

Peningkatan Kapasitas Wirausaha dan Adaptasi Digital Marketing bagi Penerima Bantuan Sosial PKH Menuju Kemandirian Ekonomi

Fadhliazis¹, Mutmainnah^{2*}, Telly Zuvilla Irwanto³,
Arie Agus Setiawan⁴, Saut Siagian⁵, Irma Yunita⁶

¹⁻⁶ Insitut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya

* mutmainnahnajmi@gmail.com

Abstrak

Program Keluarga Harapan (PKH) di Kota Jambi merupakan instrumen strategis dalam penanggulangan kemiskinan dengan jangkauan mencapai 17.094 Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Sebagai bagian upaya pemberdayaan, dilaksanakan Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga (P2K2) guna membekali KPM dengan keterampilan hidup. Namun, mayoritas peserta masih menghadapi kendala rendahnya literasi tata kelola usaha dan pola pemasaran yang konvensional. Program ini bertujuan meningkatkan kapasitas kewirausahaan serta mengakselerasi adaptasi *digital marketing* bagi peserta P2K2 PKH di Kota Jambi. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahapan utama: edukasi tata kelola usaha, pelatihan teknis platform digital, serta pendampingan intensif. Melalui pendekatan partisipatif, peserta dibimbing mentransformasi model bisnis agar lebih kompetitif di pasar digital. Luaran yang diharapkan adalah peningkatan pemahaman kewirausahaan, kepemilikan media pemasaran digital, serta peningkatan pendapatan keluarga. Keberhasilan program ini diproyeksikan mampu mendorong terciptanya kemandirian ekonomi sehingga KPM dapat mencapai tahap graduasi mandiri. Sinergi pendampingan lapangan dan penguasaan teknologi diharapkan menjadi kunci mengoptimalkan potensi ekonomi lokal di Kota Jambi.

Kata Kunci: *adaptasi digital, kemandirian ekonomi, P2K2 PKH, wirausaha, pemasaran digital*

Pendahuluan

Program Keluarga Harapan (PKH) di Kota Jambi merupakan instrumen strategis pemerintah dalam memutus rantai kemiskinan antar generasi. Saat ini, tercatat sebanyak 17.094 Keluarga Penerima Manfaat (KPM) yang tersebar di berbagai kecamatan (Dinas Sosial, 2025). Sebagai upaya pemberdayaan berkelanjutan (Khasanah et al., 2025), pemerintah menyelenggarakan Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga (P2K2).

Melalui Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga (P2K2), para peserta tidak hanya mendapatkan bantuan finansial, tetapi juga pembekalan keterampilan hidup (Nurismail et al., 2024). Berdasarkan pengamatan di lapangan, sebagian besar peserta P2K2 di Kota Jambi sebenarnya telah memiliki usaha mikro, mulai dari produksi pangan lokal hingga

kerajinan tangan. Namun, potensi ini belum dikelola dengan baik dan masih berjalan secara sporadis sebagai upaya pemenuhan kebutuhan harian jangka pendek.

Secara umum, masyarakat sasaran menghadapi hambatan struktural dan kognitif dalam mengembangkan usaha. Masalah utama meliputi rendahnya literasi manajemen bisnis, pencatatan keuangan yang belum terpisah dari kebutuhan rumah tangga (Isabella & Sanjaya, 2021), serta ketergantungan pada rantai distribusi konvensional yang memiliki daya jangkau terbatas (Meilinda et al., 2025).

Prioritas dalam pendampingan ini difokuskan pada dua aspek yaitu penguatan kapasitas kewirausahaan dan adaptasi strategi digital marketing (Handayani et al., 2024). Penentuan prioritas ini didasarkan pada kebutuhan mendesak peserta untuk keluar dari jerat kemiskinan melalui peningkatan pendapatan (Nurismail et al., 2024). Tanpa penguasaan strategi pemasaran modern, produk peserta akan sulit bersaing di pasar yang saat ini telah terdigitalisasi. Oleh karena itu, penggabungan antara mentalitas wirausaha dan kemahiran teknologi digital menjadi kunci utama untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan nilai ekonomi produk (Handayani et al., 2024).

Berdasarkan kondisi dan permasalahan tersebut, tim pengabdian melakukan analisis kebutuhan melalui diskusi dan observasi terhadap pelaksanaan Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga (P2K2) di Kota Jambi. Analisis kebutuhan yang dilakukan oleh tim pengabdian menegaskan perlunya pendampingan kewirausahaan dan adaptasi *digital marketing* bagi peserta PKH yang memiliki usaha namun masih terkendala pada jangkauan pasar (Sundari & Lestari, 2022). Intervensi pengabdian masyarakat ini berbentuk pendampingan manajemen bisnis dan optimalisasi media pemasaran digital yang bertujuan meningkatkan kemampuan peserta dalam memaksimalkan platform media sosial sebagai kanal promosi yang strategis dan berdampak signifikan pada pendapatan keluarga (Fitriani & Habibi, 2025).

Selain itu, penting untuk dicatat bahwa keberhasilan pemasaran digital di era modern tidak hanya bergantung pada kepemilikan akun media sosial, melainkan pada kemampuan peserta dalam mengomunikasikan nilai produk serta membangun kepercayaan calon pembeli. Pemasaran digital yang efektif memungkinkan pelaku usaha mikro untuk membangun hubungan pelanggan yang interaktif dan personal meskipun dengan sumber daya yang terbatas (Sundari & Lestari, 2022). Dalam konteks peserta P2K2 PKH, para pelaku usaha perlu mengembangkan strategi konten yang sederhana namun persuasif, seperti menampilkan keunggulan produk lokal secara visual dan menyusun narasi produk yang menarik. Dengan penguasaan strategi ini, diharapkan peserta dapat bertransformasi dari sekadar penerima bantuan menjadi pelaku ekonomi mandiri yang kompetitif di pasar digital.

Pemberdayaan ini bertujuan untuk mengonstruksi fondasi kewirausahaan yang kokoh bagi peserta P2K2 PKH melalui peningkatan pemahaman mengenai tata kelola usaha dan manajemen keuangan yang profesional (Nugrahaningsih et al., 2021). Selain itu, kegiatan ini berfokus pada akselerasi adopsi teknologi melalui edukasi serta pendampingan praktis dalam memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran modern yang efektif (Junaedi & Rojali, 2024). Melalui rangkaian pendampingan ini, diharapkan tercipta model usaha mandiri yang tidak hanya mampu meningkatkan taraf hidup keluarga secara

berkelanjutan, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan adaptif terhadap perubahan pasar digital (Bahri et al., 2025).

Program P2K2 PKH ini memberikan kemandirian finansial dan penguatan kapasitas diri sehingga mampu melakukan graduasi mandiri dari ketergantungan bantuan sosial (Fitriani & Habibi, 2025). Keberhasilan program ini akan menumbuhkan pusat-pusat ekonomi mikro baru di Kota Jambi yang berbasis digital yang pada gilirannya dapat menggerakkan roda ekonomi lokal.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai langkah nyata untuk mengubah pola pikir dan cara berjualan peserta P2K2 PKH Kota Jambi dari cara tradisional ke cara modern yang berbasis digital.

Solusi yang Ditawarkan

Untuk mengatasi rendahnya kapasitas wirausaha dan keterbatasan jangkauan pasar peserta P2K2 PKH Kota Jambi, tim pengabdian kepada masyarakat menawarkan solusi komprehensif berbasis pendampingan berkelanjutan. Solusi utama meliputi:

1. Peningkatan Literasi Bisnis, yaitu dengan memberikan pemahaman manajemen usaha praktis pengelolaan keuangan rumah tangga vs usaha.
2. Transformasi Pemasaran Digital, yaitu dengan menyediakan infrastruktur pemasaran digital sederhana melalui pembuatan akun bisnis di platform sosial media dan *messenger* (WhatsApp Business).
3. Optimalisasi Visual Produk, yaitu dengan memberikan teknik fotografi produk menggunakan perangkat *smartphone* agar memiliki daya saing visual di pasar digital.

Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dilaksanakan dalam pendampingan ini adalah *Participatory Technology Development* (Shabrina & Asa, 2025). Pendekatan ini menempatkan peserta P2K2 PKH bukan hanya sebagai objek penerima materi, melainkan subjek aktif yang terlibat dalam mempraktikkan langsung setiap instrumen digital yang diberikan. Tim menggunakan teknik *andragogi* (pembelajaran orang dewasa) yang mengedepankan diskusi interaktif dan berbagi pengalaman (*sharing session*) antar peserta untuk memperkuat rasa percaya diri dalam berwirausaha.

Prosedur Kerja

Prosedur kerja dibagi menjadi tiga tahapan (Amalina et al., 2025):

1. Tahap Edukasi Tata Kelola Usaha (Persiapan)

Diawali dengan sosialisasi dan identifikasi potensi usaha peserta P2K2 PKH. Tim memberikan materi dasar mengenai pentingnya kemandirian ekonomi dan cara mengelola operasional usaha mikro secara teratur dan terencana.

2. Tahap Pelatihan Teknis Platform Digital (Pelaksanaan)

Pelaksanaan pendampingan intensif di mana peserta dibimbing secara teknis untuk membuat profil bisnis digital. Materi meliputi pembuatan deskripsi produk yang menarik (*copywriting*), pengambilan foto produk, hingga cara merespons calon pelanggan secara digital.

3. Tahap Pendampingan Intensif (Monitoring & Evaluasi)

Pasca-pelatihan, tim melakukan kunjungan lapangan (*field visit*) untuk memantau penggunaan platform digital peserta secara konsisten. Pada tahap ini, tim memberikan bimbingan teknis jika ditemukan kendala dalam penggunaan aplikasi atau proses pemasaran online.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Rabu, 26 November 2025 di Aula Kantor Lurah Simpang 4 Sipin Kecamatan Telanaipura Kota Jambi, dengan memanfaatkan Aula Kantor Lurah setempat sebagai titik koordinasi kegiatan agar lebih mudah dijangkau oleh para peserta.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Pelaksanaan

Pelaksanaan pendampingan telah menghasilkan peningkatan signifikan pada dua aspek utama, yaitu pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan pemasaran digital. Berdasarkan hasil evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*, terdapat perubahan pemahaman peserta yang cukup drastis sebelum dan sesudah intervensi pendampingan diberikan.

Tabel 1. Peningkatan Skor Pemahaman Peserta P2K2 PKH

No	Indikator Kompetensi	Sebelum Pendampingan (Skala 10 - 100)	Sesudah Pendampingan (Skala 1- 100)	Persentase Kenaikan (%)
1	Dasar-dasar Manajemen Wirausaha	45	82	67,2%
2	Strategi Pemasaran Digital Marketing	40	88	80%
3	Teknik Fotografi Produk via Smartphone	35	92	87,6%
4	Pengelolaan Keuangan Bisnis	50	80	60%
5	Pembuatan Narasi Produk (Copywriting)	38	78	64,5%

Data di atas menunjukkan bahwa pada aspek teknis fotografi produk sebesar 87,6% dan strategi pemasaran digital marketing sebesar 80% banyak mengalami peningkatan yang sebelumnya merupakan hal baru bagi sebagian besar peserta P2K2 PKH di Kota Jambi.

Pembahasan dan Partisipasi Peserta P2K2 PKH

Pembahasan hasil pendampingan ini menunjukkan bahwa penggunaan metode *Participatory Technology Development* (PTD) sangat efektif dalam mengatasi hambatan psikologis peserta terhadap teknologi. Dengan memberikan pendampingan personal, peserta yang awalnya merasa "gaptek" menjadi lebih percaya diri untuk mengunggah produk mereka ke platform digital.



Gambar 1. Dokumentasi Narasumber Saat Menyampaikan Paparan Materi Pembuka Mengenai Kewirausahaan

Partisipasi dari peserta P2K2 PKH dalam kegiatan ini sangat tinggi. Sebanyak 17.094 KPM diwakili oleh koordinator kelompok di tiap kecamatan yang aktif hadir dalam setiap sesi pendampingan.



Gambar 2. Dokumentasi Pada Sesi Kedua Pemaparan Materi Mengenai Strategi Digital Marketing Oleh Narasumber

Peserta tidak hanya hadir secara fisik, tetapi juga berkontribusi aktif dalam sesi praktik, seperti membawa produk unggulan mereka (makanan ringan, kerajinan tangan, dsb) untuk dijadikan objek praktik fotografi dan pemasaran langsung di tempat. Sinergi antara tim pengabdian dan pendamping PKH memastikan bahwa informasi kegiatan tersampaikan dengan baik sehingga tingkat kehadiran mencapai 95%.



Gambar 3. Sesi praktik (Peserta P2K2 PKH) dalam memasarkan produk secara langsung

Implikasi, Dampak, dan Keberlanjutan

Dampak langsung dari kegiatan pendampingan ini adalah meningkatnya eksposur produk peserta ke jangkauan pasar yang lebih luas di luar lingkungan RT/RW mereka. Implikasi jangka panjangnya adalah perubahan pola pikir peserta P2K2 PKH dari sekadar penerima bantuan menjadi pelaku usaha yang memiliki visi pengembangan.

Pembelajaran penting dari pendampingan ini adalah bahwa edukasi teknologi bagi masyarakat menengah ke bawah harus dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan contoh yang relevan. Sebagai tindak lanjut, kegiatan pendampingan ini akan dikembangkan menjadi Koperasi Digital PKH Kota Jambi sebagai wadah kolektif untuk menampung produk peserta. Pengembangan ke depan akan melibatkan pihak perbankan untuk akses permodalan bagi peserta yang telah berhasil membuktikan pertumbuhan usahanya melalui catatan pemasaran digital yang ada.

Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan 60 peserta P2K2 PKH Kota Jambi yang menunjukkan antusiasme tinggi dalam mentransformasi model bisnis mereka ke arah digital. Keberhasilan pendampingan

tercermin dari peningkatan kompetensi yang sangat signifikan, dengan kenaikan tertinggi pada aspek teknis fotografi produk sebesar sebesar 87,6% dan strategi pemasaran digital marketing sebesar 80%. Capaian dari 60 peserta yang kini telah memiliki akun bisnis mandiri ini membuktikan bahwa edukasi yang tepat sasaran mampu mendorong kemandirian ekonomi peserta P2K2 PKH menuju tahapan graduasi mandiri. Sebagai saran untuk keberlanjutan, diperlukan pendampingan rutin pasca-kegiatan oleh Tenaga Pendamping PKH setempat serta kolaborasi dengan instansi terkait untuk memfasilitasi legalitas usaha dan akses permodalan, sehingga dampak positif dari penguasaan teknologi ini dapat terus berkembang dan menjadi inspirasi bagi ribuan keluarga penerima manfaat lainnya di Kota Jambi.

Ucapan Terimakasih

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat (PKM) menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya atas segala dukungan serta fasilitas yang telah diberikan. Apresiasi serupa kami sampaikan kepada Dinas Sosial Kota Jambi serta seluruh peserta P2K2 PKH Kota Jambi atas sinergi dan kontribusi aktif sehingga kegiatan pendampingan ini dapat terlaksana dengan sukses hingga akhir.

Referensi

- Amalina, H. N., Islamiyah, H., Permana, A. M., Wibowo, A. A., Suranto, J., Wijaya, S. H. B., Wibowo, H. H. S., Primasari, I., & Wijaya, D. T. C. (2025). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Kampung Wisata Barokah di Desa Gerdu Kabupaten Karanganyar. *KOMUNITA Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(3), 413–421. <https://doi.org/10.60004/komunita.v4i3.193>
- Bahri, K. N., Atmami, H., Damayanti, R., & Mardhia, N. (2025). Empowering Community Melalui Strategi Pemasaran Digital , Branding , dan Komunikasi Efektif Bagi Masyarakat Kampung Bongkor. *Madaniya*, 6(4), 1961–1967. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/1385>
- Dinas Sosial. (2025). *Data Penerima Bantuan di Kota Jambi*. <https://simantan.jambikota.go.id/data>
- Fitriani, N., & Habibi, M. (2025). Peningkatan Kualitas dan Variasi Produk Warung Jajan dan Sembako Budeh Tumbang H. Saumin Cinere, Depok. *KOMUNITA Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 50–58. <https://doi.org/10.60004/komunita.v4i1.126>
- Handayani, E. P., Saputri, T. A., & Krisnarini. (2024). Peningkatan Nilai Ekonomi Kelompok Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan Melalui Penguatan Digital Marketing Berbasis Canva: Studi Kasus Pada Pemasaran Sayuran di Karangrejo, Metro. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), SNPPM2024LPK102 - SNPPM2024LPK114. Retrieved from <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm/article/view/49371>
- Isabella, A. A., & Sanjaya, P. N. (2021). Pelatihan Kewirausahaan “Pengelolaan Keuangan Bisnis Online Shop Era Digital.” *ANDASIH Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15–21.
- Junaedi, S. R. P., & Rojali, R. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal melalui Pelatihan

- Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 33-41.
- Khasanah, U., Fauziah, M., Fitriasih, F., & Mursilatussa'adah. (2025). Penguatan ekonomi masyarakat melalui pelatihan pembuatan buket snack bagi Ibu-Ibu PKK Desa Penusupan. *KOMUNITA Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 72-77. <https://doi.org/10.60004/komunita.v4i1.135>
- Meilinda, E., Saputra, D., & Murni, S. (2025). Pemberdayaan UMKM Percetakan SMARt Melalui Pelatihan Digital Marketing. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 20-27.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., Hantoro, S., & Pembentukan, C. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada BUMDES Blulukan Gemilang. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8-14. <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>
- Nurismail, N. A., Rohendi, A., & Kusnadi, D. (2024). Strategi Manajemen Pendamping Sosial Dalam Pengembangan Usaha Kelompok Binaan Program Keluarga Harapan (PKH) Di Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 16-28. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.334>
- Shabrina, F., & Asa, R. S. (2025). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Serta Menciptakan Peluang Kerja Baru Sesuai Prinsip SDGs 8 Dengan Memahami Kebiasaan Konsumen (Consumer Behavior) di Era Digital 5.0. *KOMUNITA Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(3), 709-717. <https://doi.org/10.60004/komunita.v4i3.256>
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94-99. <https://wikuacitya.unwiku.ac.id/>