

SEBAGAI LANGKAH AWAL GEN Z MENJADI WIRAUSAHAWAN

Rizkiya Mulia Soffi^{a,1}, Cantika Audreya Maharani B^{b,2}, Emilia Sintia Rani^{c,3}, Selly Sesioniana Putri^{d,4}

^{abcd}Progam Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang

¹*rizkiyamulia.sofi@gmail.com*; ²*cantikaaudreya@gmail.com*; ³*emiliaranii10@gmail.com*;

⁴*sellysesilianaputrii@gmail.com*;

^{*}*rizkiyamulia.sofi@gmail.com*

Abstrak

Sosialisasi entrepreneur di kalangan Generasi Z (Gen Z) merupakan langkah strategis dalam menyiapkan generasi muda yang kreatif, mandiri, dan adaptif terhadap dinamika zaman. Gen Z yang tumbuh di era serba digital memiliki keunggulan dalam mengakses informasi, berpikir cepat, dan memanfaatkan teknologi. Potensi tersebut menjadikan mereka kandidat ideal sebagai pelaku usaha inovatif di masa depan. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan literasi kewirausahaan melalui pendekatan yang sesuai dengan karakter Gen Z, seperti pelatihan berbasis teknologi, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, serta diskusi interaktif dengan wirausahawan muda inspiratif. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar kewirausahaan, pentingnya membangun mindset entrepreneur, strategi personal branding, dan cara mengubah passion menjadi ide bisnis yang potensial. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta dari kalangan Gen Z sangat antusias dan responsif terhadap kegiatan ini. Mereka tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga terdorong untuk mulai merancang ide bisnis yang relevan dengan minat dan tren masa kini. Sosialisasi ini juga memperlihatkan efektivitas metode digital dan pendekatan kolaboratif dalam membangun semangat kewirausahaan di usia muda. Oleh karena itu, sosialisasi entrepreneur untuk Gen Z tidak hanya berperan sebagai kegiatan edukatif, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan yang menumbuhkan semangat inovasi dan kemandirian ekonomi. Keberlanjutan program ini sangat penting untuk menciptakan generasi wirausaha yang mampu bersaing di era globalisasi.

Kata Kunci: Gen Z; Kewirausahaan; Sosialisasi; Inovasi; Digital Marketing; Wirausaha Muda;

Abstract

Entrepreneurship socialization among Generation Z (Gen Z) is a strategic initiative to cultivate a young generation that is creative, independent, and adaptable to rapid societal and technological changes. As digital natives, Gen Z possesses strong potential to become innovative entrepreneurs due to their familiarity with technology, quick access to information, and flexible mindset. This socialization activity aims to enhance entrepreneurial literacy through tailored approaches that align with Gen Z characteristics, such as tech-based training, social media marketing, and interactive sessions with young successful entrepreneurs. The program content includes fundamental entrepreneurship concepts, the importance of building an entrepreneurial mindset, strategies for personal branding, and how to transform personal passions into viable business ideas. The results indicate that Gen Z participants showed high

enthusiasm and responsiveness throughout the program. They not only gained new knowledge but also felt motivated to start developing business ideas relevant to their interests and current market trends. The activity also demonstrated the effectiveness of digital methods and collaborative approaches in fostering entrepreneurial spirit at a young age. Therefore, entrepreneurship socialization for Gen Z serves not only as an educational platform but also as a means of empowerment to instill innovation and economic self-reliance. Continuity of such programs is essential to prepare a generation of entrepreneurs who are competitive, visionary, and capable of thriving in the global economy.

Keywords: *Generation Z; Entrepreneurship; Socialization; Innovation; Digital Marketing; Young Entrepreneurs;*

PENDAHULUAN

Kondisi ketenagakerjaan Indonesia saat ini menunjukkan tantangan serius, khususnya bagi generasi muda. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2023), tingkat pengangguran terbuka pada kelompok usia 15–24 tahun mencapai angka 16,47%. Fakta ini mengindikasikan bahwa lulusan usia sekolah, terutama pada jenjang menengah seperti SMP dan SMA, menghadapi tantangan besar dalam memasuki dunia kerja, baik secara formal maupun informal. Ketimpangan ini tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan lapangan kerja, tetapi juga oleh kurangnya pemahaman dan keterampilan untuk menciptakan peluang usaha secara mandiri sejak dini (Reffandi & Sulistyowati, 2023).

Generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997 hingga awal 2010-an, merupakan kelompok yang paling terdampak oleh realitas ini. Meskipun mereka dikenal sebagai generasi digital native yang adaptif terhadap teknologi dan inovasi (Alruthaya, Nguyen, & Lokuge, 2021), banyak di antara mereka mengalami kebingungan dalam memulai langkah pertama menuju dunia kewirausahaan. Studi Retnawati (2014) menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMP tidak mampu mengenali masalah otentik dalam kehidupan mereka sebagai peluang

usaha, yang menunjukkan perlunya pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif dan kontekstual sejak usia sekolah.

Permasalahan ini turut dirasakan oleh mitra kegiatan, yaitu siswa dan guru di lingkungan SMP. Berdasarkan observasi awal, sebagian besar siswa menunjukkan antusiasme untuk memiliki usaha sendiri di masa depan, namun mereka belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai dasar-dasar kewirausahaan serta merasa tidak percaya diri untuk memulai. Hal ini sejalan dengan temuan Akmal, Purnomo, dan Salam (2020), yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan pada jenjang SMP memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat berwirausaha siswa, namun masih sangat minim dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan.

Beberapa hasil penelitian dan pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan efektivitas pendekatan kewirausahaan yang berbasis praktik dan kontekstual. Nuriyanti et al. (2023) menunjukkan bahwa integrasi koperasi sekolah dalam kegiatan belajar-mengajar mampu membentuk jiwa kewirausahaan siswa secara signifikan. Berliana, Sunarya, dan Ramdan (2023) juga menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan yang dikombinasikan dengan motivasi intrinsik memiliki peran krusial

dalam menumbuhkan mental wirausaha pada generasi muda, khususnya Gen Z. Dalam konteks global, Shahin et al. (2020) membuktikan bahwa program kewirausahaan berbasis STEM di sekolah menengah dapat meningkatkan intensi kewirausahaan peserta didik perempuan secara signifikan, memperkuat relevansi pentingnya kegiatan ini di jenjang SMP.

Urgensi pelaksanaan kegiatan sosialisasi entrepreneur juga diperkuat oleh berbagai studi terkait karakteristik generasi Z yang membutuhkan pendekatan belajar yang tidak konvensional. Tapscott (2009) dan lebih lanjut dikonfirmasi oleh Alruthaya et al. (2021), menyatakan bahwa generasi ini memiliki kecenderungan belajar yang cepat, visual, dan responsif terhadap pendekatan kolaboratif. Oleh karena itu, pendekatan edukatif berbasis pemaparan interaktif dengan media visual dan diskusi ringan menjadi solusi yang paling tepat dan relevan. Metode ini telah terbukti mampu meningkatkan minat dan pemahaman siswa terhadap materi kewirausahaan secara lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional (Tanesia, Mustikarini, & Wijaya, 2024). Noviani dan Wahida (2023) juga menyatakan bahwa penggabungan antara praktik langsung dan teori mampu menjembatani kesenjangan pemahaman

siswa dalam menghadapi tantangan berwirausaha di era digital.

Dengan mempertimbangkan seluruh permasalahan dan potensi yang ada, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai kewirausahaan kepada siswa SMP melalui metode pemaparan interaktif dan visual, serta memotivasi mereka untuk mulai merancang ide usaha sederhana berdasarkan lingkungan sekitarnya. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan mencetak pelaku usaha sejak dini, tetapi juga membentuk karakter mandiri, kreatif, dan solutif, sebagai bekal menghadapi tantangan sosial-ekonomi masa depan (Wijayanti, Tyas, & Hikmawati, 2024). Selain itu, melalui kegiatan ini diharapkan siswa mampu melihat bahwa “cuan” atau penghasilan tidak hanya dapat diperoleh dari pekerjaan formal semata, tetapi juga dari inisiatif, keberanian, dan kreativitas mereka memulai sesuatu, meski dari langkah kecil.

Metode pemaparan interaktif dipilih sebagai pendekatan utama karena mengintegrasikan elemen visualisasi, narasi inspiratif, serta partisipasi aktif siswa melalui studi kasus ringan. Pilihan ini lebih sesuai dibandingkan modul tertulis atau simulasi usaha teknis yang memerlukan durasi dan sumber daya lebih besar. Berdasarkan penelitian Khwarazmita (2022), pendekatan naratif dan kontekstual dapat menumbuhkan nilai sosial dan inovatif

dalam proses belajar kewirausahaan pada pelajar. Dengan metode ini, kegiatan pengabdian tidak hanya menyampaikan pengetahuan, tetapi juga membuka ruang refleksi dan aksi nyata bagi siswa untuk memulai wirausaha dari lingkungan terdekat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya relevan sebagai bentuk tanggung jawab sosial akademisi terhadap masyarakat, tetapi juga sebagai kontribusi nyata dalam membentuk generasi muda yang siap menghadapi realitas ekonomi masa depan dengan cara yang mandiri, kreatif, dan produktif.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara langsung dan tatap muka di SMP Terpadu Darussalam, yang berlokasi di Jl. Reni Jaya 4 No.1 Blok A4, Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat, pada hari Rabu, 28 Mei 2025. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik peserta didik yang sesuai dengan segmentasi Generasi Z, yaitu generasi muda yang secara intensif berinteraksi dengan teknologi digital, namun belum sepenuhnya memiliki wawasan yang cukup dalam memanfaatkan teknologi untuk produktivitas dan ekonomi kreatif. Kegiatan ini berlangsung di aula sekolah, yang mendukung suasana formal namun tetap

interaktif dan nyaman bagi proses penyampaian materi serta diskusi terbuka.

Target utama kegiatan ini adalah siswa-siswi SMP Terpadu Darussalam dengan rentang usia sekitar 12 hingga 15 tahun. Segmentasi usia ini dinilai tepat karena pada tahap ini siswa berada dalam fase pertumbuhan kognitif dan emosional yang sangat responsif terhadap stimulasi nilai-nilai kemandirian, kreativitas, dan inovasi. Selain itu, generasi ini dikenal memiliki ketertarikan tinggi terhadap platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, namun cenderung menjadi konsumen pasif. Melalui kegiatan ini, mereka diarahkan untuk mulai memosisikan diri sebagai produsen konten digital yang bernilai ekonomi dan memiliki potensi bisnis, sebagai langkah awal untuk memahami dan menerapkan prinsip dasar kewirausahaan secara praktis dan kontekstual.

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pemaparan materi secara interaktif, yang dikemas dalam bentuk presentasi visual menggunakan media PowerPoint dan disampaikan dengan pendekatan komunikatif serta partisipatif. Materi utama yang disampaikan mencakup empat bagian penting, yakni pengenalan konsep dasar kewirausahaan, urgensi membangun mindset entrepreneur sejak dini,

strategi membentuk personal branding yang positif dan konsisten, serta teknik awal mengonversi minat atau passion menjadi ide bisnis yang potensial. Seluruh materi dirancang secara kontekstual dan disesuaikan dengan bahasa, minat, serta dunia sehari-hari siswa SMP, agar lebih mudah dipahami dan melekat dalam pola pikir mereka.

Selama sesi berlangsung, suasana dikondisikan secara terbuka dan inklusif agar siswa merasa nyaman untuk aktif terlibat. Penyampaian materi tidak bersifat satu arah, melainkan diselingi dengan diskusi ringan, pertanyaan pemantik, dan ajakan reflektif agar siswa mampu mengaitkan konten dengan pengalaman atau ketertarikan pribadi mereka. Sesi diskusi menjadi ruang penting bagi siswa untuk menyampaikan gagasan, menjawab pertanyaan, hingga merancang ide sederhana mengenai produk atau jasa yang mungkin bisa dikembangkan, seperti membuat desain konten edukatif, video pendek, atau konsep usaha berbasis hobi yang mereka miliki.

Sebagai bagian dari proses internalisasi materi, peserta juga diajak untuk melakukan refleksi di akhir kegiatan. Refleksi ini dapat dilakukan secara lisan secara sukarela, untuk menggambarkan pemahaman, perasaan, maupun ide baru yang muncul setelah mengikuti kegiatan. Langkah ini bertujuan untuk memantik kesadaran internal dan

memvalidasi bahwa materi yang disampaikan tidak hanya dipahami secara kognitif, namun juga menyentuh aspek afektif peserta. Dalam pelaksanaannya, tidak digunakan instrumen evaluasi kuantitatif formal, namun observasi partisipatif dan refleksi spontan dijadikan sebagai metode penilaian informal terhadap efektivitas penyampaian dan pemahaman peserta.

Seluruh proses kegiatan didokumentasikan secara sistematis dalam bentuk catatan lapangan, foto kegiatan, serta rekaman singkat interaksi dan presentasi siswa. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai bukti pelaksanaan kegiatan, tetapi juga menjadi instrumen pelaporan dan evaluasi yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir kegiatan PKM. Hasil dokumentasi ini turut menjadi bahan rujukan dalam perbaikan desain kegiatan berikutnya, khususnya dalam mengembangkan model penyuluhan kewirausahaan berbasis generasi digital yang adaptif, aplikatif, dan menyenangkan bagi siswa usia sekolah menengah pertama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang bertajuk “Sosialisasi Entrepreneur” telah dilaksanakan pada Rabu, 28 Mei 2025,

pukul 13.00–14.00 WIB, bertempat di aula SMP Terpadu Darussalam, Depok, Jawa Barat. Kegiatan ini diikuti oleh 50 peserta didik tingkat SMP, yang tergolong dalam rentang usia Generasi Z. Mereka menunjukkan antusiasme tinggi sejak awal hingga akhir kegiatan, dengan keterlibatan aktif selama pemaparan materi, diskusi, dan sesi tanya jawab. Secara umum, pelaksanaan berjalan lancar, kondusif, dan mendapatkan respons positif baik dari peserta maupun pihak sekolah.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa materi sosialisasi yang disampaikan dengan pendekatan komunikatif dan visual menarik berhasil menggugah minat dan perhatian siswa. Respon aktif siswa terlihat dari jumlah pertanyaan yang diajukan, keberanian mereka mengemukakan pendapat, dan kesediaan untuk berpartisipasi dalam diskusi tentang ide-ide usaha sederhana yang berangkat dari minat pribadi. Berikut ini ditampilkan hasil pengamatan dan evaluasi partisipatif yang dilakukan selama kegiatan.

Tabel 1. Tingkat respon dan keterlibatan siswa dalam kegiatan sosialisasi entrepreneur.

Aspek Pengamatan	Kategori Tingkat Respon	Presentase (%)
Bertanya dalam sesi diskusi	Aktif	25%
Menanggapi pertanyaan materi	Sangat Aktif	40%
Mengajukan ide bisnis sederhana	Aktif	25%
Tidak berpartisipasi verbal	Pasif	10%

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa 90% peserta terlibat aktif dalam kegiatan melalui pertanyaan, tanggapan, dan ide-ide kreatif. Hanya 10% yang tampak pasif, kemungkinan karena rasa malu atau belum terbiasa berbicara di forum publik. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang kontekstual, ringan, dan interaktif efektif menarik perhatian siswa tingkat SMP. Mereka tidak hanya menjadi pendengar, tetapi juga mulai aktif berpikir dan berbagi ide, seperti membuat akun edukatif di media sosial atau menjual karya digital. Ini mencerminkan perubahan peran dari konsumen digital menjadi calon pelaku ekonomi digital.

Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya personal branding dengan mengidentifikasi keunikan diri sebagai potensi nilai jual. Metode penyampaian yang diselingi diskusi terbukti efektif membangun pemahaman dan kepercayaan diri. Namun, keterbatasan waktu dan belum adanya sesi praktik langsung menjadi kendala dalam pendalaman materi. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan seperti pelatihan atau mentoring sangat disarankan agar siswa dapat mengembangkan ide secara nyata. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil membuka wawasan kewirausahaan digital dan mendorong siswa untuk berpikir lebih mandiri dan kreatif di era ekonomi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan analisis kegiatan pengabdian masyarakat bertajuk “Sosialisasi Entrepreneur” di SMP Terpadu Darussalam, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman peserta didik terhadap konsep dasar kewirausahaan, khususnya dalam konteks digital. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, keterlibatan aktif dalam diskusi, serta mulai mampu mengidentifikasi potensi diri dan peluang usaha dari aktivitas yang selama ini mereka lakukan di dunia digital. Penyampaian materi dengan metode pemaparan interaktif dan visual terbukti

efektif membangun partisipasi, serta mendorong pemikiran kritis dan kreatif dari siswa. Refleksi peserta juga menunjukkan bahwa materi yang disampaikan tidak hanya diterima secara kognitif, tetapi juga memengaruhi kesadaran afektif mereka terhadap pentingnya berpikir mandiri dan produktif.

Sebagai saran, kegiatan serupa sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dengan dukungan format yang lebih aplikatif, seperti pelatihan praktik, proyek mini, atau pendampingan lanjutan dalam bentuk inkubasi ide bisnis sederhana. Selain itu, sekolah dan tenaga pendidik perlu dilibatkan secara aktif dalam proses ini agar tercipta ekosistem kewirausahaan sejak dini yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif. Pendekatan yang berkelanjutan akan lebih memungkinkan terciptanya perubahan perilaku jangka panjang, serta mendorong lahirnya generasi muda yang adaptif, mandiri, dan inovatif dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada SMP Terpadu Darussalam atas sambutan yang ramah dan kerjasama yang luar biasa dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini.

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada Bapak Syamsudin, S.E., selaku Kepala Sekolah SMP Terpadu Darussalam, serta kepada seluruh bapak/ibu guru pendamping dan siswa-siswi yang telah menunjukkan keaktifan, antusiasme, dan semangat belajar selama kegiatan berlangsung.

Kami juga menyampaikan penghargaan dan apresiasi mendalam kepada Universitas Pamulang atas dukungan moral dan teknis yang telah diberikan, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan mencapai tujuannya.

Ucapan terima kasih kami tujukan pula kepada Ibu Nurhayati, S.E., M.Ak., selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing dan mendampingi kami dengan penuh dedikasi.

Tak lupa, kami menyampaikan terima kasih kepada seluruh tim pelaksana PKM atas kolaborasi dan kerja sama yang solid sejak tahap perencanaan hingga pelaporan kegiatan akhir.

Akhir kata, kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung demi kesuksesan program ini.



(Gambar 1. Foto pada saat pemaparan materi ketua pelaksanaan PKM)



(Gambar 2. Foto pada saat pemaparan materi narasumber 1)



(Gambar 3. Foto pada saat pemaparan materi narasumber 2)



(Gambar 4. Foto pada saat pemaparan materi narasumber 3)

REFERENSI

Akmal, F., Purnomo, A., & Salam, R. (2020). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMP Alam Ar-Ridho Semarang. *Sosiolium*.

Alruthaya, A., Nguyen, T.-T., & Lokuge, S. (2021). The application of digital technology and the learning characteristics of Generation Z. *arXiv preprint arXiv:2105.10463*.

Berliana, D., Sunarya, Y., & Ramdan, A. M. (2023). Peran pendidikan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha dalam menumbuhkan mental wirausaha pada Gen Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 55–65.

Khwarazmita, T. (2022). Social entrepreneurship on Gen Z students. *Journal of Career and Entrepreneurship*, 7(1), 21–29.

Noviani, L., & Wahida, A. (2023).

Pembelajaran kewirausahaan di SMA selama pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 45–53.

Nuriyanti, W. N., et al. (2023). Peran koperasi sekolah dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa SMP. *Journal On Education*, 5(3), 89–97.

Reffandi, K. S., & Sulistyowati, R. (2023). Pengaruh entrepreneurial education terhadap entrepreneurial intention pada siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(1), 12–23.

Retnawati, H. (2014). Hambatan guru dalam pembelajaran dan alternatif solusinya. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 33(1), 15–27.

Shahin, M., et al. (2020). The impact of a STEM-based entrepreneurship programme on entrepreneurial intention of secondary school female students. *arXiv preprint arXiv:2010.01234*.

Tanesia, C. Y., Mustikarini, C. N., & Wijaya, J. (2024). Entrepreneurial capacity vs education and self-efficacy in Gen-Z high-growth intentions. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 3(1), 1–11.

Wijayanti, R. W., Tyas, Z. W. R. N., & Hikmawati, H. (2024). Pengembangan program edupreneurship dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan di SMK. *Jurnal Intelektual*, 6(2), 33–40..