

EDUKASI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN RITEL BERKELANJUTAN UNTUK MENDUKUNG PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN ANAK MUDA DENGAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI

**Apryanus Fallo, Stefanie Noviega Bribin Burin, Septiani Arbania, Selfiana Goetha,
Ignatia Thomasita Bau Mau, Anggraeny Paridy, Mariano Firmansyah, Hedwigh
H.T Lejap, Simon Sia Niha, Mohhamad Akbar Nursad, Yohana Herodian Suni**

Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandira
Stefanieburin@gmail.com

Abstract

This community service activity aims to improve the knowledge, skills, and motivation of young people in developing environmentally friendly and sustainable digital technology-based retail businesses. The program is implemented through a community organizing approach using participatory methods that actively involve participants from the planning, implementation, and evaluation stages. The activity began with a pre-test to measure participants' initial understanding of the retail business, entrepreneurial interest, socio-environmental impacts, and the use of social media as a marketing tool. This was followed by outreach and Focus Group Discussions (FGDs) to deepen understanding and explore ideas and challenges faced by young people in starting a business. The activity continued with training and mentoring on digital marketing strategies, promotional content creation, and the development of simple business plans. At the end of the activity, a post-test was administered to evaluate the participants' knowledge and skills. The results of the activity showed significant improvements in understanding of the retail business, the ability to utilize social media for marketing, and entrepreneurial motivation among young people. Furthermore, this activity also encouraged the formation of a young entrepreneur community as a forum for collaboration and joint business development. Overall, this community service activity has had a positive impact on the economic empowerment of young people by strengthening their digital entrepreneurial capacity, which is creative, independent, and oriented towards social and environmental sustainability.

Keywords: business, retail, social media, entrepreneurship.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi anak muda dalam mengembangkan usaha ritel berbasis teknologi digital yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Program ini dilaksanakan melalui pendekatan pengorganisasian komunitas dengan metode partisipatif yang melibatkan peserta secara aktif sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Tahapan kegiatan diawali dengan pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta mengenai bisnis ritel, minat berwirausaha, dampak sosial-lingkungan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Selanjutnya dilakukan sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD) untuk memperdalam pemahaman dan menggali ide serta tantangan yang dihadapi anak muda dalam memulai usaha. Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan mengenai strategi pemasaran digital, pembuatan konten promosi, serta penyusunan rencana bisnis sederhana. Di akhir kegiatan, dilakukan post-test guna mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pemahaman bisnis ritel, kemampuan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, serta motivasi berwirausaha di kalangan anak muda. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya komunitas wirausaha muda sebagai wadah kolaborasi dan pengembangan usaha bersama.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi anak muda melalui penguatan kapasitas kewirausahaan digital yang kreatif, mandiri, dan berorientasi pada keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Keywords: *bisnis, ritel, media sosial, kewirausahaan.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, termasuk dalam sektor ritel (Budiarti et al., 2024). Aktivitas retailing meliputi kegiatan usaha yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk penggunaan pribadi, keluarga, atau rumah tangga (Adji & Subagio, 2013). Zaman sekarang ini, anak muda perlu diarahkan untuk dapat memulai aktivitas wirausaha atau yang ingin memulai atau mengembangkan usaha di bidang ritel. Akses yang lebih luas ke berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk pemasaran, transaksi, dan manajemen bisnis menjadi salah satu keuntungan. Namun, tantangan besar yang dihadapi oleh para wirausaha muda adalah bagaimana mereka dapat menjalankan bisnis ritel yang tidak hanya kompetitif tetapi juga berkelanjutan. Selain itu, era digital ini bukan saja membawa dampak baik namun, dampak negative juga tentunya ada dan menjadi salah satu tantangan besar sektor ritel.

Untuk itu diperlukan suatu upaya dalam meningkatkan pengetahuan peritel dalam membangun suatu strategi dalam meningkatkan usaha ritelnya. Seharusnya usaha ritel menjadi perhatian dari berbagai kalangan baik akademisi maupun praktisi dalam membantu keberlanjutan usaha di masa depan (Ekawati & Lie Sha, 2019). Pemasaran ritel berkelanjutan menjadi konsep yang

semakin penting dalam dunia bisnis modern. Konsumen saat ini lebih sadar akan dampak lingkungan dari produk yang mereka beli, sehingga mereka cenderung memilih merek yang menerapkan prinsip keberlanjutan dalam operasional dan strategi pemasarannya. Masih banyak anak muda yang ingin memulai berbisnis namun belum memahami bagaimana cara mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam strategi pemasaran mereka. Anak muda saat ini khususnya generasi Z menjadi salah satu pembeli paling konsumtif Dimana mereka akan segera membelanjakan uang yang telah mereka dapatkan (Isnawati et al., 2022)

Hal utama yang perlu disosialisasikan adalah menumbuhkan niat berwirausaha di kalangan anak muda. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada saat ini menjadi isu nasional yang menjadi program pemerintah yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, khususnya generasi muda sehingga mereka bisa meningkatkan daya saing di bidang ekonomi (Syarifah et al., 2022). Selain menumbuhkan niat dalam berwirausaha, anak muda juga harus memiliki keterampilan manajemen. Keterampilan manajemen retail tidak hanya berfokus pada aspek pemasaran, tetapi juga mencakup pengelolaan sumber daya, struktur organisasi, dan pelayanan kepada konsumen. Pelatihan yang mumpuni akan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan agar pelaku UMKM dapat mengelola usaha mereka secara lebih

profesional dan efisien (Suprpto et al., 2025).

Orang Muda Katolik merupakan salah satu komunitas katolik di. Dalam komunitas ini masih banyak anak muda yang belum memiliki pekerjaan karena masih kuliah ataupun masih belum mendapatkan pekerjaan. Banyak juga anak muda yang bukan dari latar belakang manajemen bisnis sehingga, pemahaman akan minat berwirausaha masih rendah. Anak muda dapat diarahkan untuk dapat membangun bisnis ritel dari sekarang dengan melihat berbagai kesempatan misalnya tidak membutuhkan modal yang besar misalnya Menjadi reseller atau dropshipper: Menjual produk tanpa harus menyimpan stok barang sendiri. Jualan produk handmade: Seperti aksesoris, pakaian, atau makanan ringan. Banyak bisnis ritel yang awalnya dimulai dari kecil, berkembang pesat karena strategi pemasaran digital yang tepat. Dengan pemanfaatan media sosial yang tepat maka bisnis ritel dapat berkembang baik.

Sebagai komunitas untuk bertumbuh tentu adanya perkumpulan ini dapat berdampak baik bagi para anak muda yang ingin menumbuhkan jiwa wirausahanya secara pribadi ataupun kelompok. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan jiwa wirausaha anak muda dengan memberikan edukasi tentang strategi pemasaran khususnya bisnis retail berkelanjutan yang dapat menjadi fokus anak muda saat ini dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu pemanfaatan teknologi dengan menggunakan media sosial. Sebagai situs jejaring social media memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi (Ervina Indoworo, 2016).

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pendekatan pengorganisasian komunitas, yang melibatkan sosialisasi dan adanya pendampingan dalam seluruh proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi bagi peserta yang memiliki niat untuk memulai berwirausaha dalam sektor ritel. Proses awal dilakukan dengan pendekatan partisipasi, yang dimulai dengan identifikasi kebutuhan melalui survey awal berupa wawancara Tujuan dari proses ini adalah untuk menggali potensi lokal, permasalahan yang dihadapi, dan harapan peserta terhadap program ini. Hasil ini juga menentukan tempat dan waktu terjadinya kegiatan ini.

Tahapan berikutnya dimulai dengan melakukan Pre-Test. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman dan pengetahuan peserta akan bisnis ritel, keinginan untuk berwirausaha, dampak sosial dan lingkungan dari bisnis ritel yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, pemanfaatan teknologi dalam hal ini penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Setelah dilakukannya Pre-Test tersebut, dilanjutkan dengan sosialisasi berkaitan dengan materi-materi tersebut. Kegiatan sosialisasi ini juga diisi oleh narasumber yang mempunyai bisnis ritel di Kota Kupang sebagai contoh yang juga memberikan inspirasi usaha keluarga ini.

Selanjutnya, para peserta diberi kesempatan untuk bertanya dalam FGD atau *Focus Group Discussion*. Setelah adanya diskusi tersebut, maka tim pengabdian akan melakukan pelatihan pemanfaatan teknologi dalam hal ini penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Setelah pelatihan dan pendampingan selesai, kegiatan di tutup

dengan Post Test untuk mengukur keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat ini berlangsung pada Sabtu, 08 November 2025. Di hadiri oleh Orang Muda Khatolik (OMK) dengan jumlah peserta 20 orang yang merupakan gabungan dari beberapa OMK di BTN Kolhwa dan OMK di Tova. Salah satu tujuan kegiatan ini ada mendorong anak muda untuk menjadi wirausaha khususnya UMKM ritel. Peran UMKM dalam Perekonomian di Indonesia sangat penting sebagai pencipta lapangan kerja, penyedia barang dan jasa, bahkan penghasil devisa (Supriyadi, 2021).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada peningkatan pemahaman, keterampilan, dan motivasi anak muda dalam berwirausaha di sektor ritel, dengan penekanan pada aspek keberlanjutan lingkungan dan pemanfaatan teknologi digital. Seluruh tahapan kegiatan dimulai dari pre-test, sosialisasi, FGD, pelatihan, hingga post-test menghasilkan beberapa hal penting sebagai berikut:

Kegiatan diawali dengan melakukan Pre Test. Tahap pre-test dilakukan untuk mengukur tingkat pengetahuan awal dan kesiapan anak muda sebelum mendapatkan materi. Berdasarkan hasil pengukuran awal, diperoleh beberapa temuan:

- Sebagian besar peserta belum memahami secara mendalam konsep bisnis ritel, termasuk cara mengelola stok, menentukan harga jual, dan strategi promosi.
- Hanya sebagian kecil (sekitar 35%) yang pernah mencoba usaha kecil secara online, namun belum berkelanjutan.

- Motivasi berwirausaha cukup tinggi (sekitar 70%), tetapi belum disertai dengan pemahaman yang matang tentang perencanaan bisnis.
- Pemanfaatan media sosial untuk kegiatan pemasaran masih terbatas pada penggunaan pribadi, bukan sebagai sarana bisnis yang terarah.
- Kesadaran terhadap dampak sosial dan lingkungan bisnis ritel masih rendah, di bawah 50%.

Hasil ini menunjukkan perlunya pendekatan pembelajaran yang interaktif dan praktis untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan anak muda.

Setelah Pre Test ini dilanjutkan dengan sosialisasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam bisnis ritel, Sosialisasi untuk menumbuhkan minat berwirausaha, Sosialisasi tentang dampak sosial dan lingkungan dari bisnis ritel yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, dan Sosialisasi dan pelatihan tentang pemanfaatan teknologi dalam hal ini penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Peserta cukup antusias dalam mengikuti sosialisasi ini. Setelah itu dilanjutkan dengan melakukan FGD sehingga terbukalah ruang diskusi bagi para peserta yang ingin bertanya.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi dan Diskusi



Gambar 2 Tim Pengabdian Bersama perwakilan OMK

Diskusi diawali dengan beberapa pertanyaan yang muncul secara spontan dari para peserta. Berikut contoh pertanyaan yang diajukan:

1. “Bagaimana cara memulai bisnis ritel kalau kita belum punya modal besar? Apakah bisa mulai dari hal kecil tapi tetap terlihat profesional?”

2. “Saya sudah pernah mencoba jualan online, tapi sulit mempertahankan pembeli. Bagaimana cara menjaga konsistensi dan menarik pelanggan agar tidak bosan?”

3. “Apakah penggunaan media sosial benar-benar bisa menggantikan toko fisik? Karena saya lihat banyak juga yang akhirnya kembali ke cara konvensional.”

4. “Kalau kita masih kuliah, bagaimana cara membagi waktu antara usaha dan belajar? Kadang ide usaha sudah ada, tapi waktunya tidak cukup.”

5. “Apakah usaha ritel bisa tetap dijalankan dengan memperhatikan dampak lingkungan? Apa contoh bisnis ritel yang ramah lingkungan?”

Setelah itu, tim pengabdian juga memberikan tanggapan berupa jawaban

dari pertanyaan para peserta. Selama diskusi, peserta lain turut memberikan pengalaman mereka, misalnya ada yang berbagi tentang kegagalan bisnis online sebelumnya, dan bagaimana belajar dari kesalahan tersebut. Diskusi ini juga memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memberikan tanggapannya.

Diskusi yang sudah berakhir dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan media sosial yang menarik dan para peserta didampingi untuk membuat akun dengan menggunakan strategi pemasaran yang menarik.

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, post-test dilakukan untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan:

Tabel 1.1 Hasil Pre-Test dan Post- Test

Aspek yang Dinilai	Sebelum (Pre-Test)	Sesudah (Post-Test)	Peningkatan
Pemahaman bisnis ritel	52%	88%	+36%
Motivasi berwirausaha	70%	95%	+25%
Pemanfaatan media sosial	45%	90%	+45%
Kesadaran sosial & lingkungan	48%	84%	+36%
Keterampilan membuat konten promosi	30%	87%	+57%

Dari hasil tersebut, terlihat bahwa kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan, motivasi, dan keterampilan anak muda secara signifikan dalam berwirausaha di sektor ritel berbasis teknologi.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat bagi anak muda ini memberikan hasil yang sangat positif dalam meningkatkan pengetahuan,

keterampilan, dan semangat berwirausaha di bidang bisnis ritel berbasis media sosial. Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi pre-test, sosialisasi, diskusi kelompok (FGD), pelatihan, pendampingan, dan post-test, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep wirausaha ritel yang modern, ramah lingkungan, serta berkelanjutan.

Peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial, sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan motivasi dan rasa percaya diri bagi anak muda untuk mulai berwirausaha, meskipun dengan sumber daya yang terbatas.

FGD menjadi sarana efektif untuk berbagi pengalaman, menggali ide kreatif, serta memperkuat semangat kolaborasi antarpeserta. Dari proses ini, muncul inisiatif untuk membentuk komunitas wirausaha muda yang berorientasi pada kerja sama dan saling mendukung dalam mengembangkan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memperkuat kapasitas anak muda sebagai calon pelaku usaha yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing. Kegiatan ini juga berkontribusi dalam membangun kesadaran pentingnya kewirausahaan berkelanjutan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam praktik bisnis ritel modern.

DAFTAR PUSTAKA

Adji, P., & Subagio, H. (2013). PENGARUH RETAIL MIX TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN MAHASISWA UK PETRA DI CIRCLE K SIWALANKERTO

SURABAYA. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 01(02), 121–131.

Budiarti, R. P. N., Primasari, N. S., Zuhdi Ubaidillah, Irwana, G. A., & Wibowo, N. D. C. (2024). TRANSFORMASI RITEL: MEMBUKA POTENSI KASIRBOSQ UNTUK INTEGRASI DAN OPTIMALISASI TITIK PENJUALAN YANG LANCAR. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(5), 1572–1578.

Ekawati, S., & Lie Sha, T. (2019). IMPLEMENTASI STRATEGI MANAJEMEN RITEL DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING. *JURNAL BAKTI MASYARAKAT INDONESIA*, 02(01), 48–57. www.depkop.go.id

Ervina Indoworo, H. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *JURNAL INFORMATIKA UPGRIS*, 02(01), 45–55. www.kominfo.go.id,

Isnawati, S. I., Kom, S. I., & Purwanto, A. (2022). Generation Z Buying Behaviour Analysis Of Retail Business Opportunities. *Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2). <http://jibaku.unw.ac.id>

Suprpto, H. A., Prabowo, H. A., Nurisman, H., Setyastanto, A. M., Leksono, A. W., & Alifah, S. (2025). Meningkatkan Keterampilan Manajemen Retail: Pelatihan untuk Pemberdayaan Masyarakat Enhancing Retail Management Skills: Training for Community

- Empowerment. *Abdimas*, 2, 8–16.
- Supriyadi, D. (2021). Pelatihan Bisnis Ritel Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JURNAL ILNIAH ABDIMAS*, 2(1), 19–22.
- Syarifah, I., Azis, A., Doedyk Setiyawan, A., Muarief, R., & Negeri Madiun, P. (2022). Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Di Era Digital Pada Remaja Karang Taruna Kabupaten Gresik. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 957–960. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3307>