

Integrasi Nilai *Digital Entrepreneurship* Bagi Calon Pendidik Gen-Z Di Era *Society 5.0*

Nanda Widaninggar ^{1*}, Surayanah ², Vidya Pratiwi ³ Ratna Amalia ⁴, Muhammad Firdaus ⁵

¹ Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Indonesia

² Universitas Negeri Malang, Indonesia

³ Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Indonesia

⁴ Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Indonesia

⁵ Institut Teknologi dan Sains Mandala, Indonesia

Abstrak

Program pengabdian ini bertujuan memberikan pemahaman sekaligus menelaah tingkat pemahaman calon guru Generasi Z mengenai digital entrepreneurship dalam konteks Society 5.0. Kegiatan dilakukan melalui workshop interaktif dengan rancangan one group pre-test post-test. Analisis menggunakan statistik deskriptif, uji Chi-Square, serta Z-Test for Two Proportions memperlihatkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman mahasiswa terkait digital entrepreneurship, Society 5.0, SEO, dan manajemen mutu. Selain penguatan aspek kognitif, kegiatan menghasilkan luaran berupa flowchart ide kreatif, produk edukatif digital, serta model integrasi pedagogis berbasis edupreneurship. Temuan ini menegaskan bahwa pembelajaran digital entrepreneurship mampu membentuk calon pendidik yang adaptif, inovatif, kreatif, dan berorientasi pada kewirausahaan digital.

Kata Kunci: Digital Entrepreneurship, Generasi Z, Edupreneurship, Society 5.0, Calon Pendidik

Abstract

This community service program aims to deliver the understanding and to examine the level of understanding of prospective Generation Z teachers regarding digital entrepreneurship within the context of Society 5.0. The activity was carried out through an interactive workshop using a one group pre-test post-test design. Data analysis with descriptive statistics, Chi-Square test, and Z-Test for Two Proportions revealed a significant improvement in students' comprehension of digital entrepreneurship, Society 5.0, SEO, and quality management. Beyond cognitive enhancement, the program produced outputs such as creative idea flowcharts, digital educational products, and a pedagogical integration model based on edupreneurship. The findings affirm that digital entrepreneurship learning fosters prospective teachers who are adaptive, innovative, creative, and oriented toward digital entrepreneurship.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Generation Z, Edupreneurship, Society 5.0, Prospective Educators

Korespondensi:

Nanda Widaninggar
(nanda_widaninggar@unars.ac.id)

Submit: 01-04-2026

Revisi: 03-05-2026

Diterima: 25-06-2026

Terbit: 03-07-2026



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk komunikasi, akses informasi, pendidikan, dan aktivitas ekonomi Masyarakat (Palupi *et al.*, 2024, pp. 11–12; Pramitasari *et al.*, 2025, pp. 3–5; Widaninggar, 2013, pp. 306–307). Dalam era *Society 5.0*, teknologi tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana pendukung, tetapi telah terintegrasi dalam kehidupan manusia untuk menciptakan sistem yang lebih cerdas, efisien, dan berorientasi pada kesejahteraan. Konsep *Society 5.0* juga menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi digital yang disertai prinsip transparansi, akuntabilitas, serta pemerataan akses layanan agar mampu memberikan dampak sosial yang berkelanjutan (Widaninggar *et al.*, 2025, p. 18). Kehadiran *Artificial Intelligence*, big data, *Internet of Things* (IoT), dan beragam platform digital semakin membuka peluang munculnya

inovasi serta pengembangan usaha baru melalui aktivitas *digital entrepreneurship* (Widaninggar, 2026, p. 12; Anjum, 2025, p. 1).

Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi memiliki karakter kreatif, adaptif, komunikatif, dan akrab dengan lingkungan digital (Febiana *et al.*, 2023, p. 547). Potensi tersebut sebenarnya menjadi modal besar dalam pengembangan kewirausahaan digital. Akan tetapi, pada mahasiswa calon guru masih ditemukan pandangan bahwa profesi pendidik hanya berkaitan dengan kegiatan mengajar di kelas dan tidak berhubungan dengan dunia kewirausahaan maupun teknologi digital. Selain itu, sebagian mahasiswa juga masih merasa kurang percaya diri dalam memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan produk pendidikan yang memiliki nilai ekonomis (Lazar *et al.*, 2023, p. 1993).

Data *Pre-test* terhadap 68 mahasiswa menunjukkan bahwa pemahaman awal mengenai nilai *digital entrepreneurship* masih belum optimal. Sebanyak 11 mahasiswa (16,2%) belum mampu membedakan konsep *digital entrepreneurship* dengan kewirausahaan konvensional. Selain itu, 7 mahasiswa (10,3%) juga belum memahami konsep SEO (*Search Engine Optimization*) sebagai strategi optimasi konten digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa masih dominan pada aspek teori dan belum banyak menyentuh implementasi praktis dalam kehidupan nyata.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa hambatan utama bukan berasal dari keterbatasan teknologi, melainkan dari pola pikir, keberanian mencoba, dan minimnya pengalaman praktik. Teknologi masih lebih banyak digunakan mahasiswa untuk komunikasi dan hiburan dibanding sebagai sarana menghasilkan produk edukatif digital (Nurlaila *et al.*, 2025, p. 65). Padahal, berbagai *platform digital* saat ini membuka peluang besar bagi calon guru untuk mengembangkan praktik *edupreneurship* secara sederhana dan realistis, misalnya melalui pembuatan *worksheet* interaktif di *Canva*, modul digital, *flashcard*, maupun *busy book* digital yang dapat dibagikan melalui *Google Drive*, *Lynk.id*, *Canva Edu*, atau *marketplace* pendidikan lainnya (Ahmadillah *et al.*, 2023, p. 72).

Keberhasilan dalam *digital entrepreneurship* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh pola pikir kewirausahaan. Walt Disney menekankan pentingnya segera bertindak melalui pernyataan "*The way to get started is to quit talking and begin doing*" (Disney & Staff of the Walt Disney Archives, 2023, p. 45). Sementara itu, Henry Ford menyatakan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi faktor penting dalam mencapai keberhasilan melalui kutipan "*Whether you think you can, or you think you can't, you're right*" (Ford, 2011, p. 73). Oleh karena itu, mahasiswa calon pendidik perlu membangun *mindset* kreatif, inovatif, dan berani mengambil peluang agar mampu berkembang menjadi *edupreneur* yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Berbagai kajian terdahulu juga menunjukkan pentingnya pendidikan kewirausahaan digital dalam dunia pendidikan. Kraus *et al.* (2019, p. 354) menjelaskan bahwa *digital entrepreneurship* telah melahirkan model bisnis baru berbasis teknologi yang lebih fleksibel dan inovatif. Lazar *et al.* (2023, p. 1993) menyebutkan bahwa karakter Gen-Z yang kolaboratif dan *digital-savvy* menjadi kekuatan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif digital. Sementara itu, Chardonnens (2025, p. 1) menegaskan bahwa integrasi teknologi dan strategi metakognitif dapat meningkatkan motivasi belajar serta kemampuan *self-regulation* Generasi Z.

Meskipun kajian mengenai *entrepreneurship education* dan *edupreneurship* terus berkembang, kajian yang secara khusus membahas pemahaman nilai *digital entrepreneurship* pada calon pendidik Gen-Z masih relatif sedikit. Sebagian besar kajian sebelumnya lebih menitikberatkan pada pengembangan konsep atau model pembelajaran, sedangkan kajian berbasis analisis kuantitatif yang menguji perubahan distribusi jawaban benar dan salah maupun proporsi jawaban benar setelah intervensi pembelajaran masih terbatas. Padahal, penggunaan analisis statistik seperti *Chi-Square Test* dan *Z-Test for Two Proportions* penting untuk memberikan bukti empiris terkait efektivitas pembelajaran *digital entrepreneurship* (Samputra & Alfari, 2025, p. 2; Sasono *et al.*, 2025, p. 33).

Digital entrepreneurship menekankan pembentukan karakter kreatif, inovatif, adaptif, serta keberanian dalam mengambil peluang dan menyelesaikan permasalahan secara efektif di lingkungan digital (Supriyati *et al.*, 2023, p. 41). Selain kemampuan teknis, aktivitas digital juga membutuhkan sikap kolaboratif, tanggung jawab, transparansi, dan akuntabilitas agar pemanfaatan teknologi dapat memberikan nilai positif bagi masyarakat (Sari *et al.*, 2025, p. 519). Bagi calon pendidik, penguasaan nilai-nilai tersebut penting untuk mendukung kompetensi profesional dalam mengembangkan media pembelajaran inovatif sekaligus memperkuat kompetensi pedagogis melalui penanaman kreativitas, literasi digital, dan jiwa kewirausahaan kepada peserta didik sesuai Profil Pelajar Pancasila (Febiana *et al.*, 2023, p. 550).

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan sekaligus mengukur pemahaman calon pendidik Gen-Z terhadap nilai *digital entrepreneurship* sebelum dan sesudah intervensi pembelajaran, mengidentifikasi perbedaan distribusi jawaban benar dan salah pada hasil *pre-test* dan *post-test*, serta menelaah perubahan proporsi jawaban benar setelah kegiatan berlangsung. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk menjelaskan relevansi nilai *digital entrepreneurship* dalam memperkuat kompetensi profesional dan pedagogis calon pendidik Gen-Z di era *Society 5.0*.

Sebagai bagian dari Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), kegiatan ini tidak hanya menghasilkan data kuantitatif, tetapi juga memberikan luaran praktis berupa: (1) *flowchart* implementasi *digital entrepreneurship* hingga terbentuknya guru sebagai *edupreneur*; (2) produk edukatif digital sederhana seperti *worksheet* Canva, *flashcard* digital, modul pembelajaran, dan sertifikat otomatis; serta (3) model integrasi nilai *digital entrepreneurship* dalam pembelajaran melalui penguatan kreativitas, inovasi, literasi digital, dan kemampuan *problem solving*.

Program pengabdian ini dilaksanakan di Kampus 3 Blitar, Universitas Negeri Malang, pada tanggal 5 Mei 2026, berlokasi di Aula Fakultas Ilmu Pendidikan. Lokasi tersebut dipilih karena menjadi pusat aktivitas mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Guru Sekolah Dasar yang menjadi sasaran utama pelatihan. Urgensi kegiatan ini terletak pada masih rendahnya pemahaman mahasiswa calon guru mengenai konsep *digital entrepreneurship* serta penerapan strategi praktis seperti SEO, dan perlunya menumbuhkan pola pikir kreatif, inovatif, serta keberanian mengambil peluang agar calon pendidik Gen-Z dapat berkembang sebagai *edupreneur*. Melalui kegiatan ini diharapkan terbentuk pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penerapan nilai-nilai kewirausahaan digital dalam konteks pendidikan, sekaligus menghasilkan luaran nyata berupa produk edukatif digital yang mendukung peningkatan kompetensi profesional maupun pedagogis calon pendidik di era *Society 5.0*.

2. Metode

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk *workshop* interaktif dengan desain *one group pre-test post-test*, bertujuan meningkatkan pemahaman mahasiswa calon guru Generasi Z mengenai *digital entrepreneurship* serta peluang *edupreneurship* di era *Society 5.0*. Peserta terdiri atas 68 mahasiswa pada *pre-test* dan 98 mahasiswa pada *post-test* karena adanya tambahan peserta. Kegiatan ini dilaksanakan di Kampus 3 Blitar, Universitas Negeri Malang, berlokasi di Aula Fakultas Ilmu Pendidikan, yang menjadi pusat aktivitas mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Guru Sekolah Dasar sebagai sasaran utama pelatihan. Pelaksanaan kegiatan didukung oleh berbagai media digital seperti Canva Edu, Lynk.id, Google Drive, dan *marketplace* pendidikan sebagai sarana praktik *edupreneurship* digital.

Tahapan kegiatan meliputi persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Persiapan mencakup penyusunan materi, media digital, serta instrumen *pre-test* dan *post-test*. Pelaksanaan terdiri atas *pre-test*, penyampaian materi, demonstrasi pembuatan produk edukatif digital (*worksheet*, modul interaktif, *flashcard*, *busy book*, sertifikat otomatis), diskusi, dan *post-test*. Evaluasi dilakukan melalui analisis hasil tes, *observasi* partisipasi, serta dokumentasi kegiatan.

Data dianalisis secara deskriptif menggunakan SPSS versi 22, meliputi persentase, rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum, dengan interpretasi mengacu pada kategori persentase menurut Sugiyono (2022, pp. 147–148). Perbedaan distribusi jawaban benar dan salah dianalisis menggunakan uji *Chi-Square* untuk mengetahui perubahan tingkat pemahaman peserta, dengan data berbentuk kategori atau frekuensi (Sugiyono, 2019, p. 183). Hasil dinyatakan signifikan apabila nilai *sig.* < 0,05. Sementara itu, perubahan proporsi jawaban benar antara *pre-test* dan *post-test* dianalisis menggunakan *Z-Test for Two Proportions* dengan bantuan Microsoft Excel, dan dianggap signifikan apabila nilai $|Z| > 1,96$ pada $\alpha = 0,05$ (Sugiyono, 2017, p. 149).

Selain analisis kuantitatif, relevansi nilai *digital entrepreneurship* ditinjau secara deskriptif kualitatif berdasarkan hasil kegiatan dan dokumentasi, dengan meninjau aspek kreativitas, inovasi, pemecahan masalah, kemampuan adaptasi teknologi, serta *edupreneurship* dalam mendukung penguatan kompetensi calon pendidik Generasi Z.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Tingkat Pemahaman Mahasiswa (*Pre-test* dan *Post-test*)

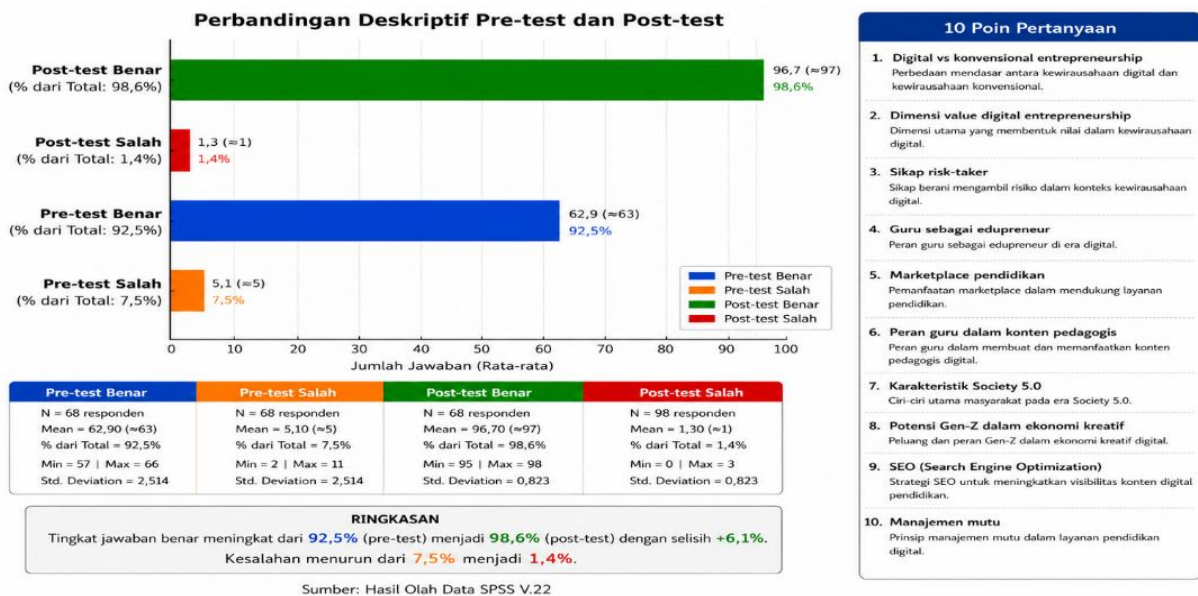
Tingkat pemahaman mahasiswa terhadap materi *digital entrepreneurship* dianalisis melalui capaian *pre-test* dan *post-test*. Analisis deskriptif disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Deskriptif Statistik

Kategori	N (Responden)	Minimum	Maximum	Mean (Jumlah)	Std. Deviation	% dari Total
Pre_Benar	68	57	66	62.90 ≈ 63	2.514	92.5%
Pre_Salah	68	2	11	5.10 ≈ 5	2.514	7.5%
Post_Benar	98	95	98	96.70 ≈ 97	0.823	98.6%
Post_Salah	98	0	3	1.30 ≈ 1	0.823	1.4%

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 22 (2026)

Analisis statistik deskriptif secara lebih jelas disajikan pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Deskriptif Statistik

Sumber: Hasil olahan data peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 22 (2026)

Capaian *pre-test* memperlihatkan rata-rata jawaban benar mahasiswa sebesar 62,90 atau setara 92,5% sehingga berada pada kategori sangat tinggi. Setelah pelaksanaan intervensi, nilai rata-rata jawaban benar pada *post-test* meningkat menjadi 96,70 atau 98,6% dan tetap termasuk kategori sangat tinggi. Kenaikan sebesar 6,1% mengindikasikan bahwa kegiatan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai *digital entrepreneurship*, yang terlihat dari bertambahnya jawaban benar dan berkurangnya tingkat kesalahan peserta.

2. Perbedaan Distribusi Jawaban Benar/Salah (*Chi-Square Test*)

Analisis distribusi jawaban benar dan salah dilakukan dengan uji *Chi-Square* untuk melihat perubahan pola respons mahasiswa antara *pre-test* dan *post-test* setelah diberikan workshop *digital entrepreneurship*.

Tabel 2. Uji *Chi-Square*

Uji Statistik	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Keterangan
Pearson Chi-Square	41,275	1	0,000	Signifikan
Continuity Correction	39,627	1	0,000	Signifikan
Likelihood Ratio	41,731	1	0,000	Signifikan
Fisher's Exact Test	-	-	0,000	Signifikan
Linear-by-Linear Association	41,250	1	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil olahan data menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 22 (2026)

Analisis *Chi-Square* memperoleh nilai *Pearson Chi-Square* sebesar 41,275 dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Temuan tersebut menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara capaian *pre-test* dan *post-test*. Peningkatan jumlah jawaban benar serta penurunan jawaban salah mengindikasikan bahwa workshop *digital entrepreneurship* berpengaruh terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa. Capaian tersebut diperkuat oleh

Fisher's Exact Test dengan nilai sig. 0,000 yang menandakan bahwa perubahan jawaban peserta terjadi secara nyata setelah kegiatan pembelajaran dilaksanakan.

3. Perbedaan Proporsi Jawaban Benar (*Z-Test for Two Proportions*)

Perbedaan proporsi jawaban benar dianalisis menggunakan *Z-Test for Two Proportions* guna melihat peningkatan temuan jawaban pada setiap butir soal antara tahap *pre-test* dan *post-test* setelah workshop *digital entrepreneurship* dilaksanakan. Pengujian ini bertujuan membandingkan tingkat keberhasilan jawaban mahasiswa sebelum dan sesudah pemberian intervensi.

Tabel 3. Uji *Z-Test for Two Proportions*

Soal	Topik	Proporsi <i>Pre-test</i>	Proporsi <i>Post-test</i>	Z	P-Value	Keterangan
1	Digital vs konvensional <i>entrepreneurship</i>	0,84	0,98	-3,33	0,0009	Signifikan
2	Dimensi <i>value digital entrepreneurship</i>	0,91	0,99	-2,46	0,0139	Signifikan
3	Sikap <i>risk-taker</i>	0,93	0,97	-1,27	0,2042	Tidak Signifikan
4	Guru sebagai <i>edupreneur</i>	0,94	0,99	-1,80	0,0715	Tidak Signifikan
5	<i>Marketplace</i> pendidikan	0,97	0,99	-0,91	0,3609	Tidak Signifikan
6	Peran guru dalam konten pedagogis	0,94	0,99	-1,80	0,0715	Tidak Signifikan
7	Karakteristik <i>Society 5.0</i>	0,96	1,00	-2,10	0,0359	Signifikan
8	Potensi Gen-Z dalam ekonomi kreatif	0,94	0,98	-1,30	0,1922	Tidak Signifikan
9	SEO (<i>Search Engine Optimization</i>)	0,90	0,99	-2,74	0,0061	Signifikan
10	Manajemen mutu	0,93	0,99	-2,15	0,0316	Signifikan

Sumber: Hasil olahan data menggunakan Microsoft Excel (2026)

Analisis menggunakan *Z-Test for Two Proportions* menunjukkan adanya kenaikan proporsi jawaban benar mahasiswa setelah mengikuti workshop *digital entrepreneurship*. Indikator pada topik digital vs conventional entrepreneurship (soal 1), dimensi *value digital entrepreneurship* (soal 2), karakteristik *Society 5.0* (soal 7), *Search Engine Optimization* (SEO) (soal 9), dan manajemen mutu (soal 10) memperoleh nilai *p-value* < 0,05 sehingga dinyatakan mengalami peningkatan yang signifikan. Kenaikan paling tinggi terdapat pada topik digital vs conventional entrepreneurship, di mana persentase jawaban benar meningkat dari 84% menjadi 98%. Peningkatan signifikan juga terlihat pada pemahaman mengenai dimensi *value digital entrepreneurship*, *Society 5.0*, SEO, dan manajemen mutu.

Sementara itu, topik sikap *risk-taker* (soal 3), guru sebagai *edupreneur* (soal 4), *marketplace* pendidikan (soal 5), peran guru dalam konten pedagogis (soal 6), dan potensi Generasi Z dalam ekonomi kreatif (soal 8) belum menunjukkan perubahan yang signifikan karena nilai *p-value* > 0,05. Walaupun demikian, capaian *post-test* tetap memperlihatkan kecenderungan peningkatan jawaban benar dibandingkan *pre-test*. Hal ini diduga karena pemahaman awal mahasiswa pada beberapa indikator sudah relatif tinggi sebelum workshop dilaksanakan. Secara umum, kegiatan workshop terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa terkait *digital entrepreneurship*.

4. Luaran PKM (*Flowchart* dan Produk Kreatif)

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang dilaksanakan tidak hanya berorientasi pada peningkatan pemahaman melalui workshop *digital entrepreneurship*, tetapi juga menghasilkan luaran berupa *flowchart* ide

kreatif, produk edukatif digital, dan model integrasi pedagogis. Luaran tersebut disusun sebagai bentuk implementasi nilai kewirausahaan digital bagi calon pendidik Generasi Z di era Society 5.0.

a. Flowchart Ide Kreatif Digital Entrepreneurship

Flowchart ide kreatif dibuat untuk memperlihatkan alur perkembangan pemahaman mahasiswa hingga terbentuknya kompetensi *edupreneurship*. Proses diawali dari kondisi masih rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam bidang pendidikan, di mana teknologi lebih banyak digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi dibandingkan sebagai peluang usaha kreatif pendidikan.

Melalui kegiatan workshop *digital entrepreneurship*, mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai kewirausahaan digital, peluang *edupreneurship*, pengembangan produk kreatif, serta penggunaan berbagai platform digital seperti *Canva Edu*, *Google Drive*, *Lnk.id*, dan *marketplace* pendidikan. Penyampaian materi diperkuat melalui studi kasus, demonstrasi produk, dan diskusi interaktif sehingga mahasiswa mendapatkan pengalaman belajar yang lebih aplikatif.

Capaian *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mahasiswa terkait konsep *digital entrepreneurship*. Peningkatan tersebut kemudian diwujudkan dalam pengembangan produk edukatif berbasis digital sebagai implementasi nilai kreativitas, inovasi, kemampuan *problem solving*, dan keberanian mengambil risiko. Pada tahap akhir, *flowchart* menggambarkan terbentuknya calon pendidik yang berperan sebagai *edupreneur*, yaitu guru yang mampu menggabungkan kompetensi pedagogis dengan pengembangan produk pendidikan inovatif sesuai tuntutan era Society 5.0.

b. Produk Kreatif Edukatif Digital

Luaran PKM turut menghasilkan berbagai contoh produk edukatif digital yang dapat dikembangkan oleh mahasiswa calon guru dengan memanfaatkan platform yang mudah diakses dan sesuai karakteristik Generasi Z. Produk tersebut meliputi *worksheet* digital interaktif berbasis *Canva Edu*, modul *Project Based Learning* (PjBL) yang memadukan literasi digital dan *entrepreneurship*, *flashcard* interaktif sebagai media visual pembelajaran, *busy book* digital berbasis aktivitas edukatif, serta sertifikat otomatis melalui integrasi *Canva*, *Google Form*, dan *spreadsheet*.

Berbagai produk tersebut menunjukkan adanya peluang bagi calon pendidik untuk mengembangkan kemampuan *edupreneurship* melalui inovasi media dan konten digital yang memiliki manfaat pendidikan sekaligus nilai ekonomis.

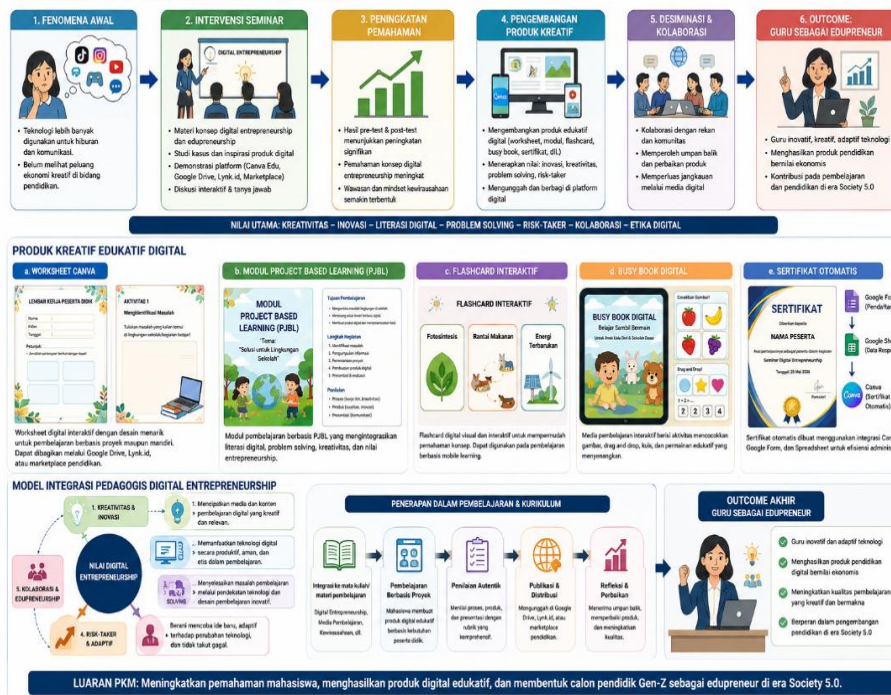
c. Model Integrasi Pedagogis Digital Entrepreneurship

Luaran PKM berikutnya berupa model integrasi pedagogis yang menghubungkan nilai-nilai *digital entrepreneurship* dengan kegiatan pembelajaran. Pada model ini, guru tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengembang inovasi, pembuat konten pembelajaran, serta pemecah masalah dalam proses pendidikan.

Implementasi model dilakukan melalui beberapa aspek penting, meliputi kreativitas dan inovasi dalam menciptakan media pembelajaran digital, penguatan literasi digital untuk penggunaan teknologi secara produktif dan bertanggung jawab, kemampuan *problem solving* berbasis teknologi, sikap adaptif serta keberanian mencoba ide baru, dan pengembangan kolaborasi serta *edupreneurship* dalam bidang pendidikan.

Model tersebut relevan dengan kebutuhan pembelajaran abad ke-21 dan Profil Pelajar Pancasila karena mampu mendukung keterampilan berpikir kritis, kreatif, komunikatif, kolaboratif, dan literasi digital. Secara keseluruhan, luaran PKM tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan mahasiswa, tetapi juga menghasilkan model dan produk pembelajaran inovatif yang mendukung terbentuknya calon pendidik Generasi Z sebagai *edupreneur* pada era Society 5.0

FLOWCHART IDE KREATIF DIGITAL ENTREPRENEURSHIP



Gambar 2. Flowchart dan Produk Kreatif *Digital Entrepreneurship* untuk Calon Guru Gen-Z

Sumber: Dokumentasi dan data yang diolah oleh Peneliti (2026)

5. Pembahasan dan Relevansi Pengabdian

a. Pembahasan

Analisis pengujian statistik memperlihatkan adanya perubahan proporsi jawaban benar antara *pre-test* dan *post-test* pada beberapa indikator, meskipun sebagian indikator lainnya belum menunjukkan perubahan yang signifikan. Kondisi ini berkaitan dengan temuan awal bahwa sebagian mahasiswa masih memandang teknologi digital hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai media produktif dalam pengembangan ekonomi kreatif di bidang pendidikan (Febiana *et al.*, 2023, pp. 546–552; Lubis & Handayani, 2022, pp. 15–20).

Pelaksanaan workshop *digital entrepreneurship* memberikan dampak terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa calon guru Generasi Z. Peserta memperoleh pemahaman mengenai kewirausahaan digital, peluang *edupreneurship*, serta pemanfaatan platform seperti *Canva Edu*, *Google Drive*, *Lynk.id*, dan *marketplace* pendidikan. Materi yang disampaikan secara kontekstual dan dekat dengan aktivitas digital sehari-hari membuat mahasiswa lebih mudah memahami konsep yang diberikan. Selain itu, penyajian contoh produk edukatif digital turut membantu mahasiswa menghubungkan teori dengan implementasi nyata dalam pembelajaran.

Temuan ini relevan dengan konsep *Education 5.0* yang menekankan pentingnya integrasi teknologi dalam membentuk sumber daya manusia yang adaptif terhadap perkembangan zaman (Anjum, 2025, pp. 1-3). Pemanfaatan teknologi dalam pendidikan juga perlu dilakukan secara terbuka, bertanggung jawab, dan mudah diakses agar proses pembelajaran digital dapat berjalan lebih efektif (Widaninggar *et al.*, 2025, p. 24). Temuan analisis ini juga mendukung pendapat Pradana (2025, pp. 499-514) yang menyatakan bahwa pengembangan *digital entrepreneurship* perlu dilakukan melalui pendekatan praktis dan kontekstual.

Namun demikian, tidak seluruh indikator menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh keterbatasan waktu pelaksanaan workshop serta perbedaan kemampuan digital antar peserta. Oleh sebab itu, kegiatan serupa di masa mendatang perlu dikembangkan dalam bentuk pelatihan berkelanjutan yang disertai praktik langsung pembuatan produk *edupreneurship digital* agar hasil pembelajaran menjadi lebih mendalam dan aplikatif.

b. Relevansi Pengabdian

Nilai *digital entrepreneurship* memiliki peran dalam memperkuat kompetensi profesional dan pedagogis calon guru. Dari sisi kompetensi profesional, mahasiswa diarahkan menjadi *edupreneur* yang mampu mengembangkan media pembelajaran inovatif sekaligus memiliki nilai ekonomi. Temuan ini selaras dengan pendapat Kasidi (2023,

pp. 113-120) mengenai peluang *edupreneurship* dalam mendukung kesejahteraan guru serta Maulana (2024, pp. 45-52) terkait inovasi bisnis digital di bidang pendidikan. Pada aspek pedagogis, integrasi nilai kewirausahaan digital turut mendukung penguatan Profil Pelajar Pancasila, khususnya kemampuan berpikir kritis, kreatif, komunikatif, kolaboratif, dan literasi digital. Temuan juga sesuai dengan kajian Widaninggar (2026) mengenai integrasi digital *entrepreneurship* bagi calon pendidik Generasi Z di era *Society* 5.0 serta Chardonnens (2025, pp. 12-18) yang menyoroti adaptasi pendidikan berbasis metakognitif dan kecerdasan buatan.

Selain menyajikan temuan empiris melalui analisis statistik, PKM ini juga menghasilkan luaran praktis berupa *flowchart* ide kreatif, *worksheet digital*, modul PJBL, *flashcard*, *busy book*, sertifikat otomatis, dan model integrasi pedagogis. Luaran tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan data analisis statistik, tetapi juga inovasi yang dapat diterapkan dalam proses pembelajaran. Temuan ini mendukung kajian Nurlaila *et al.* (2025, pp. 60-87) tentang pengembangan bahan ajar digital dan Sasono *et al.* (2025, pp. 25-33) mengenai kontribusi *digitalpreneur* terhadap ekonomi kreatif.

Secara keseluruhan, kajian ini relevan dengan kebutuhan pendidikan abad ke-21 dan era *Society* 5.0 karena workshop *digital entrepreneurship* mampu mengubah pola pikir mahasiswa dari sekadar pengguna teknologi menjadi pengembang konten edukatif digital yang bernilai pedagogis dan ekonomis. Hal tersebut mendukung pandangan Nambisan (2017, pp. 1029-1055) dan Kraus *et al.* (2019, pp. 353-375) bahwa *digital entrepreneurship* merupakan paradigma baru yang menghubungkan teknologi dengan penciptaan nilai sosial dan ekonomi. Selain itu, pola pikir kewirausahaan membantu mahasiswa memahami peluang serta kelayakan usaha sehingga produk edukatif digital yang dihasilkan memiliki potensi inovatif dan keberlanjutan usaha (Firdaus *et al.*, 2022, p. 85).

4. Kesimpulan

Hasil kajian pengabdian menunjukkan bahwa pembelajaran *digital entrepreneurship* memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa calon guru Generasi Z. Peningkatan tersebut tampak dari adanya perbedaan yang signifikan antara capaian sebelum dan sesudah intervensi, khususnya pada materi *digital entrepreneurship*, *Society* 5.0, SEO, dan manajemen mutu. Selain memperkuat aspek kognitif, kegiatan ini juga menghasilkan berbagai produk pembelajaran digital serta model integrasi pedagogis berbasis *edupreneurship*. Dengan demikian, pembelajaran *digital entrepreneurship* berkontribusi dalam membentuk calon pendidik yang kreatif, inovatif, adaptif, dan berorientasi pada kewirausahaan digital di era *Society* 5.0.

Keterbatasan kegiatan terletak pada waktu pelaksanaan *workshop* yang relatif singkat serta adanya variasi kemampuan digital antar peserta, sehingga beberapa indikator belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Selain itu, kegiatan ini belum mencakup evaluasi berkelanjutan terhadap penerapan nilai-nilai *digital entrepreneurship* dalam praktik pembelajaran di sekolah.

Saran untuk pelaksanaan berikutnya adalah memperluas jangkauan peserta dan memperpanjang durasi pelatihan agar proses pembelajaran berlangsung lebih mendalam dan aplikatif. Disarankan pula untuk mengembangkan pelatihan lanjutan berbasis proyek (*project-based training*) yang melibatkan praktik langsung pembuatan produk *edupreneurship* digital, serta melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh penerapan nilai *digital entrepreneurship* terhadap peningkatan kompetensi pedagogis dan profesional calon pendidik.

Daftar Pustaka

- Ahmadillah, A. N. A., Thohir, M., Jamil, A. N., & Li'umah, K. (2023). Towards digital creativity: The effect of Canva application on the creativity of prospective teacher leaders. *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 8(2), 72-88. <https://doi.org/10.17977/um039v8i22023p72>
- Anjum, S. K. (2025). Education 5.0: A conceptual framework for future-ready education. *International Journal of Reflective Research in Social Sciences*, 8(2), 1-3. <https://www.reflectivejournals.com/archives/2025/vol8issue2/A/8-2-1>
- Chardonnens, S. (2025). Adapting educational practices for Generation Z: Integrating metacognitive strategies and artificial intelligence. *Frontiers in Education*, 10, 1-14. <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1504726>
- Disney, W. E., & Staff of the Walt Disney Archives. (2023). *The official Walt Disney quote book*. Disney Editions.
- Febiana, C., Goenadhi, L., Suharto, I., & Wijayanti, A. P. (2023). Pembentukan karakter wirausaha pada Gen Z menghadapi *Society* 5.0. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 546-552. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1073>
- Firdaus, M., Widaninggar, N., Wahyudi, F., Sauqi, A., & Suherman. (2022). Feasibility study of Na-Oogst tobacco in Jember District. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(2), 83-88. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i2.311>
- Ford, H. (2011). *My life and work*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

- Kasidi, D. (2023). Peluang edupreneurship bagi kesejahteraan guru di Indonesia. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 6(2), 113–120. <https://doi.org/10.62820/trt.v6i2.113>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
- Lazar, M.-A., Zbucnea, A., & Pinzaru, F. (2023). The emerging Generation Z workforce in the digital world: A literature review on cooperation and transformation. *Proceedings of the 17th International Conference on Business Excellence*, 17(1), 1991–2001. <https://doi.org/10.2478/picbe-2023-0175>
- Lubis, A. S., & Handayani, R. (2022). *Generasi Z dan entrepreneurship: Studi teoretis minat generasi Z dalam berwirausaha*. Bypass PT Jawa Mediasindo Lestari.
- Maulana, Y. (2024). *Cara menjadi edupreneur: Pengembangan inovasi bisnis digital pendidikan*. OYUSEP.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nurlaila, N. A., Erfiana, E., & Rohmah, L. (2025). Development of digital teaching materials through Canva and Book Creator for college students of elementary education. *Journal of Integrated Elementary Education*, 5(1), 60–87. <https://doi.org/10.21580/jieed.v5i1.24060>
- Palupi, M. S., Abdullah, R. A., Mursyidin, Z., Falah, F., Masruri, A., & Widaninggar, N. (2024). Digital marketing dan inovasi packaging produk usaha mikro tanaman hias di Kelurahan Dawuhan, Kecamatan Situbondo, Kabupaten Situbondo, Provinsi Jawa Timur. *Creative Business*, 1(2), 11–20.
- Pradana, M. A. W. (2025). Digital entrepreneurship education: A systematic review and contextual conceptual design. *Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 9(5), 499–514. <https://jurnal.uns.ac.id/JIKAP/article/view/106738>
- Pramitasari, T. D., Widaninggar, N., & Rachman, R. (2025). *Masa depan perbankan: Transformasi digital menuju Bank 4.0*. Deepublish.
- Samputra, P. L., & Alfarizi, M. (2025). Can advanced Society 5.0 technology create economic and social value for millennial and Generation Z MSMEs in Surabaya, Indonesia? An economic resilience perspective. *Asia Pacific Management Review*, 30(3), 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2025.100355>
- Sari, C. P., Firdaus, M., & Widaninggar, N. (2025). Dampak efektivitas, akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dana desa terhadap pembangunan desa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, 22(2), 511–528. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i2.6180>
- Sasono, E., Ernawati, F. Y., Estuti, E. P., Hafizni, R., Wahyudi, Heridiansyah, J., Sundari, P., & Linanjung, Y. A. (2025). *Membangun ekonomi kreatif melalui digitalpreneur di Indonesia*. Penerbit NEM.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyati, Radiansyah, A., Maulidizen, A., Harahap, M. G., Irawan, J. L., Desti, Y., Rohima, S., Sangkala, M., Polimpung, L. J. C., Sakinah, Y. P., Sampe, F., Ridwan, R. A., Sholihannisa, L. U., Prasetyorini, P., Kusumadewi, R. A., & Irawan, N. C. (2023). *Kewirausahaan era Society 5.0*. Sada Kurnia Pustaka.
- Widaninggar, N. (2013). Value added implementasi enterprise resource planning (ERP). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 10(2), 306–317.
- Widaninggar, N., Sari, L. P., Firdaus, M., & Putri, Y. V. (2025). A contextual analysis and critical examination of e-government as a form of public accountability and equitable public service delivery. *E-Jurnal Akuntansi*, 35(1), 15–31. <https://doi.org/10.24843/EJA.2025.v35.i01.p02>
- Widaninggar, N. (2026). *Integrated digital entrepreneurship value untuk calon pendidik Gen-Z di era Society 5.0* [PowerPoint presentation]. Universitas Negeri Malang.