

## Pelatihan Digital Entrepreneurship bagi Siswa SMK dalam Menghadapi Era Ekonomi Kreatif

<sup>1\*)</sup>Muchammad Ariffin, <sup>1)</sup>Uray Andrey Indra Maulana

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Bhakti

\*Corresponding author: ariffin.m@upb.ac.id

---

E-ISSN: 3089-2139

DOI:

10.54035/dianmas.v3i1.631

VOLUME: 3

### **Abstract**

*This community service program aims to enhance the digital entrepreneurship competencies of students at SMK Koperasi Pontianak in facing the creative economy era. The rapid development of digital technology has created new business opportunities, requiring students to possess entrepreneurial skills supported by digital literacy. However, many students at SMK Koperasi Pontianak still lack understanding and practical skills in digital-based entrepreneurship. This program employed a participatory and experiential learning approach through training, practice, and mentoring activities. The implementation stages included preparation, training delivery, assistance, and evaluation using pre-test and post-test methods. The results showed a significant improvement in students' knowledge, skills, and entrepreneurial intentions. Students were able to create digital business accounts, develop promotional content, and simulate online marketing activities. Furthermore, the program successfully shifted students' mindset from job seekers to job creators. Despite some limitations, such as internet access and varying levels of digital literacy, the program was effectively implemented. Therefore, this training model has strong potential to be sustainably applied in vocational education to support the development of creative and independent young entrepreneurs.*

**Keywords:** *Digital Entrepreneurship; Vocational School; Creative Economy; Entrepreneurship Training; Entrepreneurial Intention.*

---

### **Article history:**

*Received : 9 Apr 2026*

*Revised : 11 Apr 2026*

*Accepted : 12 Apr 2026*

### **Abstrak**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi digital entrepreneurship siswa SMK Koperasi Pontianak dalam menghadapi era ekonomi kreatif. Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang usaha baru yang menuntut kemampuan kewirausahaan berbasis digital. Namun, masih banyak siswa SMK Koperasi Pontianak yang memiliki keterbatasan dalam pemahaman dan keterampilan kewirausahaan digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis experiential learning melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan. Tahapan kegiatan meliputi persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan minat berwirausaha siswa. Peserta mampu membuat akun bisnis digital, menyusun konten promosi, serta melakukan simulasi pemasaran online. Selain itu, terjadi perubahan pola pikir siswa dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan akses internet dan

---

perbedaan literasi digital, program ini berjalan efektif. Dengan demikian, pelatihan ini berpotensi menjadi model pembelajaran kewirausahaan digital yang berkelanjutan di lingkungan SMK Koperasi Pontianak.

**Kata Kunci:** Digital Entrepreneurship; Siswa SMK; Ekonomi Kreatif; Pelatihan Kewirausahaan; Minat Berwirausaha.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. Transformasi digital mendorong lahirnya model bisnis baru yang lebih fleksibel, inovatif, dan berbasis teknologi. Dalam konteks ini, konsep digital entrepreneurship menjadi semakin penting sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan lingkungan ekonomi global yang semakin terdigitalisasi (1). Digital entrepreneurship tidak hanya menekankan pada kemampuan berbisnis, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi digital sebagai alat utama dalam menciptakan nilai dan peluang usaha. Sejalan dengan hal tersebut, ekonomi kreatif kini menjadi salah satu sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Ekonomi kreatif mengandalkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai faktor utama produksi yang mampu menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan daya saing bangsa (2). Di Indonesia, sektor ini terus berkembang pesat, didukung oleh peningkatan penggunaan internet dan penetrasi media sosial yang tinggi, terutama di kalangan generasi muda. Namun demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah kesiapan sumber daya manusia, khususnya lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dalam menghadapi dinamika ekonomi kreatif berbasis digital. SMK Koperasi Pontianak sebagai salah satu lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam mencetak lulusan yang siap kerja dan siap berwirausaha. Akan tetapi, banyak siswa SMK Koperasi Pontianak yang masih memiliki keterbatasan dalam pemahaman kewirausahaan digital, baik dari aspek mindset, keterampilan teknologi, maupun kemampuan pemasaran digital (3). Selain itu, fenomena tingginya angka pengangguran lulusan SMK menunjukkan adanya kesenjangan antara kompetensi yang dimiliki dengan kebutuhan pasar kerja. Data Badan Pusat Statistik (4) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka lulusan SMK masih relatif tinggi dibandingkan jenjang pendidikan lainnya. Hal ini mengindikasikan perlunya pendekatan alternatif, seperti penguatan kewirausahaan digital, untuk mendorong kemandirian ekonomi siswa sejak dini. Digital entrepreneurship memberikan peluang besar bagi siswa SMK Koperasi Pontianak untuk menciptakan usaha mandiri dengan modal relatif kecil dan jangkauan pasar yang luas. Platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi bisnis memungkinkan pelaku usaha pemula untuk memasarkan produk secara efektif dan efisien (5). Oleh karena itu, penguasaan keterampilan digital menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing siswa di era ekonomi kreatif. Namun, dalam praktiknya, pembelajaran kewirausahaan di SMK masih cenderung bersifat teoritis dan belum sepenuhnya mengintegrasikan pendekatan berbasis praktik digital. Hal ini menyebabkan rendahnya minat dan kesiapan siswa dalam memulai usaha berbasis teknologi. Diperlukan suatu intervensi melalui pelatihan yang terstruktur dan aplikatif untuk meningkatkan kompetensi digital entrepreneurship siswa (6). Pelatihan digital entrepreneurship menjadi salah satu solusi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan siswa SMK Koperasi Pontianak. Melalui pelatihan ini, siswa tidak hanya belajar konsep bisnis, tetapi juga praktik langsung seperti pembuatan konten

digital, pengelolaan media sosial, hingga strategi pemasaran online. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan entrepreneurial intention serta membangun kepercayaan diri siswa dalam berwirausaha (7). Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan program "Pelatihan Digital Entrepreneurship bagi Siswa SMK Koperasi Pontianak dalam Menghadapi Era Ekonomi Kreatif" menjadi sangat relevan dan strategis. Program ini diharapkan dapat menjadi upaya konkret dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital siswa, mendorong terciptanya wirausaha muda yang kreatif dan inovatif, serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Kota Pontianak pada khususnya dan tingkat nasional pada umumnya.

## **METODE PENGABDIAN**

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik (*experiential learning*), di mana siswa SMK Koperasi Pontianak tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas kewirausahaan digital. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 20 Maret 2026 bertempat di SMK Koperasi Pontianak. Pendekatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan dan sikap kewirausahaan (6).

### **1. Tahap Persiapan.**

Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan mitra (SMK Koperasi Pontianak) melalui observasi dan wawancara terkait tingkat pemahaman siswa tentang kewirausahaan digital. Selanjutnya disusun modul pelatihan berbasis digital entrepreneurship yang mencakup materi: konsep kewirausahaan digital, pemanfaatan media sosial, dan strategi pemasaran online. Dilakukan pula koordinasi dengan pihak sekolah terkait jadwal, peserta, dan sarana pendukung kegiatan.

### **2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan.**

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan metode ceramah interaktif, diskusi, dan praktik langsung. Materi yang diberikan meliputi: konsep dasar digital entrepreneurship, peluang usaha di era ekonomi kreatif, serta pengenalan platform digital (Instagram, TikTok, marketplace). Peserta dilatih secara langsung untuk membuat akun bisnis digital, mendesain konten promosi sederhana, dan mengunggah serta memasarkan produk secara online. Metode praktik ini mengacu pada pendekatan learning by doing yang efektif dalam meningkatkan kompetensi keterampilan (8). Peserta juga diajak menganalisis contoh bisnis digital yang sukses serta mendiskusikan strategi yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan inovatif (9).

### **3. Tahap Pendampingan.**

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan kepada siswa dalam mengembangkan ide bisnis digital, mengelola akun bisnis dan strategi pemasaran, serta memberikan umpan balik terhadap konten dan produk yang dibuat. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan program dan meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam berwirausaha (6).

### **4. Tahap Evaluasi.**

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan, observasi keterampilan praktik dalam penggunaan platform digital, serta kuesioner minat berwirausaha untuk mengukur perubahan entrepreneurial intention (7).

### **5. Tahap Pelaporan dan Luaran.**

Pada tahap akhir dilakukan penyusunan laporan kegiatan PKM, publikasi hasil kegiatan (artikel/jurnal), serta penyusunan modul pelatihan sebagai luaran yang dapat digunakan kembali. Luaran ini diharapkan memberikan dampak akademik dan praktis bagi pengembangan kewirausahaan siswa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan "Pelatihan Digital Entrepreneurship bagi Siswa SMK Koperasi Pontianak dalam Menghadapi Era Ekonomi Kreatif" diikuti oleh 50 siswa dari kelas XI dan XII jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 20 Maret 2026 bertempat di laboratorium komputer SMK Koperasi Pontianak. Secara umum, kegiatan berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari peserta maupun pihak sekolah. Hasil pelaksanaan diukur dari empat aspek utama: pengetahuan, keterampilan, sikap kewirausahaan, dan luaran nyata (*output*) kegiatan.



**Gambar 1 Pelaksanaan PKM**

Pertama, dari aspek pengetahuan, hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terkait konsep digital entrepreneurship, peluang usaha di era ekonomi kreatif, serta pemanfaatan platform digital dalam kegiatan bisnis. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa masih memiliki pemahaman yang terbatas terkait kewirausahaan digital. Namun setelah pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman yang cukup signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan pengetahuan dan wawasan bisnis peserta didik (6).

Kedua, dari aspek keterampilan (*skill*), siswa menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam menggunakan media digital untuk berwirausaha. Peserta telah mampu membuat akun bisnis di media sosial, mengunggah produk, serta menyusun konten promosi sederhana. Beberapa kelompok siswa bahkan telah mulai melakukan simulasi penjualan melalui platform digital. Peningkatan keterampilan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik (*learning by doing*) efektif dalam meningkatkan kompetensi digital (8).

Ketiga, dari aspek sikap dan minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*), hasil kuesioner menunjukkan adanya peningkatan motivasi siswa untuk memulai usaha mandiri berbasis digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa lebih berorientasi pada pencarian kerja setelah lulus. Namun setelah mengikuti pelatihan, terjadi perubahan pola pikir yang lebih terbuka terhadap peluang berwirausaha. Hal ini sesuai dengan teori Theory of Planned Behavior yang menyatakan bahwa peningkatan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol dapat memengaruhi niat berwirausaha (7).

Keempat, dari sisi hasil produk (*output*), kegiatan ini berhasil menghasilkan beberapa luaran nyata, antara lain:

1. Akun bisnis digital siswa (Instagram/TikTok)
2. Konten promosi produk (foto dan video sederhana)
3. Ide bisnis kreatif berbasis potensi lokal

Luaran ini menunjukkan bahwa siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan konsep kewirausahaan digital secara nyata (5). Kelima, dari aspek partisipasi dan antusiasme peserta, kegiatan pelatihan mendapatkan respon yang sangat positif. Siswa menunjukkan keterlibatan aktif dalam setiap sesi, terutama pada saat praktik dan diskusi. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang interaktif dan aplikatif mampu meningkatkan minat belajar siswa (9).

Namun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan juga ditemukan beberapa kendala, antara lain keterbatasan fasilitas seperti akses internet yang tidak stabil dan perbedaan tingkat literasi digital antar siswa. Kendala ini menjadi bahan evaluasi untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya agar dapat lebih optimal dan inklusif. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan kompetensi digital entrepreneurship siswa SMK. Program ini juga memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan sebagai bagian dari upaya penguatan pendidikan kewirausahaan berbasis digital di lingkungan sekolah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM, dapat disimpulkan bahwa pelatihan digital entrepreneurship memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi siswa SMK dalam menghadapi era ekonomi kreatif. Program ini terbukti mampu meningkatkan pemahaman siswa terkait konsep kewirausahaan digital serta memperluas wawasan mereka mengenai peluang usaha berbasis teknologi. Selain itu, pelatihan yang dilakukan dengan pendekatan praktik langsung (*learning by doing*) efektif dalam meningkatkan keterampilan siswa dalam memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan marketplace, sebagai sarana pemasaran produk. Siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan secara nyata melalui pembuatan akun bisnis dan konten promosi digital. Dari aspek sikap, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan minat dan motivasi siswa untuk berwirausaha. Terjadi perubahan pola pikir dari yang semula berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital mampu menumbuhkan entrepreneurial mindset pada siswa SMK. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan fasilitas dan perbedaan tingkat literasi digital peserta. Namun, kendala tersebut tidak mengurangi efektivitas program secara keseluruhan dan dapat menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan kegiatan selanjutnya. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini dapat dinyatakan berhasil dan memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan sebagai model pelatihan kewirausahaan berbasis digital di lingkungan SMK. Program ini diharapkan mampu mendukung terciptanya generasi muda yang mandiri, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Nambisan S. Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2017 Nov 1;41(6):1029–55. doi:10.1111/etap.12254
2. Howkins John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Allen Lane; 2001. 263 p.

3. Suryana. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. 4th Edition. Jakarta: Salemba Empat; 2017.
4. Badan Pusat Statistik. *Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan*. 2025.
5. Chaffey Dave, Ellis-Chadwick Fiona. *Digital Marketing*. Pearson; 2019. 545 p.
6. Fayolle A, Gailly B. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*. 2015 Jan;53(1):75–93. doi:10.1111/jsbm.12065
7. Ajzen I. The Theory of Planned Behavior. *Organ Behav Hum Decis Process*. 1991 Dec;50(2):179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
8. Kolb DA. *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Pearson Education, Inc.; 2015. 390 p.
9. Hisrich RD., Peters MP. *Entrepreneurship*. Irwin/McGraw-Hill; 1998. 681 p.