

Pelatihan Wirausaha Muda: Menggali Potensi Peluang Bisnis Digital Bagi Siswa/i SMA Negeri 17 Medan***Young Entrepreneur Training: Exploiting the Potential of Digital Business Opportunities for Students of SMA Negeri 17 Medan*****Djosept Harmat Tarigan*, Jimmy Peranginangin, Bersama Sinuraya, Sakaria Efrata Ginting, Anjar Pinem**Universitas Mandiri Bina Prestasi
Jl. Jamin Ginting No.285-287 Padang Bulan Kota Medan*Email: igancester@gmail.com

(Diterima 20-08-2026; Disetujui 23-09-2026)

ABSTRAK

Pemanfaatan gadget dan media sosial di kalangan remaja saat ini masih didominasi oleh aktivitas konsumtif, padahal ekosistem digital menawarkan peluang besar untuk pengembangan kemandirian ekonomi. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha muda serta menggali potensi peluang bisnis digital bagi siswa/i SMA Negeri 17 Medan. Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, 22 Juli 2026, dengan melibatkan siswa kelas XI sebagai khalayak sasaran. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui tiga tahapan utama, meliputi persiapan (survei dan perizinan), pelaksanaan (pre-test, pemaparan materi literasi keuangan digital, strategi *digital branding*, dan workshop pembuatan konten menggunakan Canva serta media sosial), serta evaluasi melalui post-test dan penilaian produk rintisan bisnis digital. Hasil dan pembahasan menunjukkan adanya lonjakan pemahaman kognitif peserta yang signifikan mengenai mekanisme operasional *e-commerce* dan teknik *copywriting*. Selain itu, aspek psikomotorik siswa berkembang pesat yang dibuktikan dengan keberhasilan mereka merancang serta mempresentasikan cetak biru ide bisnis kreatif berbasis potensi lokal Kota Medan secara mandiri. Kesimpulannya, pelatihan ini efektif dalam merekonstruksi pola pikir siswa menjadi lebih produktif dan siap menjadi wirausaha muda digital. Pihak sekolah disarankan untuk menindaklanjuti program ini dengan membentuk wadah praktis berupa ekstrakurikuler *Digital Entrepreneur Club* demi menjaga keberlanjutan inkubasi bisnis siswa.

Kata kunci: Bisnis Digital, Kewirausahaan Muda, Media Sosial, Pelatihan, SMAN 17 Medan.

ABSTRACT

The use of gadgets and social media among teenagers today is still dominated by consumptive activities, whereas the digital ecosystem offers great opportunities for the development of economic independence. This community service aims to foster a spirit of young entrepreneurship and explore the potential of digital business opportunities for students of SMA Negeri 17 Medan. The activity was conducted on Wednesday, July 22, 2026, involving 11th-grade students as the target audience. The method of implementing the service was carried out through three main stages, including preparation (surveys and permits), execution (pre-test, presentation of digital financial literacy material, digital branding strategies, and a workshop on content creation using Canva and social media), and evaluation through post-test and assessment of digital business startup products. The results and discussion indicate a significant increase in participants' cognitive understanding of e-commerce operational mechanisms and copywriting techniques. In addition, the psychomotor aspects of the students developed rapidly, as evidenced by their success in independently designing and presenting blueprints for creative business ideas based on the local potential of Medan City. In conclusion, this training is effective in reconstructing students' mindsets to be more productive and ready to become young digital entrepreneurs. The school is advised to follow up on this program by forming a practical platform in the form of the Digital Entrepreneur Club extracurricular to ensure the sustainability of student business incubation.

Keywords: Digital Business, Young Entrepreneurship, Social Media, Training, SMAN 17 Medan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah lanskap ekonomi global secara signifikan. Digitalisasi membuka peluang baru bagi sektor wirausaha, terutama bagi generasi muda yang dikenal sebagai *digital natives*. Kelompok remaja usia sekolah menengah atas (SMA) memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak ekonomi kreatif digital karena

kedekatan mereka dengan teknologi sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih didominasi oleh lulusan sekolah menengah. Oleh karena itu, penanaman jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) sejak dini menjadi langkah strategis untuk menekan angka pengangguran formal dan mencetak kreator lapangan kerja baru.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan yang besar antara pemanfaatan teknologi dan produktivitas ekonomi di kalangan remaja. Siswa-siswi di SMA Negeri 17 Medan memiliki akses yang sangat baik terhadap perangkat gawai dan internet pintar. Sayangnya, pemanfaatan teknologi tersebut mayoritas masih terbatas pada aktivitas konsumtif dan hiburan, seperti mengakses media sosial atau bermain *game online*. Keterbatasan pengetahuan mengenai literasi keuangan digital, analisis peluang pasar, strategi *copywriting*, hingga pemanfaatan platform *e-commerce* menjadi kendala utama mengapa potensi digital ini belum teroptimalkan menjadi sebuah peluang bisnis yang menghasilkan secara finansial. Jika dibiarkan, momentum emas bonus demografi ini akan terbuang tanpa memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi daerah.

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melihat urgensi mengenai pelatihan kewirausahaan digital bagi generasi muda didukung oleh berbagai literasi dan hasil pengabdian masyarakat terdahulu. Kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*) terbukti mampu memberikan fleksibilitas bagi pelajar untuk memulai bisnis tanpa modal yang besar, sehingga tidak mengganggu aktivitas akademik utama mereka. Upaya penumbuhan minat wirausaha ini dinilai krusial karena mayoritas siswa sekolah menengah atas masih belum memahami langkah konkret untuk merintis sebuah usaha (Yan, Sri, & Stefanus, 2021). Pelatihan kewirausahaan yang berbasis pada praktik langsung (*experiential learning*) dinilai jauh lebih efektif meningkatkan intensi berwirausaha siswa dibandingkan metode teks konvensional.

Lebih lanjut, hasil pengabdian masyarakat yang relevan menegaskan bahwa pengenalan platform digital seperti optimalisasi media sosial, aplikasi desain kreatif, dan strategi pemasaran digital terbukti meningkatkan minat serta kompetensi adaptasi teknologi para siswa sekolah menengah (Roodhi, Safira, Alfian, & Rahma, 2025). Pendampingan yang terstruktur juga terbukti mampu mengubah pola pikir (*mindset*) siswa dari yang semula berorientasi mencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*). Fokus pada segmen sekolah negeri di wilayah urban seperti Kota Medan menjadi krusial, mengingat dinamika persaingan ekonomi digital lokal yang bergerak sangat cepat.

Berdasarkan permasalahan dan urgensi yang telah dipaparkan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif serta keterampilan praktis mengenai konsep kewirausahaan digital kepada siswa-siswi SMA Negeri 17 Medan. Secara spesifik, kegiatan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan kemampuan mengidentifikasi peluang bisnis digital, memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produktif, serta menyusun draf rencana bisnis sederhana berbasis digital. Melalui program ini, diharapkan tumbuh ekosistem wirausaha muda kreatif di lingkungan sekolah yang mampu berkontribusi positif bagi perekonomian keluarga dan masyarakat sekitar di masa depan.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara luring (*offline*) bertempat di ruangan kelas Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 17 Medan, yang beralamat di Jl. Letjen Jamin Ginting KM 13,5, Kelurahan Lau Cih, Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada analisis situasi awal yang menunjukkan bahwa sekolah ini berada di kawasan urban strategis dengan akses teknologi tinggi, namun belum mengintegrasikannya ke dalam kurikulum kewirausahaan yang berbasis praktik digital operasional. Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian dirancang secara berkala agar proses pendampingan berjalan optimal dan tidak mengganggu jam belajar mengajar formal siswa di kelas. Kegiatan inti berupa lokakarya dan pelatihan intensif dilaksanakan pada hari Rabu, 22 Juli 2026, dimulai sejak pukul 08.00 WIB hingga selesai. Pemilihan hari efektif di awal tahun ajaran baru ini sengaja disepakati bersama pihak manajemen sekolah agar motivasi berwirausaha dapat tertanam sejak dini sebelum padatnya kalender akademik persiapan kelulusan siswa.

Kelompok sasaran utama atau mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah siswa-siswi kelas XII SMA Negeri 17 Medan yang memiliki minat besar dalam bidang pemanfaatan teknologi dan pengembangan bisnis mandiri. Penentuan jumlah peserta dilakukan melalui metode *purposive*

sampling dengan berkoordinasi bersama pihak bimbingan konseling dan kesiswaan sekolah, hingga terpilih sebanyak 40 orang peserta aktif kelas XII yang mewakili berbagai program studi. Karakteristik kelompok sasaran tingkat akhir ini dinilai sangat krusial dan strategis karena secara psikologis mereka berada pada fase krusial menjelang kelulusan sekolah, memiliki tingkat adaptabilitas teknologi yang sangat tinggi (*digital natives*), serta membutuhkan arahan konkret mengenai kemandirian ekonomi. Melalui fokus pada siswa kelas XII, pelatihan ini dirancang untuk memberikan alternatif karier yang nyata sebagai wirausaha muda digital, baik sebagai modal usaha mandiri pascakelulusan maupun sebagai penghasil tambahan bagi mereka yang nantinya menempuh pendidikan tinggi (Suryani, Wardana, & Pratama, 2022).

Untuk menunjang kelancaran dan efektivitas proses transfer pengetahuan selama pelatihan kewirausahaan digital ini berlangsung, tim pengabdian beserta mitra mengidentifikasi dan menyediakan perangkat pendukung dengan spesifikasi teknis yang memadai. Komponen perangkat keras (*hardware*) utama yang digunakan meliputi satu unit proyektor digital Epson EB-X400 dengan tingkat kecerahan 3.300 lumens dan resolusi XGA untuk memproyeksikan materi presentasi dan demonstrasi langsung. Proses presentasi ditopang oleh satu unit laptop ASUS Vivobook 14 yang ditenagai oleh prosesor Intel Core i5 RAM 8GB, yang terhubung langsung ke sistem pengeras suara (*sound system*) nirkabel portable BareTone MAX15HB berkekuatan 15 inci untuk memastikan visualisasi dan artikulasi audio pemateri terdengar dengan jelas oleh seluruh peserta di dalam kelas. Selain itu, masing-masing peserta kelas XII diwajibkan membawa perangkat gadget pintar (*smartphone*) berbasis Android (minimal versi 10.0 dengan RAM 4GB) atau iOS milik pribadi sebagai alat praktik utama dalam mengoperasikan aplikasi bisnis.

Selain perangkat keras, keberhasilan pelatihan ini didukung penuh oleh pemanfaatan perangkat lunak (*software*) dan aplikasi digital yang bersifat operasional dan ramah pengguna bagi pemula. Tim pengabdian menginstruksikan peserta untuk memasang dan mengoptimalkan penggunaan beberapa platform digital utama, antara lain aplikasi Canva Pro (versi edukasi) untuk merancang konten visual kreatif dan logo usaha, aplikasi TikTok dan Instagram Business sebagai media utama dalam mempraktikkan strategi pemasaran digital dan pembuatan konten video pendek (*reels/vt*), serta aplikasi CapCut untuk proses penyuntingan video yang cepat melalui gadget. Guna memastikan seluruh perangkat lunak tersebut dapat beroperasi secara aktual tanpa hambatan pemrosesan data, tim pengabdian juga memfasilitasi area pelatihan dengan modem Wi-Fi portabel Telkomsel Orbit Star H1 yang memiliki kecepatan akses internet pita lebar (*broadband*) hingga 50 Mbps. Penggunaan instrumen berbasis aplikasi seluler ini terbukti efektif dalam mempermudah adopsi materi teknis oleh kelompok remaja usia sekolah (Nugroho & Handayani, 2023).

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kombinasi antara data kuantitatif dan data kualitatif guna menangkap gambaran perubahan kompetensi mitra secara utuh. Instrumen pengumpulan data kuantitatif yang utama adalah melalui penyebaran kuesioner terstruktur berupa lembar ujian awal (*pre-test*) dan ujian akhir (*post-test*) yang terdiri atas 20 butir pertanyaan pilihan ganda yang valid dan reliabel terkait literasi wirausaha dan teknis bisnis digital. Pengujian awal (*pre-test*) diberikan persis sebelum materi pelatihan pertama dipaparkan pada hari pelaksanaan untuk mengukur tingkat pengetahuan dasar (*baseline*) peserta, sedangkan pengujian akhir (*post-test*) didistribusikan menjelang penutupan acara setelah seluruh rangkaian praktik selesai guna melihat sejauh mana tingkat penyerapan materi pengetahuan yang telah diberikan oleh tim pengabdian.

Di sisi lain, untuk melengkapi data kuantitatif tersebut, tim pengabdian juga menerapkan teknik pengumpulan data kualitatif melalui metode observasi partisipatif dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Observasi dilakukan secara langsung oleh tim pengabdian sepanjang sesi praktik mandiri dengan menggunakan lembar rubrik penilaian kinerja untuk memantau keaktifan siswa kelas XII, antusiasme, serta hambatan teknis yang dihadapi siswa ketika merancang model bisnis digital mereka. Wawancara mendalam kemudian dilakukan secara acak terhadap perwakilan guru pendamping dan lima orang siswa kelas XII peserta pelatihan untuk menggali respons subjektif, persepsi kemudahan, serta kendala psikologis maupun teknis yang mereka rasakan selama mengikuti program pelatihan ini. Evaluasi berlapis ini sangat penting untuk memvalidasi keberhasilan jangka pendek dari pelatihan praktis (Lestari, Rahmawati, & Wijaya, 2024). Seluruh hasil wawancara dicatat secara verbatim dan divalidasi silang dengan hasil karya produk digital yang berhasil dibuat oleh para peserta selama pelatihan.

Data yang telah berhasil dikumpulkan melalui berbagai instrumen di atas kemudian diolah menggunakan teknik analisis data yang relevan agar dapat ditarik kesimpulan yang objektif mengenai keberhasilan program. Untuk data kuantitatif yang diperoleh dari nilai *pre-test* dan *post-test*, analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis inferensial uji-t berpasangan (*paired sample t-test*) melalui bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan secara ilmiah apakah terdapat perbedaan rata-rata nilai pemahaman yang signifikan pada diri peserta kelas XII sebelum dan sesudah diberikan perlakuan berupa intervensi pelatihan kewirausahaan digital. Sementara itu, data kualitatif dari hasil observasi, wawancara, dan penilaian produk bisnis dinilai menggunakan teknik analisis model Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data (merangkum poin krusial), penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Tahap akhir dari metodologi ini adalah penyajian data, di mana seluruh informasi yang telah dianalisis akan disajikan secara naratif dan visual di dalam artikel ilmiah agar mudah dipahami oleh pembaca. Penyajian data kuantitatif mengenai profil peningkatan nilai pengetahuan peserta kelas XII akan ditampilkan secara visual dalam bentuk grafik batang (*bar chart*) komparatif dan tabel ringkasan statistik yang memuat nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), serta nilai signifikansi (*p-value*). Di samping itu, data berupa hasil karya nyata siswa kelas XII pada tanggal 22 Juli tersebut, seperti desain logo toko digital, rancangan feeds Instagram bisnis, dan tautan video pemasaran kreatif, akan disajikan dalam bentuk kolase foto dokumentasi hasil produk beresolusi tinggi yang dilengkapi dengan teks penjelasan deskriptif. Dengan teknik analisis dan penyajian yang komprehensif ini, efektivitas dan luaran dari kegiatan pengabdian di SMA Negeri 17 Medan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada hari Rabu, 22 Juli 2026 di SMA Negeri 17 Medan ini melibatkan kelompok sasaran yang spesifik, yaitu siswa-siswi kelas XII. Karakteristik subjek yang menjadi peserta dalam pelatihan ini berjumlah 40 orang. Berdasarkan data demografi yang dihimpun oleh tim pengabdian sebelum pelaksanaan kegiatan, profil peserta menunjukkan komposisi yang dinamik. Mayoritas peserta berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 24 orang (60%), sedangkan peserta laki-laki berjumlah 16 orang (40%).

Dari aspek pemanfaatan gadget harian, seluruh peserta (100%) tercatat telah memiliki smartphone pribadi, dengan rata-rata durasi penggunaan internet untuk media sosial mencapai 4 hingga 6 jam per hari. Kendati memiliki intensitas interaksi digital yang tinggi, seluruh peserta mengaku belum pernah mendapatkan pelatihan formal mengenai cara mengonversi aktivitas digital tersebut menjadi peluang bisnis yang menghasilkan pendapatan. Kondisi awal inilah yang menegaskan bahwa para siswa berada pada fase literasi digital yang bersifat konsumtif, sehingga memerlukan intervensi edukasi yang terarah agar mampu bertransisi menjadi pelaku ekonomi digital yang produktif. Karakteristik remaja usia sekolah menengah atas yang cenderung dinamis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi visual menuntut model pendekatan pelatihan yang interaktif, aplikatif, serta dekat dengan kehidupan keseharian mereka (Suryani, Wardana, & Pratama, 2022).

Indikator keberhasilan kuantitatif dari pelaksanaan pengabdian ini diukur melalui selisih pencapaian nilai antara *pre-test* yang diuji sebelum pemaparan materi, dan *post-test* yang diberikan pada sesi akhir penutupan kegiatan. Instrumen evaluasi mengukur pemahaman peserta pada tiga aspek utama, yaitu: pengenalan model bisnis digital, teknik desain konten visual menggunakan Canva, serta optimasi pemasaran lewat platform TikTok/Instagram Business. Ringkasan hasil pemahaman materi oleh para siswa disajikan pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1: Distribusi Nilai *Pre-test* dan *Post-test* Peserta Pelatihan

No.	Komponen Evaluasi	Rata-rata Nilai <i>Pre-test</i>	Rata-rata Nilai <i>Post-test</i>	Peningkatan (%)
1.	Pemahaman Peluang Bisnis Digital	52,5	86,0	63,8 %
2.	Keterampilan Desain Konten (Canva)	48,0	82,5	71,8%
3.	Strategi Pemasaran Media Sosial	45,5	89,0	95,6%
	Rata-rata Keseluruhan	48,6	85,8	76,5%

Sumber: Data Olahan Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 1, terlihat adanya lonjakan pemahaman yang sangat signifikan pada diri siswa kelas XII SMA Negeri 17 Medan. Sebelum kegiatan dimulai, rata-rata nilai dasar peserta hanya sebesar 48,6, yang berada di bawah standar ketuntasan minimal. Namun, setelah intervensi berupa paparan materi, demonstrasi, dan pendampingan praktik langsung selesai diberikan, nilai rata-rata *post-test* melesat tajam menjadi 85,8. Peningkatan tertinggi terjadi pada komponen strategi pemasaran media sosial yang mencapai angka 95,6%. Hal ini dipicu oleh antusiasme tinggi para siswa ketika mempraktikkan langsung fitur-fitur bisnis pada smartphone mereka.

Materi pertama yang disampaikan oleh tim pengabdian berfokus pada pemetaan peluang pasar di era digital. Penyampaian materi ini didukung oleh visualisasi slide presentasi yang interaktif untuk mempermudah siswa memahami ekosistem bisnis modern. Dokumentasi paparan materi teknis tersebut ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1: Materi Slide 1-10
Sumber: Gambar Olahan Penulis (2026)

Setelah paparan teori, kegiatan dilanjutkan dengan sesi bedah fitur aplikasi dan praktik pembuatan konten. Pada sesi ini, suasana aula menjadi sangat dinamis karena siswa ditantang untuk langsung berkreasi menggunakan gadget mereka. Evaluasi terstruktur secara berlapis yang menggabungkan aspek teoretis dan uji fungsional gadget terbukti ampuh dalam memvalidasi keberhasilan jangka pendek dari pelatihan praktis semacam ini (Lestari, Rahmawati, & Wijaya, 2024). Tim pengabdian mengamati tingkat fokus dan keterlibatan emosional yang luar biasa dari para peserta. Suasana antusiasme dan keseriusan para siswa kelas XII selama memperhatikan jalannya demonstrasi praktik terekam dengan jelas pada Gambar 2.



Gambar 2: Gambar Siswa/I Antusias
Sumber: Foto Olahan Penulis (2026)

Selain data kuantitatif, luaran riil berupa produk digital juga berhasil diproduksi oleh para peserta secara berkelompok pada hari pelaksanaan tersebut. Pemanfaatan instrumen berbasis aplikasi seluler

komersial ramah pemula terbukti sangat efektif dalam mempercepat adopsi materi teknis dan mendorong munculnya produk digital inovatif dari kelompok remaja usia sekolah (Nugroho & Handayani, 2023). Dari total 40 peserta yang dibagi ke dalam 8 kelompok kerja, berhasil dirumuskan 8 draf rencana bisnis digital pemula. Karya nyata tersebut meliputi pembuatan logo toko digital menggunakan Canva Pro, pembuatan akun Instagram Business komersial, hingga produksi video pendek pemasaran kreatif (*reels*) yang siap diunggah ke media sosial.

Keberhasilan peningkatan kapasitas siswa kelas XII SMA Negeri 17 Medan sebesar 76,5% membuktikan bahwa metode pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) sangat efektif diterapkan pada generasi Z. Siswa usia remaja tidak lagi cocok diberikan pengajaran kewirausahaan yang bersifat teoritis atau berbasis teks hafalan. Ketika mereka dihadapkan langsung pada gadget mereka sendiri untuk mengedit video produk dan meriset kata kunci tren pasar, fokus dan daya serap materi mereka meningkat secara drastis. Penemuan ini sejalan dengan teori adopsi teknologi pada remaja, di mana pembelajaran yang bersifat aplikatif dan visual mampu menstimulasi jiwa inovasi mereka secara lebih optimal.

Namun, terdapat hal pembeda (komparasi) yang krusial antara hasil pengabdian ini dengan publikasi milik Roodhi, Safira, Alfian, dan Rahma (2025). Jika pada pengabdian Roodhi dkk. (2025) fokus intervensi bertumpu pada aspek adopsi platform *marketplace* (seperti Shopee atau Tokopedia) yang membutuhkan manajemen logistik yang rumit bagi pemula, kegiatan pengabdian di SMA Negeri 17 Medan ini berhasil menawarkan solusi alternatif yang jauh lebih adaptif untuk anak SMA, yaitu fokus pada *social commerce* dan pembuatan konten kreatif digital (*content creator/affiliate*).

Melalui pendekatan pembuatan konten kreatif di platform TikTok dan Instagram, siswa kelas XII terbukti jauh lebih cepat memproduksi hasil karya nyata dalam hitungan jam tanpa dibebani keharusan memiliki stok barang fisik terlebih dahulu. Pendekatan taktis ini menjawab keterbatasan waktu yang dimiliki siswa kelas XII. Mengingat mereka berada di tingkat akhir persekolahan, model wirausaha berbasis konten kreatif digital memberikan peluang ekonomi mandiri yang sangat fleksibel, sehingga tidak mengganggu konsentrasi belajar mereka menghadapi ujian kelulusan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini sukses meletakkan fondasi perubahan pola pikir, dari yang semula memandang teknologi sekadar sebagai media hiburan, kini menjadi instrumen produktif pencetak nilai ekonomi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan seluruh rangkaian pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan secara komprehensif bahwa program pelatihan ini telah berhasil mencapai target dan tujuan utamanya secara optimal dalam menumbuhkan jiwa wirausaha muda serta menggali potensi peluang bisnis digital di kalangan siswa/i SMA Negeri 17 Medan. Intervensi edukasi yang diberikan terbukti mampu merekonstruksi paradigma dan pola pikir (*mindset*) para peserta secara fundamental, mengubah orientasi mereka yang semula cenderung konsumtif dalam memanfaatkan teknologi gawai dan media sosial menjadi lebih produktif dan berorientasi bisnis. Keberhasilan ini terkonfirmasi melalui tiga indikator capaian utama yang saling berkaitan. Pertama, terjadi peningkatan pemahaman kognitif yang sangat signifikan terkait dengan literasi keuangan digital, analisis peluang pasar, pemetaan segmentasi konsumen, hingga teknik *copywriting* dan *digital branding*. Kedua, dalam aspek psikomotorik, para siswa menunjukkan keterampilan praktis yang luar biasa dalam memanfaatkan ekosistem digital kontemporer; mereka mampu merancang ide bisnis kreatif yang mengakar pada kearifan lokal dan potensi ekonomi Kota Medan, yang kemudian diintegrasikan dengan platform populer seperti TikTok Shop, Instagram, Shopee, serta pemanfaatan aplikasi Canva untuk visualisasi produk. Ketiga, pelatihan ini berhasil memicu motivasi internal dan kesiapan mental yang tinggi di kalangan generasi z ini untuk berani memulai langkah awal sebagai *technopreneur* muda mandiri berskala mikro langsung dari lingkungan sekolah mereka.

Saran

Guna menjaga keberlanjutan dampak positif dan memastikan momentum yang telah terbentuk tidak berhenti pasca-pelatihan, beberapa rekomendasi strategis dirumuskan sebagai langkah tindak lanjut. Sebagai bentuk tindakan praktis di lingkungan internal sekolah, manajemen SMA Negeri 17 Medan disarankan untuk segera menginisiasi regulasi dan wadah khusus seperti ekstrakurikuler *Digital Entrepreneur Club*, inkubator bisnis internal, atau melakukan modernisasi pada koperasi sekolah dengan menerapkan sistem berbasis digital. Langkah nyata ini sangat krusial untuk memfasilitasi,

membimbing, dan mengeksekusi cetak biru ide bisnis yang telah dirancang siswa agar tidak sekadar menjadi dokumen akademis melainkan menjadi unit usaha yang berjalan. Dari perspektif pengembangan teori baru, luaran dan dinamika respons peserta dalam kegiatan ini dapat dijadikan rujukan empiris bagi para akademisi untuk merumuskan model kurikulum kewirausahaan non-formal yang adaptif terhadap karakteristik sosiologis generasi Z, khususnya dalam menyatukan metode pembelajaran berbasis proyek (*Project-Based Learning*) dengan literasi digital yang aman dan etis. Terakhir, untuk agenda pengabdian kepada masyarakat lanjutan, tim pengabdian berikutnya direkomendasikan untuk merancang program pendampingan berskala jangka panjang (*multi-years*) yang berfokus pada pendalaman materi teknis yang lebih kompleks, seperti tata kelola manajemen keuangan digital menggunakan aplikasi akuntansi berbasis *cloud*, strategi optimasi iklan digital (*digital ads*), serta pemberian asistensi mengenai prosedur legalitas dan sertifikasi usaha mikro bagi siswa yang bisnis digitalnya telah berhasil menembus pasar nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Mandiri Bina Prestasi atas bantuan dana dan dukungan penuh yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi dan ucapan terima kasih yang tulus juga disampaikan kepada Kepala Sekolah, guru-guru, serta seluruh staf administrasi SMA Negeri 17 Medan atas izin, penyediaan fasilitas tempat, dan kerja sama yang sangat baik selama persiapan hingga hari pelaksanaan acara. Penulis juga menyampaikan penghargaan yang tinggi kepada rekan-rekan mahasiswa serta seluruh pihak terkait yang telah mendedikasikan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membantu teknis pelaksanaan di lapangan. Kolaborasi dan kontribusi nyata dari seluruh pihak ini telah menjadi faktor pendukung utama yang sangat krusial, sehingga seluruh rangkaian pelatihan kewirausahaan digital yang dilaksanakan pada hari Rabu, 22 Juli 2026 dapat berjalan dengan sukses, lancar, dan mencapai target luaran yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- D. A. Rosandy, D. A. Chistanto, Kartini, Rudianto, and L. T. Giantri, *Transformasi Digital dalam Manajemen Modern*. Haura Utama, 2025.
- D. R. Sari, H. Indriastuti, and H. R. Rahmawati, *Flexible Time dan Perilaku Konsumen E-Commerce*. CV Eureka Media Aksara, 2025.
- G. Maulani *et al.*, *Pendidikan di Era Digital*. Sada Kurnia Pustaka, 2024.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. doi:10.37859/jae.v10i1.1934
- H. Hatta *et al.*, *Model-model Pelatihan dan Pengembangan SDM*. Penerbit Widina, 2023.
- L. Noviani, A. Wahida, and S. T. Umiatsih, "Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan DI SMA Negeri 1 Sumberlawang," *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, vol. 27, no. 1, p. 60, Jun. 2022, doi: 10.20961/jkb.v27i1.58934.
- Lesmana, I. D., Rambe, K. H., Lubis, T. W. H., Ritonga, R. D., & Salsabila, Z. (2026). Pamanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan pada generasi Z. *Jurnal Abdi*, 8(1), 94-102. <https://doi.org/10.24036/abdi.v8i1.1691>
- M. Wajdi, T. Akib, M. Natsir, E. Hasan, and A. Abidin, "Hubungan Antara Kecakapan Literasi Digital Dengan Kreatifitas Mengajar Guru Dalam Kegiatan Pembelajaran," *Jurnal Riset Dan Inovasi Pembelajaran*, vol. 1, no. 3, pp. 214–222, Dec. 2021, doi: 10.51574/jrip.v1i3.259.
- Muh. R. S. E. Mm, *Karakter dan Minat Berwirausaha Mahasiswa*. CV. Azka Pustaka, 2025.
- Nugroho, M. A., & Handayani, T. (2023). Pemanfaatan teknologi mobile untuk akselerasi bisnis bagi generasi z. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 4(2), 89-98.
- R. Puspitasari, "Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung," *International Journal Administration Business and Organization*, vol. 4, no. 2, pp. 1–9, Aug. 2023, doi: 10.61242/10.61242/ijabo.23.257.
- Roodhi, M., Safira, A., Alfian, M., & Rahma, S. (2025). Implementasi digital marketing dalam pemberdayaan ekonomi kreatif. *Rengganis Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 447-455.

- S. Rahman, W. Munawar, and E. T. Berman, "Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Website Pada Proses Pembelajaran Produktif DI SMK," *Journal of Mechanical Engineering Education*, vol. 1, no. 1, p. 137, Sep. 2016, doi: 10.17509/jmee.v1i1.3746.
- S. Hadi, "Menggagas Pendidikan Karakter Responsif Gender," *SHILAP Revista De Lepidopterologia*, vol. 8, no. 2, pp. 243–270, Mar. 2016, doi: 10.21043/palastren.v8i2.966.
- Suryani, E., Wardana, I. G., & Pratama, M. R. (2022). Strategi pengembangan jiwa kewirausahaan siswa sekolah menengah atas di era pascapandemi. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 310-318.
- Yan, A., Sri, R., & Stefanus, R. (2021). Pelatihan startup digital dan digital marketing bagi siswa-siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Metro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 215-222.