

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

Indra Saputra¹, Feriantano Sundang Pranata², Elviza Yeni Putri³, Melda Mahniza³, Ringga Novelni¹, Ridha Hasnul Ulya⁴, M. Affandi Arianto⁵

¹Departemen Tata Rias dan Kecantikan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Indonesia.

²Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Indonesia.

³Departemen Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Indonesia.

⁴Departemen Bahasa Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang, Indonesia.

⁵Departemen Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang, Indonesia.

Penulis korespondensi: Indra Saputra

E-mail: indrasaputra@fpp.unp.ac.id

Diterima: 19 Mei 2026 | Direvisi: 02 Juni 2026 | Disetujui: 06 Juni 2026 | Online: 19 Juni 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi generasi Z untuk mengembangkan kreativitas dan membangun usaha berbasis digital. Namun, masih banyak calon wirausahawan, khususnya di bidang kecantikan, yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan dalam merancang produk digital yang bernilai ekonomi. Keterbatasan pengetahuan mengenai konsep produk digital, proses perancangan, serta strategi pemasaran digital menjadi tantangan dalam mengembangkan usaha yang adaptif terhadap perkembangan era digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat produk digital sebagai peluang usaha kreatif di era digital. Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 18 April 2026 dengan melibatkan 18 orang calon wirausahawan muda bidang kecantikan sebagai peserta. Metode kegiatan dilakukan melalui ceramah, diskusi, tanya jawab, dan praktik langsung perancangan produk digital. Materi pelatihan mencakup konsep produk digital, jenis-jenis produk digital, tahapan pembuatan produk digital, penentuan ide produk, serta strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 55,6% peserta berada pada kategori sangat memahami dan 33,3% memahami konsep produk digital. Selain itu, keterampilan peserta dalam merancang ide produk digital juga meningkat, dibuktikan dengan 44,4% peserta berada pada kategori sangat baik dan 38,9% pada kategori baik. Tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan tergolong tinggi, terutama pada aspek manfaat kegiatan dengan persentase sangat puas sebesar 77,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pemahaman, kreativitas, dan keterampilan peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital yang inovatif dan berdaya saing.

Kata kunci: generasi Z; kreativitas; pelatihan; produk digital; wirausaha digital.

Abstract

The development of digital technology has created significant opportunities for Generation Z to enhance creativity and establish digital-based businesses. However, many aspiring entrepreneurs, particularly in the beauty sector, still lack the understanding and skills needed to design digital products with economic value. Limited knowledge regarding digital product concepts, product design processes, and digital marketing strategies remains a major challenge in developing businesses that are adaptive to the digital era. This community service activity aimed to improve participants' understanding and skills in creating digital products as creative business opportunities in the digital age. The training was conducted on April 18, 2026, involving 18 young aspiring beauty entrepreneurs as participants. The training methods included lectures, discussions, question-and-answer sessions, and hands-on practice

in designing digital products. The training materials covered digital product concepts, types of digital products, stages of digital product creation, product idea development, and digital marketing strategies. The evaluation results showed that 55.6% of participants were categorized as having a very good understanding and 33.3% as having a good understanding of digital product concepts. In addition, participants' skills in designing digital product ideas improved, as evidenced by 44.4% of participants being categorized as very good and 38.9% as good. Participant satisfaction with the training was also high, particularly regarding the benefits of the activity, with 77.8% expressing being very satisfied. These findings indicate that the training successfully enhanced participants' understanding, creativity, and skills in developing innovative and competitive digital-based businesses.

Keywords: creativity; digital entrepreneurship; digital products; generation Z; training.

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam sektor kewirausahaan dan industri kreatif. Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi memiliki karakteristik yang dekat dengan penggunaan media digital, internet, dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini membuka peluang besar bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha berbasis digital yang lebih kreatif, fleksibel, dan inovatif (Aji et al., 2025; Banjarnahor & Sari, 2023; Misbahuddin et al., 2024). Salah satu bentuk peluang usaha yang berkembang pesat saat ini adalah produk digital, yaitu produk nonfisik yang dapat diproduksi, dipasarkan, dan didistribusikan secara online dengan biaya produksi yang relatif rendah serta memiliki jangkauan pasar yang luas.

Produk digital saat ini menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan karena memiliki tingkat skalabilitas tinggi dan dapat dipasarkan tanpa batas geografis (Nurriszki & Humaeriyah, 2026). Berbagai jenis produk digital seperti e-book, template desain, video pembelajaran, konten premium, hingga kursus online semakin diminati oleh masyarakat, terutama generasi muda yang aktif dalam penggunaan teknologi digital. Selain itu, perkembangan media sosial dan platform digital juga semakin mempermudah proses pemasaran dan distribusi produk digital kepada konsumen (Krisnawati, 2018; Natania & Dwijayanti, 2024). Oleh sebab itu, kemampuan merancang produk digital menjadi salah satu keterampilan penting yang perlu dimiliki generasi Z agar mampu bersaing dan beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital.

Calon wirausahawan di bidang kecantikan merupakan salah satu kelompok yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Industri kecantikan saat ini tidak hanya berfokus pada layanan secara langsung, tetapi juga mulai berkembang ke arah digitalisasi produk dan pemasaran, seperti penjualan template desain promosi, e-book kecantikan, video tutorial, kelas online, serta konten media sosial (Amalia, 2026; Hermanses & Roswinanto, 2023). Namun demikian, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian calon wirausahawan kecantikan masih memiliki keterbatasan dalam memahami konsep produk digital, menentukan ide produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha. Sebagian peserta juga masih berorientasi pada usaha konvensional sehingga belum optimal dalam melihat peluang bisnis digital yang lebih fleksibel dan luas.

Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya kreativitas peserta dalam mengembangkan inovasi usaha berbasis digital serta terbatasnya kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan nilai ekonomi usaha. Padahal, keterampilan digital entrepreneurship menjadi salah satu kompetensi penting bagi generasi muda di era transformasi digital saat ini (Ainun & Astuti, 2024; Fatkhurrahman, 2025). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan digital dapat meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, dan kesiapan generasi muda dalam membangun usaha mandiri berbasis teknologi (Azizah et al., 2025; Suparno & Novita, 2025).

Melihat tantangan tersebut, diperlukan upaya strategis untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan generasi Z dalam merancang produk digital yang kreatif dan bernilai jual. Salah satu

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

upaya yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan pelatihan yang tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman praktik secara langsung dalam proses perancangan produk digital (Saputra et al., 2023, 2024). Pelatihan semacam ini penting untuk membantu peserta memahami tahapan pembuatan produk digital mulai dari identifikasi kebutuhan pasar, penentuan ide produk, desain produk, hingga strategi pemasaran digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan calon wirausahawan kecantikan dalam merancang produk digital sebagai peluang usaha kreatif di era digital. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dan jenis-jenis produk digital; (2) meningkatkan kemampuan peserta dalam mengembangkan ide dan merancang produk digital sesuai dengan bidang usaha yang diminati; serta (3) meningkatkan wawasan peserta mengenai strategi pemasaran digital sebagai sarana pengembangan usaha berbasis teknologi. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pengalaman praktik dalam merancang produk digital sederhana yang dapat dikembangkan menjadi peluang usaha yang bernilai ekonomi dan berdaya saing.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang secara sistematis melalui beberapa tahapan utama, yaitu pembukaan, penyampaian materi pelatihan, diskusi, praktik perancangan produk digital, evaluasi, dan penutupan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 18 April 2026 dengan melibatkan 18 orang calon wirausahawan kecantikan sebagai peserta. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan secara daring melalui platform Zoom Meeting. Pelaksanaan kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merancang produk digital yang kreatif dan memiliki peluang usaha di era digital.

Tahap awal kegiatan dimulai dengan pembukaan dan sosialisasi program pelatihan. Pada tahap ini disampaikan tujuan, manfaat, serta urgensi pengembangan produk digital bagi generasi Z, khususnya dalam mendukung pengembangan usaha di bidang kecantikan. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi forum awal untuk mengidentifikasi pemahaman peserta mengenai produk digital, peluang usaha digital, serta kendala yang dihadapi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha kreatif.

Tahapan berikutnya adalah penyampaian materi pelatihan yang dilaksanakan dalam bentuk teori dan praktik. Materi pelatihan difokuskan pada beberapa aspek utama, yaitu pemahaman konsep produk digital, pengenalan jenis-jenis produk digital, peluang bisnis produk digital, tahapan pembuatan produk digital, strategi menentukan ide produk, serta strategi pemasaran digital. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada pemanfaatan media dan tools digital sederhana yang dapat digunakan dalam proses perancangan dan pemasaran produk digital. Pelatihan dikemas dalam bentuk ceramah interaktif, diskusi kelompok, tanya jawab, dan demonstrasi agar peserta lebih mudah memahami materi yang diberikan.

Setelah tahap penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan praktik perancangan ide produk digital. Pada tahap ini, setiap peserta diberikan kesempatan untuk merancang ide produk digital sederhana sesuai dengan minat dan bidang usaha yang ingin dikembangkan. Narasumber memberikan pendampingan secara langsung kepada peserta dalam menentukan ide produk, mendesain konsep produk digital, serta mengembangkan strategi pemasaran sederhana melalui media digital. Praktik ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas, keterampilan berpikir inovatif, dan kemampuan peserta dalam mengembangkan peluang usaha berbasis digital.

Tahap selanjutnya adalah evaluasi kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman, keterampilan peserta, serta kepuasan peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap keterlibatan peserta selama kegiatan, evaluasi melalui survey berbasis angket, serta diskusi reflektif mengenai kendala dan pengalaman peserta selama pelatihan berlangsung. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk melihat efektivitas kegiatan pengabdian dalam meningkatkan kompetensi peserta di bidang kewirausahaan digital.

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

Sebagai tahap akhir, kegiatan ditutup dengan penyampaian kesimpulan dan motivasi kepada peserta agar terus mengembangkan kreativitas dan kemampuan digital dalam membangun usaha yang inovatif dan berdaya saing. Dengan metode pelaksanaan tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan mampu memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan generasi Z dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang usaha kreatif yang relevan dengan perkembangan era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Kegiatan

Tahap perencanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui koordinasi antara tim pelaksana dengan peserta dan pihak terkait untuk memastikan pelatihan sesuai dengan kebutuhan calon wirausahawan kecantikan. Berdasarkan hasil diskusi awal dan observasi, diketahui bahwa sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam memahami konsep produk digital, menentukan ide produk, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran usaha. Selama ini peserta lebih familiar dengan usaha konvensional di bidang kecantikan sehingga belum optimal dalam memanfaatkan peluang bisnis berbasis digital. Oleh karena itu, pelatihan difokuskan pada peningkatan pemahaman mengenai produk digital, proses perancangan produk, dan strategi pemasaran digital sebagai langkah awal membangun digital entrepreneurship bagi generasi Z.

Peserta kegiatan berjumlah 18 orang calon wirausahawan kecantikan yang memiliki minat dalam pengembangan usaha berbasis digital. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 18 April 2026 melalui platform Zoom Meeting. Pelaksanaan kegiatan dirancang dalam beberapa sesi yang meliputi pembukaan, penyampaian materi, diskusi, praktik perancangan produk digital, evaluasi, dan penutupan. Sasaran utama kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman, kreativitas, dan keterampilan peserta dalam merancang produk digital yang inovatif serta mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang usaha di bidang kecantikan dan industri kreatif.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan berlangsung dengan antusiasme tinggi dari peserta karena materi yang diberikan dianggap relevan dengan perkembangan dunia usaha digital saat ini. Pelaksanaan kegiatan mencakup beberapa tahapan, yaitu pembukaan kegiatan, penyampaian materi dan diskusi, praktik perancangan ide produk digital, evaluasi kegiatan, dan penutupan.

Pembukaan Kegiatan

Pada sesi ini disampaikan tujuan kegiatan, manfaat pelatihan, serta pentingnya kemampuan digital entrepreneurship bagi generasi Z di era transformasi digital.



Gambar 1. Pembukaan Pelatihan

Narasumber juga memberikan motivasi kepada peserta agar mampu melihat peluang usaha yang dapat dikembangkan melalui media digital, khususnya dalam bidang kecantikan dan industri kreatif. Selain

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

itu, peserta diberikan gambaran umum mengenai perkembangan produk digital yang saat ini memiliki peluang pasar luas dan dapat dikembangkan dengan modal yang relatif fleksibel. Pembukaan kegiatan berlangsung secara interaktif sehingga mampu membangun semangat dan antusiasme peserta sebelum memasuki sesi inti pelatihan. Pembukaan kegiatan dapat diamati pada gambar 1.

Penyampaian Materi dan Diskusi

Sesi inti kegiatan dimulai dengan penyampaian materi pelatihan mengenai konsep produk digital dan peluang bisnis digital. Narasumber menjelaskan bahwa produk digital merupakan produk nonfisik yang dapat diproduksi dan didistribusikan secara online tanpa biaya produksi ulang yang besar. Materi juga membahas karakteristik produk digital yang mudah dipasarkan, memiliki jangkauan luas, dan memiliki peluang passive income yang tinggi. Proses penyampaian materi dapat diamati pada gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian Materi Definisi dan Karakteristik Produk Digital

Selanjutnya, peserta diberikan materi mengenai jenis-jenis produk digital seperti e-book, template desain, video pembelajaran, webinar, konten premium, dan aplikasi sederhana sebagaimana tersaji pada gambar 3. Narasumber juga menjelaskan berbagai peluang usaha produk digital yang dapat dikembangkan oleh generasi muda, khususnya di bidang kecantikan seperti video tutorial makeup, template promosi produk kecantikan, e-book perawatan wajah, dan konten media sosial.



Gambar 3. Penyampaian Materi Jenis-Jenis Produk Digital

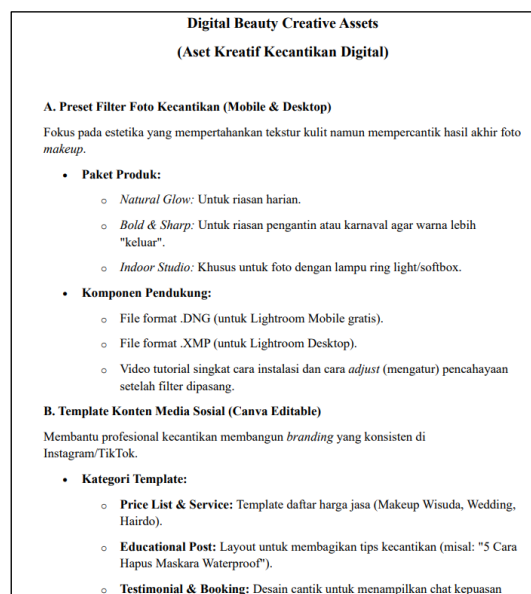
Diskusi berlangsung aktif karena peserta mulai mengaitkan materi dengan peluang usaha yang mereka minati. Banyak peserta mengajukan pertanyaan mengenai cara menentukan ide produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta strategi memasarkan produk melalui media sosial. Selain itu, peserta juga berdiskusi mengenai tren digital saat ini dan peluang membangun personal branding melalui platform digital.

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

Praktik Perancangan Ide Produk Digital

Setelah sesi penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik perancangan ide produk digital. Pada tahap ini, setiap peserta diminta menentukan ide produk digital yang ingin dikembangkan berdasarkan minat dan kebutuhan pasar. Peserta kemudian mulai merancang konsep produk digital sederhana seperti desain template promosi kecantikan, e-book tips kecantikan, hingga konsep konten digital untuk media sosial. Tim pengabdian memberikan pendampingan secara langsung kepada peserta selama proses praktik berlangsung.

Selanjutnya, peserta diarahkan untuk memahami tahapan pembuatan produk digital mulai dari identifikasi kebutuhan pasar, menentukan ide produk, mendesain produk, hingga strategi publikasi dan distribusi produk digital. Kegiatan praktik ini menjadi bagian yang paling menarik bagi peserta karena mereka dapat secara langsung menuangkan kreativitas dan ide usaha yang dimiliki. Sebagian peserta terlihat mulai memahami bahwa produk digital dapat menjadi peluang usaha baru yang lebih fleksibel dan dapat dijalankan secara online. Salah satu hasil perancangan ide produk digital dari peserta dapat diamati pada gambar 4.



Gambar 4. Hasil Praktik Perancangan Ide dan Kerangka Produk Digital

Diskusi dan Tanya Jawab

Setiap sesi pelatihan diakhiri dengan diskusi dan tanya jawab. Peserta aktif menanyakan strategi praktis dalam mengembangkan usaha digital, cara meningkatkan daya tarik produk digital, serta teknik pemasaran melalui media sosial. Selain itu, peserta juga berdiskusi mengenai tantangan membangun usaha digital di tengah persaingan pasar yang semakin berkembang. Diskusi ini memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman, ide, dan kendala yang mereka hadapi dalam memulai usaha berbasis digital. Interaksi yang aktif antara peserta dan narasumber menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan motivasi dan rasa percaya diri peserta dalam mengembangkan usaha kreatif berbasis teknologi.

Penutupan Kegiatan

Kegiatan pelatihan diakhiri dengan refleksi bersama mengenai pengalaman peserta selama mengikuti pelatihan. Sebagian besar peserta menyampaikan bahwa pelatihan memberikan wawasan baru mengenai peluang usaha digital yang sebelumnya belum banyak mereka pahami. Peserta juga merasa lebih percaya diri untuk mulai mencoba mengembangkan produk digital sederhana sesuai dengan bidang usaha yang diminati. Narasumber menegaskan kembali pentingnya kreativitas, inovasi, dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam membangun usaha yang berdaya saing di era

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

digital saat ini. Penutupan kegiatan berlangsung dengan suasana positif dan penuh antusiasme dari seluruh peserta.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilaksanakan melalui observasi selama kegiatan berlangsung serta penyebaran angket kepada seluruh peserta pelatihan yang berjumlah 18 orang. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dan peluang produk digital. Peserta mulai memahami bahwa produk digital tidak hanya terbatas pada konten hiburan, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi peluang usaha kreatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung menunjukkan adanya motivasi kuat untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil evaluasi pemahaman produk digital, mayoritas peserta telah memahami materi yang diberikan selama pelatihan. Sebanyak 55,6% peserta berada pada kategori sangat memahami dan 33,3% berada pada kategori memahami. Sementara itu, hanya 11,1% peserta yang berada pada kategori cukup memahami. Data hasil evaluasi pemahaman produk digital dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pemahaman Produk Digital

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Memahami	10	55,6%
Memahami	6	33,3%
Cukup Memahami	2	11,1%
Kurang Memahami	0	0%
Total	18	100%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan wawasan peserta mengenai konsep produk digital, jenis produk digital, serta peluang usaha digital yang dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Dari segi keterampilan, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menentukan ide produk digital dan merancang konsep produk sederhana sesuai dengan bidang usaha yang diminati. Beberapa peserta mampu menghasilkan rancangan awal berupa template promosi digital, konsep video tutorial kecantikan, dan ide e-book sederhana mengenai tips kecantikan dan perawatan diri.

Berdasarkan hasil evaluasi keterampilan merancang ide produk digital, sebanyak 44,4% peserta berada pada kategori sangat baik dan 38,9% berada pada kategori baik. Sementara itu, 16,7% peserta berada pada kategori cukup. Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas peserta telah mampu mengembangkan ide produk digital secara kreatif dan inovatif. Data hasil evaluasi keterampilan merancang produk digital dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Keterampilan Merancang Ide Produk Digital

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Baik	8	44,4%
Baik	7	38,9%
Cukup	3	16,7%
Kurang	0	0%
Total	18	100%

Selain itu, pelatihan juga meningkatkan kreativitas dan keberanian peserta dalam menuangkan ide usaha berbasis digital. Peserta mulai memahami pentingnya media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

praktik dapat membantu generasi muda mengembangkan keterampilan digital entrepreneurship secara lebih aplikatif.

Evaluasi kepuasan peserta terhadap pelaksanaan pelatihan juga menunjukkan hasil yang sangat positif. Mayoritas peserta menyatakan puas terhadap materi, penyampaian narasumber, praktik pelatihan, dan manfaat kegiatan yang diberikan. Tingkat kepuasan tertinggi terdapat pada aspek manfaat kegiatan, di mana 77,8% peserta menyatakan sangat puas. Hasil evaluasi kepuasan peserta dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kepuasan Peserta terhadap Pelatihan

Aspek Penilaian	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas
Kesesuaian Materi	61,1%	33,3%	5,6%
Penyampaian Narasumber	66,7%	27,7%	5,6%
Praktik Pelatihan	72,2%	22,2%	5,6%
Manfaat Kegiatan	77,8%	22,2%	0%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu memberikan pengalaman belajar yang relevan dan bermanfaat bagi peserta. Praktik langsung dalam merancang produk digital dinilai menjadi bagian yang paling membantu peserta dalam memahami materi secara lebih aplikatif. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala selama pelaksanaan kegiatan. Sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut dalam penggunaan tools digital dan strategi pemasaran online yang lebih efektif. Selain itu, keterbatasan waktu pelatihan menyebabkan peserta belum sepenuhnya mampu mengembangkan produk digital secara lebih kompleks dan profesional.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman, kreativitas, dan keterampilan peserta dalam merancang produk digital. Pelatihan ini dapat menjadi langkah awal dalam membangun kompetensi kewirausahaan digital generasi Z agar lebih siap menghadapi perkembangan ekonomi digital dan industri kreatif di masa depan.

Pendampingan dan Tindak Lanjut

Pendampingan dan tindak lanjut menjadi bagian penting dalam memastikan keberlanjutan hasil pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, mayoritas peserta telah memiliki pemahaman yang baik mengenai konsep produk digital serta mampu merancang ide produk digital sederhana. Namun demikian, masih terdapat beberapa peserta yang membutuhkan pendampingan lebih lanjut, terutama dalam penggunaan tools digital dan strategi pemasaran online yang lebih efektif. Oleh karena itu, kegiatan tindak lanjut dirancang untuk membantu peserta mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh selama pelatihan agar dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengembangan usaha digital.

Sebagai bentuk tindak lanjut, peserta didorong untuk terus menyempurnakan rancangan produk digital yang telah dibuat selama kegiatan pelatihan. Tim pengabdian memberikan arahan agar peserta mulai mengimplementasikan ide produk digital tersebut ke dalam bentuk usaha nyata, seperti membuat template promosi digital, video tutorial kecantikan, e-book sederhana, maupun konten media sosial yang dapat dipasarkan secara online. Pendampingan ini penting untuk membantu peserta memahami bahwa produk digital tidak hanya sebatas hasil latihan pelatihan, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang dapat dikembangkan menjadi usaha kreatif berkelanjutan.

Selain itu, hasil evaluasi kepuasan peserta yang menunjukkan tingginya antusiasme terhadap praktik pelatihan menjadi dasar penting untuk melanjutkan kegiatan pendampingan secara lebih aplikatif. Peserta diarahkan untuk mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk yang telah dirancang. Dalam proses ini, tim pengabdian juga memberikan motivasi kepada peserta agar lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha dan personal branding.

Sebagai upaya membangun keberlanjutan program, peserta juga diarahkan untuk membangun komunikasi dan berbagi pengalaman terkait pengembangan usaha digital. Pendampingan ini

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

diharapkan mampu membentuk komunitas belajar sederhana antar peserta sehingga mereka dapat saling bertukar ide, pengalaman, dan strategi pemasaran digital. Kolaborasi tersebut penting untuk membantu peserta menghadapi tantangan dalam mengembangkan usaha digital di tengah persaingan industri kreatif yang semakin berkembang.

Melalui kegiatan pendampingan dan tindak lanjut tersebut, diharapkan keterampilan yang diperoleh peserta tidak berhenti pada tahap pemahaman konsep saja, tetapi dapat berkembang menjadi kemampuan nyata dalam membangun usaha digital yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan mampu menjadi langkah awal dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital generasi Z agar lebih siap menghadapi perkembangan ekonomi digital di masa depan.

Diskusi

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan produk digital mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengembangkan ide usaha berbasis digital. Mayoritas peserta berada pada kategori memahami dan sangat memahami konsep produk digital serta mampu merancang ide produk digital sederhana sesuai dengan bidang usaha yang diminati. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik memiliki peran penting dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital generasi Z. Peningkatan pemahaman peserta tersebut sejalan dengan teori experiential learning dari Kolb (2014) yang menyatakan bahwa proses belajar akan lebih efektif melalui pengalaman langsung dan praktik nyata.

Hasil kegiatan ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa pelatihan digital entrepreneurship mampu meningkatkan kreativitas dan kesiapan generasi muda dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital (Abudaqa & Noburu, 2025). Ramaditya et al. (2020) dan Khalid & Santika (2026) juga menjelaskan bahwa pelatihan kewirausahaan digital dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam mengembangkan ide bisnis kreatif dan memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran usaha. Selain itu, Ayyasy & Maelani (2024) dan Hertati et al. (2025) menyatakan bahwa keterampilan digital menjadi kompetensi penting bagi generasi muda agar mampu beradaptasi dengan perubahan pola bisnis berbasis teknologi.

Dari segi keterampilan, peserta mampu menghasilkan rancangan awal berupa template promosi kecantikan, video tutorial, dan e-book sederhana. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif peserta dalam mengembangkan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar. Temuan tersebut sejalan dengan temuan Lestari et al. (2024) yang menyatakan bahwa kreativitas muncul ketika individu mampu menghasilkan ide baru yang relevan dan memiliki nilai guna. Tingginya tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan juga menunjukkan bahwa metode praktik langsung efektif meningkatkan partisipasi dan motivasi belajar peserta, sebagaimana ditemukan dalam hasil pengabdian Van Basten & Jannah (2024).

Meskipun demikian, sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lanjutan dalam penggunaan tools digital dan strategi pemasaran online yang lebih efektif. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan jangka pendek belum sepenuhnya cukup untuk membangun kompetensi digital entrepreneurship secara mendalam. Temuan ini didukung oleh temuan Khair et al. (2025) dan Auliyah et al. (2025) yang menyatakan bahwa pengembangan keterampilan digital memerlukan pendampingan berkelanjutan agar peserta mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh secara konsisten dalam praktik usaha nyata. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan produk digital berbasis praktik mampu meningkatkan pemahaman, kreativitas, dan motivasi generasi Z dalam membangun usaha berbasis digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pelatihan Pembuatan Produk Digital bagi Generasi Z secara keseluruhan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merancang produk digital sebagai peluang usaha kreatif di era digital. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep produk digital, jenis produk digital, tahapan pembuatan produk digital,

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

serta strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 55,6% peserta berada pada kategori sangat memahami dan 33,3% berada pada kategori memahami konsep produk digital setelah mengikuti pelatihan.

Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan keterampilan dalam merancang ide produk digital yang kreatif dan inovatif. Sebanyak 44,4% peserta berada pada kategori sangat baik dan 38,9% berada pada kategori baik dalam kemampuan merancang ide produk digital. Peserta mampu menghasilkan rancangan awal berupa template promosi digital, konsep video tutorial kecantikan, serta ide e-book sederhana yang relevan dengan bidang usaha kecantikan. Tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan juga tergolong tinggi, terutama pada aspek manfaat kegiatan dengan persentase sangat puas sebesar 77,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan kreativitas, keterampilan digital entrepreneurship, dan motivasi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang usaha.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan waktu praktik dan belum optimalnya penguasaan tools digital serta strategi pemasaran online oleh sebagian peserta. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan agar peserta dapat mengembangkan produk digital secara lebih profesional dan berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam membangun kompetensi kewirausahaan digital generasi Z yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing di era ekonomi digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pembuatan Produk Digital bagi Generasi Z. Ucapan terima kasih disampaikan kepada para peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung. Penghargaan juga diberikan kepada seluruh pihak yang telah membantu memfasilitasi kegiatan sehingga pelatihan dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR RUJUKAN

- Abudaqa, A., & Noburu, I. (2025). Optimizing digipreneurship in the growth of the digital millennial creative economy ecosystem. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 4(1), 24–34. <https://doi.org/10.33050/sabda.v4i1.681>
- Ainun, A. N. A., & Astuti, W. (2024). Entreprenz: Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Pengembangan Keterampilan Berwirausaha Di Era Digital. *Litera Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 93–97. <https://doi.org/10.59734/lajpm.v1i2.18>
- Aji, A. K., Siregar, N. A., & Ritonga, M. (2025). Pengaruh media sosial, literasi digital dan literasi finansial terhadap minat berwirausaha Gen-Z di Labuhanbatu. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1321–1337. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2471>
- Amalia, A. (2026). *ZAP: Revolusi Industri Kecantikan Berbasis Teknologi*. Afdan Rojabi Publisher.
- Auliyah, A. D., Fadila, A., Umar, F., Putri, D., Yanti, Y., & Masyithoh, D. (2025). Penguatan kapasitas digital UMKM melalui marketplace , media sosial , dan QRIS untuk ekonomi berkelanjutan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(5), 3829–3839. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v9i5.33791>
- Ayyasy, A. N., & Maelani, S. (2024). Tantangan kompetensi SDM dalam menghadapi era digital: Sebuah literatur review. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 53–59. <https://doi.org/10.70508/2egxeq43>
- Azizah, F. N., Subairiyah, N., Zahazvana, A. V., Hafsaawati, N., Mufidah, H., Maula, H., Nuroh, L., Mahmadah, F., Nursiyati, N., & Zahro, Z. (2025). Kesiapan Kerja Mahasiswa Ekonomi Universitas Nurul Jadid Generasi Z melalui Transformasi Soft Skill di Era Digital. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(2), 394–400. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i2.531>
- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H. (2023). Meningkatkan minat berwirausaha generasi Z melalui literasi digital di era teknologi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 132–143.

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital

- <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i1.1359>
- Fatkhurahman, F. (2025). Pemanfaatan Teknologi dan Keberhasilan Usaha: Peran Kompetensi Digital di Kalangan Generasi Muda Indonesia. *Jurnal Wirausaha Kompetitif*, 1(1), 1–12.
- Hermanses, B., & Roswinanto, W. (2023). Optimalisasi Strategi Promosi Digital di Era Digitalisasi: Sebuah Kajian Komprehensif pada PT Glamourix AFA Indonesia Skincare 2022-2023. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 3(2), 119–134. <https://doi.org/10.34149/jebmes.v3i2.137>
- Hertati, L., Hamim, S. A., Permatasari, I., & Riwansah, T. P. (2025). Dampak gaya hidup sehat berbasis herbal usaha quick coffee ditunjang aplikasi e . commerce mesin penggerak bisnis digital kewirausahaan milenial berkelanjutan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(5), 3801–3810. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v9i5.33777>
- Khair, A. U., Suhaeb, M. I., Imran, U. D., & Awaluddin, M. (2025). Peningkatan keterampilan manajemen UMKM melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 804–811. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6774>
- Khalid, Z., & Santika, R. R. (2026). Sinergi imajinasi & teknologi : mengembangkan kewirausahaan siswa SMK dengan technocraft pipe cleaner. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 10(1), 192–204. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v10i1.35898>
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. FT press.
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia (Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant ‘Kepiting Nyinyir’). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 67–80.
- Lestari, S. P., Dewi, R. S., & Junita, A. R. (2024). Menumbuhkan kreativitas tanpa batas: strategi inovatif sekolah dalam mengembangkan karakter kreatif siswa. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian Dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 5(3), 358–364. <https://doi.org/10.54371/ainj.v5i3.543>
- Misbahuddin, A. F., Hamris, H., & Nuran, A. S. (2024). PKM Menumbuhkan Semangat Kewirausahaan di Kalangan Generasi Z melalui Digitalisasi di Jurusan Pendidikan Teknik Elektro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 279–284. <https://doi.org/10.59562/abdimas.v2i2.5850>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>
- Nurrizki, R., & Humaeriyah, H. (2026). Strategi Scale-up UMKM Melalui Studi Kelayakan Bisnis Analisis Kesiapan Transformasi Digital Dan Efisiensi Operasional. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 2950–2959. <https://doi.org/10.63822/9jrdzq47>
- Ramaditya, M., Effendi, S., Faruqi, F., & Darmawan, A. (2020). Pelatihan kewirausahaan kreatif berbasis manajemen pemasaran digital bagi umkm di wilayah rawamangun. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 2(1), 48–54. <https://doi.org/10.32924/jscd.v2i1.13>
- Saputra, I., Hayatunnufus, H., Dewi, S. M., Hutasuhut, N. I., Mahniza, M., & Putri, E. Y. (2023). Pelatihan Implementasi Model Pembelajaran Project-Based Learning yang Terintegrasi Platform Youtube sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi Pedagogik bagi Guru SMPN 9 Payakumbuh. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26417–26422. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10864>
- Saputra, I., Hayatunnufus, H., Dewi, S. M., Reflianto, R., Putri, E. Y., & Mahniza, M. (2024). Pelatihan digitalisasi sumber belajar, asesmen, dan evaluasi pembelajaran berbasis ChatGPT bagi guru SMPN 9 Payakumbuh. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3237–3248. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i4.26825>
- Suparno, N. O., & Novita, Y. (2025). Menumbuhkan Jiwa Kewirausaha Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 4059–4062.
- Van Basten, H. L., & Jannah, N. (2024). Penggunaan model active learning dalam meningkatkan motivasi siswa di era digital pada pembelajaran Fiqih di Samakkee Islam Wittaya School Thailand. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)*, 4(2), 770–783. <https://doi.org/10.53299/jppi.v4i2.618>

Pelatihan pembuatan produk digital bagi generasi Z untuk meningkatkan kreativitas dan peluang wirausaha di era digital