

Program Pelatihan Digital Marketing untuk Remaja Masjid: Menciptakan Entrepreneur Muda Islami di Desa Karyamekar Pasirwangi Garut

Etj Jumiati^{1*}, Puspita Chairun Nisa², Wati Rahayu³, Ahmad Saepudin⁴, Iman Sulaeman⁵

¹STAI Al-Muhajirin, Gg. Kenanga 2 No.155, Nagri Kaler, Kec. Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat

²Universitas Esa Unggul, Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta

³STIE Gema Widya Bangsa, Jl. Raya Tagog No.28, Cimekar, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat

^{4,5}STIES Indonesia Purwakarta, Jl. Veteran No.150, Ciseureuh, Kec. Purwakarta, Kab. Purwakarta, Jawa Barat

E-mail: etipwk2024@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5253>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 30 Dec 2025

Revised: 12 Jan 2026

Accepted: 27 Jan 2026

Kata Kunci:

Pelatihan Digital Marketing, Remaja Masjid, Kewirausahaan Islami, Literasi Digital, Pemberdayaan Masyarakat Desa

Keywords:

Digital Marketing Training, Mosque Youth, Islamic Entrepreneurship, Digital Literacy, Village Community Empowerment



ABSTRACT

Program *Pelatihan Digital Marketing untuk Remaja Masjid di Desa Karyamekar, Pasirwangi, Garut* dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, keterampilan kewirausahaan, serta membentuk karakter wirausaha muda Islami yang beretika. Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahap persiapan, pelatihan, dan pendampingan berkelanjutan. Peserta, yang terdiri dari remaja masjid berusia 15–24 tahun, dilatih dalam pembuatan konten digital, personal branding Islami, serta penggunaan media sosial bisnis seperti Instagram dan WhatsApp Business. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan kemampuan peserta, ditandai dengan kenaikan nilai *post-test* sebesar rata-rata 30% dan terbentuknya akun bisnis digital yang dikelola secara mandiri. Jika dibandingkan dengan sepuluh penelitian relevan lima tahun terakhir, program ini memiliki keunggulan dalam integrasi nilai Islam dan penerapan sistem pendampingan berkelanjutan, yang menekankan pentingnya etika religius dan keberlanjutan pelatihan digital. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kompetensi teknis peserta, tetapi juga menunjukkan bahwa masjid dapat berperan strategis sebagai pusat pemberdayaan ekonomi, sosial, dan spiritual berbasis teknologi di lingkungan pedesaan.

The Digital Marketing Training Program for Mosque Youth in Karyamekar Village, Pasirwangi, Garut, was implemented as a form of community service aimed at improving digital literacy, entrepreneurial skills, and developing the character of ethical young Islamic entrepreneurs. This activity used a participatory approach through preparation, training, and ongoing mentoring. Participants, consisting of mosque youth aged 15–24, were trained in digital content creation, Islamic personal branding, and the use of business social media such as Instagram and WhatsApp Business. The results of the activity showed a significant increase in participants' knowledge and skills, marked by an average increase of 30% in post-test scores and the creation of independently managed digital business accounts. When compared with ten relevant studies in the past five years, this program excels in integrating Islamic values and implementing a continuous mentoring system, which emphasizes the importance of religious ethics and the sustainability of digital training. Thus, this program not only contributes to improving participants' technical competence but also demonstrates that mosques can play a strategic role as centers for technology-based economic, social, and spiritual empowerment in rural areas.



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

How to Cite: Etj Jumiati, et al (2026). Program Pelatihan Digital Marketing untuk Remaja Masjid: Menciptakan Entrepreneur Muda Islami di Desa Karyamekar Pasirwangi Garut, 4(3) 18979-18987. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5253>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kemampuan dalam bidang pemasaran digital (digital marketing) menjadi salah satu kompetensi penting yang sangat dibutuhkan, khususnya bagi generasi muda yang ingin mengembangkan usaha secara mandiri. Penguasaan digital marketing memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan daya saing produk lokal melalui platform digital (Ridwan et al., 2022); (Mohamad et al., 2025). Namun demikian, remaja di pedesaan masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan akses pelatihan, kurangnya infrastruktur internet, serta rendahnya keterampilan digital dasar (Febrianty et al., 2024); (Hoang et al., 2024).

Hal ini juga dialami oleh remaja masjid di Desa Karyamekar, Kecamatan Pasirwangi, Kabupaten Garut, yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk berkembang, tetapi belum mendapatkan pembinaan kewirausahaan berbasis digital secara sistematis. Padahal, penelitian menunjukkan bahwa penguatan keterampilan digital dan literasi kewirausahaan dapat meningkatkan minat wirausaha, khususnya di kalangan pemuda pedesaan, jika didukung oleh pelatihan yang tepat dan berkelanjutan (Tatpuje et al., 2022); (Ridwan et al., 2022). Inisiatif pemberdayaan seperti pelatihan digital marketing berbasis komunitas terbukti meningkatkan kemampuan promosi produk lokal dan mendorong pertumbuhan UMKM desa (Febrianty et al., 2024). Dengan demikian, penting bagi berbagai pihak, termasuk lembaga pendidikan, pemerintah, dan organisasi keagamaan seperti masjid, untuk bersinergi dalam menyediakan pelatihan kewirausahaan digital yang aplikatif dan kontekstual agar potensi remaja pedesaan dapat berkembang secara optimal.

Remaja masjid merupakan kelompok strategis dalam masyarakat karena selain memiliki kedekatan dengan nilai-nilai keislaman, mereka juga aktif dalam kegiatan sosial, keagamaan, dan pendidikan karakter. Potensi ini menjadi modal besar dalam pengembangan sumber daya manusia berbasis lokal, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi digital saat ini. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mendorong kemandirian ekonomi dan penguatan kapasitas individu. Padahal, penerapan pelatihan kewirausahaan digital yang berlandaskan nilai-nilai Islam terbukti efektif dalam membentuk wirausahawan muda yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga menjunjung tinggi etika dan integritas (Nurhayati & Susanto, 2024).

Pengalaman di berbagai pesantren dan lembaga Islam menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing yang terintegrasi dengan pendidikan karakter Islami dapat meningkatkan motivasi berwirausaha dan kesiapan bersaing di era digital (Sumarmi et al., 2022). Bahkan, integrasi nilai-nilai spiritual dengan literasi digital mampu membentuk karakter santripreneur yang inovatif dan bertanggung jawab sosial (Amir, 2024).

Lebih lanjut, pendekatan digital entrepreneurship yang menekankan prinsip keberlanjutan dan etika Islam juga terbukti mendukung ketahanan usaha dan daya saing generasi muda Muslim di era ekonomi 5.0 (Mayvita & Rifani, 2024). Oleh karena itu, remaja masjid perlu mendapatkan pembinaan intensif yang menggabungkan keterampilan digital, semangat kewirausahaan, dan nilai-nilai keislaman sebagai fondasi untuk menciptakan entrepreneur muda yang beretika, mandiri, dan berdaya saing global.

Desa Karyamekar memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup menjanjikan, seperti produk pertanian, kerajinan tangan, dan usaha mikro lainnya. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal, khususnya dalam hal pemasaran digital. Banyak pelaku usaha lokal masih kesulitan memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar. Tantangan serupa juga terjadi di berbagai daerah lain di Indonesia, di mana keterbatasan literasi digital dan akses teknologi menjadi hambatan utama bagi pengembangan usaha mikro dan kecil di pedesaan (Airlangga et al., 2023).

Pelatihan digital marketing terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha desa, baik dalam memahami platform digital seperti Shopee, WhatsApp Business, dan Instagram, maupun dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar online (Santi et al., 2022). Bahkan, pendekatan yang menggabungkan pelatihan teknis dengan pendampingan berbasis aplikasi digital telah menunjukkan hasil signifikan dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat identitas merek lokal (Rozikin et al., 2024).

Selain itu, strategi digital marketing yang dirancang khusus untuk UMKM pedesaan juga mampu meningkatkan daya saing produk melalui kombinasi pelatihan teknis, pendampingan komunitas, dan dukungan kebijakan yang mendorong kolaborasi antar pengusaha lokal (Hisyam & Fitriyah, 2024). Oleh karena itu, pelatihan digital marketing yang menasar remaja masjid sebagai agen perubahan sangat

relevan dan dibutuhkan, tidak hanya untuk mengoptimalkan potensi ekonomi lokal, tetapi juga untuk mencetak generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital para remaja, tetapi juga membentuk karakter wirausaha Islami yang mampu mengintegrasikan antara kompetensi bisnis dan nilai-nilai moral dalam praktik kewirausahaan. Dengan demikian, diharapkan akan lahir generasi muda yang mampu menciptakan peluang usaha baru, memperkuat perekonomian desa, serta menjadi teladan dalam membangun masyarakat yang mandiri dan berakhlak.

METODE

Jenis Kegiatan, Lokasi, Waktu Pelaksanaan dan Subjek Kegiatan

Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat berbasis pelatihan dan pendampingan dengan pendekatan partisipatif, yang melibatkan peserta secara aktif dalam seluruh proses kegiatan (Kusumawijaya et al., 2025). Program ini dirancang secara kolaboratif antara tim pelaksana, remaja masjid, serta tokoh masyarakat lokal guna memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan kebutuhan dan konteks sosial setempat. Pelaksanaan kegiatan ini akan berlangsung di Sekolah Dasar dan aula desa Karyamekar, Kecamatan Pasirwangi, Kabupaten Garut, pada tanggal 14-15 November 2025. Subjek kegiatan adalah remaja masjid berusia 15 hingga 24 tahun yang aktif di lingkungan masjid di Desa Karyamekar, dengan jumlah peserta yang ditargetkan sebanyak 20 hingga 30 orang.

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan melakukan survei awal untuk memahami kebutuhan, potensi, dan kondisi peserta, serta dilanjutkan dengan koordinasi bersama Kepala Desa Karyamekar sebagai mitra lokal pelaksanaan kegiatan. Setelah itu, dilakukan penjangkaran peserta melalui formulir pendaftaran dan pendekatan berbasis komunitas untuk memastikan partisipasi aktif dari remaja masjid yang menjadi sasaran program. Selanjutnya, tim pelaksana menyusun modul pelatihan dan perangkat pendukung yang mencakup materi pelatihan, media presentasi, serta perlengkapan digital yang akan digunakan selama proses pelatihan berlangsung.

Tahap Pelaksanaan

1. Sesi 1: Pengenalan Digital Marketing dan Personal Branding Islami
2. Sesi 2: Teknik Pembuatan Konten (desain, copywriting)
3. Sesi 3: Penggunaan Media Sosial untuk Promosi Bisnis (Instagram, WhatsApp Business, Facebook)
4. Sesi 4: Studi Kasus dan Simulasi Digital Campaign Produk
5. Diselingi dengan sesi tausiyah kewirausahaan Islami

Tahap Pendampingan

Pada tahap pendampingan, peserta diarahkan untuk secara aktif membuat dan mengelola akun bisnis digital di platform yang relevan, seperti Instagram, WhatsApp Business, atau marketplace lainnya, selama periode satu bulan. Selama proses ini, peserta akan mendapatkan sesi mentoring secara berkala, baik secara online maupun offline, yang dilaksanakan setiap minggu untuk membahas kendala, perkembangan, serta strategi pengelolaan konten promosi. Selain itu, dilakukan monitoring dan evaluasi performa peserta secara sistematis untuk mengukur efektivitas implementasi materi pelatihan serta menilai sejauh mana pencapaian masing-masing peserta dalam menjalankan akun bisnis dan mempromosikan produk atau jasa secara daring.

Metode Pengumpulan Data

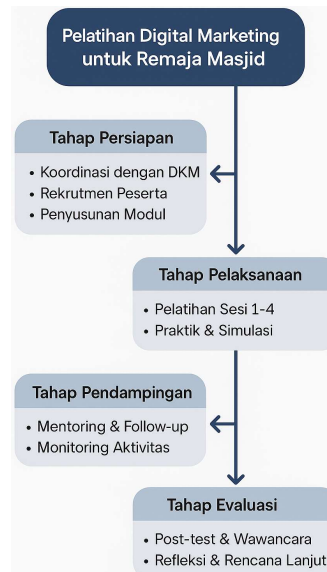
Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi observasi untuk menilai partisipasi peserta selama pelatihan, wawancara untuk mendapatkan umpan balik langsung dari peserta dan pengurus masjid, kuesioner untuk mengukur perubahan pengetahuan melalui pre-test dan post-test, serta dokumentasi berupa foto, video, dan konten buatan peserta sebagai bukti visual kegiatan (Fitriyah & Jannah, 2023). Dijelaskan lebih lanjut pada table berikut:

Tabel 1. Metode Pengumpulan data

Metode	Tujuan	Teknik
Observasi	Menilai partisipasi peserta	Selama pelatihan berlangsung
Wawancara	Mendapatkan feedback langsung	Peserta dan pengurus masjid
Kuesioner	Mengukur perubahan pengetahuan	Pre-test & post-test
Dokumentasi	Bukti visual kegiatan	Foto, video, konten buatan peserta

Flowchart Kegiatan

Berikut adalah alur kegiatan pelatihan digital marketing dalam bentuk flowchart:



Gambar 1. Flowchart Kegiatan
Sumber: Data diolah (2025)

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan ini akan diukur melalui beberapa indikator yang terukur dan aplikatif. Pertama, terdapat peningkatan pemahaman peserta yang ditunjukkan melalui kenaikan nilai dari pre-test ke post-test minimal sebesar 30%. Kedua, paling tidak 70% dari total peserta pelatihan mampu membuat konten promosi digital secara mandiri sesuai materi yang telah diberikan. Ketiga, peserta diharapkan dapat membentuk akun bisnis digital, seperti di platform Instagram, WhatsApp Business, atau marketplace online lainnya sebagai sarana implementasi pemasaran digital. Terakhir, keberhasilan juga ditandai dengan munculnya produk atau jasa yang dipromosikan secara daring oleh peserta setelah mengikuti kegiatan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dasar Pemikiran Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Karyamekar

Desa Karyamekar merupakan wilayah dengan luas 305,493 hektare yang sebagian besar berupa perbukitan dan dihuni oleh 6.685 penduduk, terdiri dari 3.482 laki-laki dan 3.203 perempuan. Kondisi geografis ini menyebabkan sebagian masyarakat—termasuk remaja masjid, UMKM, dan kelompok pemuda desa—mengalami keterbatasan akses terhadap pelatihan dan informasi digital yang memadai. Meskipun desa ini memiliki potensi ekonomi yang besar dan beragam, sebagaimana terlihat dari keberadaan kelompok UMKM, petani, PKK/Posyandu, hingga komunitas remaja masjid, pemanfaatan teknologi digital masih sangat minim. Proposal PKM Desa Karyamekar menunjukkan bahwa audiens utama kegiatan pengabdian mencakup UMKM dan remaja masjid, yang menandakan adanya kebutuhan besar untuk penguatan kapasitas digital dalam memasarkan produk, mengelola informasi, dan membangun kemandirian ekonomi berbasis teknologi. Hal ini menjadi salah satu dasar penting mengapa pelatihan digital marketing diperlukan sebagai intervensi yang relevan dan tepat sasaran di wilayah ini.

Program Pelatihan Digital Marketing untuk Remaja Masjid: Menciptakan Entrepreneur Muda Islami di Desa Karyamekar Pasirwangi Garut, Eti Jumiaty, Puspita Chairun Nisa, Wati Rahayu, Ahmad Saepudin, Iman Sulaeman 18983

Selain itu, proposal PKM mengidentifikasi bahwa kegiatan melibatkan dosen dari beberapa perguruan tinggi, menunjukkan adanya perhatian terhadap rendahnya literasi digital masyarakat desa dan pentingnya kolaborasi multipihak dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia lokal. Remaja masjid sebagai bagian dari audiens utama memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi agen perubahan dalam transformasi ekonomi digital desa. Namun, tanpa pembinaan sistematis, keterampilan digital mereka tidak dapat berkembang optimal, terutama dalam menghadapi tantangan pemasaran produk lokal dan minimnya akses terhadap pelatihan formal. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan tersebut, sekaligus mendukung visi pengembangan potensi pemuda desa agar mampu berdaya saing, produktif, dan siap menjadi entrepreneur muda Islami dalam ekosistem ekonomi digital Desa Karyamekar.

Pelaksanaan Pelatihan Sesi-1-4



Daftar Hadir Peserta

**DAFTAR HADIR
PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP3M)
RUANG 3 SDN II KARYAMEKAR**

NO	NAMA	L/P	ALAMAT	JABATAN/ UNSUR	TANDA TANGAN
1	Euis Sanjal	P	Kp. Karyamekar	Ket. Bekerja	1
2	Al Yanti	P	"	Ket. Pemuda	2
3	Li Hidayat	P	Kepulauan	Ket. P3M	3
4	Di Siti Rohingih	P	BIG & Falah	Ket. P3M	4
5	Susanto	L	STIES BI	Dosen	5
6	La Triandita	L	Ba. Lingsar	Dosen	6
7	Sri Purwati	P	STIES BI	Dosen	7
8	Immanuel	P	SMK Kusan	"	8
9	Wawan	L	Kp. Karyamekar	"	9
10	Li Nurulhikmah	P	Baucaung	Dosen	10
11	Venus Harlan	P	Jakarta	Dosen	11
12	Muhammad	P	Jaya Utara	Dosen	12
13	TEMA BANTUAN	L	STIES P	"	13
14	Imam Rudi	P	St. N. Karyamekar	Dosen	14
15	Puspita Chairun Nisa	P	Univ. Siliwangi	Dosen	15
16	Siska Rahayu	P	STIES BINA	"	16
17	Mary Nurita	P	Banjar	"	17
18	Yeni	P	Cibadareum	Dokter/dokter	18
19	Ir. Jimena	P	Kp. Banting	Anggota IV	19
20	Tuti Widia Wati	P	Kp. Cibadareum	Anggota II	20
21	Imam H.T.B	P	Kp. Cikampek	H.T.B	21
22	Ahmad Saepudin	L	STIES IP	Dosen	22
23	Siti Anisa	P	Kp. Barunang	Ket. P3M	23
24	Yadi	L	P. Karyamekar	Ket. P3M	24
25	Rahm	L	Karyamekar	Anggota	25

Kepala Desa Karyamekar


Yadi Setiadi

Hasil Pre-test dan Post-test

No	Nama	Pretest	Post Test
1	Euis Sampil	60	80
2	Ai Yanti	60	80
3	Iis Masawati	70	80
4	Ai Siti Rohimah	50	7
5	Susanto	40	70
6	Lala Pasfura	40	70
7	Sri Purwati	50	70
8	Imponen	50	70
9	Wawan	60	70
10	Ai Nurmiyah	50	80
11	Venus Handyan	50	80
12	Mumtaz	60	70
13	Teini Bintari	60	8
14	Indra Dwi	60	70
15	Puspita Ch. Nisa	60	70
16	Sella Nelyan	50	70
17	Mira Murtin	50	70
18	Yani	40	80
19	Sri Sundari	70	80
20	Tuti Widia Wati	50	80
21	Imar RTIB	50	60
22	Ahmad Saepudin	50	7
23	Siti Anita	60	70
24	Yadi	60	70
25	Rini	60	80

Rencana Tindak Lanjut (RTL)

Rencana tindak lanjut dari Program Pelatihan Digital Marketing bagi Remaja Masjid di Desa Karyamekar difokuskan pada penguatan kompetensi peserta melalui pendampingan lanjutan, mentoring berkala, serta pengembangan komunitas digitalpreneur berbasis masjid. Peserta akan diarahkan untuk terus mengelola akun bisnis digital, membuat konten secara konsisten, dan menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari. Selain itu, kegiatan klinik digital dan sesi evaluasi bulanan akan dilakukan untuk memantau perkembangan keterampilan, memberikan solusi atas kendala teknis, dan memastikan peserta dapat mengimplementasikan pemasaran digital secara mandiri. Pendampingan ini juga mencakup bimbingan dalam promosi produk lokal desa agar keterampilan mereka dapat memberikan dampak nyata bagi ekonomi masyarakat.

Keberlanjutan program juga diperkuat melalui kolaborasi dengan pengurus masjid, pemerintah desa, dan UMKM lokal untuk menyediakan ruang praktik nyata bagi peserta. Remaja masjid akan dilibatkan dalam membantu memasarkan produk UMKM desa, membangun identitas digital komunitas, serta memanfaatkan sarana digital desa secara optimal. Evaluasi jangka menengah dilakukan pada periode 1–3 bulan untuk menilai peningkatan kompetensi, kualitas konten, dan efektivitas akun bisnis peserta. Dengan adanya rencana tindak lanjut ini, diharapkan keterampilan digital remaja masjid terus berkembang dan mampu menciptakan wirausahawan muda Islami yang mandiri serta berkontribusi terhadap penguatan ekonomi digital di Desa Karyamekar.

Pembahasan

Program *Pelatihan Digital Marketing untuk Remaja Masjid di Desa Karyamekar* merupakan upaya penguatan literasi digital sekaligus pembentukan karakter wirausaha muda Islami di wilayah pedesaan. Tujuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ridwan et al. (2022), yang menunjukkan bahwa pelatihan branding digital dan kewirausahaan pada pemuda desa mampu meningkatkan kreativitas serta keterampilan pemasaran produk lokal melalui platform daring (Ridwan et al., 2022). Namun, perbedaan signifikan dari program PKM ini terletak pada integrasi nilai-nilai Islam

dalam proses pelatihan, yang menjadikannya bukan hanya sarana peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pembentukan moralitas bisnis yang beretika.

Pendekatan berbasis nilai keagamaan tersebut sejalan dengan penelitian Nurhayati dan Susanto (2024) yang menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan digital dengan dasar ajaran Islam dapat menumbuhkan etika bisnis serta kesiapan moral dalam menghadapi tantangan ekonomi digital (Nurhayati & Susanto, 2024). Hal ini juga diperkuat oleh studi Hidayat et al. (2024), yang menekankan pentingnya mengintegrasikan prinsip-prinsip etika Islam dalam pelatihan digital marketing bagi pelaku usaha perempuan di pedesaan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi sekaligus moral (Hidayat et al., 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PKM ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis peserta, tetapi juga membentuk kepribadian wirausaha Islami yang menjunjung etika dan tanggung jawab sosial.

Dari sisi metodologi, program ini menerapkan pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta dalam survei kebutuhan, pelatihan langsung, hingga pendampingan berkelanjutan. Metode tersebut serupa dengan pendekatan *Participatory Rural Appraisal (PRA)* yang digunakan oleh Asrijal et al. (2024) dalam pelatihan kewirausahaan kreatif bagi organisasi pemuda desa di Papua, yang menekankan kolaborasi komunitas dan keberlanjutan hasil pelatihan (Asrijal et al., 2024). Sementara itu, Muhamad dan Kusuma (2024) menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital di sektor sosial pedesaan sangat bergantung pada dukungan lintas lembaga, pendidikan digital, dan pelibatan aktif masyarakat lokal (Muhamad & Kusuma, 2024). Pendekatan kolaboratif seperti ini juga tampak dalam PKM Karyamekar yang menggandeng unsur masjid, pemerintah desa, dan perguruan tinggi untuk memastikan kesesuaian konteks dan kebutuhan masyarakat.

Dampak dari pelatihan ini dapat dilihat dari peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten digital dan membangun akun bisnis online. Hal ini sejalan dengan temuan Omar et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis *Information and Communication Technology (ICT)* mampu meningkatkan pemberdayaan ekonomi pengusaha kecil di wilayah Selangor melalui peningkatan kapasitas pemasaran digital (Omar et al., 2023). Hasil serupa juga ditemukan dalam studi Suryaningsih et al. (2024), di mana pelatihan digital marketing pada pemuda desa Lang-Lang meningkatkan keterampilan produksi, inovasi produk, serta pemanfaatan platform daring seperti Instagram dan Shopee untuk perluasan pasar (Suryaningsih et al., 2024). Dengan demikian, hasil PKM ini menunjukkan kesesuaian dengan tren pemberdayaan digital di berbagai wilayah pedesaan.

Keunggulan lain dari PKM ini adalah adanya program pendampingan lanjutan dan *mentoring* berkala yang difokuskan pada konsistensi pengelolaan akun bisnis peserta. Strategi ini terbukti efektif sebagaimana diuraikan oleh Sopingi dan Zeffa (2025), yang menekankan pentingnya pelatihan berkelanjutan dan evaluasi terintegrasi untuk memastikan keberlanjutan pengembangan UMKM berbasis digital di desa (Sopingi & Zeffa, 2025). Pendekatan kolaboratif ini juga diimplementasikan oleh Pawitan dan Lesmono (2025), yang meneliti penguatan BUMDes di Garut melalui sinergi antar lembaga dan pelatihan berkelanjutan, menunjukkan relevansi dengan konteks lokal kegiatan PKM di Karyamekar (Pawitan & Lesmono, 2025).

Selain penguatan ekonomi, PKM ini juga berdampak pada pembentukan karakter sosial remaja masjid. Hal ini senada dengan hasil penelitian Putri dan Salsebela (2025) yang mengembangkan program *Sociopreneur Muda* berbasis nilai Islam untuk menumbuhkan kepedulian sosial dan semangat berwirausaha pada siswa SMA Islam Andalusia (Putri & Salsebela, 2025). Pendekatan nilai ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan yang berlandaskan spiritualitas memiliki dampak yang lebih luas, tidak hanya pada ekonomi, tetapi juga pada pembentukan karakter dan tanggung jawab sosial peserta.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa program PKM Digital Marketing untuk Remaja Masjid memiliki landasan empiris yang kuat dan relevan dengan tren global pemberdayaan digital berbasis nilai. Jika dibandingkan dengan berbagai model internasional dan nasional, program ini unggul dalam hal integrasi nilai Islam, partisipasi komunitas berbasis masjid, dan sistem pendampingan berkelanjutan yang berorientasi pada kemandirian ekonomi dan moral peserta.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan perbandingan dengan berbagai penelitian sejenis, dapat disimpulkan bahwa Program Pelatihan Digital Marketing untuk Remaja Masjid di Desa Karyamekar

berhasil menjadi model pemberdayaan masyarakat yang komprehensif karena mampu mengintegrasikan peningkatan keterampilan digital, penguatan jiwa kewirausahaan, serta pembentukan karakter Islami yang beretika. Keberhasilan program ini sejalan dengan berbagai studi terdahulu yang menegaskan pentingnya pelatihan digital berbasis komunitas dan nilai moral dalam meningkatkan literasi ekonomi, kemandirian, serta daya saing pemuda di era ekonomi digital (Ridwan et al., 2022; Nurhayati & Susanto, 2024; Omar et al., 2023; Suryaningsih et al., 2024). Dengan pendekatan partisipatif, pendampingan berkelanjutan, dan kolaborasi lintas lembaga, kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kompetensi peserta, tetapi juga menunjukkan potensi besar masjid sebagai pusat pembinaan ekonomi kreatif dan spiritual berbasis teknologi di pedesaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Airlangga, P., Sujono, S., Khafidoh, N., A'yuni, A. Q., Febrianti, R. D., & Shoimaturodliyah, S. (2023). Digital marketing training to provide economic recovery opportunities for the community of Jatiwates Jombang East Java. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.32815/jpm.v4i2.997>
- Amir, I. (2024). Memulai Bisnis Itu Mudah Melalui Digital. *Tamkin Jurnal Pemberdayaan Tazkia*. <https://doi.org/10.30993/tamkin.v2i1.327>
- Asrijal, A., Maspul, K. A., Seto, A. A., Sain, Z. H., & Maq, M. M. (2024). Youth organization empowerment through creative entrepreneurship business in the village. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*. <https://doi.org/10.37680/amalee.v5i2.3369>
- Febrianty, Y., Awaludin, D. T., Safar, M., Kraugusteeliana, K., & Suseno, S. (2024). Digital Skills Improvement for MSMEs in Rural Areas for Online Marketing. *Unram Journal of Community Service*. <https://doi.org/10.29303/ujcs.v5i3.692>
- Fitriyah, K., & Jannah, A. N. (2023). Pengembangan media pembelajaran interaktif sebagai media pembelajaran bahasa Arab di Ponpes An Nur Pungging Mojokerto. *Communautaire: Journal of Community Service*. <https://doi.org/10.61987/communautaire.v2i1.167>
- Hidayat, C. M., Randikaparsa, I., & Wicaksana, P. B. (2024). Empowering businesses: Introducing digital marketing strategies and human endeavors. *Journal of Society, Community and Business Development*. <https://doi.org/10.30595/scbd.v2i1.170>
- Hisyam, A., & Fitriyah, H. (2024). Digital marketing strategy for MSMEs to increase competitiveness of local products. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*. <https://doi.org/10.21070/ijccd.v16i1.1148>
- Hoang, M. H., Nguyen, N. T., Tran, M., Dang, P. T., Pham, V. K., & Vo, T. H. L. (2024). The role of digital skills in the self-employment intentions of young rural labor. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*. <https://doi.org/10.22495/cgobrv8i2sip7>
- Kusumawijaya, I. K., Astuti, P., Made, I., Wartana, H., Ketut, I., & Adi, Y. (2025). Empowering agility among tedung craftsmen: A community-based participatory approach in Mengwi, Bali. *International Journal Of Community Service*. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v5i1.838>
- Mayvita, P. A., & Rifani, A. (2024). Resilience and Sustainability of Muslim Entrepreneurs of Gen Z in Era 5.0: A Conceptual Approach. *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*. <https://doi.org/10.31098/bmss.v4i2.900>
- Mohamad, Z., Mohd Alim, N. S. S., Rashid, N., Che Hassim, N. H., Anang, Z., Abdullah, S., & Nasir, A. (2025). The Impact of Digital Entrepreneurial Competencies, Digital Literacy and Government Support on Digital Entrepreneurship. *Economics*. <https://doi.org/10.2478/eoik-2025-0025>
- Muhamad, L. F., & Kusuma, A. P. (2024). Digital transformation in social entrepreneurship: Driving sustainable economic development in rural areas. *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)*. <https://doi.org/10.61100/j.tirakat.v1i2.169>
- Nurhayati, S., & Susanto, I. (2024). Fostering Young Muslims' Digital Entrepreneurship through Computer Technician Education. *JIE (Journal of Islamic Education)*. <https://doi.org/10.52615/jie.v9i2.450>

- Nurhayati, S., & Susanto, I. (2024). Fostering young Muslims' digital entrepreneurship through computer technician education. *Journal of Islamic Education (JIE)*. <https://doi.org/10.52615/jie.v9i2.450>
- Omar, F. I., Hasim, N. H. N., & Mohamad Zan, U. M. S. (2023). The implication of digital inclusion needs towards empowerment of B40 entrepreneurs in Selangor. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i15/18817>
- Pawitan, A., & Lesmono, J. (2025). Empowering rural communities through strengthening village-owned enterprises (BUMDes) for sustainable socioeconomic development. *Society*. <https://doi.org/10.33019/society.v13i1.797>
- Putri, S., & Salsebela, M. (2025). Sociopreneur muda: Program pelatihan kewirausahaan sosial untuk meningkatkan jiwa usaha dan kepedulian sosial siswa SMA Islam Andalusia Kebasen. *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negri*. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v3i3.1381>
- Ridwan, R., Kuswanti, A., Muqsith, M. A., & Venus, A. (2022). Digital branding and entrepreneurship skills for millennials in Pabean Udik Village, Indramayu. *Community Empowerment*. <https://doi.org/10.31603/ce.8224>
- Ridwan, R., Kuswanti, A., Muqsith, M. A., & Venus, A. (2022). Digital branding and entrepreneurship skills for millennials in Pabean Udik Village, Indramayu. *Community Empowerment*. <https://doi.org/10.31603/ce.8224>
- Rozikin, A. C., Ziaulhaq, A., Azura, K., Fauziyah, A., Naja, S. D., Nafis, A., et al. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui media digital: Optimalisasi smart digital marketing berbasis aplikasi untuk penguatan usaha lokal warga Ngampel Kulon. *Karya Nyata: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.62951/karyanyata.v1i4.562>
- Santi, F., Setyawan, P., Maharani, D. S., & Ross, D. (2022). Education in digital marketing to expand market share in Kacangan Village, Kediri. *Community Empowerment*. <https://doi.org/10.31603/ce.7938>
- Sopingi, Z., & Zeffa, A. (2025). Empowerment of micro, small, and medium enterprises in villages based on technology through community service programs. *Jurnal Al Maesarah*. <https://doi.org/10.58988/jam.v4i1.426>
- Sumarmi, S., Muchran, M., & Nugroho, G. S. (2022). Entrepreneurship Training and Digital Marketing to Seize Business Opportunities. *Abdimas Galuh*. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i1.7136>
- Suryaningsih, P., & Putri, A. (2024). Training and mentoring youth in flavored banana chip production as a rural enterprise in Lang-Lang Village. *Journal of Community Service: In Economics, Business, and Islamic Finance*. <https://doi.org/10.24239/jcsebif.v2i1.3804.39-45>
- Tatpuje, D. U., Kakade, A., Jadhav, V., & Ganbote, A. (2022). A comparative study on advanced skills of technology and entrepreneurial skills with the awareness and preparedness among the rural youths. *Entrepreneurship Education*, 5, 21–35. <https://doi.org/10.1007/s41959-022-00063-1>