

Pelatihan Kepemimpinan dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Masyarakat di Era Teknologi di Yayasan Tajaul Karomatu Desa Situ Gadung Kabupaten Tangerang

**Indria Rahma¹, Rafael Hafizdin Bachri², Yoga Ananda Gusti Pramudya³,
Laila Irawati⁴**

Universitas Pamulang, Indonesia
rahmaindria7@gmail.com¹, rafaelhafizdinb@gmail.com²,
yogaanandagusti@gmail.com³, dosen02205@unpam.ac.id⁴

Submitted: 24th April 2026 | **Edited:** 30th June 2026 | **Issued:** 01st July 2026

Cited on: Rahma, I., Bachri, R. H., Pramudya, Y. A. G., & Irawati, L. (2026). Pelatihan Kepemimpinan dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Masyarakat di Era Teknologi di Yayasan Tajaul Karomatu Desa Situ Gadung Kabupaten Tangerang. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 6(2), 570-576.

ABSTRACT

The rapid advancement of technology has created both opportunities and challenges for communities in improving their economic independence. Leadership skills and digital marketing competencies have become essential factors in empowering individuals to adapt to the digital era and enhance their economic potential. Therefore, a Community Service Program (PKM) was conducted at Tajaul Karomatu Educational Foundation, Situ Gadung Village, Tangerang Regency. The purpose of this program was to enhance participants' understanding and skills in leadership and digital marketing to support economic self-reliance. The program was implemented on August 31, 2025, by three lecturers from Pamulang University. A total of 20 participants consisting of teachers and staff members attended the training. The implementation method included material presentations, practical sessions, discussions, and question-and-answer activities. The PKM activities were carried out through three stages: preparation, implementation, and reporting. The results of the program indicated an increase in participants' knowledge and awareness regarding effective leadership and the utilization of digital marketing strategies. Participants demonstrated greater understanding of digital platforms and their potential use in supporting entrepreneurial and economic activities. Overall, the training contributed positively to strengthening participants' competencies and encouraging greater economic independence in the technology-driven era.

Keywords: Leadership Training, Digital Marketing, Economic Independence, Community Empowerment, Technology Era

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era saat ini telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Lembaga pendidikan tidak lagi hanya berperan sebagai tempat transfer ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai pusat pengembangan keterampilan yang mampu menjawab tantangan zaman. Transformasi ini menuntut adanya peningkatan

kapasitas sumber daya manusia, terutama dalam aspek kepemimpinan dan pemanfaatan teknologi digital. Menurut Sari (2023), integrasi teknologi dalam kegiatan pendidikan dan sosial menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efektivitas pemberdayaan masyarakat di era digital.

Yayasan Tajaul Karomatu sebagai mitra kegiatan PKM merupakan lembaga pendidikan dan sosial yang telah berdiri sejak tahun 1951. Meskipun memiliki peran panjang dalam dunia pendidikan, hasil observasi awal menunjukkan bahwa yayasan masih menghadapi keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital, khususnya dalam bidang promosi kegiatan dan pengelolaan informasi berbasis digital. Selain itu, kemampuan kepemimpinan berbasis manajemen modern juga masih perlu ditingkatkan, terutama di kalangan guru dan staf. Kondisi ini sejalan dengan temuan Hidayat (2022) dan Lestari (2020) yang menyatakan bahwa lembaga pendidikan tradisional sering menghadapi tantangan dalam adaptasi teknologi dan penguatan kapasitas manajerial.

Dari aspek kepemimpinan, kemampuan seorang pemimpin dalam mengarahkan organisasi sangat menentukan keberhasilan institusi pendidikan. Kepemimpinan yang efektif tidak hanya berfokus pada aspek administratif, tetapi juga pada kemampuan mengambil keputusan strategis dan mendorong inovasi. Putra (2019) menjelaskan bahwa kepemimpinan transformasional dalam lembaga pendidikan mampu meningkatkan motivasi kerja dan kualitas layanan pendidikan. Sejalan dengan itu, Prasetyo (2023) menegaskan bahwa penguatan kapasitas sumber daya manusia menjadi kunci dalam menciptakan organisasi yang adaptif terhadap perubahan.

Selain kepemimpinan, digital marketing menjadi aspek penting dalam pengembangan lembaga di era teknologi. Pemanfaatan media digital dapat digunakan untuk memperluas jangkauan informasi, meningkatkan citra lembaga, serta mendukung kegiatan ekonomi berbasis masyarakat. Wibowo (2024) menyatakan bahwa digital marketing memberikan peluang besar bagi lembaga pendidikan dan sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing. Kurniawan (2022) juga menambahkan bahwa strategi komunikasi digital yang efektif dapat meningkatkan partisipasi publik dan mendukung keberlanjutan program lembaga.

Urgensi kegiatan pemberdayaan masyarakat semakin meningkat seiring dengan kebutuhan kemandirian ekonomi di tengah perkembangan teknologi. Masyarakat tidak hanya dituntut untuk memiliki pengetahuan, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat

diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Nugroho (2021) menjelaskan bahwa pemberdayaan berbasis keterampilan digital mampu meningkatkan peluang ekonomi masyarakat secara signifikan. Amalia (2021) juga menegaskan bahwa kegiatan pelatihan yang berorientasi pada peningkatan kapasitas masyarakat dapat memperkuat kemandirian ekonomi secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menjadi sangat penting untuk dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam menjawab permasalahan mitra. Melalui pelatihan kepemimpinan dan digital marketing, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas guru dan staf Yayasan Tajaul Karomatu dalam mengelola organisasi serta memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Yuliana (2025) dan Wibowo (2024) menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam penguatan kelembagaan dan peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat sekitar.

METODE

Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Yayasan Pendidikan Tajaul Karomatu, Desa Situ Gadung, Kabupaten Tangerang pada tanggal 31 Agustus 2025. Kegiatan ini dilaksanakan oleh tiga orang dosen Universitas Pamulang dengan melibatkan 20 peserta yang terdiri atas guru dan staf yayasan. Pelaksanaan PKM diawali dengan tahap persiapan yang meliputi survei lokasi, identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, serta koordinasi dengan pihak yayasan. Tahap ini dilakukan untuk memastikan materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta dalam menghadapi tantangan perkembangan teknologi, khususnya dalam aspek kepemimpinan dan digital marketing.

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dilakukan melalui metode pemaparan materi, praktik langsung, diskusi, dan tanya jawab. Materi kepemimpinan diberikan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola organisasi dan mengambil keputusan secara efektif, sedangkan materi digital marketing difokuskan pada pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan pengembangan ekonomi. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik sederhana terkait penggunaan media digital serta berdiskusi mengenai penerapannya

dalam lingkungan kerja maupun kegiatan ekonomi masyarakat. Selanjutnya, kegiatan diakhiri dengan tahap pelaporan yang mencakup dokumentasi, evaluasi hasil kegiatan, serta penyusunan laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan bahan perbaikan untuk kegiatan PKM selanjutnya.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Yayasan Tajaul Karomatu menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan kepemimpinan dan digital marketing memiliki relevansi yang tinggi dengan kebutuhan mitra. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital dan manajemen organisasi modern. Kondisi ini sejalan dengan temuan Surahman et al. (2023) yang menyatakan bahwa banyak lembaga pendidikan dan komunitas masih menghadapi kesenjangan literasi digital dalam implementasi teknologi informasi.

Pada tahap awal kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang cukup tinggi terhadap materi yang disampaikan. Hal ini terlihat dari partisipasi aktif dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Namun demikian, tingkat pemahaman awal peserta terkait konsep digital marketing masih tergolong rendah, khususnya dalam pemanfaatan media sosial untuk kegiatan promosi. Kondisi ini sesuai dengan temuan Firmansyah et al. (2024) yang menjelaskan bahwa keterbatasan literasi digital menjadi hambatan utama dalam optimalisasi pemasaran berbasis teknologi di tingkat komunitas.

Materi kepemimpinan yang diberikan dalam kegiatan ini difokuskan pada penguatan kemampuan manajerial, pengambilan keputusan, serta pengelolaan organisasi secara efektif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya peran kepemimpinan transformasional dalam meningkatkan kinerja lembaga. Hal ini didukung oleh pendapat Rahmawan dan Nurhayati (2025) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis kepemimpinan dapat meningkatkan efektivitas kerja dan motivasi sumber daya manusia dalam organisasi pendidikan.

Pada sesi digital marketing, peserta diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial, serta strategi branding sederhana. Setelah sesi pemaparan, peserta mengikuti praktik langsung dalam membuat konten sederhana untuk media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam memanfaatkan platform digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Afandi et al. (2024) yang menemukan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan keterampilan

digital peserta secara signifikan.

Selain itu, penggunaan metode praktik langsung dalam kegiatan PKM terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh. Model pembelajaran berbasis praktik ini sesuai dengan pendekatan yang dijelaskan oleh Kumagaya dan Suyarti (2025), bahwa pelatihan berbasis pengalaman langsung mampu mempercepat proses pemahaman dan keterampilan peserta.

Pada aspek diskusi, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan kendala yang dihadapi dalam pengelolaan kegiatan lembaga dan promosi digital. Diskusi ini menghasilkan beberapa temuan penting, seperti keterbatasan akses teknologi dan kurangnya pengalaman dalam penggunaan media digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Jayatri et al. (2024) yang menyebutkan bahwa kurangnya pengalaman teknis menjadi hambatan utama dalam penerapan digital marketing di masyarakat desa.

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya peningkatan motivasi peserta dalam mengembangkan lembaga melalui pendekatan digital. Beberapa peserta mulai memahami pentingnya branding lembaga melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Wibowo (2024) yang menyatakan bahwa digital marketing mampu meningkatkan visibilitas lembaga dan memperluas jangkauan informasi secara signifikan.

Dalam pelaksanaan kegiatan, metode tanya jawab menjadi salah satu bagian yang paling efektif dalam memperjelas pemahaman peserta. Banyak peserta yang mengajukan pertanyaan terkait strategi penggunaan media sosial secara optimal. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan rasa ingin tahu dan kesadaran akan pentingnya digitalisasi. Menurut Kurniawan et al. (2022), interaksi aktif dalam pelatihan dapat meningkatkan efektivitas transfer pengetahuan kepada peserta.

Tahap praktik juga menunjukkan hasil yang cukup baik, di mana peserta mampu membuat konten sederhana untuk promosi kegiatan lembaga. Walaupun masih dalam tahap dasar, kemampuan ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan digital. Hal ini sejalan dengan temuan Nugroho et al. (2021) yang menjelaskan bahwa pelatihan digital berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi teknis peserta secara bertahap.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta baik dalam aspek kepemimpinan maupun digital

marketing. Peserta mulai memiliki kesadaran akan pentingnya transformasi digital dalam pengelolaan lembaga pendidikan. Hal ini sesuai dengan pandangan Amalia. (2021) yang menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis pelatihan dapat meningkatkan kemandirian dan kapasitas masyarakat.

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya pola pikir baru di kalangan peserta dalam menghadapi perkembangan teknologi. Peserta mulai menyadari bahwa digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan. Menurut Prasetyo et al. (2023), perubahan mindset merupakan faktor penting dalam keberhasilan transformasi organisasi di era digital.

Evaluasi akhir kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan, meskipun masih diperlukan pendampingan lanjutan. Keberlanjutan program menjadi penting agar hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara optimal dalam kegiatan sehari-hari. Hal ini diperkuat oleh pendapat Sari et al. (2022) yang menyatakan bahwa pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan dalam program pemberdayaan masyarakat berbasis pelatihan.

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan PKM di Yayasan Tajaul Karomatu dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan kapasitas peserta, khususnya dalam bidang kepemimpinan dan digital marketing. Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam pengembangan lembaga. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dan partisipatif merupakan metode yang efektif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dapat disimpulkan berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi peserta. Pelatihan kepemimpinan dan digital marketing yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan guru dan staf dalam mengelola organisasi secara lebih efektif dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas kelembagaan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai konsep kepemimpinan yang adaptif serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pengembangan lembaga. Metode pelaksanaan yang meliputi pemaparan materi, praktik langsung, diskusi, dan tanya jawab terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi dan pemahaman

peserta. Meskipun demikian, masih diperlukan pendampingan lanjutan agar penerapan keterampilan digital marketing dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat di era teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Lubis, M. A., & Hayati, I. (2024). Empowering MSMEs through digital marketing training. *Community Empowerment*, 9(2), 98–107.
- Amalia, F. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pelatihan Keterampilan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 50–60.
- Firmansyah, M. A., Walda, A. V., & Rahmadi, D. (2024). Empowering digital pioneers: optimalisasi strategi pemasaran di era transformasi digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa*, 6(2), 45–58.
- Hidayat, R. (2022). Tantangan Transformasi Digital pada Lembaga Pendidikan Tradisional. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 10(1), 45–56.
- Jayatri, F., Putri, D. Y., & Halim, F. A. (2024). Digital marketing training for village MSMEs empowerment. *Indonesia Berdampak: Jurnal PKM*, 2(1), 60–70.
- Kumagaya, J. P., & Suyarti, S. (2025). Entrepreneurial self-efficacy in rural digital marketing training. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 33–44.
- Kurniawan, T. (2022). Komunikasi Digital dan Peningkatan Partisipasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 11(2), 130–142.
- Kurniawan, T., Sulaeman, S., & Aditya, R. (2022). Communication effectiveness in digital training programs. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 10(2), 101–110.
- Lestari, M. (2020). Adaptasi Teknologi dalam Dunia Pendidikan dan Sosial. *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 7(2), 88–97.
- Nugroho, A. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Digital di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 201–210.
- Nugroho, A., Amalia, F., & Lestari, M. (2021). Digital empowerment in community-based training programs. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 50–60.
- Prasetyo, B. (2023). Penguatan SDM dalam Transformasi Organisasi Pendidikan. *Jurnal Pengembangan SDM*, 9(2), 66–78.
- Putra, I. (2019). Kepemimpinan Transformasional dalam Lembaga Pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 6(1), 33–41.
- Rahmawan, A., & Nurhayati, S. (2025). Improving MSME marketing skill through active learning-based digital marketing training. *Empowerment: Jurnal Ilmiah Pendidikan Luar Sekolah*, 14(1), 1–12.
- Sari, D. (2023). Integrasi Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat Pendidikan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(2), 112–120.
- Surahman, S., Hariyadi, S., & Barus, B. (2023). Digital marketing strategy and implementation of multi-channel for traditional retail. *Community Empowerment*, 8(10), 1512–1517.
- Wibowo, S. (2024). Strategi Digital Marketing pada Lembaga Pendidikan di Era Modern. *Jurnal Digital Marketing Indonesia*, 3(1), 15–27.
- Yuliana, R. (2025). Efektivitas Pelatihan Berbasis Digital dalam Peningkatan Kompetensi SDM. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 4(2), 101–110.