

## PENGEMBANGAN DIGITAL ENTREPRENURSHIP BERBASIS MEDIA SOSIAL MELALUI PROGRAM PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PADA ORGANISASI IMM

Inna Mutmainna Cahyani Thahir<sup>1\*</sup>, Bahtiar Herman<sup>2</sup>, Nur Fadillah Ainul Mardiyah<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Prodi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia  
[dimanainna@gmail.com](mailto:dimanainna@gmail.com)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Transformasi ekonomi digital menjadi kebutuhan penting dalam meningkatkan kapasitas organisasi mahasiswa di era digital saat ini. Organisasi mahasiswa Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang memiliki potensi dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan berbasis digital, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana ekonomi produktif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital entrepreneurship berbasis media sosial pada organisasi mahasiswa IMM FEB. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi kepada 25 peserta. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test serta observasi langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar 80% dan peningkatan keterampilan pengelolaan media sosial bisnis sebesar 78%. Selain itu, peserta telah mampu membuat akun bisnis dan menghasilkan konten digital sebagai output kegiatan.

**Kata Kunci:** Digital Entrepreneurship; Media Sosial; Organisasi Mahasiswa; Ekonomi Digital; IMM.

**Abstract:** Digital economic transformation has become essential in enhancing the capacity of student organizations in the current digital era. The student organization Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) of the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, has potential in developing digital-based entrepreneurship activities, but still faces limitations in utilizing social media as a productive economic tool. This community service activity aims to improve understanding and skills in social media-based digital entrepreneurship among IMM students. The methods used include needs analysis, socialization, training, mentoring, and evaluation involving 25 participants. Evaluation was conducted through pre-test and post-test as well as direct observation. The results show an increase in participants' understanding by 80% and improvement in social media business management skills by 78%. In addition, participants were able to create business accounts and produce digital content as outputs of the activity.

**Keywords:** Digital Entrepreneurship; Social Media; Student Organization; Digital Economy; IMM.



#### Article History:

Received: 07-04-2026  
Revised : 02-05-2026  
Accepted: 04-05-2026  
Online : 04-06-2026



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan (Khairi et al., 2025; Manajemen et al., 2024). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan peluang baru bagi individu maupun organisasi untuk mengembangkan aktivitas ekonomi berbasis digital (Ardianto et al., 2024). Dalam konteks ini, digital entrepreneurship menjadi salah satu pendekatan strategis yang mampu meningkatkan daya saing serta mendorong kemandirian ekonomi, khususnya di kalangan generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Multidisiplin, 2025).

Pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari ekosistem digital entrepreneurship memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung aktivitas ekonomi berbasis digital (Diera & Kreatif, 2025). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi platform pemasaran yang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah (Rapa et al., 2026). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara optimal dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan bisnis, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen secara lebih intensif (Improvement, 2025).

Organisasi mahasiswa sebagai bagian dari agen perubahan memiliki potensi besar dalam mendorong transformasi ekonomi berbasis digital (Dwi et al., 2025). Salah satu organisasi mahasiswa yang memiliki peran strategis adalah Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Organisasi ini memiliki sumber daya manusia yang cukup potensial untuk dikembangkan dalam bidang kewirausahaan digital (Adiguna et al., 2024). Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat berbagai keterbatasan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana kegiatan ekonomi produktif (Sandi & Pritandhari, 2025).

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar anggota organisasi mahasiswa IMM FEB masih menggunakan media sosial untuk kebutuhan personal dan belum mengoptimalkannya sebagai media bisnis. Selain itu, keterbatasan dalam pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital, pembuatan konten kreatif, serta pengelolaan akun bisnis menjadi kendala utama dalam pengembangan digital entrepreneurship (M et al., 2023; Sumayyah et al., 2025; Vol, 2026). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan kemampuan aktual dalam memanfaatkan teknologi digital (Handoyo, 2022; Milenial, 2025).

Beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam bidang digital entrepreneurship mampu meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola usaha berbasis digital. Program pemberdayaan berbasis pelatihan yang disertai dengan praktik

langsung dan pendampingan berkelanjutan terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital serta keterampilan kewirausahaan (Cynthia et al., 2025; Faiha et al., 2025; Pkk, 2026; Puguh et al., 2025). Selain itu, pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian juga memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap perubahan perilaku dan peningkatan kapasitas peserta (Nuryana et al., 2025).

Sebagai upaya untuk menjawab permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas organisasi mahasiswa dalam bidang digital entrepreneurship berbasis media social (Mavilinda et al., 2021; Zubaidi & Syafakhorrahman, 2024). Program ini dirancang tidak hanya dalam bentuk penyampaian materi, tetapi juga melalui pelatihan praktis dan pendampingan intensif agar peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh secara langsung (Digital et al., 2024; St et al., 2026).

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota organisasi mahasiswa IMM FEB Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengembangan usaha berbasis digital. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan organisasi mahasiswa dapat berperan aktif dalam mendorong transformasi ekonomi digital di lingkungan kampus serta menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan partisipatif untuk meningkatkan kapasitas organisasi mahasiswa dalam bidang digital entrepreneurship berbasis media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan, workshop, dan pendampingan yang melibatkan dosen sebagai fasilitator utama serta mahasiswa sebagai peserta aktif dalam kegiatan. Pendekatan yang digunakan bersifat praktik langsung (*learning by doing*) sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara nyata.

Mitra dalam kegiatan ini adalah organisasi mahasiswa Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang yang berlokasi di Kabupaten Sidenreng Rappang, Indonesia. Mitra terdiri dari 25 orang anggota aktif yang memiliki latar belakang minat dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan organisasi. Secara umum, mitra memiliki potensi yang cukup baik dalam pengembangan usaha berbasis digital, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana ekonomi produktif, khususnya dalam hal strategi pemasaran digital dan pengelolaan konten bisnis.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu: (1) Tahap Pra Kegiatan, (2) Tahap Pelaksanaan, dan (3) Tahap Evaluasi. Pada tahap pra kegiatan, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi awal dan diskusi dengan anggota organisasi mahasiswa untuk mengetahui tingkat pemahaman awal, potensi usaha yang dimiliki, serta kebutuhan pelatihan yang diperlukan. Hasil identifikasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi dan perencanaan kegiatan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, dilakukan beberapa bentuk kegiatan utama, yaitu: sosialisasi mengenai konsep dasar digital entrepreneurship, pelatihan strategi pemasaran digital berbasis media sosial, workshop pembuatan akun bisnis dan pengembangan konten digital, serta pendampingan dalam pengelolaan media sosial sebagai sarana usaha. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara interaktif dengan pendekatan praktik langsung (*learning by doing*) agar peserta mampu memahami dan mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh secara nyata.

Pada tahap evaluasi, dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan kegiatan untuk mengetahui efektivitas program dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam digital entrepreneurship berbasis media sosial. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan beberapa instrumen, yaitu observasi, angket, dan wawancara. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk menilai tingkat partisipasi dan keterlibatan peserta dalam setiap sesi kegiatan. Selanjutnya, angket diberikan dalam bentuk pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta sebelum dan setelah kegiatan dilaksanakan. Selain itu, wawancara singkat dilakukan kepada peserta untuk mengetahui tingkat kesiapan dalam mengimplementasikan keterampilan yang telah diperoleh serta untuk memperoleh umpan balik terkait efektivitas program yang dilaksanakan.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pra Kegiatan (Identifikasi Kebutuhan Mitra)**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi awal dan diskusi langsung dengan anggota organisasi mahasiswa Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta terkait digital entrepreneurship serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana ekonomi produktif.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota IMM masih menggunakan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, serta belum memanfaatkannya secara optimal untuk kegiatan kewirausahaan. Selain itu, ditemukan bahwa peserta memiliki keterbatasan

dalam memahami strategi pemasaran digital, pembuatan konten kreatif, serta pengelolaan akun bisnis, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Kegiatan Observasi Awal dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

## **2. Pelaksanaan Kegiatan (Sosialisasi dan Pelatihan Digital Entrepreneurship)**

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan mengenai digital entrepreneurship berbasis media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 2 Januari 2026 dengan melibatkan 25 peserta dari organisasi mahasiswa IMM FEB. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar digital entrepreneurship, strategi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai media bisnis, serta teknik pembuatan konten digital yang menarik dan komunikatif. Kegiatan ini dilaksanakan secara interaktif dengan melibatkan peserta dalam diskusi dan praktik langsung. Dalam kegiatan ini, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, yang ditunjukkan melalui keterlibatan aktif dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Selain itu, peserta juga diberikan kesempatan untuk mengidentifikasi potensi usaha yang dapat dikembangkan melalui platform digital, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan Digital Entrepreneurship

Gambar 2 menunjukkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital entrepreneurship yang dilakukan kepada peserta dari organisasi mahasiswa. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung kegiatan kewirausahaan.

### 3. Workshop dan Pendampingan Pembuatan Media Sosial Bisnis

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan workshop dan pendampingan pembuatan akun bisnis pada media sosial. Pada tahap ini, peserta dibimbing secara langsung untuk membuat akun bisnis, menyusun profil usaha, serta mengembangkan konten digital yang menarik sebagai media promosi. Pendampingan dilakukan secara intensif dengan pendekatan praktik langsung, sehingga peserta dapat memahami setiap tahapan dalam pengelolaan media sosial bisnis. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai strategi branding, penjadwalan konten, serta interaksi dengan calon pelanggan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu membuat akun bisnis dan menghasilkan konten digital sederhana sebagai langkah awal dalam pengembangan usaha berbasis media social, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Workshop dan Pendampingan Pembuatan Media Sosial Bisnis

Gambar 3 menunjukkan pelaksanaan kegiatan workshop dan pendampingan pembuatan media sosial bisnis yang dilakukan kepada peserta secara langsung. Pada kegiatan ini, peserta dibimbing oleh narasumber untuk membuat akun bisnis pada platform media sosial, menyusun profil usaha, serta mengembangkan konten digital sebagai media promosi. Pendampingan dilakukan secara praktik langsung sehingga peserta dapat memahami setiap tahapan dalam pengelolaan media sosial bisnis.

### 4. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui observasi terhadap tingkat partisipasi, keterlibatan, serta kemampuan peserta dalam mengikuti setiap tahapan kegiatan. Hasil monitoring menunjukkan bahwa peserta aktif dalam mengikuti kegiatan dan mampu memahami materi yang diberikan dengan baik. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam digital entrepreneurship berbasis media sosial, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan Peserta

No	Indikator	Sebelum (%)	Sesudah (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman digital entrepreneurship	42	80	38
2	Keterampilan pengelolaan media sosial bisnis	40	78	38
	Rata-rata	41	79	38

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 41% menjadi 79%, atau mengalami peningkatan sebesar 38%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta dalam memahami dan mengimplementasikan digital entrepreneurship berbasis media sosial. Selain itu, beberapa peserta telah mulai mengimplementasikan hasil pelatihan dengan membuat akun bisnis dan mengembangkan konten digital sebagai media promosi. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku dari penggunaan media sosial yang sebelumnya bersifat konsumtif menjadi lebih produktif.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada organisasi mahasiswa Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang telah berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam bidang digital entrepreneurship berbasis media sosial. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, di mana rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 41% menjadi 79% atau sebesar 38%, serta peningkatan keterampilan dalam pengelolaan media sosial bisnis yang juga mengalami peningkatan sebesar 38%. Selain itu, peserta telah mampu mengimplementasikan hasil pelatihan dengan membuat akun bisnis dan menghasilkan konten digital sebagai langkah awal dalam pengembangan usaha berbasis digital. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan efektif dalam mendorong transformasi pemanfaatan media sosial dari yang sebelumnya bersifat konsumtif menjadi lebih produktif dan bernilai ekonomi.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas serta materi yang lebih mendalam, khususnya terkait strategi pemasaran digital lanjutan, analisis pasar, dan monetisasi konten. Selain itu, diperlukan adanya pendampingan lanjutan secara intensif untuk memastikan keberlanjutan implementasi digital entrepreneurship oleh peserta. Pengembangan kolaborasi antar organisasi mahasiswa maupun dengan pelaku usaha juga menjadi penting untuk memperluas jejaring dan peluang

bisnis. Di samping itu, kegiatan pengabdian selanjutnya dapat diarahkan pada pengembangan model bisnis digital yang lebih terstruktur serta integrasi dengan program kewirausahaan kampus guna menciptakan ekosistem ekonomi digital yang berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada RisetMu Batch IX Program Pengabdian Kepada Masyarakat, Skema Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kewirausahaan oleh Majelis Diktilitbang Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adiguna, P., Aisha, N., Herawati, T., Nurrahman, S., Saefullah, A., Ar, R., Hakim, M. P., & Saputra, R. (2024). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia pada UMKM melalui keterampilan digital dalam produksi pangan. *Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 92-102.
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Octavia, L., Dewi, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi digital dan antisipasi perubahan ekonomi global dalam dunia perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88.
- Cynthia, E. P., Chinthia, M. M., & Rizki, C. A. (2025). Peningkatan literasi digital masyarakat melalui pelatihan pemanfaatan Google Workspace. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 29–36.
- Dwi, J. D. S., Nabhan, N., & Ratna, J. F. I. (2025). Sinergi transformasi digital dalam pendidikan tinggi dan dampaknya terhadap inovasi sosial untuk mendorong pembangunan ekonomi berbasis pengetahuan. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 1388-1398.
- Faiha, A., Fajar, A., Aris, V., Muhammad, F., Ningsih, S. K., Mubarak, H., & Syarif, A. (2025). Peningkatan kompetensi pemasaran digital pada UMKM melalui program pelatihan dan pendampingan. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 163–173.
- Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh literasi digital, media sosial, dan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 99–106.
- Khairi, M., Rianto, B., & Jalil, M. (2025). Pengaruh teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 71-78.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & S, L. D. (2021). Penguatan ekonomi digital melalui pengembangan digital entrepreneurship bagi pelaku UMKM di Desa Kerinjing Ogan Ilir. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 627-635.
- Nuryana, R. S., Jatnika, D. C., & Firsanty, F. P. (2025). Pendekatan partisipatif dalam program sosial: Tinjauan sistematis literatur. *Share: Social Work Journal*, 15(1), 35–47.
- Puguh, S., Triono, H., Wahyuningtyas, R., Umbara, R. F., & Telkom, U. (2025). Pendampingan pelatihan pengembangan bisnis digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(6), 1581–1590.
- Rapa, S., Sofyan, N. P., Prayogi, T., Sembiring, J. A., Sirait, H., Santi, T., & Darsih, K. (2026). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital bagi wirausaha pemula. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 2976–2984.

- Sandi, G., & Pritandhari, M. (2025). Peran media sosial sebagai sarana pembelajaran ekonomi: Peluang dan tantangan. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 975–982.
- St, G., Asisi, F., Burin, N. B., Arbania, S., Fallo, A., & Hendrikus, H. (2026). Pelatihan digital entrepreneurship untuk generasi muda pada organisasi muda Katolik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(1), 451-459.
- Sumayyah, Y., Septari, A. I., Novita, Y., et al. (2025). Pengaruh pemanfaatan media sosial dan sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha mahasiswa generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1(4), 160-173.
- Zubaidi, A., & Syafakhorrahman, M. (2024). Peningkatan kapasitas organisasi mahasiswa dalam menghadapi tantangan era digital melalui capacity building. *Jurnal Sinar*, 1(1), 87–94.