

## Pemanfaatan Internet untuk Mendorong Kemandirian Bisnis Generasi Z di Kelurahan Kedaung Kecamatan Sawangan Kota Depok

<sup>1)</sup>Anugrah Sapto Hadi, <sup>2)</sup>Edi Junaedi, <sup>3)</sup>Deni Darmawan, <sup>4)</sup>Hasniati Halim

<sup>1,2,3</sup>Dosen Prodi Administrasi Perkantoran D-3 Universitas Pamulang

<sup>4</sup>Dosen Prodi Global Strategic Communication S-1 Swiss German University

E-mail : dosen00250@unpam.ac.id; dosen00809@unpam.ac.id;dosen01723@unpam.ac.id;  
hasniati.halim@lecturer.sgu.ac.id

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang ekonomi dan bisnis. Internet kini menjadi sarana utama bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengakses informasi, berkomunikasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi. Namun, potensi besar ini belum dimanfaatkan secara maksimal. Sebagian besar generasi muda masih berperan sebagai konsumen digital daripada pelaku usaha yang produktif. Rendahnya literasi digital, keterampilan kewirausahaan, serta kurangnya pola pikir bisnis menjadi faktor penghambat kemandirian ekonomi mereka. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh generasi muda adalah belum terarahnya tujuan kehadiran internet sekarang, sehingga penggunaan internet terbatas pada penggunaan sosial media dan keterbatasan literasi internet dalam kapasitas job creation. Program PKM ini dirancang untuk mendorong kemandirian bisnis generasi muda melalui pemanfaatan internet secara strategis dan kreatif. Kegiatan utama meliputi pelatihan literasi digital, pendampingan kewirausahaan, pembentukan komunitas bisnis berbasis digital, serta optimalisasi penggunaan platform online untuk pemasaran produk lokal. Melalui kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan mitra digital, program ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan generasi muda dalam mengelola bisnis online secara profesional dan berkelanjutan. Hasil yang diharapkan dari pelaksanaan program ini adalah meningkatnya jumlah wirausaha muda berbasis internet, tumbuhnya kesadaran akan pentingnya literasi digital, serta terbentuknya jejaring komunitas bisnis yang aktif, kreatif, dan inovatif. Dengan demikian, generasi muda dapat bertransformasi dari pengguna pasif menjadi pelaku ekonomi digital yang mandiri dan berdaya saing tinggi, sekaligus berkontribusi dalam memperkuat perekonomian nasional di era digital saat ini.

**Kata kunci :** Digital marketing, kewirausahaan, pemasaran

### Abstract

*The development of information technology has brought major changes to various aspects of life, especially in the fields of economy and business. The Internet has now become the primary medium for society, particularly the younger generation, to access information, communicate, and carry out economic activities. However, this great potential has not yet been utilized optimally. Most young people still act more as digital consumers rather than productive business actors. Low levels of digital literacy, entrepreneurial skills, and business mindset are factors that hinder their economic independence. Several problems faced by the younger generation include the lack of clear direction regarding the purpose of the Internet's presence today, resulting in Internet use being limited mainly to social media, as well as limited Internet literacy in terms of job creation capacity. This PKM (Community Service Program) is designed to encourage business independence among young people through the strategic and creative use of the Internet. The main activities include digital literacy training, entrepreneurship mentoring, the formation of digital-based business communities, and the optimization of online platforms for marketing local products. Through collaboration between students, the community, and digital partners, this program is expected to improve the ability of young people to manage online businesses professionally and sustainably. The expected outcomes of this program are an increase in the number of Internet-based young entrepreneurs, growing awareness of the importance of digital literacy, and the establishment of active, creative, and innovative business community networks. Consequently, young people can transform from passive users into independent and highly competitive*

*digital economic actors, while also contributing to strengthening the national economy in the current digital era.*

**Keywords:** *Digital marketing, entrepreneurship, marketing.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan terhadap sektor ekonomi dan bisnis. Internet kini menjadi media utama dalam aktivitas ekonomi modern melalui pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan berbagai aplikasi digital. Teknologi ini membuka peluang luas bagi setiap individu untuk berinteraksi, bertransaksi, serta membangun jaringan usaha tanpa batas geografis. Generasi muda, khususnya Generasi Z, merupakan kelompok paling potensial dalam memanfaatkan peluang tersebut.

Pada awal 2024, pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 221,5 juta orang dan didominasi oleh Generasi Z sebagai kelompok usia paling aktif terhubung ke dunia digital. Rata-rata Gen Z telah mengenal smartphone sebelum usia 12 tahun dan menggunakan internet secara intensif untuk komunikasi maupun konsumsi daring. Selain itu, Indonesia mengalami pertumbuhan belanja online yang terus meningkat, sehingga memperkuat peran digital marketing dan *electronic word of mouth* dalam keputusan pembelian.

Namun, tingginya penetrasi internet belum sejalan dengan optimalisasi pemanfaatannya oleh generasi muda. Sebagian besar masih berperan sebagai konsumen digital dengan orientasi hiburan, ketimbang menjadi pelaku usaha produktif. Rendahnya literasi digital bisnis, keterampilan kewirausahaan, serta keterbatasan akses pendampingan usaha menjadi faktor penghambat kemandirian ekonomi. Keserupaan ini berdampak pada masih tingginya tingkat pengangguran terbuka di kalangan usia muda produktif.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Kedaung, Sawangan–Depok, dirancang untuk memberdayakan generasi muda agar mampu memanfaatkan internet sebagai instrumen strategis dalam menciptakan usaha mandiri. Kegiatan utama meliputi pelatihan literasi digital dalam konteks bisnis, pendampingan kewirausahaan, serta peningkatan akses informasi dan komunitas bisnis digital.

Pelaksanaan program ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah wirausaha muda berbasis internet, memperkuat kesadaran literasi digital, dan membangun jejaring bisnis yang kreatif serta inovatif. Dengan demikian, generasi muda dapat bertransformasi menjadi pelaku ekonomi digital yang mandiri dan berdaya saing, sekaligus berkontribusi dalam memperkuat perekonomian nasional di era digital.

Berdasarkan latar belakang, permasalahan utama yang dihadapi meliputi rendahnya literasi digital dalam konteks bisnis pada generasi muda dan aparatur kelurahan; terbatasnya keterampilan kewirausahaan dan manajemen usaha digital; akses informasi dan pendampingan bisnis yang belum

merata; serta kurang optimalnya pemanfaatan platform digital lokal untuk pengembangan *job creation*.

Tujuan pelaksanaan PKM ini adalah meningkatkan pemahaman literasi digital bisnis; meningkatkan kemampuan kewirausahaan generasi muda dan perangkat kelurahan; serta memperkuat akses informasi dan pendampingan usaha berbasis teknologi.

Manfaat program ini menjadi sarana *transfer* pengetahuan antara akademisi, mahasiswa, dan masyarakat Kelurahan Kedaung. Bagi universitas, kegiatan PKM dapat memperkaya wawasan praktis dalam pembelajaran. Bagi mitra, program ini diharapkan mendukung peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal melalui perubahan pola pikir generasi muda menjadi lebih produktif dalam memanfaatkan internet.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Di Kantor kelurahan dilaksanakan oleh Dosen & Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Administrasi Perkantoran D-3 untuk Semester Ganjil 2025/2026, Dimana pelaksanaannya berupa *workshop* dengan memberikan bimbingan dan pengarahan dengan menampilkan Nara Sumber Utama Bapak Anugrah Sapto Hadi, B.Sc. M.M.. dan dibantu oleh nara sumber lainnya ( Bapak Edi Junaedi, SE. MM.) dosen Universitas Pamulang, yang mempunyai pengalaman dalam bidang digital Marketing dan Teknik Komunikasi Efektif. Kemudian setelah presentasi selesai dilakukan, maka selanjutnya diberikan waktu untuk sesi tanya jawab kepada peserta pelatihan/*workshop* seputar masalah yang dihadapi dan bagaimana memahami trik dan teknik komunikasi dalam sosial Media yang efektif dengan peserta.

Kegiatan *workshop* ini dimulai dengan pembukaan atau kata Pengantar yang dibawakan oleh Bapak Edi Junaedi, S.E., MM yang dilanjutkan dengan pembacaan Doa oleh Bapak Deni Darmawan, selanjutnya kepala kantor Kelurahan Kedaung Bapak Dion Wijaya memberikan kata sambutan.

*Workshop* dimulai dengan narasumber Sapto Hadi Imambachri, BSc., MM, memberikan paparannya mengenai apa yang dimaksud dengan pemasaran digital dengan menggunakan komunikasi bisnis yang efektif , Komunikasi adalah bagian dari kehidupan sehari-hari, baik kita berkomunikasi secara langsung atau melalui banyak platform digital yang tersedia bagi kita. Namun seberapa banyak komunikasi kita benar-benar menjangkau audiens atau orang yang dituju seperti yang kita harapkan? Komunikasi yang efektif mengharuskan kita untuk jelas dan lengkap dalam apa yang ingin kita ungkapkan.

Menjadi komunikator yang efektif dalam kehidupan profesional dan pribadi kita melibatkan pembelajaran keterampilan bertukar informasi dengan jelas, empati, dan pengertian, dengan kata lain bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif apabila informasi

yang dikirimkan oleh pengirim berita dapat diterima dengan baik tanpa ada penyimpangan arti oleh si penerima berita.

Selanjutnya paparan menjelaskan mengenai pemanfaatan internet dalam mendorong kemandirian generasi Z. Di era modern saat ini, internet memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana utama dalam memperoleh informasi, membangun jejaring, serta mengembangkan kreativitas dan inovasi. Generasi Z, yang lahir dan tumbuh bersama perkembangan teknologi digital, memiliki karakter yang dinamis, cepat beradaptasi, dan sangat bergantung pada perangkat digital dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, literasi digital menjadi keterampilan utama yang harus dimiliki oleh generasi ini untuk mendukung kemandirian dalam belajar, bekerja, dan berwirausaha.

Narasumber menjelaskan bahwa pemanfaatan internet secara optimal dapat membuka berbagai peluang baru bagi generasi Z, seperti kesempatan untuk membangun usaha mandiri melalui media sosial, *e-commerce*, dan *platform* digital lainnya. Internet memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pasar, membangun merek pribadi (personal branding), serta mengakses berbagai sumber pembelajaran yang dapat meningkatkan kompetensi. Dengan kemampuan tersebut, generasi Z tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga produsen konten dan inovator yang mampu menciptakan peluang ekonomi baru.

Selain itu, pemahaman mengenai karakteristik generasi juga menjadi penting. Generasi Z dikenal memiliki orientasi terhadap kebebasan, fleksibilitas, serta keinginan untuk bekerja sesuai minat dan nilai pribadi. Jika kemampuan mereka dalam mengelola teknologi tidak diarahkan dengan baik, potensi besar yang dimiliki dapat terhambat oleh kurangnya disiplin digital atau ketergantungan terhadap dunia maya. Oleh karena itu, penguatan literasi digital dan pembinaan karakter menjadi langkah penting dalam membentuk generasi yang mandiri, kreatif, dan bertanggung jawab di ruang digital.

Dalam paparannya, narasumber juga menekankan pentingnya kolaborasi lintas generasi untuk mendukung pertumbuhan kemandirian generasi muda. Generasi sebelumnya, seperti generasi X dan milenial, diharapkan dapat berperan sebagai mentor dan pembimbing yang membantu Gen Z memahami nilai kerja, etika, dan tanggung jawab profesional. Sementara itu, generasi Z dapat memberikan kontribusi berupa kemampuan adaptasi terhadap teknologi, kreativitas, serta cara berpikir inovatif yang diperlukan dalam menghadapi tantangan global.

Pada sesi diskusi, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berbagi pengalaman mengenai bagaimana internet telah digunakan dalam mendukung aktivitas produktif generasi muda, seperti membangun bisnis online, menciptakan konten edukatif,

serta mengembangkan karier melalui media digital. Dari hasil pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan internet yang bijak dan terarah dapat menjadi sarana efektif untuk mendorong kemandirian generasi Z, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun pendidikan. Kemandirian ini bukan hanya tercermin dari kemampuan mereka untuk bekerja dan berkreasi secara mandiri, tetapi juga dari kemampuan berpikir kritis, tanggung jawab digital, dan semangat berinovasi untuk kemajuan diri serta masyarakat.



Gambar 1. Tim Pengabdi dan Khalayak Sasaran dalam Kegiatan PKM

## Hasil dan Pembahasan

Pemanfaatan internet untuk mendorong kemandirian bisnis generasi muda memerlukan solusi yang komprehensif dan berkelanjutan. Program penyuluhan ini menawarkan beberapa langkah strategis. Pertama, peningkatan literasi digital bisnis bagi aparatur kelurahan dan Generasi Z di Kelurahan Kedaung. Pelatihan difokuskan pada keterampilan praktis seperti pemasaran konten, *copywriting*, penggunaan SEO/SEM, manajemen media sosial, serta optimalisasi *platform e-commerce* lokal. Pendekatan berbasis praktik nyata dinilai lebih efektif dalam membekali peserta untuk memulai dan mengelola toko daring secara profesional. Kedua, peningkatan keterampilan kewirausahaan. Peserta perlu dibina dalam perencanaan bisnis, analisis pasar, penetapan harga, strategi branding, serta pemahaman segmentasi, target, dan *positioning*. Tanpa kemampuan manajerial yang memadai, banyak usaha digital berhenti di tahap awal. Ketiga, pembentukan komunitas dan inkubator bisnis digital. Komunitas berfungsi sebagai wadah berbagi pengalaman, kolaborasi, dan mentoring, sementara inkubator memberikan pendampingan sistematis sejak perencanaan hingga pengembangan usaha berkelanjutan. Keempat, perluasan akses informasi dan dukungan kebijakan. Kolaborasi multipihak antara pemerintah, perguruan tinggi, dan mitra digital dapat menyediakan pelatihan bersertifikat, akses permodalan, serta

fasilitas usaha seperti *coworking space*.

Selain itu, solusi juga harus mempertimbangkan perilaku konsumen Gen Z yang sangat dipengaruhi ulasan *online* dan *electronic word of mouth*. Pemanfaatan teknologi inovatif seperti AI dan digital analytics perlu diperkenalkan agar pelaku muda mampu mengambil keputusan pemasaran berbasis data.

Dengan sinergi literasi digital, keterampilan kewirausahaan, dan dukungan ekosistem, generasi muda di Kelurahan Kedaung diharapkan dapat bertransformasi dari konsumen pasif menjadi pelaku ekonomi digital yang produktif dan berdaya saing.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa internet merupakan instrumen penting dalam membentuk kemandirian generasi Z. Melalui internet, generasi muda memiliki akses tak terbatas terhadap informasi, peluang ekonomi, dan ruang kreativitas. Namun, keberhasilan dalam memanfaatkan potensi ini bergantung pada tingkat literasi digital, disiplin diri, dan bimbingan dari lingkungan sosial.

Dengan penguatan pendidikan digital, dukungan lintas generasi, serta kebijakan pemerintah yang berpihak pada pemerataan akses teknologi, generasi Z dapat berkembang menjadi generasi yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing tinggi di era transformasi digital.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan guna mengoptimalkan pemanfaatan internet dalam mendorong kemandirian bisnis Generasi Z di Kelurahan Kedaung, Kecamatan Sawangan, Depok. Diperlukan peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, khususnya terkait penggunaan internet secara produktif untuk kegiatan kewirausahaan, seperti pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan pemanfaatan *platform e-commerce*. Peran keluarga, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal perlu diperkuat dalam memberikan bimbingan serta motivasi agar Generasi Z mampu memanfaatkan internet secara bijak, kreatif, dan bertanggung jawab. Lingkungan sosial yang supotif akan membantu membentuk disiplin diri dan etos kerja yang positif dalam menjalankan usaha berbasis digital.

Pemerintah daerah diharapkan dapat menyediakan kebijakan dan program yang mendukung pengembangan kewirausahaan digital, seperti penyediaan akses internet yang merata, fasilitas pendukung usaha mikro, serta kerja sama dengan pelaku industri dan *startup* digital. Dengan sinergi antara individu, masyarakat, dan pemerintah, pemanfaatan internet diharapkan mampu menciptakan Generasi Z yang mandiri secara ekonomi, inovatif, dan berdaya saing di era transformasi digital.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Digital, P., Bisnis, K., Afrioza, S., Hidayat, R., & Nurlaela, E. (2025). *Strategi pemasaran digital dan pengambilan keputusan bisnis : Perspektif Gen Z di Paya Jaras Selangor strategi pemasaran digital dan pengambilan keputusan bisnis.* 5(November), 108–117. <https://doi.org/10.34148/komatika/v5i2.1238>
- Edusainstek, S. N., Winarsih, E., & Furinawati, Y. (2018). *Literasi teknologi dan literasi digital untuk.* 23–29.
- Fauziah Misbahuddin, A., Hamidah Hamris, & Shridivia Nuran, A. (2024). PKM menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi z melalui digitalisasi di jurusan pendidikan teknik elektro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat,* 2(2), 279–284. <https://doi.org/10.59562/abdimas.v2i2.5850>
- Hanif, K. H., Zakkiah, A., Aditya, M., Hasanah, N., Angin, P., Rahmatullah, R., & Susi, S. (2024). *Sosialisasi mengenai kecakapan literasi digital dalam pendidikan karakter Gen-Z di era digitalisasi di SMPN 5 Kota Tarakan.* 1(2), 43–50.
- Hapsari, I. D., Tri Swastika, M., Hasanah, I., Fenita Lorenza, R., Gianti, A. P., Program, ), Kewirausahaan, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Soebandi, U. D. (2025). Pengembangan usaha kuliner berbasis industri rumahan sebagai strategi pemberdayaan perempuan dalam memasuki dan mengoptimalkan potensi industri kreatif. In *Community Development Journal* (Vol. 6, Issue 2).
- Imambachri, S. H., & Purnama Dewi, D. (2022). Pengaruh disruptive marketing, strategi generik dan gaya hidup terhadap keputusan membeli pada generasi z. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang,* 9(2), 102. <https://doi.org/10.32493/skr.v9i2.21921>
- Khoir, M. A., Baidan, N., Islam, P. A., Sarjana, P., Islam, P. A., & Sarjana, P. (n.d.). Dengan workshop marketing digital Di Desa Pranggrong. *Journal of Community Service Journal of Community Service.* 19–29.
- Masyarakat, T., Inovasi, J., April, N., Putri, P. L., & Indrawati, I. D. (2025). *Pemberdayaan mahasiswa wirausaha melalui digitalisasi dan penguatan kapasitas bisnis berkelanjutan empowering student entrepreneurs through digitalisation and sustainable business capacity building* Universitas Harapan Bangsa , Indonesia.
- Novitasari, D., Pebrina, E. T., Sutardi, D., Nugroho, Y. A., & Putra, F. (2022). Pelatihan digital marketing dan social media marketing terhadap pelaku UMKM di Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE )* 2(2), 7–16.
- Pembayun, J.G., Satrio Ageng Rihardi, Frista Arisa, Arnanda Yusliwidaka(2024).Pemanfaat aplikasi e-commerce dalam rangka menciptkan peluang usaha bagi generasi muda dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Sukosari.. *Indonesian Journal Of Community Service.* 4(4), 1–7.
- Rullah, A. D., Silva, F. R., Pratama, E. T. H., & Purwanto, E. (2025). Strategi komunikasi untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pemuda. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat,* 2(1), 16. <https://doi.org/10.47134/jpem.v2i1.568>