumen/UU\\_2009\\_40.pdf](https://dispora.bangkalankab.go.id/vendor/dokumen/UU_2009_40.pdf)
- Yuniati, M., & Supriadin, S. (2024). Penerapan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Akses Pasar UMKM Di Sektor Kreatif Pendekatan Media Sosial. *Economica Insight*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.71094/ecoin.v1i1.26>