

Pendampingan Digital Teacherpreneurship Dalam Meningkatkan Kapasitas Kewirausahaan Guru TK Berbasis Literasi Pemasaran Digital Di Kecamatan Telaga

Rahmawati Sarizki Habie^{1*}, Andi Tenri Ampa², Noor Hasana Hakim³, Alfiana Damasinta⁴, Ratna S⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

Email ^{1*}rahmahabie@unm.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak - Penguatan kapasitas kewirausahaan guru menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong kemandirian ekonomi pendidik di tengah berkembangnya ekosistem ekonomi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di sekolah pada tanggal 21 Mei 2026 dengan sasaran peserta guru-guru TK di Kecamatan Telaga. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan guru dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis digital melalui konsep Digital Teacherpreneurship. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL) yang terdiri atas tahap identifikasi kebutuhan kewirausahaan guru, pendampingan literasi pemasaran digital, dan praktik penyusunan strategi promosi produk berbasis teknologi sederhana. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, diskusi kelompok, dokumentasi kegiatan, dan evaluasi hasil praktik peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan Digital Teacherpreneurship mampu meningkatkan pemahaman guru mengenai konsep kewirausahaan modern, pemanfaatan media digital untuk promosi, penyusunan deskripsi produk, serta strategi pemasaran sederhana yang dapat diterapkan melalui perangkat laptop dan media sosial. Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya kesadaran kolektif bahwa guru TK dapat mengembangkan potensi ekonomi secara etis, kreatif, dan profesional tanpa mengabaikan tugas utama sebagai pendidik. Dengan demikian, pendampingan Digital Teacherpreneurship menjadi model pemberdayaan yang relevan untuk memperkuat literasi kewirausahaan guru di era transformasi digital.

Kata Kunci: Digital Teacherpreneurship, Kewirausahaan Guru TK, Literasi Digital, Pemasaran Digital, Pengabdian Masyarakat.

Abstract - Strengthening teachers' entrepreneurial capacity is an important strategy to encourage educators' economic independence amid the rapid growth of the digital economy ecosystem. This community service program was conducted at a school on May 21, 2026, involving kindergarten teachers in Telaga District as the main audience. The program aimed to improve teachers' understanding and skills in developing digital-based entrepreneurship through the concept of Digital Teacherpreneurship. The implementation method used a Participatory Action Learning (PAL) approach consisting of three stages: identifying teachers' entrepreneurial needs, mentoring digital marketing literacy, and practicing the development of product promotion strategies using simple digital technology. Data were collected through participatory observation, group discussion, activity documentation, and evaluation of participants' practical outputs. The results showed that Digital Teacherpreneurship mentoring improved teachers' understanding of modern entrepreneurship, the use of digital media for promotion, product description writing, and simple marketing strategies that can be applied through laptops and social media. This activity also encouraged collective awareness that kindergarten teachers can develop economic potential ethically, creatively, and professionally without neglecting their main role as educators. Therefore, Digital Teacherpreneurship mentoring is a relevant empowerment model to strengthen teachers' entrepreneurial literacy in the era of digital transformation.

Keywords: Digital Teacherpreneurship, Kindergarten Teacher Entrepreneurship, Digital Literacy, Digital Marketing, Community Service.

1. PENDAHULUAN

Perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi telah membawa konsekuensi besar terhadap peran guru dalam kehidupan masyarakat. Guru tidak lagi hanya dipandang sebagai aktor utama dalam proses pembelajaran, tetapi juga sebagai individu profesional yang dituntut adaptif, kreatif, dan mampu merespons berbagai perubahan zaman. Fenomena ini juga terlihat pada guru-guru TK di Kecamatan Telaga yang berada dalam lingkungan sekolah dengan tuntutan kerja pedagogik, administrasi, komunikasi dengan orang tua, dan kebutuhan adaptasi teknologi yang semakin meningkat.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa banyak guru TK sebenarnya memiliki minat dan potensi dalam bidang kewirausahaan. Sebagian guru memiliki produk rumahan, jasa sederhana, keterampilan kreatif, atau ide usaha yang dapat dikembangkan dari lingkungan sekolah dan masyarakat sekitar. Namun, potensi tersebut sering belum berkembang secara optimal karena keterbatasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran, rendahnya literasi digital, kurangnya kemampuan membuat deskripsi produk yang menarik, serta belum maksimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Akibatnya, usaha yang dijalankan guru cenderung hanya dikenal oleh lingkungan terbatas, seperti keluarga, teman dekat, rekan kerja, atau wali murid.

Dalam konteks inilah konsep Digital Teacherpreneurship menjadi relevan. Digital Teacherpreneurship dapat dipahami sebagai kemampuan guru untuk mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan, kreativitas, literasi digital, dan etika profesi dalam mengembangkan aktivitas ekonomi produktif. Konsep ini tidak mendorong guru meninggalkan peran utamanya sebagai pendidik, melainkan memperkuat kapasitas guru agar mampu mengelola potensi ekonomi secara bijak, profesional, dan sesuai dengan perkembangan teknologi.

Transformasi digital memberikan peluang luas bagi guru untuk memasarkan produk atau jasa secara lebih efektif. Melalui perangkat sederhana seperti laptop, telepon pintar, media sosial, WhatsApp Business, dan platform digital lainnya, guru dapat memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan konsumen, menyusun katalog sederhana, serta mengembangkan jejaring promosi. Namun, pemanfaatan teknologi tersebut membutuhkan pendampingan yang tepat agar guru tidak hanya menggunakan media digital secara teknis, tetapi juga memahami strategi pemasaran, nilai produk, segmentasi konsumen, dan etika promosi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di salah satu sekolah di Kecamatan Telaga pada tanggal 21 Mei 2026 dengan peserta utama guru-guru TK di Kecamatan Telaga. Kegiatan ini dirancang sebagai bentuk pendampingan kepada guru dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan berbasis literasi pemasaran digital. Kebaruan kegiatan ini terletak pada penggabungan antara konsep kewirausahaan guru TK, praktik pemasaran digital, dan pendampingan berbasis pengalaman langsung. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga diajak berdiskusi, memetakan potensi usaha, memahami strategi promosi, dan mempraktikkan penyusunan materi pemasaran digital.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman guru TK mengenai kewirausahaan digital, memperkuat keterampilan guru dalam memanfaatkan teknologi sederhana untuk promosi produk, serta membangun kesadaran bahwa guru dapat menjadi pribadi yang mandiri secara ekonomi tanpa mengabaikan integritas profesional di lingkungan sekolah.

2. PROGRAM METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL). Pendekatan ini dipilih karena menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran, bukan hanya sebagai penerima materi. Melalui PAL, peserta dilibatkan secara langsung dalam diskusi, identifikasi masalah, praktik, refleksi, dan evaluasi hasil kegiatan.

Kegiatan dilaksanakan di sekolah pada tanggal 21 Mei 2026 melalui bentuk pendampingan kewirausahaan guru berbasis literasi pemasaran digital. Sasaran kegiatan adalah guru-guru TK di Kecamatan Telaga yang memiliki ketertarikan terhadap pengembangan kewirausahaan, baik yang telah memiliki usaha maupun yang baru ingin memulai usaha. Pelaksanaan kegiatan berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam mengelola potensi usaha melalui media digital.

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahap utama sebagai berikut.

2.1 Tahap Identifikasi Kebutuhan dan Diskusi Kewirausahaan Guru

Tahap pertama dilakukan melalui diskusi awal bersama guru-guru TK untuk mengidentifikasi pemahaman mengenai kewirausahaan, pengalaman usaha yang pernah dilakukan,

jenis produk atau jasa yang berpotensi dikembangkan, serta kendala yang dihadapi dalam pemasaran. Pada tahap ini, peserta diberikan ruang untuk menyampaikan pengalaman, hambatan, dan harapan terhadap kegiatan pendampingan.

Permasalahan yang umumnya muncul meliputi keterbatasan kemampuan promosi, belum adanya strategi pemasaran yang terstruktur, kurang percaya diri dalam menawarkan produk, serta belum optimalnya pemanfaatan media digital. Hasil identifikasi ini menjadi dasar bagi tim pengabdian dalam menyusun materi dan praktik yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

2.2 Tahap Pendampingan Digital Teacherpreneurship

Tahap kedua berupa pemberian materi mengenai konsep Digital Teacherpreneurship. Materi yang diberikan meliputi pengenalan kewirausahaan guru, pentingnya literasi digital dalam pemasaran, strategi membangun nilai produk, teknik komunikasi promosi, penggunaan media sosial untuk usaha, serta prinsip etika dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan bagi guru.

Pada tahap ini, peserta juga diberikan pemahaman bahwa kewirausahaan guru bukan hanya tentang menjual produk, tetapi juga tentang membangun pola pikir kreatif, mandiri, inovatif, dan solutif. Guru diarahkan untuk memahami bahwa aktivitas kewirausahaan dapat menjadi sarana pengembangan diri, peningkatan kesejahteraan, serta penguatan kompetensi sosial dan ekonomi.

2.3 Tahap Praktik Pemasaran Digital dan Evaluasi Hasil

Tahap ketiga dilakukan melalui praktik langsung menggunakan laptop dan perangkat digital sederhana. Peserta diarahkan untuk menyusun deskripsi produk, membuat kalimat promosi, menentukan target konsumen, serta merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk atau jasa yang dimiliki.

Praktik ini dilakukan secara partisipatif dan interaktif. Peserta didampingi untuk memahami cara menyampaikan keunggulan produk, memilih kata-kata promosi yang menarik, serta merancang bentuk komunikasi pemasaran yang sederhana tetapi efektif. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap keterlibatan peserta, kemampuan peserta memahami materi, serta hasil praktik berupa rancangan promosi digital.

Teknik analisis data dalam kegiatan ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi langsung, diskusi kelompok, dokumentasi kegiatan, dan refleksi peserta selama proses pendampingan berlangsung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di sekolah pada tanggal 21 Mei 2026 menunjukkan bahwa guru-guru TK di Kecamatan Telaga memiliki antusiasme yang tinggi dalam mengikuti pendampingan kewirausahaan berbasis digital. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam berdiskusi, menyampaikan pengalaman usaha, bertanya mengenai strategi promosi, serta mengikuti praktik penyusunan materi pemasaran digital.

3.1 Peningkatan Kesadaran Kewirausahaan Guru

Pada tahap awal kegiatan, peserta diajak untuk merefleksikan potensi ekonomi yang dapat dikembangkan oleh guru TK. Diskusi menunjukkan bahwa sebagian guru memiliki ketertarikan terhadap aktivitas usaha, tetapi belum memiliki strategi yang jelas untuk mengembangkannya. Beberapa peserta menganggap kewirausahaan sebagai aktivitas tambahan yang sulit dilakukan karena keterbatasan waktu dan tanggung jawab mengajar.

Melalui pendampingan ini, peserta mulai memahami bahwa kewirausahaan guru dapat dilakukan secara sederhana, terencana, dan tidak harus mengganggu tugas utama sebagai pendidik. Guru dapat memulai dari potensi kecil yang dimiliki, seperti produk makanan, jasa bimbingan, produk kreatif, alat tulis, atau usaha berbasis kebutuhan komunitas sekolah. Pemahaman ini menjadi langkah awal dalam membangun mental kewirausahaan yang lebih positif.



Gambar 1. Diskusi Awal Pemetaan Kebutuhan Kewirausahaan Guru TK Di Kecamatan Telaga.

Gambar 1 menunjukkan proses diskusi awal antara tim pengabdian dan guru-guru TK di Kecamatan Telaga. Pada sesi ini, peserta menyampaikan pengalaman, kendala, serta peluang usaha yang dapat dikembangkan. Diskusi ini menjadi bagian penting dalam pendekatan Participatory Action Learning karena peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat dalam proses identifikasi masalah dan solusi.

3.2 Penguatan Literasi Pemasaran Digital

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya literasi pemasaran digital. Sebelum kegiatan, sebagian peserta belum memahami bahwa media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang murah, mudah, dan dapat menjangkau konsumen lebih luas. Promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional, seperti menawarkan produk secara langsung atau melalui komunikasi personal.

Setelah pendampingan, peserta memahami bahwa media digital dapat digunakan untuk membangun identitas produk, menyampaikan informasi usaha, memperluas jejaring konsumen, dan meningkatkan kepercayaan pembeli. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya foto produk, deskripsi produk, harga yang jelas, testimoni, serta konsistensi komunikasi dalam pemasaran digital.

Materi Digital Teacherpreneurship memberikan wawasan bahwa guru perlu memiliki kemampuan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Kemampuan ini tidak hanya bermanfaat untuk kegiatan pembelajaran, tetapi juga dapat mendukung pengembangan ekonomi produktif. Guru yang memiliki literasi digital yang baik akan lebih mudah memanfaatkan peluang usaha dan mengelola promosi secara efisien.



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Teacherpreneurship Kepada Guru-Guru Tk.

Gambar 2 menunjukkan proses penyampaian materi mengenai kewirausahaan digital dan literasi pemasaran kepada guru-guru TK. Pada sesi ini, peserta memperoleh pemahaman mengenai konsep *teacherpreneurship*, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi promosi sederhana yang dapat diterapkan dalam aktivitas usaha guru.

3.3 Praktik Penyusunan Strategi Promosi Produk Guru

Tahap praktik menjadi bagian penting dalam kegiatan ini karena peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mencoba menerapkannya secara langsung. Peserta diarahkan untuk menyusun kalimat promosi yang sesuai dengan produk atau jasa yang ingin dikembangkan. Dalam praktik ini, guru belajar membuat deskripsi produk yang ringkas, menarik, dan mudah dipahami oleh calon konsumen.

Pendampingan juga menekankan pentingnya menampilkan nilai produk. Peserta tidak hanya diarahkan untuk menyebutkan nama dan harga produk, tetapi juga menjelaskan manfaat, keunggulan, kualitas, cara pemesanan, dan alasan konsumen perlu memilih produk tersebut. Dengan demikian, guru mulai memahami bahwa pemasaran digital membutuhkan strategi komunikasi yang terencana.

Selain itu, peserta didorong untuk memanfaatkan media sosial dan jejaring lokal sebagai sarana promosi. Jejaring guru, orang tua siswa, komunitas sekolah, dan masyarakat sekitar dapat menjadi pasar potensial yang dikembangkan secara etis. Strategi ini memungkinkan guru memulai usaha dari lingkungan terdekat sebelum memperluas jangkauan pemasaran.



Gambar 3. Praktik Penyusunan Strategi Pemasaran Digital Berbasis Produk Guru TK.

Gambar 3 menunjukkan proses pendampingan praktik menggunakan laptop. Pada sesi ini, guru-guru TK didampingi dalam menyusun materi promosi digital, mengidentifikasi target konsumen, serta merancang komunikasi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk masing-masing.

3.4 Dampak Kegiatan terhadap Kapasitas Guru

Secara umum, kegiatan yang dilaksanakan di sekolah pada tanggal 21 Mei 2026 ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan guru TK di Kecamatan Telaga. Dampak tersebut terlihat dari meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam mengembangkan ide usaha, kemampuan memahami dasar-dasar pemasaran digital, serta kesadaran bahwa teknologi dapat digunakan sebagai alat produktif untuk mendukung kemandirian ekonomi.

Kegiatan ini juga memperkuat pemahaman bahwa guru dapat menjadi agen perubahan ekonomi di lingkungan sekolah dan masyarakat. Dengan bekal literasi kewirausahaan dan digital, guru tidak hanya mampu mengembangkan diri secara profesional, tetapi juga dapat menjadi contoh bagi peserta didik dalam membangun karakter mandiri, kreatif, dan inovatif.

Novelty dari kegiatan ini terletak pada pendekatan Digital Teacherpreneurship yang memadukan penguatan kewirausahaan guru TK, literasi pemasaran digital, praktik langsung berbasis teknologi sederhana, dan kesadaran etika profesi. Pendekatan ini relevan untuk diterapkan pada komunitas guru TK karena bersifat praktis, mudah diadaptasi, dan sesuai dengan kebutuhan pengembangan kapasitas pendidik di era digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di sekolah pada tanggal 21 Mei 2026, dapat disimpulkan bahwa pendampingan Digital Teacherpreneurship mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan guru-guru TK di Kecamatan Telaga dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis literasi pemasaran digital. Guru memperoleh wawasan mengenai pentingnya kewirausahaan sebagai bagian dari pengembangan diri dan kemandirian ekonomi, sekaligus memahami bahwa aktivitas usaha dapat dilakukan secara profesional tanpa mengabaikan tugas utama sebagai pendidik.

Kegiatan ini berhasil mendorong peserta untuk mengenali potensi usaha, memahami strategi promosi digital, menyusun deskripsi produk, serta merancang komunikasi pemasaran yang sederhana dan aplikatif. Pendekatan Participatory Action Learning terbukti sesuai karena memberikan ruang kepada peserta untuk berdiskusi, mempraktikkan materi, dan merefleksikan pengalaman secara langsung.

Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa Digital Teacherpreneurship dapat menjadi model pemberdayaan guru TK yang relevan di era transformasi digital. Melalui pendampingan yang tepat, guru dapat meningkatkan kapasitas kewirausahaan, memperluas peluang ekonomi, dan tetap menjaga integritas profesional sebagai pendidik di lingkungan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Duong, C. D. (2024). Digital entrepreneurial education and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101032.
- Gracia-Zomeño, A., et al. (2025). Teachers' practices in developing entrepreneurial competence in educational centres. *Societies*, 15(6), 104.
- Jubaidah, W., Munawaroh, S., Nurhidayati, S., Fanani, A., & Oetomo, B. B. (2025). Peningkatan kapasitas UMKM Kampung Sukan Tengah melalui pelatihan storytelling produk dan pemasaran digital berbasis WhatsApp Business. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(1), 236-251.
- Liang, Y., et al. (2025). Shaping digital entrepreneurial intention in higher education: The role of entrepreneurship education, creativity, and digital literacy. *Journal of Innovation and Knowledge*, 10(3).
- Putrayasa, I. M., Suwindia, I. G., & Ari Winangun, I. M. (2024). Transformasi literasi di era digital: Tantangan dan peluang bagi generasi muda. *Review Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(2), 156-165.
- Rabbani, M. A., et al. (2025). Sosialisasi dan pelatihan digitalisasi UMKM melalui WhatsApp Business. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 1-10.
- Rinnanik, R., et al. (2023). Digital marketing strategy for strengthening MSMEs in the post-pandemic era. *Human: Journal of Community and Public Service*, 2(1), 12-21.
- Siswanto, R., et al. (2025). Smart teacherpreneurs of Harapan Island: Building teacher entrepreneurial competence through digital-based community service. *Unram Journal of Community Service*, 6(1), 1-8.
- Soleh, N., Fajriah, F., & Rahman, F. (2024). Kontribusi mahasiswa dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mewujudkan visi Indonesia Emas 2045. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Cerdas*, 1(1), 22-28.
- Umiyati, H., et al. (2025). International community service in Cianjur, West Java: Digital marketing training and MSME empowerment. *MOVE: Journal of Community Service and Engagement*, 4(3), 55-62.
- Wibowo, A. (2024). Using technology acceptance model to investigate digital entrepreneurial intention among vocational students. *Cogent Education*, 11(1), 2314253.
- Wibowo, A., & Saptono, A. (2021). Entrepreneurship education and teacher readiness in developing entrepreneurial character in schools. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 101-112.