



Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia, Vol. 4 No. 2 (2025): 244-255

Pemberdayaan Pemuda Kreatif Kalimantan Selatan melalui Teknologi Digital untuk Peningkatan Daya Saing Usaha

Empowering South Kalimantan's Creative Youth through Digital Technology for Enhanced Business Competitiveness

Hendro Julius Suryo Putro^{1*}, Nina Permata Sari¹, Akhsanul Rahmatullah², Andry Ananda Putra Tanggu Mara³, Najwa Annisa¹, Namira Kamelia Putri¹

¹ Jurusan Bimbingan dan Konseling, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

² Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

³ Jurusan Pendidikan Teknologi Informasi, Universitas Stella Maris Sumba, Tambolaka, Indonesia

*Email Korespondensi: hendro.putro@ulm.ac.id

Abstrak

Pemberdayaan pemuda kreatif merupakan strategi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal, khususnya di wilayah Kalimantan Selatan yang memiliki kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor industri kreatif, namun rendahnya kapasitas manajerial dan pemanfaatan teknologi digital menjadi tantangan utama yang dihadapi pelaku usaha muda. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi manajemen usaha dan keterampilan pemasaran digital pemuda mitra Kalsel Kreatif Forum (KKF) melalui pelatihan tematik dan pendampingan berbasis teknologi. Metode pelaksanaan meliputi tahap sosialisasi, pelatihan empat sesi, praktik langsung, dan evaluasi dengan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui angket pretest dan posttest. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan skor rata-rata pada domain manajemen usaha dari 64,00 menjadi 86,00 dan pada domain pemasaran digital dari 58,00 menjadi 82,00. Penerapan aplikasi <https://kalselkreatif.id> sebagai platform lokal buatan mandiri turut berkontribusi dalam perluasan pasar dan peningkatan brand awareness peserta. Keberhasilan ini tidak terlepas dari peran aktif mitra KKF serta strategi pendampingan adaptif dalam mengatasi tantangan literasi digital dan keterbatasan infrastruktur. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis pelatihan dan digitalisasi dapat memperkuat daya saing pelaku usaha kreatif dan layak direplikasi pada wilayah serupa.

Kata kunci: Pemuda Kreatif, Pemasaran Digital, Manajemen Usaha, Pemberdayaan Masyarakat, Teknologi Lokal

Abstract

Empowering creative youth is a pivotal strategy for stimulating local potential-based economic growth. In South Kalimantan, the creative industry is a significant contributor to the Gross Regional Domestic Product (GRDP), yet young entrepreneurs are constrained by limited managerial capacity and suboptimal utilization of digital technology. This community engagement initiative was designed to improve business management competencies and digital marketing skills among youth members of the Kalsel Kreatif Forum (KKF). The program employed a methodology of thematic training and technology-assisted mentoring, which included an initial outreach, four training sessions, practical application, and a descriptive quantitative evaluation via pre-test and post-test surveys. The results demonstrate a substantial improvement in participants' mean scores, which rose from 64.00 to 86.00 in the business management domain and from 58.00 to 82.00 in the digital marketing domain. Furthermore, the adoption of a custom-built local platform, <https://kalselkreatif.id>, facilitated market expansion and enhanced participants' brand awareness. The program's success was significantly influenced by the active participation of the KKF partner and an adaptive mentoring strategy that addressed digital literacy and infrastructural challenges. This initiative confirms that an empowerment approach integrating training and digitalization can effectively bolster the competitiveness of creative entrepreneurs and is a replicable model for other regions with similar characteristics.

Keywords: Creative Youth, Digital Marketing, Business Management, Community Empowerment, Local Technology

Pesan Utama:

- Pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital yang didukung oleh teknologi terbukti secara signifikan

- meningkatkan kompetensi dan daya saing para pelaku usaha muda kreatif di Kalimantan Selatan.
- Pendekatan pemberdayaan berbasis pelatihan dan digitalisasi merupakan model strategi yang berhasil dan layak direplikasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal di wilayah lain.



Copyright (c) 2025 Authors.

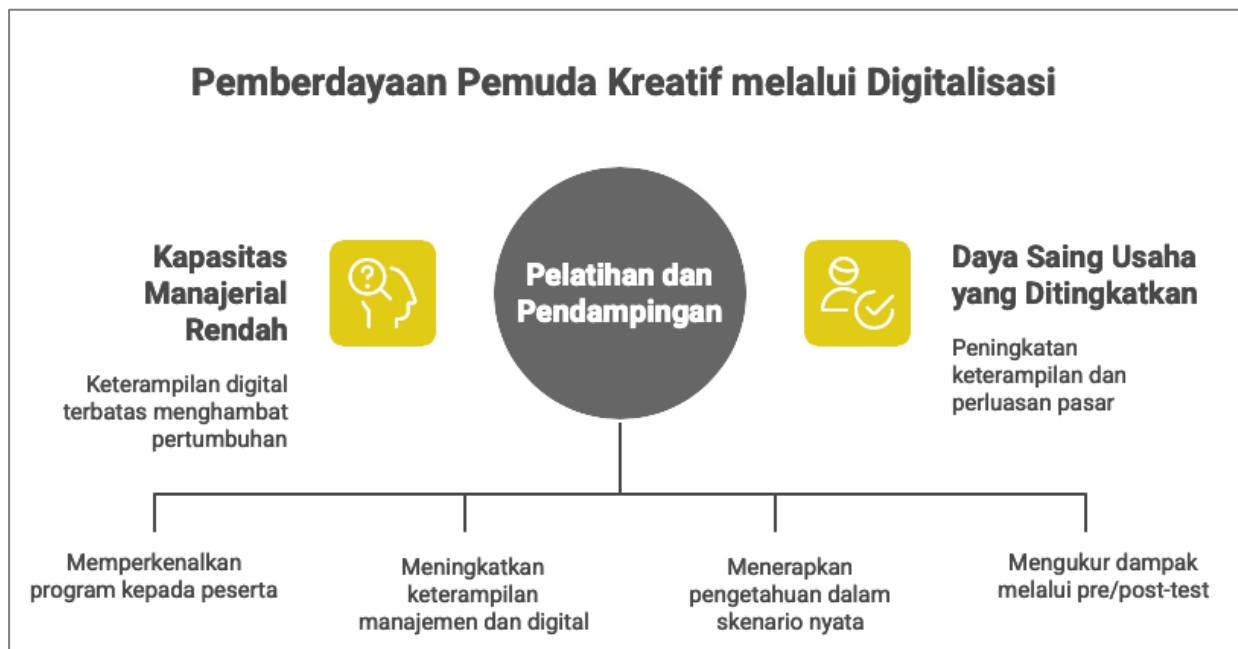
Received: 04 August 2025
Accepted: 01 September 2025

DOI: <https://doi.org/10.56303/jppmi.v4i2.672>



This work is licensed under
a Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License

GRAPHICAL ABSTRACT



PENDAHULUAN

Kalimantan Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan sumber daya alam dan potensi budaya yang melimpah (Magriaty, 2025). Potensi tersebut menciptakan peluang strategis bagi pengembangan sektor ekonomi kreatif yang berbasis pada kearifan lokal (Kartika & Maulana, 2024). Era ekonomi digital, sektor ini menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi baru yang dinamis, inovatif, dan inklusif. Sektor ekonomi kreatif berkontribusi secara signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kalimantan Selatan. Menurut data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kalimantan Selatan, pada tahun 2021 kontribusi sektor ini mencapai 15% dari total PDRB provinsi, mencerminkan peran vitalnya dalam menopang perekonomian lokal. Dalam konteks tersebut, penting untuk mendorong pemberdayaan pemuda kreatif sebagai motor utama pengembangan sektor ini (Faturahman, 2022).

Salah satu organisasi yang aktif dalam upaya pemberdayaan ini adalah Kalsel Kreatif Forum (KKF). KKF adalah lembaga yang berkomitmen untuk memfasilitasi tumbuh kembangnya pelaku usaha ekonomi kreatif di Kalimantan Selatan, khususnya generasi muda. Berdiri sejak 1 Juni 2012 dan secara resmi terdaftar di

Kementerian Hukum dan HAM pada tahun 2016, KKF berlokasi di Kota Banjarmasin dan telah menjalin berbagai kemitraan strategis dengan pemerintah daerah, institusi pendidikan, serta platform digital. Hingga tahun 2022, KKF telah mendampingi lebih dari 150 pelaku usaha kreatif yang bergerak di bidang kerajinan tangan, fashion, kuliner, dan desain grafis. Sebanyak 70% dari pelaku usaha ini berusia antara 20–30 tahun, dengan rata-rata pendapatan bulanan sekitar Rp 5 juta (Kalsel Kreatif, 2025).

Terlepas dari berbagai inisiatif dan peluang yang tersedia, pelaku usaha pemuda kreatif di Kalimantan Selatan masih menghadapi tantangan struktural dan kultural yang menghambat perkembangan usaha. Analisis kebutuhan yang dilakukan bersama mitra menunjukkan bahwa 80% pelaku usaha belum memiliki perencanaan bisnis yang sistematis. UMKM umumnya menjalankan usaha berdasarkan semangat dan intuisi tanpa landasan manajemen yang kuat. Sekitar 70% pelaku usaha masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional melalui promosi mulut ke mulut, pemasaran langsung di pasar lokal, dan hanya sebagian kecil yang mulai mengeksplorasi platform digital. Lemahnya pemahaman tentang branding dan positioning produk juga menjadi masalah krusial, mengingat persaingan pasar yang semakin kompetitif. Berdasarkan survei mitra, hanya 40% pelaku usaha yang memiliki akses dan kemampuan menggunakan teknologi digital secara optimal, yang berdampak langsung pada terbatasnya penetrasi pasar ke tingkat nasional maupun internasional (Faturahman, 2022).

Tantangan ini menjadi semakin parah karena keterbatasan infrastruktur teknologi dan akses internet di beberapa wilayah Kalimantan Selatan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 menunjukkan bahwa sekitar 30% wilayah provinsi masih mengalami keterbatasan akses internet, khususnya di daerah pedesaan. Kondisi ini menciptakan ketimpangan digital (*digital divide*) yang berpotensi memperlebar jurang ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha di wilayah urban dan rural (Badan Pusat Statistik, 2024).

Tim pengabdi dari Universitas Lambung Mangkurat (ULM) merespon tantangan tersebut dengan menyelenggarakan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang mengusung tema "Pemberdayaan Pemuda Kreatif Kalimantan Selatan melalui Optimalisasi Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha". Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menjawab gap krusial, yaitu: (1) rendahnya kemampuan manajerial pelaku usaha muda dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan; dan (2) kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran produk lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret atas berbagai permasalahan yang dihadapi mitra melalui pelatihan manajemen usaha, penguatan strategi pemasaran digital, serta peningkatan kapasitas branding dan konten kreatif. Strategi intervensi ini dirancang berbasis hasil penelitian terdahulu yang relevan, antara lain riset tentang pengembangan platform edukatif digital Zedemy untuk peningkatan keterlibatan siswa (Putro et al., 2022), serta penelitian tentang digitalisasi pemasaran pada usaha kecil obat tradisional (Sari et al., 2023). Integrasi hasil riset ini memberikan dasar ilmiah yang kuat sekaligus pendekatan aplikatif yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan secara kolaboratif bersama KKF sebagai mitra utama, serta melibatkan dosen, mahasiswa, dan praktisi bidang branding serta digital marketing. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif (*participatory action*), di mana mitra dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan program, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan kegiatan, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi dampak. Intervensi dilakukan dalam bentuk pelatihan intensif yang mencakup materi perencanaan bisnis, strategi pengembangan usaha, penggunaan platform *e-commerce* (Tokopedia, Shopee), media sosial (Instagram, Facebook), teknik SEO dasar, serta pembuatan konten promosi.

Program ini juga mengembangkan sistem pemasaran digital berbasis web yang terintegrasi dalam platform "Kalsel Kreatif Market" (<https://kalsel-kreatif.id>). Platform ini dirancang untuk memberikan ruang bagi para pelaku usaha mitra memasarkan produknya secara daring, memperluas jangkauan pasar, serta melakukan analisis sederhana terhadap performa penjualan. Teknologi yang digunakan dikembangkan secara internal oleh

tim dosen dan mahasiswa ULM tanpa melibatkan vendor eksternal, dengan spesifikasi teknis yang sesuai kebutuhan lokal sebagai kerangka kerja pengembangan.

Secara konseptual, kegiatan ini selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama pada tujuan nomor 8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi serta tujuan nomor 9 tentang Industri, Inovasi, dan Infrastruktur (Organization, 2024; Wulansari et al., 2024). Kegiatan ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, yakni IKU 3 yang mendorong dosen berkegiatan di luar kampus dan IKU 5 yang menekankan pentingnya pemanfaatan hasil kerja dosen oleh masyarakat. PKM ini memberikan kontribusi terhadap Asta Cita, khususnya dalam penguatan ekonomi kreatif berbasis potensi daerah.

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas individu pelaku usaha, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan ekosistem digital kreatif yang berkelanjutan di Kalimantan Selatan. Artikel ini disusun untuk mendokumentasikan proses implementasi program, hasil evaluasi yang diukur melalui instrumen *pretest* dan *posttest*, serta memberikan refleksi kritis terhadap efektivitas intervensi berbasis pelatihan dan teknologi dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha kreatif muda. Artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat berbasis digital di wilayah lain dengan karakteristik serupa. Hasil dan temuan dari kegiatan ini dapat menjadi dasar bagi penyusunan kebijakan lokal yang lebih mendukung pengembangan ekonomi kreatif pemuda di era transformasi digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis kolaborasi dengan mitra utama, yaitu Kalsel Kreatif Forum (KKF). Program ini menyarar 60 responden yang merupakan pelaku usaha muda mitra Kalsel Kreatif Forum (KKF) yang aktif dalam pengembangan UMKM di Kalimantan Selatan. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis dan aplikatif guna menyelesaikan permasalahan prioritas mitra, yang mencakup lemahnya manajemen usaha dan belum optimalnya kapasitas pemasaran digital. Seluruh tahapan kegiatan mengacu pada prinsip kolaboratif, berorientasi hasil, dan berbasis kebutuhan nyata mitra. Evaluasi dilakukan secara kuantitatif deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menghitung nilai rata-rata, sedangkan analisis inferensial menggunakan uji t berpasangan (paired sample t-test) untuk menguji signifikansi perbedaan antara skor pretest dan posttest pada dua domain kompetensi.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilaksanakan sebagai awal proses penguatan hubungan tim pengabdi dengan mitra dan peserta kegiatan. Tujuan utamanya adalah membangun pemahaman yang sama, menyamakan persepsi terhadap rencana intervensi, dan memastikan partisipasi aktif peserta. Rangkaian sosialisasi dilakukan melalui:

- Pertemuan langsung dengan pimpinan KKF dan pelaku usaha muda kreatif.

- b. Penyebaran brosur dan materi program melalui media sosial dan grup komunitas mitra.
- c. Kunjungan ke beberapa lokasi usaha peserta untuk observasi lapangan.
- 2. Pelatihan (Empat Sesi Inti)

Pelatihan merupakan inti dari proses transfer pengetahuan dan keterampilan. Kegiatan dilakukan pada tanggal 26-27 Juli 2025 di Teater Mini FEB Universitas Lambung Mangkurat. Pelatihan dibagi menjadi empat sesi tematik sesuai dengan kebutuhan mitra, melibatkan narasumber dari kalangan akademisi dan praktisi.

Tabel 1. Topik Pelatihan

Sesi	Topik	Output
Sesi 1	Manajemen Usaha Kreatif (perencanaan bisnis, keuangan, inventaris)	Peserta mampu menyusun rencana usaha dan sistem keuangan sederhana
Sesi 2	Strategi Bisnis dan Business Plan (analisis SWOT, pengembangan usaha)	Peserta memahami strategi pengembangan usaha jangka pendek dan panjang
Sesi 3	Digital Marketing (platform e-commerce, media sosial, SEO)	Peserta mampu membuat akun toko online dan mengelola pemasaran digital
Sesi 4	Branding dan Konten Kreatif (logo, tagline, foto produk, <i>copywriting</i>)	Peserta mampu memproduksi konten promosi sederhana untuk produk mereka

Pelatihan juga disertai praktik terpadu berupa simulasi pembuatan postingan, pengunggahan produk ke *e-commerce*, serta manajemen konten media sosial.

3. Penerapan Teknologi Digital

Usai pelatihan, peserta secara langsung dibimbing untuk menerapkan hasil pembelajaran melalui penggunaan sistem berbasis web *Kalsel Kreatif Market* (<https://kalsel-kreatif.id/>). Aktivitas meliputi:

- a. Pembuatan akun toko online dan pengisian data produk.
- b. Upload foto/video konten kreatif.
- c. Penggunaan fitur transaksi dan pelaporan sederhana.

4. Evaluasi dan Pendampingan

Evaluasi dilakukan dengan menggunakan instrumen angket pretest dan posttest berbasis skala Likert 5 poin yang terdiri dari dua domain utama:

- a. Manajemen Usaha (perencanaan bisnis, keuangan, inventaris, strategi usaha)
- b. Pemasaran Digital (platform digital, konten kreatif, branding, SEO)

Instrumen ini diisi oleh peserta sebelum dan setelah pelatihan, kemudian dianalisis secara kuantitatif deskriptif untuk melihat perubahan skor. Pendampingan pascapelatihan dilakukan secara berkala selama dua bulan melalui kunjungan lapangan, komunikasi daring, dan *coaching* teknis personal.

5. Strategi Keberlanjutan

Program dirancang agar dampaknya berkelanjutan dengan strategi berikut:

- a. Pembentukan komunitas online pelaku usaha kreatif berbasis *WhatsApp & Telegram*.
- b. Kolaborasi KKF dan platform *e-commerce*.
- c. Pelatihan lanjutan secara daring (webinar, tutorial video).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas manajemen usaha dan pemasaran digital melalui pendekatan teknologi digital menunjukkan hasil yang sangat menggembirakan. Evaluasi keberhasilan program dilakukan secara sistematis dengan membandingkan skor pretest dan posttest dari 60 pelaku usaha pemuda kreatif mitra Kalsel Kreatif Forum (KKF) yang menjadi

responden. Penilaian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai peningkatan kompetensi peserta pascaintervensi.

Pada sesi sosialisasi, peserta diperkenalkan terhadap visi dan tujuan program, tahapan pelaksanaan, serta urgensi adaptasi digital dalam pengembangan usaha mikro di era pascapandemi. Materi juga mencakup pengenalan awal terhadap platform digital Kalsel Kreatif Market yang akan digunakan sebagai sarana utama dalam proses transformasi digital usaha. Interaksi dialogis yang terjadi dalam kegiatan ini dimanfaatkan untuk menggali kebutuhan aktual, hambatan operasional, serta harapan peserta terhadap kebermanfaatan program.

Tingkat partisipasi peserta mencapai 80% dari mitra yang diundang, mencerminkan respons positif dan minat yang cukup tinggi terhadap pelaksanaan kegiatan. Mayoritas peserta menunjukkan kesediaan untuk mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan praktik, serta mengutarakan keinginan untuk mendigitalisasi produk dan layanan mereka melalui platform yang disediakan. Kegiatan sosialisasi ini sekaligus berperan sebagai instrumen pemetaan awal karakteristik peserta, yang nantinya dijadikan dasar dalam menyusun desain pelatihan yang kontekstual dan responsif. Sosialisasi tidak hanya menjadi media penyampaian informasi program, tetapi juga membentuk fondasi psikososial dan semangat kolektif peserta. Hal ini memperkuat keterikatan dan rasa memiliki terhadap program, yang terbukti berkontribusi pada partisipasi aktif dan keberhasilan capaian pascaintervensi.

Hasil Pengukuran Pretest dan Posttest

Instrumen angket yang digunakan dalam evaluasi mencakup dua domain utama yaitu manajemen usaha dan pemasaran digital. Masing-masing domain terdiri dari 15 item pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert 1-5, mulai dari kategori "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Penilaian dilakukan pada dua waktu, yaitu sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan.

Tabel 2. Perbandingan Skor Pretest dan Posttest

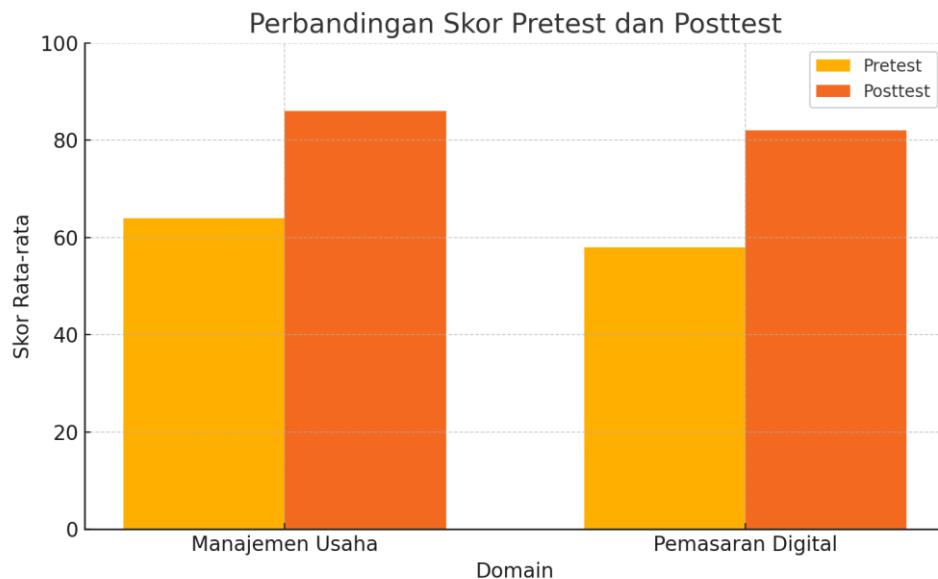
Domain	Skor Rata-rata Pretest	Skor Rata-rata Posttest	T-Statistic	P-Value
Manajemen Usaha	64,00	86,00	7,835	< 0,00001
Pemasaran Digital	58,00	82,00	6,194	< 0,00001

Evaluasi terhadap dampak program pelatihan dilakukan dengan membandingkan skor pretest dan posttest yang diperoleh dari dua domain utama, yaitu Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital. Berdasarkan data pada Tabel 2, terjadi peningkatan skor rata-rata pada kedua domain setelah intervensi pelatihan dilakukan.

Pada domain Manajemen Usaha, skor rata-rata pretest peserta sebesar 64,00 meningkat menjadi 86,00 pada posttest. Sementara itu, domain Pemasaran Digital mengalami peningkatan dari 58,00 menjadi 82,00. Peningkatan skor ini menunjukkan bahwa peserta mengalami penguatan signifikan dalam aspek manajerial maupun strategi pemasaran berbasis digital. Untuk menguji signifikansi peningkatan tersebut, dilakukan analisis uji t berpasangan (paired sample t-test) terhadap skor individu peserta. Hasil uji menunjukkan nilai t sebesar 7,835 untuk domain Manajemen Usaha dan 6,194 untuk domain Pemasaran Digital, dengan masing-masing nilai p < 0,00001, yang berarti peningkatan tersebut signifikan secara statistik pada taraf kepercayaan 95%.

Hasil ini mengindikasikan bahwa program pelatihan memiliki dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas peserta pada kedua domain utama. Terdapat peningkatan yang signifikan dalam aspek manajemen usaha dan pemasaran digital setelah intervensi pelatihan. Hal ini mencerminkan efektivitas pendekatan digital yang diterapkan, terutama dalam mendorong transformasi usaha berbasis teknologi. Temuan ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa pelatihan terstruktur dengan pendekatan teknologi digital mampu secara efektif meningkatkan keterampilan kewirausahaan pelaku UMKM (Liu et al., 2022; Mohamad et al., 2025; Singh et al.,

2024; Ssenyonga, 2021). Peningkatan signifikan pada domain pemasaran digital menunjukkan keberhasilan integrasi teknologi lokal seperti *platform Kalsel Kreatif Market* sebagai media promosi dan distribusi produk. Adopsi teknologi ini memberikan dampak nyata terhadap perluasan pasar dan peningkatan visibilitas merek (*brand awareness*), khususnya di kalangan pelaku usaha pemula. Gambaran visual peningkatan skor dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Perbandingan Skor Pretest dan Posttest

Peningkatan skor ini menunjukkan adanya transformasi yang signifikan dalam aspek kognitif dan keterampilan peserta. Domain manajemen usaha, peningkatan terutama terlihat pada aspek perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, serta penyusunan strategi pengembangan usaha yang lebih sistematis. Peserta yang sebelumnya belum memiliki rencana bisnis kini mampu menyusun rancangan sederhana yang mencakup analisis SWOT, proyeksi keuangan, dan strategi pemasaran.

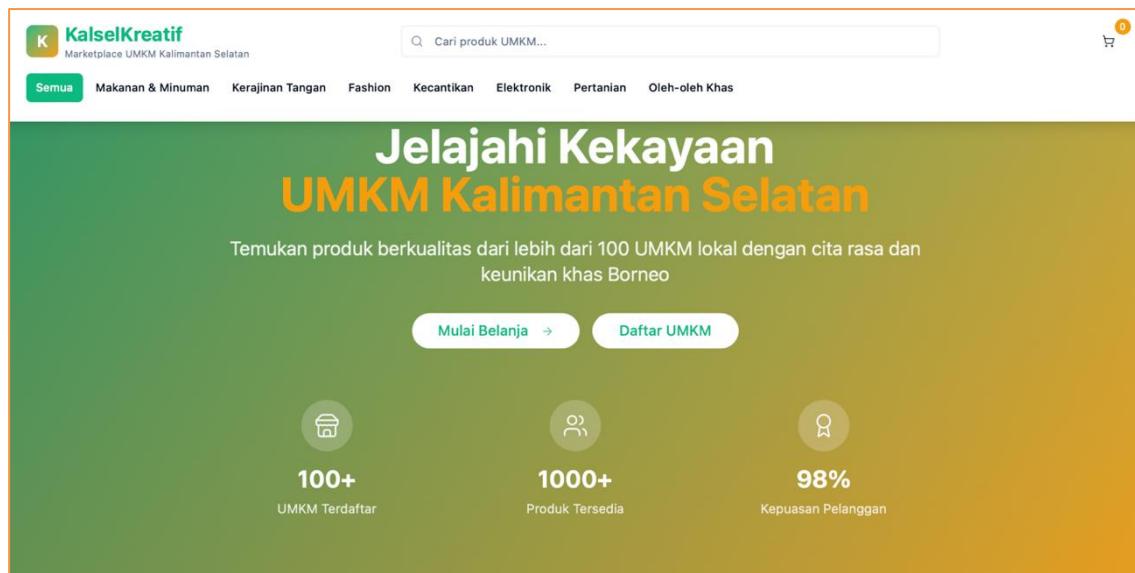
Domain pemasaran digital, peningkatan paling mencolok terdapat pada kemampuan mengoperasikan akun toko online, memahami dasar-dasar SEO, serta memproduksi konten promosi secara kreatif. Banyak peserta yang sebelumnya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, kini mulai rutin menggunakan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperkenalkan produknya.

Pengaruh Aplikasi *Kalsel Kreatif Market* terhadap Perluasan Pasar

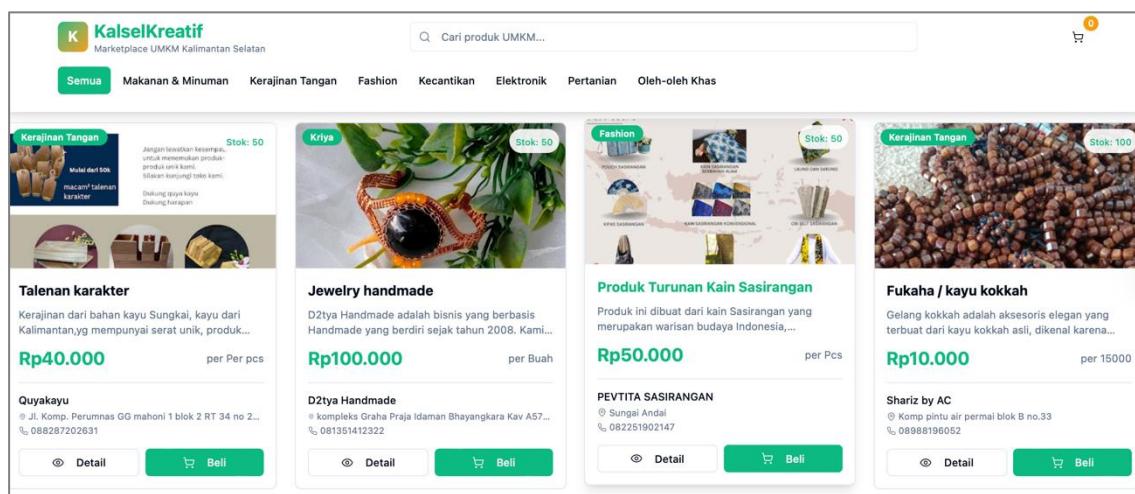
Salah satu inovasi penting dari program ini adalah implementasi sistem pemasaran digital berbasis web dan mobile bernama *Kalsel Kreatif Market*. Aplikasi ini dirancang sebagai platform terpadu untuk mendukung pemasaran produk lokal secara lebih profesional dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Sebelum kegiatan, hanya sekitar 25% peserta yang memiliki pengalaman berjualan melalui *e-commerce*. Setelah pelatihan dan pendampingan:

- a. Sebanyak 70% peserta berhasil membuat akun toko dan mengunggah produk ke sistem.
- b. 60% dari mereka secara aktif mengelola transaksi, stok, dan promosi melalui platform.
- c. Interaksi konsumen melalui media sosial mengalami peningkatan sebesar 40%, ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah kunjungan dan komentar pada konten promosi peserta



Gambar 3. Tampilan halaman depan <https://kalselkreatif.id>



Gambar 4. Produk e-commerce di paltform kalselkreatif.id

Kehadiran fitur katalog produk digital, sistem pelaporan penjualan, serta antarmuka pengguna yang ramah pemula memungkinkan peserta dengan latar belakang non-digital dapat ikut terlibat secara aktif (Battisti et al., 2022; Joo & Yang, 2023; Luzietti et al., 2025). Selain meningkatkan akses pasar, aplikasi ini juga membantu membangun identitas merek yang kuat melalui desain visual yang konsisten. Meskipun program ini menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. Cakupan peserta masih terbatas pada mitra aktif KKF yang berada di wilayah perkotaan atau pinggiran kota, sehingga belum merepresentasikan pelaku usaha muda di daerah terpencil. Selain itu, kendala infrastruktur internet di beberapa lokasi menghambat partisipasi maksimal dalam praktik digital marketing. Keterbatasan ini penting untuk dijadikan pertimbangan dalam replikasi program pada skala yang lebih luas.

Dokumentasi Kegiatan

Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan dengan baik untuk mendukung validitas data dan diseminasi praktik baik. Dokumentasi mencakup sesi pelatihan, praktik terpadu, kegiatan simulasi pemasaran

digital, serta pendampingan lapangan. Foto dan rekaman video memperlihatkan antusiasme peserta dalam mengikuti sesi pelatihan dan praktik lapangan.



Gambar 5. Peserta mengunggah produk ke dalam sistem Kalsel Kreatif Market



Gambar 6. Pelatihan pembuatan konten branding dan media sosial di ruang pelatihan

Keterlibatan Mitra dan Tantangan Lapangan

Peran Kalsel Kreatif Forum (KKF) sebagai mitra utama sangat krusial. KKF aktif sejak perencanaan, penyebaran informasi, pengorganisasian peserta, hingga pelaksanaan pendampingan. Dukungan logistik seperti penyediaan tempat, konsumsi, dan penghubung ke komunitas usaha lokal sangat mempermudah kelancaran pelaksanaan program. Beberapa tantangan juga dihadapi di lapangan, antara lain:

- a. Akses Teknologi dan Infrastruktur. Sebagian peserta berasal dari daerah pinggiran dengan keterbatasan sinyal internet. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam mengakses sistem daring secara optimal.

b. Literasi Digital yang Beragam. Peserta memiliki latar belakang pendidikan dan usia yang berbeda. Sebagian besar peserta di atas 30 tahun menunjukkan keterbatasan dalam mengoperasikan aplikasi dan media sosial.

Tim pengabdi melakukan pendampingan secara adaptif untuk mengatasi hal tersebut, baik secara daring maupun kunjungan langsung. Bimbingan dilakukan secara personal bagi peserta yang membutuhkan, dan materi pelatihan disusun secara bertahap untuk memudahkan pemahaman. Keberhasilan program ini tidak lepas dari dukungan penuh mitra KKF, baik dalam hal mobilisasi peserta maupun penyediaan fasilitas pelatihan. Komitmen dan budaya kolaboratif menjadi kunci penting yang memperkuat keberlanjutan dampak program. Tantangan lapangan seperti perbedaan tingkat literasi digital peserta, keterbatasan perangkat gawai yang memadai, dan kebutuhan asistensi teknis individu masih menjadi hambatan yang perlu diantisipasi dalam pelaksanaan program serupa di masa depan.

Implikasi Hasil dan Pembelajaran

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan pelatihan tematik, praktik lapangan, dan dukungan teknologi digital lokal memberikan dampak nyata terhadap penguatan kapasitas usaha pelaku UMKM pemuda. Program ini bukan hanya meningkatkan aspek teknis dan manajerial, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menjalankan usahanya secara profesional. Implikasi lebih lanjut dari keberhasilan ini antara lain:

- a. Dapat menjadi model replikasi untuk komunitas pelaku usaha kreatif lainnya di wilayah Indonesia.
- b. Mendorong lahirnya ekosistem digital lokal yang lebih kuat dan berkelanjutan.
- c. Memberikan dasar bagi kebijakan daerah dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif berbasis teknologi.

Secara keseluruhan, pendekatan pemberdayaan berbasis teknologi yang dilakukan berhasil menjembatani kesenjangan antara potensi kewirausahaan pemuda dengan tuntutan kompetensi digital dalam dunia usaha saat ini. Hal ini membuktikan bahwa intervensi berbasis kolaborasi, teknologi sederhana, dan pendampingan yang tepat dapat menghasilkan perubahan signifikan dalam pengembangan kapasitas pelaku usaha pemula.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberdayakan pemuda kreatif di Kalimantan Selatan melalui pelatihan manajemen usaha dan digitalisasi pemasaran produk berbasis teknologi terbukti berhasil meningkatkan kapasitas dan daya saing peserta. Berdasarkan hasil evaluasi pretest dan posttest, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta di dua domain utama, yaitu manajemen usaha dan pemasaran digital. Pelatihan yang dilakukan secara tematik dan praktis mampu menjembatani kesenjangan kompetensi peserta, khususnya dalam menyusun rencana bisnis, mengelola keuangan, membuat konten promosi, serta memanfaatkan media digital untuk memperluas pasar. Keberadaan aplikasi Kalsel Kreatif Market menjadi elemen penting dalam proses transformasi digital peserta, karena memungkinkan mereka memasarkan produk secara online, memantau penjualan, dan membangun identitas merek secara lebih profesional.

Peran aktif mitra Kalsel Kreatif Forum (KKF) memberikan dampak positif terhadap keberhasilan program. Dukungan dari sisi rekrutmen peserta, logistik pelatihan, hingga pendampingan teknis memperkuat keberlanjutan hasil kegiatan. Meskipun tantangan seperti literasi digital yang belum merata dan keterbatasan infrastruktur teknologi masih ditemui, namun pendekatan adaptif melalui bimbingan intensif dan materi bertahap dapat mengatasi hambatan tersebut. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekosistem usaha kreatif lokal berbasis digital. Model pelatihan yang diterapkan dalam program ini dapat direplikasi di daerah lain dengan karakteristik serupa.

Sinergi antara perguruan tinggi, komunitas lokal, dan pemerintah daerah menjadi penting untuk mendukung keberlanjutan pemberdayaan digital bagi UMKM dan pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Pengembangan lebih lanjut terhadap fitur aplikasi Kalsel Kreatif Market agar lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna, serta integrasi program dengan kebijakan dan dukungan pembiayaan dari pemerintah daerah agar dampak pemberdayaan dapat diperluas dan berkelanjutan.

PENDANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Tahun Anggaran 2025, Nomor SP DIPA- 139.04.1.693320 /2025.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kalsel Kreatif Forum (KKF) sebagai mitra pelaksana yang telah berperan aktif dalam menyukseskan kegiatan ini, serta kepada para pelaku UMKM peserta pelatihan atas partisipasi dan antusiasme yang luar biasa. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pendanaan melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2025. Penghargaan yang tinggi juga disampaikan kepada Universitas Lambung Mangkurat atas fasilitasi dan dukungan kelembagaan selama pelaksanaan program ini.

KONFLIK KEPENTINGAN

Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Kemiskinan Indonesia 2024*. BPS.
- Battisti, S., Agarwal, N., & Brem, A. (2022). Creating new tech entrepreneurs with digital platforms: Meta-organizations for shared value in data-driven retail ecosystems. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121392.
- Faturahman, F. (2022). *Laporan Kalsel Kreatif Forum*. [Http://Www.Kalselkreatif.or.Id/](http://Www.Kalselkreatif.or.Id/).
- Joo, E., & Yang, J. (2023). How perceived interactivity affects consumers' shopping intentions in live stream commerce: roles of immersion, user gratification and product involvement. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 17(5), 754–772.
- Kalsel Kreatif. (2025). *Pembuatan Buku Peta Jalan Ekraf*. Https://Www.Instagram.Com/p/DFguOWBSAVK/?Img_index=1.
- Kartika, D. S. Y., & Maulana, H. (2024). *Bisnis Digital pada Sektor Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif*. Thalibul Ilmi Publishing & Education.
- Liu, Y., Dilanchiev, A., Xu, K., & Hajiyeva, A. M. (2022). Financing SMEs and business development as new post Covid-19 economic recovery determinants. *Economic Analysis and Policy*, 76, 554–567.
- Luzietti, R. B., Spadi, A., Giampietro, N., Mancuso, G., Caravale, A., D'Eredità, A., Caradonna, M., Moscati, P., Quochi, V., & Monachini, M. (2025). Digital humanities and heritage science: Moving from landscaping to a dynamic research observatory in an open science cloud. *Umanistica Digitale*, 20, 419–439.
- Magriaty, R. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Geopark Meratus Provinsi Kalimantan Selatan, Studi Kasus: Kecamatan Piani Kabupaten Tapin. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 9(1), 87–111.

- Mohamad, Z., Alim, N. S. S. M., Rashid, N. K. A., Hassim, N. H. C., Anang, Z., Abdullah, S., & Nasir, A. (2025). The Impact of Digital Entrepreneurial Competencies, Digital Literacy and Government Support on Digital Entrepreneurship Using Regression Analysis. *Economics-Innovative And Economics Research Journal*, 13(1), 289–308.
- Organization, W. H. (2024). *World health statistics 2024: monitoring health for the SDGs, sustainable development goals*. World Health Organization.
- Putro, H. Y. S. , Rachman, A. , Setiawan, M. A. , & Pahri, M. (2022). Modul digital layanan klasikal melalui platform zedemy untuk meminimalisir perilaku ccyberbullying. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(1), 96-101.
- Sari, A. K., Rizki, M. I., Fadillaturrahmah, F., Khairunnisa, A. K., Taufik, M. R., Pratama, D. E., & Rahmatullah, A. R. (2023). Pengembangan Produk Dan Digitalisasi Pemasaran Pada Usaha Kecil Obat Tradisional (UKOT) PJ Pucuk Sirih Asal Banjarmasin. *Jurnal Bakti Untuk Negeri*, 2(2), 110–120. <https://doi.org/10.36387/jbn.v2i2.1133>
- Singh, R., Kumar, V., Singh, S., Dwivedi, A., & Kumar, S. (2024). Measuring the impact of digital entrepreneurship training on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial competencies. *Journal of Work-Applied Management*, 16(1), 142–163.
- Ssenyonga, M. (2021). Imperatives for post COVID-19 recovery of Indonesia's education, labor, and SME sectors. *Cogent Economics & Finance*, 9(1), 1911439.
- Wulansari, S., Putri, F. I., & Rahman, I. F. (2024). Peluang dan Tantangan Digitalisasi Pendidikan Dalam Pencapaian SDGs 2030. *Cendekia: Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 129–137.