



Workshop Pengenalan Bisnis Digital

Khairunnisa^{1*}, Deannes Isyнуwardhana¹, Ali Riza Fahlevi¹, Fajra Arfitsa¹

Telkom University¹

Email: khairunnisa@telkomuniversity.ac.id*

ABSTRACT

The rapid growth of digital technology has transformed how the younger generation interacts with the economy, particularly students at the vocational high school level. Students at SMK Santana 2 Cibatu, Garut—primarily from Office Automation and Software Engineering majors—demonstrate strong enthusiasm for digital tools but often lack structured knowledge about how to start and manage digital businesses. This community service program aims to enhance students' entrepreneurial readiness through the "Digital Business Introduction Workshop." The program was designed to provide practical training on digital business concepts, e-commerce, financial literacy, and ethical considerations in online commerce. The implementation included interactive seminars, hands-on workshops, and digital marketing simulations tailored to student needs. Results of the workshop showed increased digital business awareness, with many students expressing intent to create online shops and apply the concepts learned. This initiative not only supports digital entrepreneurship among vocational students but also contributes to reducing youth unemployment through skill-based empowerment, aligned with SDG 8 (Decent Work and Economic Growth).

Keywords: Community service, Digital business, e-commerce training, Vocational education, Youth entrepreneurship.

ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara generasi muda berinteraksi dengan dunia ekonomi, khususnya para siswa di tingkat sekolah menengah kejuruan. Siswa-siswi di SMK Santana 2 Cibatu, Garut, dengan mayoritas peserta berasal dari jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran dan Rekayasa Perangkat Lunak, menunjukkan antusiasme tinggi terhadap penggunaan teknologi digital, namun masih banyak yang belum memiliki pengetahuan terstruktur tentang cara memulai dan mengelola bisnis digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesiapan kewirausahaan siswa melalui kegiatan "**Workshop Pengenalan Bisnis Digital**." Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan praktis mengenai konsep bisnis digital, e-commerce, literasi keuangan, dan etika dalam bisnis online. Pelaksanaan kegiatan mencakup seminar interaktif, lokakarya praktik, serta simulasi pemasaran digital yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa. Hasil

kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap bisnis digital, dan banyak siswa yang menyatakan niat untuk membuat toko online serta menerapkan konsep yang telah dipelajari. Inisiatif ini tidak hanya mendukung kewirausahaan digital di kalangan pelajar SMK, tetapi juga berkontribusi dalam mengurangi pengangguran usia muda melalui pemberdayaan berbasis keterampilan, sejalan dengan SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi).

Kata kunci: Bisnis digital, Pendidikan kejuruan, Pengabdian masyarakat, kewirausahaan muda, pelatihan e-commerce

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan kewirausahaan. Generasi muda, khususnya siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), kini tumbuh sebagai *digital natives*, yaitu generasi yang sangat akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sejak usia dini. Mereka aktif menggunakan internet, media sosial, dan perangkat pintar sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, tidak hanya untuk hiburan dan pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana berinteraksi sosial dan ekonomi.

Menurut survei APJII (Iradat, 2024) tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5%, dengan Gen Z sebagai kelompok pengguna terbanyak yaitu sebesar 34,40%. Hal ini membuka peluang besar bagi pelajar, khususnya siswa SMK, untuk mengembangkan potensi di bidang bisnis digital. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa meskipun antusiasme tinggi, masih banyak siswa yang belum memiliki pemahaman mendalam mengenai cara memulai dan mengelola bisnis digital secara profesional.

SMK Santana 2 Cibatuh, yang berlokasi di Kabupaten Garut, Jawa Barat, memiliki dua jurusan utama, yaitu Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP) dan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL). Sekolah ini memiliki potensi besar untuk mencetak wirausaha muda berbasis digital. Namun, sebagian besar siswa menghadapi tantangan dalam hal minimnya akses terhadap pelatihan bisnis, keterampilan manajemen keuangan, pemahaman etika bisnis digital, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Tingginya angka pengangguran di kalangan lulusan SMK, khususnya di jurusan non-teknis di Kabupaten Garut, semakin memperkuat urgensi intervensi edukatif yang mendukung peningkatan kompetensi kewirausahaan digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan untuk:

1. Memberikan pemahaman dasar kepada siswa SMK Santana 2 Cibatuh mengenai konsep bisnis digital, termasuk e-commerce, digital marketing, dan literasi keuangan.
2. Melatih siswa dalam keterampilan praktis, seperti membuat toko online, memasarkan produk secara digital, serta memahami etika dan regulasi dalam bisnis daring.
3. Menumbuhkan minat dan motivasi berwirausaha secara mandiri di kalangan siswa, sehingga mereka dapat melihat bisnis digital sebagai alternatif karier masa depan yang menjanjikan.
4. Mendukung upaya pengurangan angka pengangguran lulusan SMK dengan meningkatkan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan pasar digital.
5. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengharapkan para siswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu menjadi produsen dan pelaku usaha yang inovatif dalam ekosistem ekonomi digital lokal maupun nasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Transformasi digital telah mengubah model bisnis dan cara generasi muda melihat peluang usaha. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital oleh generasi Z, termasuk pelajar SMK, dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha (Lubis & Handayani Ricka, 2022). Sebagai *digital natives*, pelajar saat ini memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha berbasis teknologi, khususnya melalui platform e-commerce dan media sosial (Oktarina Costa, 2024)

Menurut survei APJII (Iradat, 2024), tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%, dengan dominasi pengguna berasal dari generasi muda. Hal ini membuka ruang luas untuk pendidikan kewirausahaan digital sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi dan sosial. Pangesti dalam Fauzy Agustian dkk. (2022) mengatakan pendidikan kewirausahaan merupakan dasar yang sangat penting bagi kelanjutan pendidikan generasi muda, karena berkaitan langsung dengan kualitas sumber daya manusia. Pendidikan kewirausahaan membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menciptakan dan mengelola bisnis. Dalam era globalisasi dan persaingan ekonomi yang semakin ketat, keterampilan kewirausahaan menjadi kunci untuk bertahan dan

Di sisi lain, lulusan SMK di daerah-daerah seperti Kabupaten Garut masih menghadapi tantangan berupa angka pengangguran yang tinggi, terutama dari jurusan non-teknis (Apriliofany, 2022). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kompetensi yang dimiliki oleh siswa dan kebutuhan dunia kerja yang semakin mengarah pada pemanfaatan teknologi digital.

Penelitian oleh menyimpulkan bahwa kewirausahaan berbasis digital merupakan solusi strategis dalam mengurangi pengangguran di kalangan generasi muda, terutama jika diberikan melalui pelatihan berbasis pengalaman dan didampingi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, program pengenalan bisnis digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukatif, tetapi juga sebagai instrumen penguatan kapasitas siswa SMK dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Business Digital

Bisnis digital adalah model usaha yang memanfaatkan teknologi digital sebagai inti operasional, distribusi produk, pemasaran, hingga layanan pelanggan. Perbedaan utama antara bisnis konvensional dan digital terletak pada penggunaan teknologi untuk menciptakan nilai baru bagi konsumen dan efisiensi dalam rantai pasok. Menurut Susanto dan Pramono (2021), bisnis digital bukan sekadar pemindahan proses bisnis ke internet, tetapi transformasi menyeluruh yang melibatkan integrasi sistem digital, data analytics, dan automasi untuk meningkatkan daya saing.

Kemajuan teknologi seperti platform e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital telah membuka jalan bagi pelaku usaha dari berbagai latar belakang, termasuk pelajar, untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi. Yuliani dan Hakim (2023) menekankan bahwa generasi Z, yang akrab dengan teknologi, memiliki potensi besar dalam mengembangkan bisnis berbasis digital karena sudah terbiasa menggunakan platform seperti Tokopedia, Shopee, Instagram, dan TikTok sebagai media transaksi dan promosi.

Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi peluang, mengorganisir sumber daya, serta menciptakan nilai ekonomi melalui inovasi dan pengambilan risiko. Dalam konteks pendidikan, kewirausahaan tidak hanya diarahkan pada penciptaan bisnis, tetapi juga pembentukan sikap mandiri, kreatif, dan inovatif sebagai bekal menghadapi dinamika dunia kerja (Sari & Yuliani, 2022). Bagi siswa SMK, penguatan semangat kewirausahaan menjadi krusial agar mereka tidak hanya mengandalkan pekerjaan formal, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri.

Kewirausahaan juga memainkan peran penting dalam menurunkan angka pengangguran. Menurut Munthe (2023), pelatihan kewirausahaan berbasis praktik mampu mendorong pelajar untuk mulai mencoba usaha kecil-kecilan, khususnya di sektor informal yang lebih fleksibel dan mudah diakses. Hal ini diperkuat dengan dukungan teknologi digital yang menyediakan platform murah dan mudah dioperasikan untuk berjualan atau mempromosikan produk.

Integrasi antara semangat kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital telah melahirkan konsep **kewirausahaan digital** (*digital entrepreneurship*), yaitu bentuk usaha yang dijalankan dengan memanfaatkan perangkat lunak, media sosial, aplikasi e-commerce, dan sistem keuangan digital. Hussey dalam (Maryati & Masriani, 2019) menyatakan bahwa era perubahan yang dipicu oleh peningkatan teknologi telah membuka peluang bisnis yang lebih luas. Peluang bisnis yang luas dapat dilihat dari keikutsertaan generasi muda dalam memanfaatkan peluang bisnis tersebut.

Literasi Keuangan Bisnis Digital

Bagi generasi muda, khususnya siswa SMK yang ingin memulai bisnis digital, pemahaman terhadap aspek keuangan seperti penyusunan anggaran, pencatatan keuangan sederhana, analisis keuntungan, hingga penggunaan layanan keuangan digital seperti dompet elektronik dan aplikasi akuntansi menjadi sangat penting.

Literasi keuangan menjadi aspek krusial, terutama dalam menghadapi dinamika ekonomi global serta perkembangan teknologi finansial yang pesat. Keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi memerlukan pemahaman keuangan yang baik (Riyani & Etika, 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan **deskriptif kualitatif**, yang bertujuan untuk menggambarkan secara naratif bagaimana respon peserta terhadap pelatihan *Workshop Pengenalan Bisnis Digital* yang diberikan kepada siswa SMK Santana 2 Cibat, Garut. Fokus utama penelitian adalah pada persepsi, pemahaman, dan pengalaman peserta setelah mengikuti kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

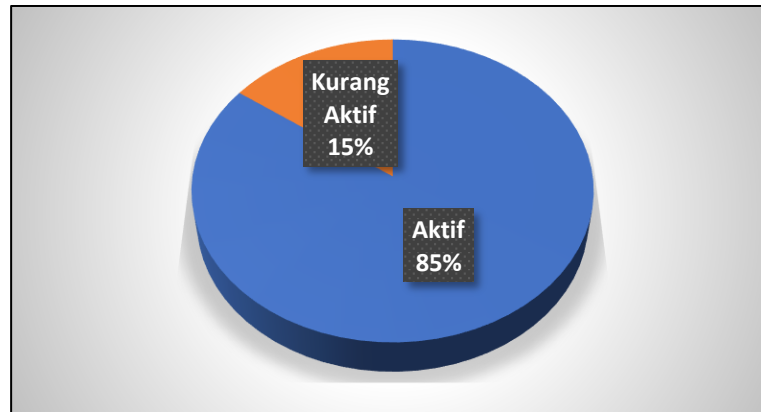
Hasil Workshop

Workshop Pengenalan Bisnis Digital yang dilaksanakan di SMK Santana 2 Cibat Garut diikuti oleh 30 siswa dari jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP) dan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL). Kegiatan berlangsung selama satu hari penuh dan terbagi dalam tiga sesi utama:

- (1) Pengenalan konsep bisnis digital dan peluang usaha,
- (2) Simulasi pembuatan toko online sederhana dan strategi pemasaran digital, serta

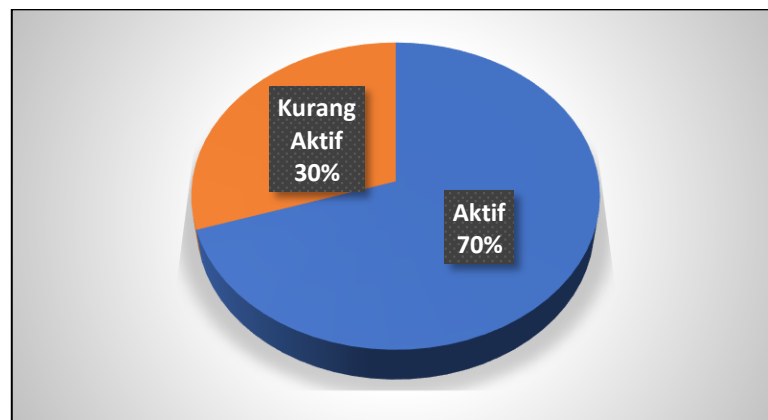
(3) Literasi keuangan dasar untuk bisnis digital.

Berdasarkan hasil kuesioner siswa peserta *workshop*, diketahui bahwa:



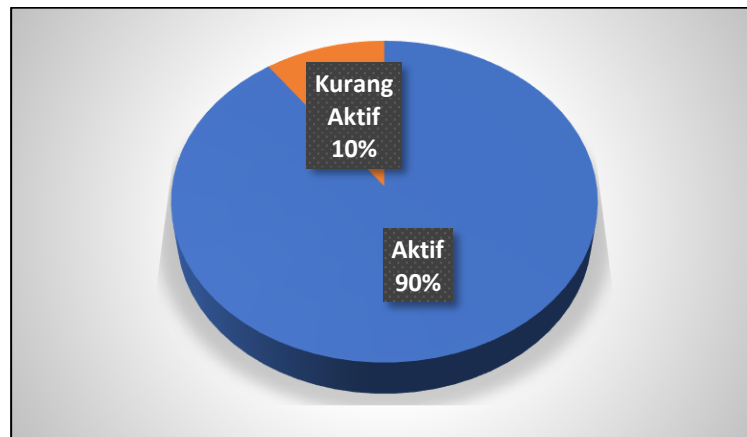
Gambar 1. Persentase Aktifitas Siswa dalam Diskusi Pembuatan Akun *Marketplace*

Partisipasi aktif siswa pada Gambar 1 menunjukkan bahwa topik Pembuatan Akun *Marketplace* relevan dengan perkembangan zaman dan minat siswa. Topik Pembuatan Akun *Marketplace* memiliki nilai praktis yang tinggi karena siswa telah menguasai literasi digital dasar.



Gambar 2. Persentase Aktifitas Siswa dalam Diskusi *Digital Marketing*

Partisipasi aktif siswa pada Gambar 2 mencerminkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya strategi pemasaran digital, terutama jika diarahkan kepada dunia usaha atau memiliki profesi sebagai *content creator* atau *digitalpreneur*. Siswa merasa tertarik karena terkait dengan *personal experience* mereka dalam menggunakan sosial media.



Gambar 3. Persentase Aktifitas Siswa dalam Diskusi *Literasi Keuangan Dasar*

Partisipasi aktif siswa pada Gambar 3 menunjukkan bahwa topik Literasi Keuangan Dasar, seperti: jualan *online*, pengelolaan uang pribadi, hingga membangun *mindset* bisnis. Literasi keuangan dasar mendorong siswa untuk memahami pentingnya *cash flow*, modal, dan pencatatan.

Pembahasan

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa siswa SMK memiliki minat tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan berbasis digital, namun minim pemahaman dasar terkait struktur bisnis, strategi pemasaran, dan pencatatan keuangan. pengembangan media sosial dalam bidang pendidikan maupun gerakan sosial sudah cukup luas dan baik untuk digunakan. Namun, apabila ada pengembangan dalam model yang bersifat sistematis dan mampu diaplikasikan secara utuh, maka akan lebih baik hasilnya bagi individu maupun komunitas (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Kegiatan workshop berhasil memfasilitasi ruang belajar yang aplikatif dan menyenangkan. Beberapa siswa bahkan mampu merancang ide bisnis sederhana seperti menjual aksesoris, makanan ringan, dan jasa desain digital. Hal ini mencerminkan bahwa pelatihan berbasis praktik lebih efektif dalam menumbuhkan motivasi dan keberanian untuk mencoba.

Dari sisi literasi keuangan, sebagian besar siswa masih belum terbiasa mencatat transaksi atau menghitung modal awal dan keuntungan. Materi tentang penggunaan dompet digital dan pembukuan sederhana menjadi bagian yang paling disoroti sebagai hal baru yang bermanfaat. Ini menunjukkan perlunya integrasi literasi keuangan dalam pendidikan kewirausahaan di SMK, sebagaimana ditekankan dalam penelitian (Alstra dkk., 2023)

Selain itu, dukungan guru pendamping dan fasilitas sekolah sangat membantu kelancaran pelaksanaan workshop. Guru OTKP mengatakan bahwa pelatihan ini dapat menjadi model awal bagi pengembangan ekstrakurikuler kewirausahaan digital di masa depan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan 3 (tiga) topik, yaitu: **pembuatan akun marketplace, digital marketing**, dan **literasi keuangan dasar untuk bisnis digital** berhasil meningkatkan keterlibatan dan pemahaman siswa terhadap dunia wirausaha berbasis digital. Tingkat partisipasi yang relatif tinggi menunjukkan bahwa siswa memiliki kesiapan untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan secara aplikatif.

Ketiga topik ini saling melengkapi, melalui pembuatan akun *marketplace* membekali siswa secara teknis untuk memulai usaha, digital marketing membantu mereka mempromosikan produk secara efektif, dan literasi keuangan memberikan dasar pengelolaan usaha yang sehat. Keberhasilan kegiatan ini menandai pentingnya integrasi pembelajaran praktik kewirausahaan dalam kurikulum pendidikan, serta membuka peluang pengembangan program lanjutan berbasis proyek nyata seperti simulasi toko online, konten promosi, dan laporan keuangan sederhana.

Dengan pendekatan yang tepat dan kontekstual, sekolah dapat menjadi wadah strategis untuk menumbuhkan generasi muda yang tidak hanya melek digital, tetapi juga cakap dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Alstra, D., Sukma, T. K., Melinda, S., Syukriman, A., Evanita, S., & Padang, U. N. (2023). IMPLEMENTASI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENUMBUHKAN MINAT WIRAUSAHA PADA SISWA SMK NEGERI 3 PADANG. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 160–166.
- Apriliofany, A. (2022). Analisis Penyebab Pengangguran Lulusan Sekolah Kejuruan di Jawa Barat dan Garut. *Jurnal Litbang Sukowati*, 3(No.2), 57–68.
- Fauzy Agustian, M., Dwi Rahayu, R., Indira, I., Salukh, A., Rodhiyah, rufatur, Studi Akuntansi, P., dan Bisnis, E., & Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, I. (2022). Pembentukan Karakter Siswa Melalui Program Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Literasi Financial. Dalam *JOURNAL OF HUMAN AND EDUCATION* (Vol. 2).
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Iradat, D. (2024). Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. *CNN Indonesia*
- Lubis, A. S., & Handayani Ricka. (2022). GENERASI Z DAN ENTREPRENEURSHIP Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha (R. Monitorir Napitupulu, Ed.; Vol. 1). Bypass.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). PELUANG BISNIS DI ERA DIGITAL BAGI GENERASI MUDA DALAM BERWIRAUSAHA: STRATEGI MENGUATKAN PEREKONOMIAN. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (MEBIS)*, 4, 53–58.
- Oktarina Costa, R. (2024). MENUMBUHKAN MINAT BERWIRAUSAHA MELALUI TECHNOPRENEURSHIP BAGI PESERTA DIDIK SMA 7 BEKASI. Dalam *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS* (Vol. 2, Nomor 3).
- Riyani, R., & Etika, V. (2025). Tantangan dan Hambatan dalam Implementasi Literasi Keuangan Kalangan UKM di Pesawaran. 4th MDP Student Conference