

Digital Entrepreneurship : Pemanfaatan Gadget Untuk Kemandirian Usaha Bagi Siswa-Siswi SMA Negeri 7 Bekasi

Rita Intan Permatasari¹, Sipon Al Munir², Dedi Wibowo³, Sari Nalurita⁴, I Gusti Ngurah Willy Hermawan⁵, Dewi Dyah Widyastuti⁶, Dian Wijayanti⁷, Javier Agiel Aftha Taufik⁸, Putri Jasmine Rofik⁹, Intan Vianidya¹⁰

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

Email: farrelaira@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : Mei 2025

Disetujui : Juni 2025

Kata Kunci :

Entrepreneurship, Bisnis Digital, Gadget.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia kewirausahaan. Namun, pemanfaatan gawai oleh pelajar seringkali masih terbatas pada kegiatan konsumtif, bukan produktif seperti wirausaha. Menanggapi hal ini, tim dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan bertajuk "Entrepreneurship Digital: Pelatihan Pemanfaatan Gadget untuk Kemandirian Usaha bagi Siswa-Siswi SMA Negeri 7 Bekasi" ini bertujuan menumbuhkan semangat berwirausaha, memberikan pengetahuan dan keterampilan bisnis digital, serta meningkatkan kesadaran siswa akan peluang dan tantangan di era digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan edukatif dan partisipatif, mencakup sosialisasi, pelatihan, diskusi interaktif, serta evaluasi menggunakan pre-test dan post-test. Sebanyak 104 siswa mengikuti pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi digital, strategi pemasaran daring, serta penggunaan e-commerce dan media sosial dalam bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap konsep dan manfaat teknologi digital untuk usaha. Peningkatan ini terlihat dari perbandingan hasil pre-test dan post-test yang mencerminkan peningkatan pemahaman peserta hingga lebih dari 25% di beberapa indikator utama. Pelatihan ini memberikan dampak positif dalam menumbuhkan minat dan kesiapan siswa untuk menjadi wirausahawan digital yang adaptif dan mandiri, serta efektif sebagai langkah awal membentuk generasi muda yang siap bersaing di era ekonomi digital.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: May 2025

Accepted: June 2025

Keywords:

Entrepreneurship, Digital Business, Gadget

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes in the world of entrepreneurship. However, the use of gadgets by students is often still limited to consumptive activities, not productive ones such as entrepreneurship. In response to this, a team of lecturers and students of the Management Study Program of Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma carried

out community service activities. The activity titled "Digital Entrepreneurship: Gadget Utilization Training for Business Independence for Students of SMA Negeri 7 Bekasi" aims to foster a spirit of entrepreneurship, provide digital business knowledge and skills, and increase students' awareness of opportunities and challenges in the digital era. The method of implementing activities is carried out face-to-face with an educational and participatory approach, including socialization, training, interactive discussions, and evaluation using pre-test and post-test. A total of 104 students attended the training on the utilization of digital technology, online marketing strategies, and the use of e-commerce and social media in business. The results showed a significant increase in students' understanding of the concepts and benefits of digital technology for business. This improvement can be seen from the comparison of pre-test and post-test results which reflect an increase in participants' understanding by more than 25% in several key indicators. This training has a positive impact in fostering students' interest and readiness to become adaptive and independent digital entrepreneurs, and is effective as a first step in forming a young generation that is ready to compete in the digital economy era.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia usaha dan kewirausahaan. Kewirausahaan digital dapat didefinisikan sebagai proses menciptakan dan mengelola usaha dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menghasilkan nilai ekonomi (Allen, 2019). Teknologi digital telah mengubah pola produksi, distribusi, pemasaran, hingga transaksi bisnis. Melalui kewirausahaan digital, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya operasional yang lebih rendah dan efisien. Di era transformasi digital saat ini, pemanfaatan perangkat seperti smartphone, tablet, dan laptop telah menjadi bagian penting dalam aktivitas harian, khususnya di kalangan generasi muda. Namun demikian, pemanfaatan teknologi ini masih lebih dominan untuk kegiatan konsumtif seperti hiburan, permainan, dan media sosial dibandingkan dengan kegiatan produktif seperti wirausaha. Hal ini menjadi perhatian penting, mengingat generasi muda merupakan motor penggerak utama kemandirian ekonomi masa depan.

Menurut laporan We Are Social (2021), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 202,6 juta orang atau sekitar 72,7% dari total populasi. Dari jumlah tersebut, sebanyak 170 juta orang merupakan pengguna aktif media sosial, dan sekitar 98,2% di antaranya menggunakan smartphone. Fenomena ini menunjukkan potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan digital apabila teknologi ini dimanfaatkan secara produktif dan tepat sasaran. Sayangnya, rendahnya pemahaman dan keterampilan terkait bisnis digital masih menjadi tantangan, termasuk di kalangan siswa sekolah. Observasi awal di SMA Negeri 7 Bekasi menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar siswa memiliki akses terhadap gadget dan internet, penggunaannya belum banyak diarahkan untuk kegiatan produktif. Minimnya pelatihan kewirausahaan digital di lingkungan sekolah serta kurangnya akses terhadap *role model* atau pendampingan bisnis digital turut memperkuat kondisi ini.

Oleh karena itu, perlu adanya intervensi yang edukatif dan aplikatif untuk mendorong kesadaran, motivasi, serta keterampilan siswa dalam memanfaatkan gadget untuk kegiatan kewirausahaan. Menurut (Yasmin, Tasneem and Fatema, 2015), pemasaran digital (digital marketing) merupakan salah satu kunci penting dalam mengembangkan bisnis di era digital. Media sosial, e-commerce, dan berbagai aplikasi daring kini telah menjadi sarana efektif untuk menjangkau konsumen. Hal ini diperkuat oleh temuan (Wibowo *et al.*, 2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing pada pelaku UMKM di Jakarta Timur berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk Entrepreneurship Digital: Pelatihan Pemanfaatan Gadget untuk Kemandirian Usaha bagi Siswa-Siswi SMA Negeri 7 Bekasi, diharapkan siswa dapat memperoleh pemahaman praktis serta terinspirasi untuk memulai usaha digital secara mandiri.

Kegiatan ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital siswa SMA Negeri 7 Bekasi melalui pelatihan pemanfaatan *gadget* secara produktif. Tujuan khusus kegiatan ini meliputi meningkatkan motivasi dan semangat kewirausahaan di kalangan siswa, memberikan pemahaman tentang konsep bisnis digital, *e-commerce*, dan pemasaran digital, melatih keterampilan praktis dalam penggunaan *gadget* untuk kegiatan usaha serta mendorong kemandirian dan kreativitas siswa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Teori pemberdayaan oleh (Zimmerman, 1995) menekankan pentingnya akses terhadap pengetahuan dan keterampilan sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kapasitas individu untuk mengambil keputusan dan bertindak secara mandiri. Dalam konteks ini, pelatihan kewirausahaan digital merupakan bentuk pemberdayaan yang relevan untuk membekali siswa menghadapi tantangan ekonomi digital.

Penelitian oleh (Purwani, 2021) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital yang diberikan kepada siswa SMA secara signifikan meningkatkan minat dan kesiapan mereka untuk berwirausaha. Penelitian serupa oleh (Parameswari *et al.*, 2025) juga membuktikan bahwa pelatihan keterampilan digital mampu mendorong siswa SMK memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi usaha secara nyata. Kedua hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dengan pendekatan pelatihan yang tepat, siswa mampu menyerap dan mengaplikasikan pengetahuan digital dalam dunia nyata, khususnya untuk membangun usaha mandiri berbasis teknologi.

Pelatihan kewirausahaan digital berbasis gadget memiliki urgensi tinggi sebagai bentuk kontribusi konkret dari perguruan tinggi dalam menjawab kebutuhan nyata di masyarakat, khususnya dalam membentuk generasi muda yang siap menghadapi era digital. Dengan dibekali keterampilan digital dan wawasan wirausaha, siswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu menciptakan nilai ekonomi darinya. Selain itu, kegiatan ini menjadi jembatan sinergi antara institusi pendidikan tinggi dan sekolah menengah dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan berkelanjutan.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Selasa, 19 November 2024 pukul 08.00–12.00 WIB di Aula SMA Negeri 7 Bekasi, yang beralamat di Jl. Lingkar Tata Kota No. 107, Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat. Subjek sasaran dari kegiatan ini adalah siswa-siswi kelas XII sebanyak 104 orang. Pemilihan lokasi dan subjek didasarkan pada hasil observasi dan

komunikasi dengan pihak sekolah yang menunjukkan perlunya penguatan pemahaman dan keterampilan bisnis digital di kalangan siswa.

Kegiatan disusun dan dilaksanakan secara kolaboratif antara tim dosen, mahasiswa, dan pihak mitra sekolah. Dalam proses perencanaan, pihak sekolah turut terlibat secara aktif dengan mempersiapkan peserta dan guru pendamping, serta memberikan dukungan penuh terhadap pelaksanaan pelatihan. Keterlibatan siswa juga sangat penting, tidak hanya sebagai peserta, tetapi juga dalam sesi interaktif seperti diskusi, praktik langsung, dan pengisian kuesioner evaluatif. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan gadget secara produktif sebagai alat untuk mengembangkan usaha mandiri berbasis digital. Edukasi dan pelatihan difokuskan pada pengenalan konsep dasar kewirausahaan digital dan potensi pemanfaatan gadget dalam *e-commerce* dan pemasaran digital yang disampaikan oleh dua narasumber utama, yaitu Dedi Wibowo, PhD yang membawakan materi “Memulai Bisnis Digital dengan Gadget” dan Sari Nalurita, SP., M.Si yang menyampaikan materi tentang “Strategi Digital Networking dan Branding”. Materi dirancang untuk memberikan pemahaman praktis dan aplikatif, serta mendorong motivasi siswa untuk mengembangkan ide bisnis digital mereka sendiri.



Gambar 1. Para narasumber dan moderator

Peran moderator dari tim dosen serta fasilitator dari mahasiswa membantu dokumentasi, distribusi kuesioner, absensi, dan pendampingan teknis lainnya. Untuk mengukur efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui instrumen pre-test dan post-test yang diberikan kepada seluruh peserta, untuk memberikan gambaran langsung tentang pemahaman siswa sebelum dan setelah pelatihan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pemahaman, tetapi juga untuk membentuk keterampilan nyata yang dapat diterapkan oleh siswa dalam kehidupan sehari-

hari. Melalui pelatihan ini, diharapkan siswa mampu memanfaatkan gadget sebagai sarana produktif untuk membangun usaha mandiri, serta memiliki kesiapan dan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan ekonomi digital di masa depan. Kegiatan ini menjadi bagian penting dari kontribusi perguruan tinggi dalam membina generasi muda yang inovatif, kreatif, dan berdaya saing tinggi melalui pendekatan kewirausahaan berbasis teknologi.



Gambar 2. Para peserta siswa, guru dan tim dosen

3. Hasil dan Pembahasan

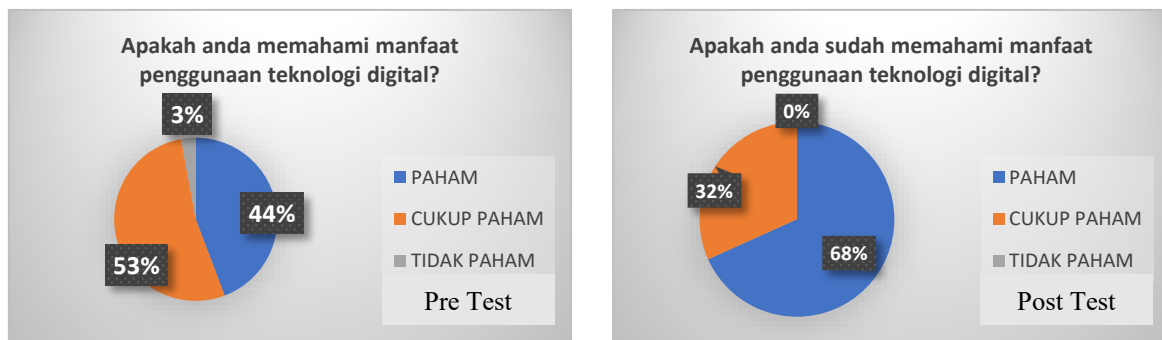
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA Negeri 7 Bekasi merupakan respon terhadap fenomena rendahnya pemanfaatan gadget secara produktif di kalangan siswa. Gadget yang seharusnya dapat menjadi alat untuk meningkatkan kemandirian ekonomi, namun pada kenyataannya lebih banyak digunakan untuk hiburan. Melalui kegiatan PKM ini dirancang tidak hanya sebagai pelatihan teknis, tetapi juga sebagai proses pendampingan edukatif untuk menumbuhkan pemahaman, motivasi, dan keterampilan kewirausahaan digital di kalangan siswa.

Dinamika pelaksanaan program menunjukkan antusiasme tinggi dari siswa, bahkan beberapa di antaranya mulai menyusun ide usaha berbasis media sosial setelah pelatihan. Proses pendampingan juga membuka ruang lahirnya "*local leader*" atau pemimpin kecil di tingkat siswa yang mulai menunjukkan peran sebagai penggerak teman-temannya untuk memulai usaha digital sederhana. Salah satu temuan menarik dari proses ini adalah munculnya kelompok diskusi mandiri yang dilanjutkan pasca pelatihan, yang secara tidak langsung menjadi cikal bakal komunitas wirausaha digital pelajar di lingkungan sekolah.

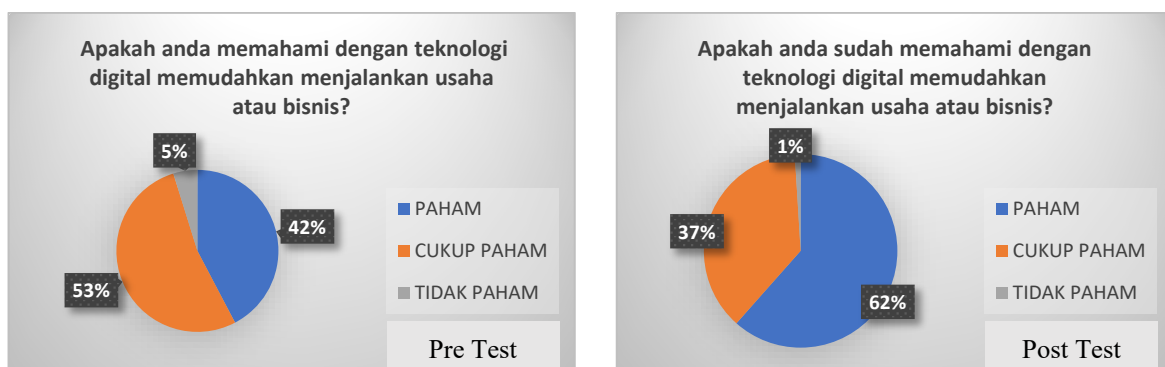
Secara teoritik, temuan ini selaras dengan pendekatan *empowerment theory* yang dikemukakan oleh (Zimmerman, 1995) yang menyatakan bahwa pemberdayaan terjadi ketika individu memperoleh akses terhadap pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri untuk mengambil tindakan. Dalam konteks ini, pelatihan tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membuka potensi siswa untuk bertindak secara mandiri dan menciptakan nilai ekonomi berbasis teknologi. Ini diperkuat oleh pendapat dari (Allen, 2019) yang menyatakan bahwa *digital entrepreneurship* memberi peluang bagi

individu untuk berinovasi dan beradaptasi secara cepat terhadap perubahan pasar, terutama melalui media sosial, *e-commerce*, dan platform digital lainnya.

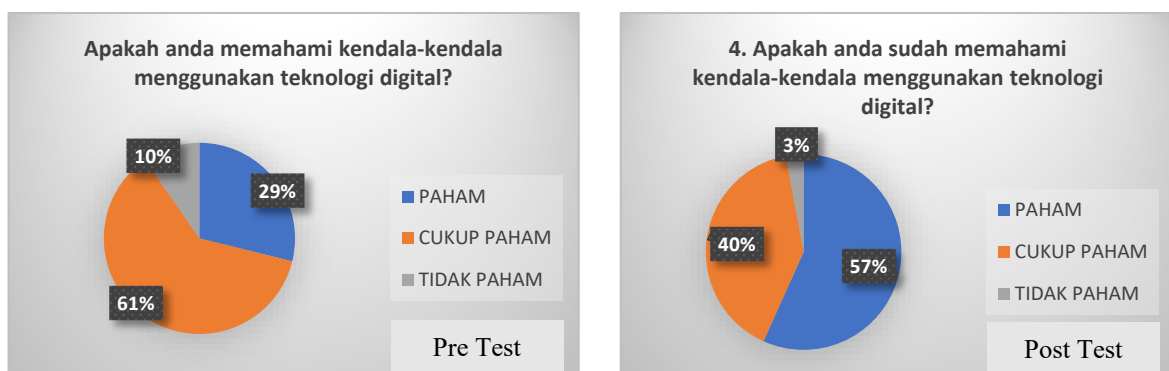
Temuan ini diperkuat oleh studi (Yasmin, Tasneem and Fatema, 2015) yang menegaskan bahwa efektivitas pelatihan digital marketing dapat dilihat dari bagaimana peserta mengubah perilaku penggunaan teknologi dari konsumtif menjadi produktif. Dalam penelitian (Wibowo *et al.*, 2024) pelatihan digital marketing juga terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan keberlanjutan bisnis pada pelaku UMKM di Jakarta Timur. Meski konteksnya berbeda, prinsip pemberdayaan digital tetap relevan, yaitu melalui pelatihan praktis yang kontekstual dan didasarkan pada kebutuhan nyata peserta.



Gambar 3. Hasil evaluasi kuisioner untuk pemahaman manfaat teknologi digital



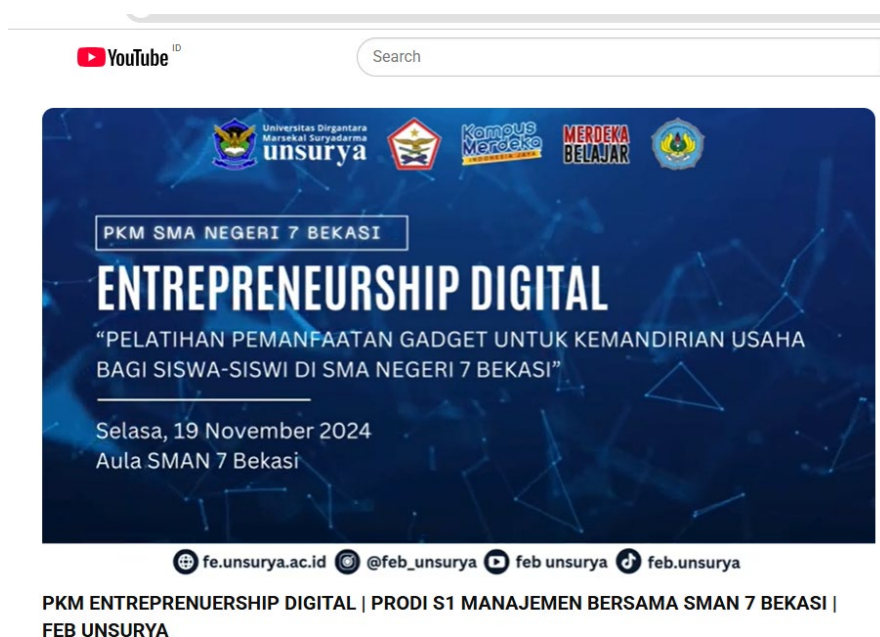
Gambar 4. Hasil evaluasi kuisioner untuk pemahaman manfaat teknologi digital untuk usaha/bisnis



Gambar 5. Hasil evaluasi kuisioner tentang aspek kendala teknologi digital

Hasil post-test dalam kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan. Pemahaman tentang manfaat teknologi digital meningkat dari 44% menjadi 68%, dan pemahaman manfaat teknologi digital untuk usaha/bisnis naik dari 42% menjadi 62%. Bahkan pada aspek kendala teknologi, terjadi lonjakan pemahaman dari hanya 29% menjadi 57%. Ini menandakan bahwa pelatihan tidak hanya berhasil menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membentuk cara pandang baru siswa terhadap teknologi digital.

Secara keseluruhan, pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif, partisipatif, dan berbasis kebutuhan nyata peserta merupakan strategi efektif dalam menciptakan perubahan sosial berbasis teknologi. Tidak hanya terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga terbentuknya nilai-nilai baru, peran sosial baru, serta relasi yang mendukung keberlanjutan perubahan. Oleh karena itu, kegiatan ini dapat menjadi model pengabdian masyarakat berbasis transformasi digital yang bisa direplikasi di sekolah lain, terutama di wilayah dengan akses tinggi terhadap teknologi tetapi pemanfaatan rendah dari sisi produktivitas ekonomi. Dokumentasi dan publikasi kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat dilihat melalui kanal YouTube dan website resmi kampus.



Gambar 6. Publikasi PKM melalui kanal Youtube

4. Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA Negeri 7 Bekasi merupakan bentuk implementasi nyata dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pemberdayaan masyarakat melalui edukasi dan pelatihan. Kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pemahaman serta keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan kewirausahaan. Melalui pendekatan partisipatif dan metode pelatihan interaktif, para peserta tidak hanya memahami konsep dasar entrepreneurship digital, tetapi juga menunjukkan kemampuan untuk menerapkannya secara praktis, seperti melalui penggunaan media sosial dan *e-commerce*. Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga memicu perubahan perilaku dalam memanfaatkan gadget secara produktif serta mendorong lahirnya potensi pemimpin lokal di kalangan siswa. Dalam jangka

panjang, pelatihan ini membuka peluang terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital di lingkungan sekolah yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Sebagai rencana tindak lanjut konkret dari kegiatan ini, tim dosen bersama pihak sekolah merancang beberapa langkah keberlanjutan. Pertama, pendampingan wirausaha digital di tingkat sekolah, wadah berbagi ide dan pengembangan usaha berbasis teknologi secara mandiri. Dan kedua, perguruan tinggi aktif melibatkan sekolah untuk ikut kompetensi internal wirausaha seperti membuat proposal dan menjalankan proyek usaha mini berbasis digital secara berkelompok (bisnisplan), yang kemudian akan dipresentasikan dalam kegiatan “Expo Wirausaha”.

Dengan adanya tindak lanjut yang jelas dan terarah, diharapkan hasil dari pelatihan ini tidak hanya berhenti pada peningkatan pemahaman, tetapi berkembang menjadi aksi nyata yang berdampak pada kemandirian ekonomi siswa. Sekolah juga diharapkan dapat mengintegrasikan kewirausahaan digital dalam kurikulum ekstrakurikuler. Ke depan, pendekatan serupa dapat direplikasi di sekolah lain yang memiliki karakteristik serupa, sehingga kontribusi perguruan tinggi dalam membangun generasi muda yang kreatif, adaptif, dan produktif di era digital dapat semakin meluas dan berkelanjutan..

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LP2M) Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan internal bagi tim dosen di Prodi Manajemen FEB Unsurya untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Selanjutnya, ucapan terima kasih kepada Kepala SMA Negeri 7 Bekasi beserta tim guru dan para siswa hebatnya yang telah menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini.

6. Daftar Pustaka

Allen, J. (2019) *Digital entrepreneurship*. Routledge.

Parameswari, R. et al. (2025) ‘Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kemampuan Siswa SMK Negeri 1 Cikokol Tangerang’, *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), pp. 1–10.

Purwani, D.A. (2021) *Pemberdayaan era digital*. Bursa Ilmu.

We Are Social. (2021). *Digital 2021 : Indonesia*. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> [Accessed 25 May 2025].

Wibowo, D. et al. (2024) ‘Edukasi dan Pelatihan Digital Marketing dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan pada Pelaku UMKM Jakarta Timur’, *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(1), pp. 69–76.

Yasmin, A., Tasneem, S. and Fatema, K. (2015) ‘Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study’, *International journal of management science and business administration*, 1(5), pp. 69–80.

Zimmerman, M.A. (1995) ‘Psychological empowerment: Issues and illustrations’, *American journal of community psychology*, 23, pp. 581–599.