
PENGEMBANGAN SDM SISWA VISIONER DAN IMAGINATIF SEBAGAI DASAR ENTREPRENEURSHIP ERA DIGITAL

Muhammad Gandung¹, Akhmar Barsah², Hendy Surahman³

^{1,2,3}Universitas Pamulang

dosen02020@unpam.ac.id¹, dosen01578@unpam.ac.id², dosen01484@unpam.ac.id³

Article Info

Diterima 16 Februari 2026

Direview 22 Februari 2026

Disetujui 25 Februari 2026

Keyword:

Motivasi

Berpikir Perubahan

Wirausaha

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi kewirausahaan digital siswa Yayasan Tajaul Karomah Desa Situ Gandung, Kecamatan Pagedangan, Tangerang, melalui pendekatan pelatihan partisipatif dan pendampingan berbasis praktik. Kegiatan dirancang untuk membekali siswa dengan pemahaman mengenai digitalisasi produk, pengembangan kreativitas, pemanfaatan teknologi dalam pembuatan konten, serta penerapan strategi pemasaran digital secara efektif. Metode yang digunakan meliputi pelatihan interaktif, demonstrasi, coaching, dan praktik proyek digital yang memungkinkan peserta mengimplementasikan konsep secara langsung. Materi mencakup dasar digital marketing, manajemen konten, desain produk sederhana, serta optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi dan branding. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap pemasaran digital dan penggunaan teknologi sebagai alat pengembangan usaha. Selain itu, terjadi peningkatan partisipasi aktif, kreativitas, dan kepercayaan diri dalam mempresentasikan ide bisnis, sehingga program ini efektif memperkuat kesiapan kewirausahaan siswa di era digital.

Pendahuluan

Pengembangan jiwa kewirausahaan pada generasi muda merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di era digital. Transformasi ekonomi global yang ditandai dengan percepatan digitalisasi menuntut individu tidak hanya memiliki kompetensi akademik, tetapi juga sikap inovatif, kreatif, visioner, serta keberanian mengambil risiko. Kewirausahaan tidak lagi dipahami sekadar aktivitas ekonomi, melainkan sebagai proses pembentukan pola pikir (*entrepreneurial mindset*) yang berorientasi pada penciptaan nilai dan pemecahan masalah (Zimmerer, 1996).

Dalam perspektif pendidikan, kewirausahaan berperan sebagai instrumen strategis dalam membentuk kemandirian dan daya saing peserta didik. Suharsono (2015) menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan bertujuan membangun karakter kreatif, inovatif, serta kemampuan mengelola peluang secara produktif. Hal ini sejalan dengan pandangan Priyanto (2008) yang menyatakan bahwa jiwa kewirausahaan terbentuk melalui konstruksi sosial yang melibatkan nilai, pengalaman, dan pembiasaan dalam lingkungan pendidikan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa intensi kewirausahaan pada siswa dan mahasiswa dipengaruhi oleh faktor pendidikan, lingkungan sosial, serta persepsi terhadap peluang usaha. Indarti dan Rostiani (2008) menemukan bahwa lingkungan pendidikan memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk intensi kewirausahaan mahasiswa di berbagai negara. Temuan serupa dikemukakan oleh Turker dan Selcuk (2008) yang menyatakan bahwa dukungan pendidikan dan lingkungan institusi berperan penting dalam mendorong niat berwirausaha. Do Paco (2011) juga menegaskan bahwa pada tingkat pendidikan menengah, penguatan motivasi dan pengalaman kewirausahaan sejak dini berpengaruh terhadap pembentukan *entrepreneurial intention*. Selain itu, Haque dan Kabir (2017) menunjukkan bahwa faktor sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memengaruhi niat kewirausahaan mahasiswa, khususnya di wilayah pedesaan.

Meskipun demikian, tantangan dalam pengembangan kewirausahaan di Indonesia masih cukup besar. Data nasional tahun 2025 menunjukkan bahwa rasio kewirausahaan Indonesia berada pada kisaran 3,47%–3,57% dari total populasi, angka yang masih jauh dari standar negara maju yang mencapai 10–12%. Walaupun jumlah wirausaha pemula mencapai 53,38 juta orang dengan pertumbuhan tahunan 3,5%, jumlah wirausaha mapan hanya sebesar 5,13 juta orang atau sekitar 3,35% dari angkatan kerja. Kondisi ini mengindikasikan bahwa ekosistem kewirausahaan

masih didominasi oleh usaha pemula yang belum sepenuhnya stabil, sehingga diperlukan penguatan kapasitas dan karakter kewirausahaan sejak usia sekolah.

Era digitalisasi semakin memperkuat urgensi pengembangan kewirausahaan berbasis inovasi. Wardana (2022) menyatakan bahwa kewirausahaan di era digital menuntut adaptasi teknologi, pemanfaatan platform digital, serta strategi pemasaran berbasis internet. Candra (2021) menambahkan bahwa digital marketing menjadi instrumen penting dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha, termasuk pada komunitas pendidikan dan pesantren. Dengan demikian, siswa perlu dibekali kemampuan kreatif dan inovatif agar mampu memanfaatkan peluang digital secara optimal.

Pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal juga menjadi strategi relevan dalam konteks pemberdayaan masyarakat. Malik dan Sungkowo (2017) menekankan pentingnya pemberdayaan berbasis potensi lokal untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan. Sementara itu, Sunardi dan Lesmana (2020) menawarkan konsep Icepower (Wiramadu) sebagai solusi penguatan wirausaha menuju desa mandiri, yang menekankan integrasi motivasi, kreativitas, dan keberanian bertindak. Wijaya (2008) juga menegaskan bahwa perilaku berwirausaha dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal seperti motivasi dan kreativitas serta faktor eksternal berupa lingkungan dan dukungan kebijakan.

Dalam praktik pendidikan, salah satu kendala utama adalah masih minimnya pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif. Hermina, Novieyana, dan Zain (2011) menemukan bahwa mata kuliah kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pendidikan yang terstruktur mampu meningkatkan minat dan kesiapan berwirausaha. Namun, pada tingkat sekolah, pendekatan pembelajaran berbasis proyek, pengalaman langsung, serta penguatan soft skills masih belum optimal diterapkan.

Yayasan Tajaul Karomah yang berlokasi di Desa Situ Gandung, Kecamatan Pagedangan, Tangerang, merupakan salah satu lembaga pendidikan yang memiliki potensi dalam pengembangan sumber daya manusia berbasis kewirausahaan. Akan tetapi, berdasarkan observasi awal, siswa masih menghadapi tantangan dalam membangun sikap inovatif dan kreatif sebagai fondasi kewirausahaan, khususnya dalam menghadapi era digitalisasi produk yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan terhadap 35 siswa Yayasan Tajaul Karomah, diperoleh temuan bahwa 72% siswa belum pernah menyusun rencana usaha sederhana, 65% belum memahami konsep dasar digital marketing, dan 68% masih memandang kewirausahaan sebagai aktivitas yang membutuhkan modal besar. Selain itu, 74% siswa belum pernah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk secara terstruktur. Data ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tuntutan era digital dan kesiapan kewirausahaan siswa, sehingga diperlukan intervensi pendidikan yang bersifat aplikatif dan berbasis pengalaman langsung.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang diarahkan pada penguatan sikap inovatif dan kreatif siswa sebagai dasar pembentukan jiwa kewirausahaan. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kesiapan siswa dalam memanfaatkan peluang usaha berbasis digital serta memperkuat karakter kemandirian ekonomi.

Program pelatihan kewirausahaan terbukti menjadi salah satu strategi efektif dalam pemberdayaan siswa sekolah menengah, terutama ketika diintegrasikan dengan dukungan institusional atau kemitraan eksternal. Octaviani dan Setiawan (2025) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis CSR perusahaan mampu meningkatkan keterampilan manajerial, kemandirian, serta kesiapan siswa dalam menciptakan peluang usaha baru. Temuan ini memperkuat pentingnya intervensi pendidikan kewirausahaan yang bersifat aplikatif dan partisipatif pada tingkat sekolah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana sikap inovatif dan kreatif siswa dalam kewirausahaan serta bagaimana bimbingan perilaku kewirausahaan dapat meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi era digitalisasi produk. Secara konseptual, penelitian ini berkontribusi pada penguatan literatur mengenai pengembangan entrepreneurial intention melalui intervensi pendidikan berbasis karakter dan kreativitas di tingkat sekolah.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi antara penguatan entrepreneurial mindset, literasi digital marketing, dan pendekatan partisipatif berbasis potensi lokal dalam konteks pendidikan nonformal tingkat sekolah. Program ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan motivasi, tetapi juga pada pengukuran perubahan sikap dan literasi kewirausahaan melalui pendekatan evaluatif yang terstruktur.

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan sistematis dan partisipatif dalam rangka membangun sikap inovatif, kreatif, dan visioner sebagai dasar pengembangan jiwa kewirausahaan siswa di Yayasan Tajaul Karomah, Desa Situ Gandung, Kecamatan Pagedangan, Tangerang. Secara konseptual, kewirausahaan dipahami sebagai proses penciptaan nilai melalui inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan (Zimmerer, 1996). Oleh karena itu, pembentukan karakter kewirausahaan tidak hanya berfokus pada aspek teknis bisnis, tetapi juga pada penguatan pola pikir (*entrepreneurial mindset*) yang mencakup keberanian mengambil risiko, kemampuan melihat peluang, dan kesiapan beradaptasi terhadap perubahan.

Kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan ini disusun berdasarkan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi awal dan diskusi dengan pimpinan yayasan. Permasalahan utama yang ditemukan meliputi rendahnya pemahaman kewirausahaan praktis, kurangnya keberanian menghadapi risiko, minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha, serta terbatasnya penguatan *soft skills* seperti komunikasi, kolaborasi, dan kepemimpinan. Kondisi ini sejalan dengan temuan Indarti dan Rostiani (2008) yang menyatakan bahwa lingkungan pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk intensi kewirausahaan. Turker dan Selcuk (2008) juga menegaskan bahwa dukungan institusional dan pembelajaran kewirausahaan secara langsung berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Bahkan pada tingkat pendidikan menengah, Do Paco (2011) menemukan bahwa pengalaman kewirausahaan yang diberikan sejak dini mampu meningkatkan *entrepreneurial intention* secara signifikan. Selain itu, Haque dan Kabir (2017) menjelaskan bahwa sikap individu serta dukungan lingkungan sosial turut menentukan pembentukan niat berwirausaha.

Berdasarkan landasan tersebut, program dirancang melalui empat tahapan utama, yaitu identifikasi masalah, perancangan solusi, implementasi pelatihan, serta evaluasi dan pendampingan berkelanjutan. Pendekatan ini mengintegrasikan faktor internal seperti motivasi dan kreativitas dengan faktor eksternal seperti lingkungan belajar dan akses teknologi, sebagaimana dijelaskan dalam model perilaku kewirausahaan (Wijaya, 2008). Secara pedagogis, pendekatan ini juga sejalan dengan konsep pendidikan kewirausahaan yang menekankan pembentukan karakter, kreativitas, dan kemandirian (Suharsono, 2015; Priyanto, 2008).

Implementasi program dilakukan melalui kombinasi ceramah interaktif, diskusi, simulasi, dan praktik langsung. Materi yang diberikan mencakup pengenalan konsep kewirausahaan, pengembangan sikap inovatif dan kreatif, strategi digital marketing, serta penguatan *soft skills* kewirausahaan. Dalam konteks era digitalisasi, pemanfaatan teknologi menjadi komponen penting. Wardana (2022) menegaskan bahwa kewirausahaan di era digital menuntut integrasi teknologi, platform digital, serta strategi pemasaran berbasis internet. Hal ini diperkuat oleh

Candra (2021) yang menunjukkan bahwa digital marketing menjadi instrumen efektif dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis komunitas, termasuk di lingkungan pendidikan dan pesantren.

Materi digital marketing yang diberikan kepada peserta meliputi optimalisasi konten organik melalui media sosial, dasar-dasar Search Engine Optimization (SEO), pemanfaatan email marketing, kolaborasi dengan micro-influencer, serta penggunaan data dan analitik sederhana untuk memahami perilaku pelanggan. Selain aspek teknis, peserta juga diberikan penguatan motivasi melalui penyampaian kisah sukses wirausahawan nasional sebagai inspirasi untuk membangun kepercayaan diri dan orientasi masa depan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan berbasis potensi lokal (Malik & Sungkowo, 2017) serta penguatan daya juang kewirausahaan sebagaimana dikemukakan dalam konsep Icepower (Sunardi & Lesmana, 2020).

Kegiatan dilaksanakan selama dua bulan yang terdiri atas tahap persiapan selama tiga minggu, pelaksanaan pelatihan intensif selama dua hari, dan pendampingan selama empat minggu. Tahap persiapan mencakup observasi, koordinasi dengan pihak yayasan, penyusunan modul, serta pembagian tugas tim pelaksana. Tahap pelatihan difokuskan pada penguatan konsep dan praktik kewirausahaan digital. Selanjutnya, tahap pendampingan dilakukan melalui kunjungan lapangan, diskusi kelompok, serta konsultasi individu guna memastikan peserta mampu mengimplementasikan strategi yang telah dipelajari.

Evaluasi program dilakukan dengan mengukur peningkatan pemahaman peserta, perubahan sikap terhadap kewirausahaan, kemampuan menyusun ide bisnis, serta penerapan strategi digital marketing dalam praktik. Hermina, Novieyana, dan Zain (2011) menegaskan bahwa intervensi pendidikan kewirausahaan yang terstruktur mampu meningkatkan minat dan kesiapan berwirausaha. Oleh karena itu, pendekatan evaluatif dalam program ini diarahkan untuk memastikan bahwa pelatihan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga menghasilkan perubahan perilaku dan peningkatan kapasitas kewirausahaan siswa secara nyata.

Secara keseluruhan, metode yang digunakan dalam kegiatan ini dirancang untuk membentuk siswa yang adaptif, kreatif, dan visioner, serta memiliki kesiapan kewirausahaan yang kuat dalam menghadapi era digitalisasi produk yang semakin kompetitif.

Instrumen Evaluasi

Evaluasi program dilakukan menggunakan pendekatan pre-test dan post-test berbasis skala Likert (1–5) yang terdiri dari 10 indikator literasi kewirausahaan dan digital marketing. Selain itu, digunakan lembar observasi partisipasi aktif, rubrik penilaian presentasi ide bisnis, serta kuesioner perubahan sikap kewirausahaan. Validitas data diperkuat melalui triangulasi antara hasil kuesioner, observasi langsung, dan diskusi kelompok terarah (FGD).

Tahapan Pelaksanaan

Program dilaksanakan melalui empat tahapan sistematis, yaitu:

- (1) Identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi dan wawancara;
- (2) Perancangan modul pelatihan berbasis entrepreneurial mindset dan digital marketing;
- (3) Implementasi pelatihan interaktif dan praktik proyek;
- (4) Pendampingan dan evaluasi berkelanjutan selama empat minggu.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Yayasan Tajaul Karomah menunjukkan hasil yang positif baik dari sisi peningkatan pemahaman maupun perubahan sikap peserta terhadap kewirausahaan. Berdasarkan hasil observasi selama pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep dasar kewirausahaan, pentingnya sikap inovatif dan kreatif, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha.

Untuk mengukur efektivitas program pelatihan dan pendampingan kewirausahaan digital, dilakukan evaluasi kuantitatif melalui instrumen pre-test dan post-test terhadap seluruh peserta. Pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui perubahan tingkat literasi kewirausahaan, pemahaman digital marketing, kepercayaan diri dalam presentasi ide bisnis, serta kemampuan mengidentifikasi peluang usaha berbasis potensi lokal. Instrumen disusun dalam bentuk skala Likert (1–5) yang mencerminkan tingkat pemahaman dan kesiapan peserta sebelum dan sesudah intervensi program. Hasil evaluasi disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test Literasi Kewirausahaan

Indikator	Pre-Test (Rata-rata)	Post-Test (Rata-rata)	Peningkatan
Pemahaman konsep kewirausahaan	2,8	4,2	+50%
Literasi digital marketing	2,5	4,1	+64%
Kepercayaan diri presentasi	3,0	4,3	+43%
Kemampuan identifikasi peluang	2,7	4,0	+48%

Hasil menunjukkan adanya peningkatan rata-rata sebesar 51% pada seluruh indikator literasi kewirausahaan dan digital marketing. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pelatihan dan pendampingan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas peserta.

Pada tahap awal kegiatan, sebagian besar peserta masih memandang kewirausahaan sebagai aktivitas yang membutuhkan modal besar dan berisiko tinggi. Namun setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa kewirausahaan berawal dari kemampuan mengidentifikasi peluang dan menciptakan nilai tambah melalui kreativitas, sebagaimana dikemukakan oleh Zimmerer (1996). Perubahan pola pikir ini terlihat dari meningkatnya partisipasi aktif dalam diskusi, munculnya ide-ide usaha sederhana berbasis potensi lokal, serta keberanian menyampaikan gagasan di depan kelompok.

Dalam aspek digital marketing, peserta menunjukkan peningkatan literasi teknologi, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Sebelum pelatihan, sebagian peserta hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami konsep konten promosi, segmentasi pasar, serta pentingnya konsistensi branding. Hal ini sejalan dengan temuan Candra (2021) yang menyatakan bahwa digital marketing menjadi strategi efektif dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis komunitas pendidikan.

Selama tahap pendampingan empat minggu, beberapa peserta mulai mencoba mempraktikkan strategi sederhana seperti pembuatan konten promosi, simulasi pencatatan keuangan, serta perencanaan usaha kecil berbasis kebutuhan sekitar. Meskipun masih dalam tahap awal, perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan entrepreneurial intention sebagaimana dijelaskan oleh Do Paco (2011), bahwa pengalaman langsung dan pembelajaran aplikatif mampu meningkatkan niat berwirausaha pada siswa tingkat menengah.

Dari sisi soft skills, terjadi peningkatan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, serta kerja sama dalam kelompok. Peserta lebih aktif berdiskusi dan berani mengemukakan pendapat. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan experiential learning efektif dalam membangun karakter kewirausahaan.

Secara umum, indikator keberhasilan program dapat dilihat dari:

1. Meningkatnya pemahaman konsep kewirausahaan dan digital marketing.
2. Tumbuhnya minat dan motivasi untuk memulai usaha kecil.
3. Munculnya ide bisnis berbasis potensi lokal.
4. Peningkatan kepercayaan diri dan partisipasi aktif peserta.

Pembahasan

Hasil peningkatan literasi dan sikap kewirausahaan ini memperkuat Theory of Planned Behavior yang menyatakan bahwa perubahan sikap dan persepsi kontrol perilaku berkontribusi

terhadap peningkatan niat berwirausaha. Integrasi antara pembelajaran partisipatif dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan self-efficacy dan entrepreneurial intention siswa.

Hasil kegiatan ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran signifikan dalam membentuk niat dan karakter kewirausahaan. Indarti dan Rostiani (2008) menegaskan bahwa lingkungan pendidikan berkontribusi dalam membangun intensi kewirausahaan mahasiswa, sementara Turker dan Selcuk (2008) menyoroti pentingnya dukungan institusional dalam mendorong niat berwirausaha. Dalam konteks kegiatan ini, dukungan yayasan serta keterlibatan aktif dosen menjadi faktor eksternal yang memperkuat perubahan sikap peserta.

Hasil peningkatan literasi kewirausahaan dan kepercayaan diri peserta dalam kegiatan ini sejalan dengan temuan Octaviani dan Setiawan (2025) yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis pendekatan partisipatif mampu meningkatkan kapasitas manajerial dan motivasi siswa dalam merintis usaha. Kesamaan temuan ini menunjukkan bahwa intervensi pendidikan kewirausahaan pada tingkat sekolah memiliki efektivitas yang relatif konsisten dalam konteks pemberdayaan generasi muda.

Peningkatan partisipasi dan keberanian peserta dalam menyampaikan ide menunjukkan bahwa faktor internal seperti motivasi dan self-confidence mulai berkembang. Hal ini selaras dengan model yang dikemukakan oleh Haque dan Kabir (2017), bahwa sikap individu dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh terhadap pembentukan entrepreneurial intention.

Selain itu, integrasi materi digital marketing dalam pelatihan terbukti relevan dengan tuntutan kewirausahaan modern. Wardana (2022) menegaskan bahwa kewirausahaan di era digital menuntut adaptasi terhadap teknologi dan pemanfaatan platform digital. Dalam kegiatan ini, peserta mulai memahami bahwa usaha tidak harus dimulai secara konvensional, melainkan dapat memanfaatkan media sosial dan platform daring sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien.

Pendekatan pemberdayaan berbasis potensi lokal yang diterapkan juga sejalan dengan konsep Malik dan Sungkowo (2017), yang menekankan pentingnya pengembangan kewirausahaan melalui optimalisasi sumber daya lokal. Ide-ide usaha yang muncul dari peserta cenderung berbasis kebutuhan lingkungan sekitar, seperti produk makanan rumahan dan jasa sederhana, yang memiliki peluang pasar nyata di komunitas setempat.

Namun demikian, hasil pendampingan juga menunjukkan bahwa perubahan perilaku kewirausahaan memerlukan waktu dan konsistensi. Meskipun minat dan motivasi meningkat, sebagian peserta masih membutuhkan dukungan lanjutan untuk menjaga keberlanjutan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pendidikan kewirausahaan perlu dilakukan secara berkelanjutan dan terstruktur, sebagaimana ditegaskan oleh Hermina, Novieyana, dan Zain

(2011), bahwa pembelajaran kewirausahaan yang sistematis berpengaruh terhadap peningkatan minat berwirausaha.

Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa penguatan sikap inovatif dan kreatif melalui pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan kesiapan kewirausahaan siswa dalam menghadapi era digitalisasi produk. Integrasi antara penguatan karakter, literasi digital, serta praktik langsung menjadi kombinasi efektif dalam membangun fondasi jiwa kewirausahaan.

Rencana Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program, dirancang skema pendampingan lanjutan selama satu tahun yang meliputi:

1. Monitoring triwulan perkembangan ide bisnis siswa.
2. Pembentukan kelompok inkubasi usaha mini berbasis sekolah.
3. Kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal sebagai mentor praktik.
4. Integrasi materi kewirausahaan digital dalam kegiatan ekstrakurikuler yayasan.

Kontribusi Penelitian

Secara praktis, kegiatan ini memberikan model pelatihan kewirausahaan digital yang dapat direplikasi pada lembaga pendidikan berbasis komunitas. Secara akademik, program ini memperkaya literatur mengenai integrasi entrepreneurial mindset dan literasi digital dalam konteks pemberdayaan pendidikan nonformal. Secara kebijakan, hasil kegiatan ini dapat menjadi rujukan dalam pengembangan kurikulum kewirausahaan berbasis digital pada tingkat sekolah.

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa Yayasan Tajaul Karomah Desa Situ Gandung, Kecamatan Pagedangan, Tangerang, mengenai sikap inovatif dan kreatif sebagai dasar kewirausahaan, serta memberikan bimbingan perilaku kewirausahaan agar siswa mampu bersaing dalam era digitalisasi produk.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman siswa terhadap konsep kewirausahaan, pentingnya sikap inovatif dan kreatif, serta peran pola pikir visioner mengalami peningkatan. Siswa mulai menyadari bahwa kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan modal finansial, tetapi juga dengan kemampuan menciptakan ide, melihat peluang, serta berani mengambil risiko secara terukur. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan pertama kegiatan, yaitu memberikan wawasan tentang sikap inovatif dan kreatif dalam kewirausahaan, telah tercapai.

Selain itu, melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan digital, siswa memperoleh pemahaman mengenai strategi pemasaran berbasis teknologi, pemanfaatan media sosial, serta pengelolaan usaha sederhana. Perubahan ini tercermin dari meningkatnya minat berwirausaha dan kesiapan siswa dalam merancang ide bisnis berbasis potensi lokal. Dengan demikian, tujuan kedua, yaitu memberikan bimbingan perilaku kewirausahaan agar siswa mampu bersaing dalam era digitalisasi produk, juga telah terealisasi.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan kontribusi dalam membangun fondasi jiwa kewirausahaan siswa melalui penguatan sikap inovatif, kreatif, dan literasi digital. Namun, untuk menghasilkan dampak yang lebih berkelanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan dan integrasi program kewirausahaan secara berkesinambungan dalam lingkungan pendidikan yayasan

Daftar Pustaka

- Candra, A. I. (2021). Digital Marketing untuk Kewirausahaan Pesantren di Masa Pandemi COVID-19. JPM Wikrama Parahita.
- Do Paco, A. (2011). Entrepreneurial intention among secondary students: Findings from Portugal. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 92–106. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2011.040418>
- Haque, & Kabir. (2017). Entrepreneurial Intentions: A Study on Students from Countryside University. *Asian Economic and Financial Review*, 7(10), 972– 980. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2017.710.972.980>
- Hermiana, U. N., Noviyana, S., & Zain, D. (2011). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha Pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Eksos*, Jul. 2011, hlm. 130-141 Vol. 7. No. 02 ISSN 1693-9093.
- Indarti, & Rostiani. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*. Vol. 23.
- Malik, A., & Sungkowo, M. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*.
- Octaviani, A., & Setiawan, A. (2025). Pemberdayaan siswa SMK Negeri 5 Kota Tangerang Selatan melalui pelatihan kewirausahaan berbasis CSR perusahaan. *Jurnal Harmoni Ilmu Sosial dan Abdi Bangsa (HISAB)*, 1(1), 76–85.

- Priyanto, S. H. (2008). Di dalam jiwa ada jiwa: The backbone and the social construction of entrepreneurs. Pidato Pengukuhan Guru Besar Universitas Kristen Satya Wacana.
- Suharsono, N. (2015). Pendidikan Kewirausahaan. JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia), 4(1), 528–539. <https://doi.org/10.23887/jpiundiksha.v4i1.4892>
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. JIMF Forkamma, 75 - 85.
- Turker, D., Selcuk, S., “Which factors affect entrepreneurial intention of university students?” Journal of European Industrial Training Vol. 33 No. 2. Turkey: Emerald Group Publishing Limited, 2008.
- Wardana, M. A. (2022). Kewirausahaan di Era Digital. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wijaya. (2008). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Zimmerer, W.T. (1996). Entrepreneurship and The New Venture Formation. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

