

PENDIDIKAN BERWIRAUSAHA DAN MARKETING BERBASIS DIGITAL

Maman Darmansyah¹, Sonny², Tri Budi Subiakto³

Universitas Pamulang

¹dosen01192@unpam.ac.id, ²dosen00983@unpam.ac.id, ³tribudisubiakto@gmail.com

Informasi Artikel	Abstrak
Riwayat Artikel: Masuk: Ditinjau: Diterima:	Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan pengetahuan, kreativitas, dan kesiapan kewirausahaan peserta didik melalui pendidikan berwirausaha dan pemanfaatan digital marketing. Kegiatan dilaksanakan pada peserta didik SMK Al Amanah Tangerang Selatan dengan memberikan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan, pengembangan ide dan kreativitas usaha, identifikasi peluang bisnis, strategi promosi dan pemasaran berbasis digital, serta pengelolaan keuangan sederhana. Metode yang digunakan meliputi pendidikan dan pelatihan, bimbingan teknis, pendampingan, fasilitasi, seminar, dan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD). Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara interaktif melalui penyampaian materi, diskusi, studi kasus, dan tanya jawab sehingga peserta dapat memahami permasalahan dan peluang dalam menjalankan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh wawasan mengenai pentingnya kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, pemanfaatan media digital, serta pengelolaan usaha secara sederhana. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong peserta didik untuk mengembangkan ide bisnis secara mandiri dan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Program juga perlu dilanjutkan melalui pendampingan secara berkelanjutan agar pengetahuan yang diperoleh dapat diimplementasikan dalam kegiatan kewirausahaan.
Kata kunci: <i>kewirausahaan;</i> <i>kreativitas;</i> <i>digital marketing;</i> <i>peserta didik;</i> <i>PKM.</i>	

Pendahuluan

Menjadi wirausahawan semestinya bisa lebih menjanjikan dari pada menjadi pekerja kantoran yang harus mematuhi beberapa aturan yang ada dan memiliki keterbatasan dalam banyak hal, terlebih dalam kondisi ekonomi dan global yang tidak menentu. Apalagi dalam memenuhi kebutuhan yang ada, kita dituntut memiliki kemandirian ekstra demi kehidupan yang sejahtera. Ketika usaha yang dijalankan dengan betul-betul serius, bukan tidak mungkin berwirausaha akan membantu mengurangi jumlah pengangguran dan membantu ekonomi nasional secara keseluruhan. Kemudian seorang usahawan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan, pelatihan, dan pengembangan. Mereka yang menjadi *entrepreneur* adalah yang mengenal potensi dan belajar mengembangkan potensi untuk menangkap peluang serta mengorganisir usahanya (Juli. I, Maman D, & Sonny, 2023)

Kewirausahaan dapat memancing kreatifitas seseorang dalam melihat peluang usaha/berbisnis, bisa juga memberikan banyak kesempatan ekonomi yang baik bagi semua orang. Kesempatan ini selalu tersedia bagi siapa saja yang berani, cerdas dan cermat dalam memanfaatkannya sebaik mungkin. Banyak pengusaha pemula besar yang sukses saat ini, memulai usaha kecil mereka di masa lalu. Mereka bekerja dan mengembangkan perusahaan selangkah demi selangkah, mengenali kelemahan dan kekuatan mereka sebelum melangkah ke dunia bisnis yang lebih besar dan lebih menantang.

Selain itu, kita juga harus siap mengambil resiko atau menghadapi peluang yang ada dengan melakukan berbagai perubahan dan inovasi. Tahap pertama yang harus kita miliki untuk memulai bisnis adalah memiliki niat yang kuat untuk menjalankan bisnis tersebut dan memilih bisnis dari peluang yang ada. Kemudian kita harus mengelolanya secara serius dengan memperhatikan aspek-aspek seperti pembiayaan, sumber daya manusia, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil risiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi. Pemenuhan aspek tersebut sebenarnya telah difasilitasi oleh kemajuan teknologi saat ini, dimana target pemasaran tidak dibatasi oleh umur.

Perkembangan zaman yang cepat dan kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih tentu harus bisa dimanfaatkan dengan sebaik mungkin (Risa Ratna Gumilang, 2019). Apalagi, jumlah pengguna media elektronik saat ini semakin meningkat dan akan terus meningkat. Para pengguna ini tentunya disibukkan dengan berbagai media, terutama media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif (Citra Melati Khairunnisa, 2022).

Sehingga kemudian diharapkan dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini dapat memudahkan siapa saja dalam berwirausaha untuk menciptakan kemandirian dalam memenuhi kebutuhan guna mewujudkan kesejahteraan, khususnya bagi masyarakat Indonesia. Kemajuan teknologi juga memberi dampak yang begitu menonjol pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pemasaran (Rudy Haryanto, dkk, 2024). Hal ini menjadi penting agar tidak lagi ketergantungan hidup pada pekerjaan yang disediakan oleh orang asing, karena kita juga dapat mengembangkan inovasi dalam mencapai perubahan ekonomi yang dapat memajukan tingkat kepuasan. Apalagi dengan pangsa pasar sebagai platform pemasaran yang memudahkan tentunya sangat menjanjikan dan menguntungkan.

Lantas apa sebenarnya wirausaha itu dan bagaimana cara menjalankannya agar poin-poin yang disebutkan di atas bisa terpenuhi?

Secara sederhana pengertian wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang memiliki semangat mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan, yang artinya mandiri secara mental dan berani memulai bisnis, tanpa rasa takut atau cemas meski dalam kondisi tidak menentu. dalam menjalankan bisnis yang akan dijalankan (Sunarso, 2010).

Seorang pengusaha tidak bisa lepas dari resiko atau peluang yang muncul. Wirausahawan harus selalu melakukan tindakan kreatif dan inovatif, disamping untuk melangsungkan usahanya, juga karena mereka adalah orang yang mengubah nilai sumber daya, tenaga kerja, material, dan faktor produksi lainnya menjadi nilai yang bernilai melalui perubahan, inovasi, dan cara baru (Harsoyo Dwijo W, Tedy Ardiansyah, Tarmizi Rasul, 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan tenaga dan waktu yang dibutuhkan, dengan melakukan berbagai inovasi, serta memutakhirkan dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang dalam mekanisme pasarnya.

Selain itu, seorang wirausaha juga perlu inovatif dan mampu mengembangkan ide-ide dasar seperti melakukan kuisioner tentang trend saat ini, melalui *brainstorming*, atau melalui observasi langsung terhadap sesuatu yang sedang *hitz* melalui teknologi yang ada tentunya. (Budiarto: 2010). Ide-ide tersebut menjadi dasar untuk mengembangkan kemajuan bisnis yang dijalankan dan dapat bersumber dari langganan, produk yang ada, perusahaan yang ada, kebijakan pemerintah, penelitian dan pengembangan, saluran distribusi (pedagang grosir dan pengecer yang membantu barang beredar dari produsen ke konsumen akhir.), serta paten (untuk mendapatkan perlindungan hukum). (Jeff: 2007) Bagaimana proses penciptaan ide dalam mengembangkan inovasi tersebut bergantung pada tahapan yang akan dilalui, seperti

perencanaan dan pengembangan produk yang dihasilkan dalam bisnis. Tahapan proses penciptaan ide dimulai dari tahap mengembangkan ide. Pada tahap ini ide-ide, kesuksesan yang menjanjikan diidentifikasi dan ide-ide yang kurang praktis dibuang. Kemudian tahap selanjutnya adalah merumuskan konsep, dimana ide yang telah disaring kemudian diuji untuk mengetahui penerimaan konsumen. Tahap selanjutnya adalah mengembangkan produk yang dihasilkan. Dalam tahap pengembangan suatu produk, reaksi konsumen terhadap produk fisik ditentukan. Sampel produk yang dihasilkan dalam bisnis diberikan kepada beberapa konsumen. Tahap terakhir adalah tes pemasaran. (Sukirno: 2005)

Cara memperkenalkan produk yang dihasilkan dalam bisnis yang dijalankan setidaknya bisa memanfaatkan pembaruan. Prinsip pembaharuan sangat penting di pasaran saat memperkenalkan produk yang dihasilkan dalam bisnis ini karena peluang ini dapat diambil dan dikembangkan sepenuhnya oleh seseorang yang memiliki keahlian dan pengalaman yang diperlukan.

Adapun pembaharuan yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan teknologi saat ini karena lebih memudahkan akses dalam membangun dan mempromosikan suatu produk yang dihasilkan dalam suatu bisnis. Bahkan media sosial bisa mempermudah dalam hal promosi. Postingan yang ditampilkan tentunya memberikan kesan tersendiri dengan menonjolkan produk yang sedang dipromosikan. Banyak pengusaha yang menggunakan cara ini dengan memperkenalkan kepada pelanggan suatu produk atau jasa yang belum ada di pasaran tetapi sudah tersedia di bisnisnya karena memiliki inovasinya sendiri.

Perkembangan teknologi adalah proses teknis baru. Penggunaan teknologi komputer sekarang memungkinkan pembeli memesan dari rumah untuk membeli barang tertentu (e-commerce). Saat ini Indonesia telah memiliki beberapa *marketplace* yang dapat dijadikan wadah untuk mempromosikan produk yang dihasilkan dalam suatu bisnis yang dijalankan. Ini sangat membantu bagi pengusaha pemula sebelum mengembangkan pasar mereka sendiri.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pendidikan berwirausaha dan kreatifitas berbasis digital marketing pada peserta didik di SMK Al Amanah-Tangerang Selatan dengan tujuan agar peserta didik mampu memahami dan kemudian membuat ide serta melakukan kreatifitas secara mandiri membangun wirusaha, marketing dengan berbasis digital yang mereka kerjakan sehingga meningkatkan usaha yang lebih mudah dengan sarana tersebut. Terakhir, keberhasilan seorang wirausahawan bergantung pada kemampuannya sebagai wirausahawan dan tindakannya yang pada dasarnya menunjukkan bahwa ia adalah manajer yang efektif dan efisien dengan menunjukkan kemampuan dan kemampuannya memotivasi dalam menjalankan usahanya sehingga berkembang sebagai update yang mengikuti

perkembangan jaman. kali dengan memperhatikan ide-ide baru yang inovatif guna meningkatkan kesejahteraan karena keseriusan dalam mencari solusi atas permasalahan bisnis yang dihadapinya, melakukan aktivitas tertentu untuk memperoleh keuntungan dan berani menghadapi risiko jika bisnis baru tersebut gagal.

Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan yang digunakan adalah dengan mengunjungi langsung ke SMK Al Amanah di Jl. Amd. Babakan Pocis, No 2, Tangerang Selatan, Banten untuk memberikan pendidikan terkait bagaimana cara memulai usaha dan marketing dengan berbasis digital disana.

Metode pendekatan terkait dengan solusi dan target luaran dari rencana pelaksanaan program PKM pada mitra yang telah ditetapkan, maka tim menetapkan metode pendekatan sebagai berikut :

Metode Pendidikan, Pelatihan/Penyuluhan. Metode ini, ditujukan untuk mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dalam mengatasi permasalahan melalui peningkatan wawasan, pemahaman bagi mitra. Pelaksanaan pelatihan direncanakan di SMK Al Amanah-Tangerang Selatan. Adapun metode pendekatan ini ditetapkan oleh tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) untuk mengatasi permasalahan, dan mencari solusi dalam upaya mencapai target luaran yang telah ditetapkan. Adapun target luaran dari kegiatan ini yaitu :

- a. Peningkatan pengetahuan tentang seluk beluk berwirausaha dan kreatifitas
- b. Peningkatan pemahaman literasi digital, penguasaan teknik dan pemanfaatan media digital.
- c. Peningkatan kemampuan memilih strategi pemasaran dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran dan promosi.
- d. Peningkatan pengetahuan dan kemampuan membuat laporan akuntansi keuangan dan kemampuan mengelola keuangan sederhana dengan pemanfaatan media digital dan komputerisasi.

Metode Bimbingan Teknis dan Pendampingan. Metode Pendekatan ini, ditujukan untuk mentransfer IPTEK, agar mitra mampu mempraktekkan hasil pelatihan dengan bimbingan teknis dan pendampingan dari pakarnya (tim). Metode pendekatan ini diterapkan langsung pada peserta didik di SMK Al Amanah -Tangerang Selatan. Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) bekerja secara aplikatif untuk mengarahkan, membimbing setiap proses

dan tahapan, memberi contoh kepada mitra dalam mengatasi permasalahan dan mencapai target dan luaran dari peningkatan pengetahuan berwirausaha dan pemahaman literasi digital, penguasaan teknik dan pemanfaatan media digital, kemampuan memilih strategi pemasaran dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran dan promosi, peningkatan pengetahuan dan kemampuan tentang membuat laporan akuntansi keuangan dan kemampuan mengelola keuangan sederhana dengan pemanfaatan media digital dan komputerisasi.

Metode Pendekatan Fasilitasi dan Mediasi. Metode pendekatan fasilitasi dan mediasi ini, ditujukan untuk mempermudah, memperlancar, menghubungkan, membuat (mendesain), mendapatkan, dan memiliki sesuatu yang dibutuhkan mitra. Pendekatan ini digunakan untuk mengatasi permasalahan dan mencapai target dan luaran sebagai berikut : a. Fasilitasi pemahaman tentang pengetahuan berwirausaha dan kreatifitas. b. Fasilitasi kemampuan memilih sarana media digital dalam strategi promosi dan pemasaran. c. Fasilitasi pelatihan membuat laporan akuntansi keuangan. d. Fasilitasi pelatihan kemampuan mengelola keuangan sederhana.

Adapun pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) rencana dilakukan secara berjenjang dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) tidak cukup dilakukan dengan cara atau waktu satu kali saja, akan tetapi harus dilakukan secara progresif dan berkelanjutan. Dalam konteks kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) kali ini, kami dan tim PKM selaku pihak pertama melakukan pembuatan kesepakatan, bahwa sebaiknya kegiatan ini dilakukan secara berkelanjutan, dengan asumsi bagaimana kemudian peserta didik SMK Al Amanah betul-betul memahami berbagai hal yang berkaitan dengan konsep berwirausaha dan marketing berbasis digital. Hal ini tentu perlu dilakukan sebagai bentuk komitmen kami bersama mitra agar tujuan dan target luaran bisa tercapai sesuai dengan harapan. Untuk mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) itu kami menggunakan berbagai metode pendekatan, agar kegiatan yang dilakukan betul-betul efektif. Hal itu seperti yang sudah dipaparkan dalam penjelasan diatas. Termasuk konsep kegiatannya, seperti seminar dan forum grup diskusi (FGD) agar kami bisa langsung memahami dan mengukur pemahaman peserta didik SMK Al Amanah terkait dengan berwirausaha dan marketing berbasis digital.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta didik setelah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi mencakup beberapa aspek utama, yaitu pemahaman mengenai konsep kewirausahaan, kemampuan mengidentifikasi

peluang usaha, kreativitas dalam menghasilkan ide bisnis, pemahaman mengenai digital marketing, serta kemampuan dasar dalam pengelolaan keuangan usaha. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, tanya jawab, studi kasus, dan penugasan sederhana yang diberikan kepada peserta selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi digunakan untuk melihat ketercapaian tujuan kegiatan sekaligus mengidentifikasi aspek yang masih memerlukan pendampingan lebih lanjut. Dengan demikian, kegiatan PKM tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga diarahkan pada peningkatan pemahaman dan kemampuan praktis peserta didik dalam mempersiapkan diri menjadi calon wirausahawan.

Hasil dan Pembahasan

Pada hakikatnya, kegiatan yang didasarkan pada kreatifitas secara sederhana dapat menghasilkan sudut pandang yang baru oleh seseorang terhadap suatu masalah tertentu atau berbagai persoalan. Pola pikir dari seseorang dengan kepribadian kreatif adalah terbuka dan luas, atau sering kali disebut '*out of the box*'. Perlu juga kita ketahui, pola pikir yang demikian itu tidaklah datang secara instan dan langsung, melainkan melalui suatu proses yang berkesinambungan dan progresif. Seorang pakar bernama Graham Wallas, dalam bukunya "*The Art of Thought*" menyatakan bahwa proses kreatif meliputi beberapa tahapan. Setidaknya ada 4 tahap, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan, mempersiapkan diri untuk memecahkan masalah dengan mengumpulkan data/informasi, mempelajari pola berpikir dari orang lain, dan bertanya pada orang lain.
2. Tahap Inkubasi, pada tahap ini pengumpulan informasi dihentikan, individu melepaskan diri untuk sementara dari masalah tersebut. Ia tidak memikirkan masalah tersebut secara sadar, tetapi "mengeramkannya" dalam alam pra sadar.
3. Tahap Iluminasi, tahap ini merupakan tahap timbulnya "*insight*" atau "*Aha Erlebnis*", yaitu saat munculnya inspirasi atau gagasan baru.
4. Tahap Verifikasi, tahap ini merupakan tahap pengujian ide atau kreasi baru tersebut terhadap realitas. Di sini diperlukan pemikiran kritis dan konvergen. Proses divergensi (pemikiran kreatif) harus diikuti proses konvergensi (pemikiran kritis).

Hasil Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan proses pelaksanaan seminar, diskusi kelompok, tanya jawab, dan studi kasus, peserta didik menunjukkan antusiasme yang cukup baik dalam mengikuti kegiatan. Peserta mulai mampu mengidentifikasi berbagai peluang usaha yang berada di lingkungan sekitar serta menghubungkannya dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan ide usaha yang memiliki nilai tambah.

Pada aspek pemasaran, peserta didik diperkenalkan pada pemanfaatan media digital dan media sosial sebagai sarana promosi produk. Pendekatan ini memberikan pemahaman bahwa pemasaran tidak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi dapat dikembangkan melalui teknologi digital dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Peserta juga memperoleh pemahaman dasar mengenai pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan dalam menjalankan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan seminar dan Forum Group Discussion (FGD) dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun interaksi antara pemateri dan peserta. Studi kasus yang diberikan juga membantu peserta memahami bahwa kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan keberanian memulai usaha, tetapi juga membutuhkan kreativitas, kemampuan membaca peluang, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta kesiapan menghadapi risiko.

Tabel 1 Indikator Hasil PKM

No.	Indikator Kompetensi	Kondisi Sebelum Kegiatan	Hasil Setelah Kegiatan
1	Pemahaman kewirausahaan	Pemahaman peserta masih beragam	Peserta memahami konsep dasar kewirausahaan
2	Identifikasi peluang usaha	Belum seluruh peserta mampu mengidentifikasi peluang	Peserta mulai mampu mengidentifikasi peluang di lingkungan sekitar
3	Kreativitas dan ide bisnis	Ide usaha masih terbatas	Peserta mampu mengembangkan ide usaha melalui studi kasus dan diskusi
4	Digital marketing	Pemanfaatan media digital belum optimal	Peserta memahami fungsi media digital untuk promosi

No.	Indikator Kompetensi	Kondisi Sebelum Kegiatan	Hasil Setelah Kegiatan
5	Pengelolaan keuangan	Pemahaman pengelolaan keuangan masih dasar	Peserta memahami pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan sederhana

Setelah berhasil melewati proses tersebut, maka lahirlah sebuah inovasi. Inovasi adalah tentang bagaimana seseorang mengimplementasikan kreativitas terhadap sesuatu menjadi satu kombinasi baru yang dapat menghasilkan pemecahan masalah. Definisi ‘baru’ di sini tidak selalu berarti original, melainkan ‘kebaruan’ atau ‘diperbaharui’, yang berarti juga adalah *improvement*, karena inovasi tidak harus selalu berwujud barang atau jasa baru, melainkan juga perbaikan atau pengembangan dari barang atau jasa yang telah ada.

Maka dari beberapa penjelasan diatas, menjadi sangat penting kehadiran sebuah ide dan kreatifitas dalam mempertahankan keoriginalan produk dan keberlangsungan usaha kita.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini juga , Pemateri berupaya mampu memberikan pemahaman berkaitan dengan beberapa solusi yang bisa ditawarkan pada wirausaha yang dijalankan, antara lain:

- Mengenalkan apa itu kewirausahaan?, Dan juga peranannya dalam membangun keunggulan kompetitif Nasional.
- Memahami tentang bagaimana marketing dengan berbasis digital.
- Mengerti dan memahami studi kelayakan bisnis dan rencana pemilihan ide usaha.
- Mampu menangkap ide bisnis dan menciptakan peluang bisnis sekaligus inovasi yang bisa memberikan manfaat ataupun peningkatan kualitas hidup.
- Mengerti dan memahami inkubator dan pendanaan
- Mengerti pembangkitan ide usaha dan kebutuhan untuk desain produk yang akan dikembangkan.

Disamping itu, perlu juga diperhatikan terkait pentingnya perilaku kewirausahaan, yaitu; keuletan syarat untuk mencapai tujuan yang merupakan sumber keberhasilan usaha dengan modal kerja fisik dan akal, kita harus mampu ulet dan memulai (Sri Purwanti, Endang Rusdianti, Paulus Wardoyo, 2021).

Luaran Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya berupa penyampaian pengetahuan, tetapi juga diarahkan pada peningkatan kemampuan peserta didik dalam

mengembangkan pola pikir kewirausahaan. Melalui seminar, Forum Group Discussion (FGD), studi kasus, dan diskusi interaktif, peserta didik memperoleh pemahaman mengenai identifikasi peluang usaha, pengembangan ide kreatif, pemanfaatan digital marketing, serta pengelolaan keuangan sederhana.

Secara praktis, kegiatan ini diharapkan mampu mendorong peserta didik untuk menghasilkan gagasan usaha yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi lingkungan sekitar. Peserta juga diharapkan mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Dalam jangka panjang, peningkatan pengetahuan dan keterampilan tersebut diharapkan dapat menjadi dasar bagi peserta didik untuk mengembangkan usaha secara mandiri serta meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi dunia kerja dan dunia usaha.

Dengan demikian, keberhasilan program tidak hanya dilihat dari terlaksananya kegiatan, tetapi juga dari meningkatnya pemahaman, kreativitas, kemampuan melihat peluang, dan kesiapan peserta didik untuk mengimplementasikan pengetahuan kewirausahaan dalam kehidupan nyata.

Keterbatasan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, kegiatan dilaksanakan dalam waktu yang terbatas sehingga perubahan kemampuan peserta didik dalam menjalankan usaha belum dapat diamati dalam jangka panjang. Kedua, evaluasi kegiatan masih lebih banyak berfokus pada pemahaman dan respons peserta selama seminar, diskusi, dan studi kasus. Ketiga, belum seluruh peserta didik memiliki kesempatan untuk mengimplementasikan ide usaha secara langsung sampai pada tahap produksi dan pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan berikutnya perlu diarahkan pada pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan, termasuk pengembangan ide bisnis, pembuatan produk, strategi digital marketing, pencatatan keuangan, serta evaluasi perkembangan usaha. Pendampingan lanjutan diperlukan agar pengetahuan yang diperoleh peserta tidak berhenti pada kegiatan seminar, tetapi dapat diimplementasikan secara nyata.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema pendidikan berwirausaha dan marketing berbasis digital memberikan pemahaman kepada peserta didik SMK Al Amanah Tangerang Selatan mengenai pentingnya kreativitas, kemampuan membaca peluang,

pengembangan ide usaha, digital marketing, dan pengelolaan keuangan sederhana. Pelaksanaan melalui seminar, Forum Group Discussion (FGD), studi kasus, dan diskusi interaktif memberikan ruang bagi peserta untuk memahami kewirausahaan secara lebih aplikatif.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan perlu diberikan secara berkelanjutan agar peserta didik tidak hanya memiliki pengetahuan mengenai konsep usaha, tetapi juga memiliki keberanian, kreativitas, kemampuan mengambil keputusan, dan kesiapan menghadapi risiko usaha. Pemanfaatan teknologi digital juga menjadi aspek penting dalam memperluas promosi dan pemasaran produk.

Untuk memperoleh dampak yang lebih optimal, kegiatan selanjutnya perlu dilanjutkan melalui pendampingan secara berkelanjutan, terutama dalam pengembangan ide bisnis, pembuatan produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Dengan demikian, peserta didik diharapkan mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh menjadi aktivitas kewirausahaan yang produktif dan mandiri.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Pamulang yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak SMK Al Amanah Tangerang Selatan yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta dukungan selama pelaksanaan kegiatan. Apresiasi dan terima kasih disampaikan kepada para guru dan peserta didik SMK Al Amanah yang telah berpartisipasi secara aktif dalam seminar, Forum Group Discussion (FGD), diskusi, dan seluruh rangkaian kegiatan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota tim PKM yang telah berkontribusi dalam perencanaan, pelaksanaan, pendampingan, dan penyusunan artikel ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dalam meningkatkan pengetahuan, kreativitas, kemampuan kewirausahaan, serta pemanfaatan digital marketing bagi peserta didik.

Daftar Pustaka

- Alma, Prof. Dr. Buchari. (2007). *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Alfabeta. Jakarta
- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. Mahwa, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

- Kustoro, Budiartok. 2010. *Pengantar Bisnis*. Medan: Mitra Wacana Media.
- Citra M. K. (2022). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran; Conceptual Paper*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis. 5(1), 98-102.
<https://jurnal.stiekma.ac.id/index>
- Daryanto & Cahyono, A . D. (2 0 1 3) . *Kewirausahawan (Penanam Jiwa Wirausaha)*. Yogyakarta: Gava Media. ISBN:978-602-7869-17-2.
- David, F. R. 2006. *Manajemen Strategi; Konsep Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan. teori, kasus dan solusi*. Bandung: Penerbit Alfabeta. ISBN: 978-602-7825-52-9.
- Frinces, Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Darusalam.
- Haryoso D. W, Tedy A, & Tarmizi R. (2020). *Kreativitas dan Inovasi dalam Berwirausaha*. Jurnal Usaha. 1(2), 19-25. <https://journal.unindra.ac.id/index>
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Juli I, Maman D, & Sonny. (2023). *Penerapan Manajemen Pemasaran pada UMKM Ponpes Pendawa Desa Tegal Jampang Hambulu Kemang Bogor*. Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 3(2), 152-156.
<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpb/article/view/3845>
- Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Perkasa.
- Kezia A. O. E, Nur L, Yosia B. (2025). *Membangun Mentalitas Pengusaha: Kunci Sukses dalam Dunia Bisnis*. 3(1). Nian tana Sakka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa. <https://ejournal-nipamof.id/index>
- Kuncoro, M. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

- Kustoro, Budiarto. (2010). *Pengantar Bisnis*. Medan: Mitra Wacana Media.
- Madura, Jeff. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Margie, Lyandra Aisyah. Yulianto. Dimas Ramdhani Triputra & Maman Darmansyah. (2020). *Pengantar Bisnis. Tangerang Selatan: Unpam Press Redaksi*.
- Risa Ratna G. (2019). *Implementasi Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri*. 10(1). 9-14. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen. <https://journal.ikopin.ac.id/index>
- Rudy H, Arief S, R. Nurhayati, I Gede A. M, Aat R. N. (2024). *Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review*. Edunomika. 8(2), 1-10. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/1309>
- Sri P, Endang R, & Paulus W. (2021). *Kreativitas Kewirausahaan*. Jurnal Tematik. 3(2), 192-198. <https://journal.usm.ac.id/index.php/tematik>.
- Sukirno, Sadono ,dkk. (2005). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana Media Group
- Sunarso. (2010). *Sikap Mental Wirausahawan dalam Menghadapi Perkembangan Zaman*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. 10(2), 182-189. <https://media.neliti.com/index>
- <https://writing-contest.bisnis.com/read/20191201/557/1176512/memanfaatkan-teknologi-dalam-berwirausaha-di-era-milenial>