

WIRAUSAHA MUDA, MEDIA SOSIAL DAN AKTIVITAS BISNIS BAGI SISWA SMA NEGERI 38 JAKARTA

M. Nuruddin Subhan^{1*}, Cotoro Mukri², Wasi Widayadi³, Bintang Andhyka⁴, Riska Yustisiana⁵, Shan Nemuel Andres⁶, Nathaniel Elpraim Panggabean⁷, Monabila Magelo⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia.

Artikel

Diterima : 2 November 2025

Disetujui : 4 Februari 2026

Terbit : 27 Februari 2026

Email :

nuruddin.subhan@univpancasila.ac.id

Abstrak

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam kontribusinya terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan ketahanan ekonomi nasional. Namun, pemanfaatan teknologi dan media sosial sebagai alat pengembangan bisnis di kalangan UMKM dan generasi muda masih belum optimal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh perguruan tinggi menjadi salah satu upaya penting untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan generasi Z sekaligus memperkuat kemampuan mereka dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Kegiatan PKM bertajuk “Wirausaha Muda: Media Sosial dan Aktivitas Bisnis” yang diselenggarakan di SMA Negeri 38 Jakarta bertujuan meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kapasitas siswa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Metode kegiatan meliputi penyampaian materi, pelatihan keterampilan, simulasi, diskusi, dan studi kasus. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta serta peningkatan wawasan mengenai kewirausahaan dan strategi pemanfaatan media sosial untuk bisnis. Program ini sekaligus memperkuat hubungan kolaboratif antara perguruan tinggi dan sekolah menengah dalam mendukung pengembangan kompetensi generasi muda guna mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: Generasi Z, Kewirausahaan, Media Sosial, *Digital Marketing*.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, contributing significantly to national GDP, labor absorption, and economic resilience. However, the utilization of technology and social media as business development tools among MSMEs and younger generations remains suboptimal. Community Service Programs (PKM) conducted by universities serve as an essential initiative to foster entrepreneurial spirit among Generation Z and enhance their skills in leveraging social media for marketing purposes. The PKM activity titled “Young Entrepreneurs: Social Media and Business Activities” held at SMA Negeri 38 Jakarta aimed to strengthen students' knowledge, competencies, and readiness in facing the challenges of the digital economy. The program utilized various methods including lectures, skill training, simulations, discussions, and case studies. The results demonstrated high enthusiasm from participants and an increased understanding of entrepreneurship and social media-based business strategies. This program also reinforced collaborative relationships between higher education institutions and secondary schools in supporting youth capacity building, thereby contributing to the development and growth of MSMEs in Indonesia.

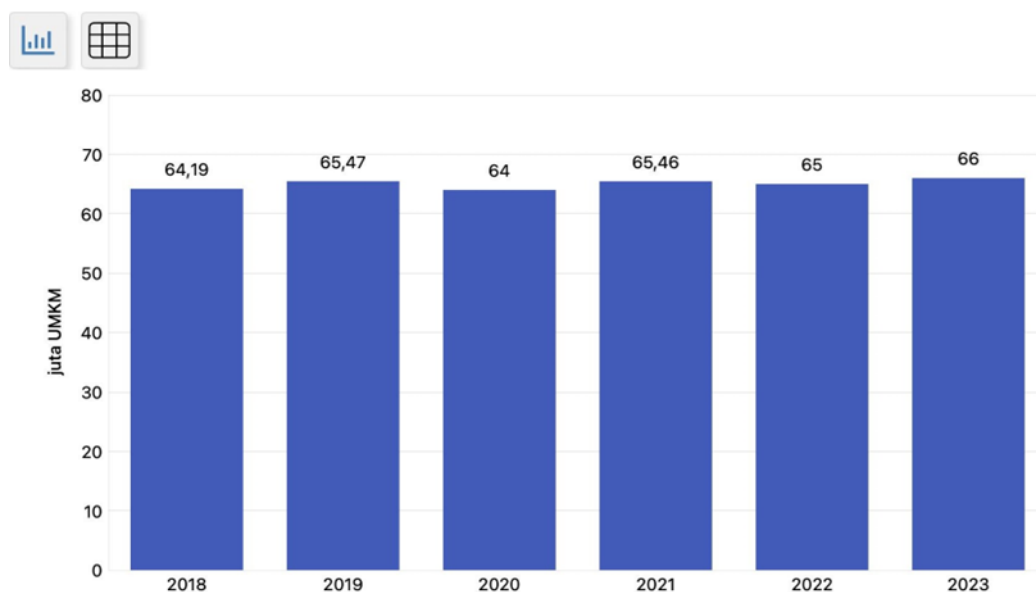
Keywords: Generation Z, Entrepreneurship, Social Media, *Digital Marketing*.

PENDAHULUAN

Siswa SMA sebagai Gen Z memiliki potensi memanfaatkan media sosial untuk kewirausahaan, namun memerlukan intervensi edukatif dalam literasi digital dan strategi pemasaran konten untuk meningkatkan kesiapan dan minat berwirausaha mereka (Rizqiya & Komaryatin, 2025 dan Kamila & Fahlia, 2025). Persepsi positif terhadap pemasaran media sosial dan pendidikan kewirausahaan yang terstruktur sangat penting untuk membentuk niat berwirausaha yang kuat dengan ekspektasi pendapatan yang realistis (Efendi & Giyana, 2025 dan Dewantara dkk., 2025). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu fondasi utama dalam menopang perekonomian nasional. Data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa hingga akhir tahun 2023 jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 66 juta unit. Sektor ini memberikan kontribusi sebesar 61,07 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), atau senilai kurang lebih 8.573,89 triliun rupiah. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu sekitar 117 juta pekerja atau 97 persen dari total angkatan kerja di Indonesia, serta berkontribusi terhadap 60,4 persen dari total investasi nasional berdasarkan data semester I tahun 2021. Pandemi Covid-19 telah memberikan tekanan signifikan terhadap perekonomian Indonesia, yang berdampak pada menurunnya aktivitas ekonomi secara nasional. Kondisi tersebut mendorong pemerintah untuk melakukan berbagai upaya pemulihan, khususnya pada sektor UMKM yang menjadi motor penggerak ekonomi masyarakat. Salah satu langkah strategis pemerintah ialah memperkuat program pemberdayaan UMKM sebagai prioritas nasional, mengingat besarnya potensi sektor ini dalam menghadapi tekanan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Berikut ini merupakan data perkembangan UMKM di Indonesia:

Jumlah UMKM di Indonesia (2018-2023)

 databoks



Gambar 1. Grafik Jumlah UMKM di Indonesia (2018 – 2023)

Sumber : Databooks, 2024.

Upaya pemberdayaan tersebut dilakukan dengan menggandeng berbagai pemangku kepentingan, termasuk institusi pendidikan dan perguruan tinggi, guna menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada generasi muda, khususnya Generasi Z. Kelompok ini memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi digital, sehingga diharapkan mampu mengembangkan usaha secara lebih adaptif dan inovatif.

Di sisi lain, perkembangan teknologi dan media sosial juga berdampak pada pola komunikasi serta perilaku berwirausaha (A'azzul M. N. Rizqiya & N. Komaryatin, 2025). Laporan terbaru dari *We Are Social* (2024) mencatat bahwa WhatsApp merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan tingkat penggunaan mencapai 90,9 persen untuk kelompok usia 16–64 tahun. Posisi berikutnya ditempati oleh Instagram (85,3%), Facebook (81,6%), dan TikTok (73,5%). Adapun pengguna Telegram mencapai 61,3 persen, sedangkan X (sebelumnya Twitter) digunakan oleh 57,5 persen pengguna internet di Indonesia.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Wirausaha Muda, Media Sosial, dan Aktivitas Bisnis bagi Siswa SMA Negeri 38 Jakarta” disusun dengan mempertimbangkan kesinambungan kegiatan pengabdian sejenis yang sebelumnya telah dilaksanakan dengan sasaran yang sama. Pada pelaksanaan PKM sebelumnya, tim telah melakukan kegiatan edukasi dan pelatihan terkait pengenalan kewirausahaan serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pendukung aktivitas bisnis bagi siswa. Hasil kegiatan tersebut menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa dan tingginya antusiasme peserta, namun berdasarkan hasil evaluasi masih ditemukan keterbatasan pada aspek pendalaman materi, penerapan strategi bisnis secara praktis, serta keberlanjutan pemanfaatan media sosial sebagai media usaha yang produktif.

Berdasarkan kondisi tersebut, PKM ini dirancang sebagai program lanjutan dan penguatan dengan pendekatan yang lebih aplikatif dan kontekstual sesuai kebutuhan Siswa SMA Negeri 38 Jakarta. Program ini menitikberatkan pada penguatan mindset kewirausahaan, peningkatan keterampilan pemanfaatan media sosial untuk aktivitas bisnis, serta pendampingan melalui studi kasus dan simulasi sederhana. Dengan berlandaskan pengalaman PKM sebelumnya, kegiatan ini diharapkan tidak hanya menjadi sarana transfer pengetahuan, tetapi juga mampu memberdayakan siswa dalam mengembangkan potensi wirausaha muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan berkelanjutan. Generasi Z merupakan kelompok yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkannya dalam berbagai aktivitas sehari-hari, mulai dari kegiatan pembelajaran di sekolah maupun perguruan tinggi, proses komunikasi, interaksi sosial, hingga kegiatan ekonomi seperti berbelanja kebutuhan dan memenuhi hobi. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi oleh generasi ini masih cenderung terbatas sebagai sarana komunikasi dan hiburan melalui berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan aplikasi sejenis. Padahal, media sosial memiliki potensi yang sangat besar untuk dimanfaatkan sebagai instrumen berwirausaha, terutama dalam menjangkau konsumen dari kalangan generasi Z yang secara intens menggunakan platform digital. Keterbatasan pemanfaatan ini menjadi salah satu permasalahan yang perlu diatasi agar dapat mendukung strategi

pemerintah dalam memperkuat sektor UMKM sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini mendukung konsep bahwa digital marketing melalui platform seperti Instagram dan Shopee efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk (Nur Hendrasto et al, 2025).

Pengabdian kepada masyarakat merupakan bentuk kontribusi strategis dari dosen dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan tersebut merupakan salah satu pilar utama dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, bersama dengan pendidikan dan penelitian, serta menjadi sarana untuk menghadirkan manfaat nyata dari pengembangan ilmu di lingkungan akademik.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi Z adalah penyelenggaraan workshop bertajuk “Wirausaha Muda: Media Sosial dan Aktivitas Bisnis” yang dilaksanakan di SMA Negeri 38 Jakarta. Kegiatan ini merupakan bagian dari program Pengabdian kepada Masyarakat melalui pemberian pengetahuan dan pelatihan kepada siswa SMA, dengan tujuan memperkuat kompetensi dan keterampilan mereka. Pelaksanaan workshop tidak hanya dirancang untuk memperkaya pemahaman siswa mengenai materi kewirausahaan, tetapi juga untuk membekali mereka dengan kemampuan yang relevan dalam menghadapi dunia pendidikan tinggi, dunia industri, maupun dunia usaha.

Pelatihan kewirausahaan yang ditujukan bagi generasi Z ini bertujuan menumbuhkan motivasi berwirausaha dan mendorong siswa untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran dan pengembangan bisnis. Kegiatan tersebut diharapkan dapat mempersiapkan generasi muda menghadapi dinamika bisnis yang semakin terintegrasi dengan teknologi digital. Permasalahan utama yang dihadapi siswa adalah sekolah tidak memiliki kurikulum dan program khusus terkait kewirausahaan, kurangnya sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan kewirausahaan, dan tidak ada minat dari manajemen sekolah untuk mengembangkan kegiatan kewirausahaan di sekolah (Satria Yunas et al, 2025).

Selain itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun dengan berbagai tujuan yang saling berkaitan. Salah satu tujuan utamanya adalah mengimplementasikan dan mentransfer pengetahuan serta teknologi yang dimiliki dosen kepada masyarakat, sehingga ilmu yang berkembang di perguruan tinggi dapat memberikan dampak positif. Melalui rangkaian kegiatan yang dirancang secara sistematis, pengabdian ini juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas masyarakat melalui inovasi dan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Di samping itu, kegiatan ini berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat hubungan yang berkelanjutan antara perguruan tinggi dan masyarakat sebagai wujud sinergi dalam pembangunan.

Program pengabdian ini juga berfokus pada pengembangan kapasitas siswa melalui pengenalan konsep-konsep dan pengetahuan terbaru dalam bidang akademik. Para peserta diberikan pelatihan mengenai keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dalam pendidikan tinggi maupun dunia kerja di masa depan. Tidak hanya itu, kegiatan ini juga bertujuan menumbuhkan minat dan motivasi siswa dalam mengembangkan potensi akademik dan profesional.

Pada saat yang sama, program ini menekankan pentingnya penguatan semangat kewirausahaan, khususnya bagi generasi Z. Para siswa diperkenalkan pada keterampilan fundamental dalam merancang dan mengelola usaha dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran yang efektif. Mereka juga dibekali pemahaman terkait peluang digital dalam menciptakan ide bisnis yang inovatif dan relevan dengan perkembangan ekonomi berbasis teknologi.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan dosen dan mahasiswa yang berperan aktif dalam memberikan kontribusi nyata kepada para peserta. Beragam aktivitas dirancang, termasuk pelatihan yang menitikberatkan pada peningkatan keterampilan serta pengetahuan yang relevan untuk mendukung penguatan kapasitas bisnis siswa. Selain itu, kegiatan ini juga mengintegrasikan pemanfaatan teknologi sebagai strategi untuk membantu siswa beradaptasi dengan perubahan dan dinamika dunia bisnis modern. Pendampingan dan sesi konsultasi turut diberikan untuk membantu peserta mengidentifikasi dan mengatasi berbagai tantangan bisnis melalui bimbingan langsung serta diskusi yang terarah.

Materi serta metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini mencakup beberapa komponen utama. Pertama, penyampaian materi pengetahuan dilakukan melalui kuliah singkat, diskusi, serta presentasi terkait topik-topik aktual di bidang akademik yang mendukung pengayaan wawasan peserta, termasuk materi yang tidak tercakup dalam kurikulum reguler. Kedua, pelatihan keterampilan diberikan dengan fokus pada pengembangan kemampuan dasar, seperti keterampilan komunikasi, penulisan, dan penyelesaian masalah, melalui pendekatan simulasi situasi nyata dan studi kasus. Pengukuran dampak kegiatan PKM dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test terhadap seluruh peserta, yaitu Siswa SMA Negeri 38 Jakarta. Pre-test diberikan sebelum pelaksanaan kegiatan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan pemahaman awal peserta terkait kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, dan aktivitas bisnis. Selanjutnya, post-test diberikan setelah seluruh rangkaian kegiatan PKM selesai dilaksanakan untuk mengukur perubahan dan peningkatan kemampuan peserta.

Instrumen pre-test dan post-test disusun dalam bentuk kuesioner tertutup dengan skala pengukuran Likert 1–5, yang mencakup indikator pemahaman konsep kewirausahaan, kemampuan memanfaatkan media sosial untuk kegiatan bisnis, serta sikap dan minat berwirausaha. Untuk memastikan validitas instrumen, butir pertanyaan disusun berdasarkan kajian literatur dan tujuan kegiatan PKM, serta dilakukan penelaahan oleh tim pelaksana yang memiliki kompetensi di bidang kewirausahaan dan pendidikan.

Analisis peningkatan kemampuan peserta dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata pre-test dan post-test. Peningkatan kemampuan dinyatakan valid apabila terdapat kenaikan skor rata-rata post-test dibandingkan pre-test pada setiap indikator yang diukur. Selain itu, analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan persentase peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta setelah

mengikuti kegiatan PKM. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar untuk menilai efektivitas dan dampak pelaksanaan program terhadap peserta.

Selain itu, materi kewirausahaan disampaikan secara komprehensif, dimulai dari pengenalan konsep dasar kewirausahaan, tahap perencanaan bisnis, penyusunan model bisnis, hingga strategi pemasaran dan penjualan. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran turut menjadi bagian penting dalam kegiatan ini, meliputi pengenalan berbagai platform, keunggulan masing-masing, serta strategi efektif untuk memasarkan produk atau jasa melalui konten pemasaran digital yang menarik dan relevan. Kegiatan ditutup dengan analisis terhadap studi kasus bisnis yang berhasil memanfaatkan media sosial sebagai alat pengembangan usaha, yang kemudian dilanjutkan dengan diskusi kelompok untuk merumuskan ide bisnis dan strategi pemasaran yang kreatif serta aplikatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada Senin, 15 Juli 2024, pukul 09.30–11.00 WIB di SMA Negeri 38 Jakarta yang berlokasi di Jl. Raya Lenteng Agung No. 38, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Lingkungan sekolah yang tertata rapi dan atmosfer belajar yang mendukung menjadi latar yang kondusif bagi pelaksanaan kegiatan. Para siswa mengikuti kegiatan dengan antusias, sementara panitia, dosen, dan mahasiswa telah bersiap sejak pagi untuk memastikan seluruh rangkaian acara berjalan dengan baik. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman praktis kepada siswa mengenai konsep kewirausahaan modern, khususnya melalui pemanfaatan media sosial.

Acara dibuka tepat pukul 09.30 oleh Master of Ceremony (MC) yang memandu kegiatan secara sistematis dan komunikatif. Antusiasme peserta meningkat ketika pada pukul 09.40 Kepala Sekolah SMA Negeri 38 Jakarta memberikan sambutan. Dalam sambutannya, beliau menekankan pentingnya sinergi antara perguruan tinggi dan sekolah menengah sebagai salah satu upaya memperluas wawasan siswa dalam menghadapi perkembangan era digital dan tantangan masa depan. Kemudian, pukul 09.45, Ketua Kelompok Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan sambutan yang menegaskan tujuan utama kegiatan, yaitu memberikan pengetahuan dan keterampilan relevan di bidang kewirausahaan serta memperkuat pemahaman siswa terhadap peran teknologi digital di lingkungan bisnis.

Memasuki sesi inti pada pukul 09.50, dilakukan pengenalan singkat mengenai para dosen sebelum penyampaian materi. Materi utama bertajuk “Wirausaha Muda: Media Sosial dan Aktivitas Bisnis” disampaikan oleh Bintang Andhyka, S.E., M.M., CMA. Dalam penyampaian, beliau menguraikan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana strategis bagi generasi muda dalam merintis dan mengembangkan usaha. Materi disampaikan secara interaktif, dilengkapi dengan contoh kasus, tren digital terbaru, serta teknik pembuatan konten yang efektif untuk mendukung branding dan pemasaran. Para siswa menunjukkan tingkat ketertarikan yang tinggi, terlihat dari banyaknya pertanyaan serta diskusi yang berkembang selama sesi berlangsung.

Sesi materi berakhir pada pukul 11.20 dan acara kemudian ditutup kembali oleh MC sebagai bentuk apresiasi terhadap seluruh pihak yang telah berpartisipasi. Sebagai penutup, dilakukan sesi foto bersama pada pukul 11.30, yang sekaligus menjadi momen simbolis dari terjalinnya hubungan baik antara tim pengabdian dan pihak sekolah. Secara keseluruhan, kegiatan ini berlangsung dengan lancar, memberikan wawasan yang bermanfaat, serta meningkatkan hubungan kolaboratif antara perguruan tinggi dan sekolah. Hasil pelaksanaan kegiatan PKM menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta, yang tercermin dari perbandingan nilai rata-rata pre-test dan post-test. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa SMA Negeri 38 Jakarta terkait kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, dan aktivitas bisnis.

Efektivitas metode ini tidak terlepas dari karakteristik peserta sebagai Generasi Z, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital serta memiliki tingkat kedekatan yang tinggi dengan teknologi dan media sosial. Generasi Z cenderung memiliki gaya belajar visual, interaktif, dan praktis, serta lebih responsif terhadap metode pembelajaran yang kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penggunaan metode pembelajaran berbasis praktik, studi kasus sederhana, serta simulasi pemanfaatan media sosial dalam aktivitas bisnis dinilai sesuai dengan karakteristik tersebut. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen utama dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor ini tidak hanya membuka lapangan pekerjaan dalam jumlah besar, tetapi juga berperan sebagai penggerak ekonomi lokal yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan besarnya kontribusi tersebut, penguatan UMKM menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan berbagai lembaga pendukung, termasuk institusi pendidikan tinggi. Melalui program pembinaan, pendampingan, sosialisasi, serta berbagai bentuk kegiatan peningkatan kapasitas, perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam membangun kompetensi kewirausahaan generasi muda agar mampu beradaptasi dengan perubahan yang cepat.

Selain itu, pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan PKM mendorong keterlibatan aktif siswa selama proses pembelajaran. Siswa tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga dilibatkan dalam diskusi dan simulasi yang memungkinkan mereka memahami secara langsung bagaimana konsep kewirausahaan dan media sosial dapat diterapkan dalam aktivitas bisnis. Pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan minat dan motivasi belajar siswa, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan hasil post-test.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa metode PKM yang dirancang secara kontekstual dan berbasis digital efektif dalam menjawab kebutuhan pembelajaran siswa SMA sebagai Generasi Z. Metode tersebut tidak hanya meningkatkan pemahaman kognitif, tetapi juga membentuk mindset kewirausahaan dan kesiapan siswa dalam memanfaatkan media sosial secara produktif dan bertanggung jawab. Temuan ini sekaligus memperkuat relevansi pendekatan

pembelajaran berbasis praktik dan teknologi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menysar pelajar sekolah menengah.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada era digital, media sosial telah berkembang menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung kegiatan bisnis. Beragam platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran, membangun citra merek, mempromosikan produk, serta berinteraksi langsung dengan konsumen. Pemanfaatan media sosial secara optimal dapat meningkatkan visibilitas usaha sekaligus membuka peluang pertumbuhan bisnis yang lebih luas. Namun demikian, pemahaman terhadap strategi pemasaran digital masih relatif terbatas. Banyak pelaku UMKM, termasuk generasi muda seperti Generasi Z, belum sepenuhnya menguasai pendekatan digital marketing (P. N. Kamila & F. Fahlia, 2025) yang komprehensif sehingga belum mampu memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat pengembangan usaha. Dalam konteks kegiatan ini, kontribusi strategis Perguruan Tinggi diwujudkan melalui:

1. Transfer literasi digital dan kewirausahaan kepada siswa SMA, khususnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana produktif dan bernilai ekonomi, bukan sekadar media hiburan.
2. Pendampingan berbasis praktik dalam merancang ide usaha sederhana, strategi pemasaran digital, dan simulasi aktivitas bisnis yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z.
3. Penguatan ekosistem kolaboratif antara Perguruan Tinggi dan sekolah menengah, sehingga tercipta kesinambungan pembinaan kewirausahaan sejak usia dini.
4. Penerapan Tridharma Perguruan Tinggi, di mana dosen tidak hanya berperan sebagai pengajar di kelas, tetapi juga sebagai fasilitator, mentor, dan pendamping dalam pengembangan kapasitas ekonomi generasi muda di era digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan manfaat nyata dan terukur bagi siswa SMA Negeri 38 Jakarta, khususnya dalam menumbuhkan kemandirian ekonomi dan jiwa kewirausahaan. Manfaat tersebut antara lain:

1. Meningkatnya pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset), di mana siswa mulai memahami bahwa peluang usaha dapat diciptakan sejak dini melalui pemanfaatan teknologi dan media sosial.
2. Kemampuan praktis dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital, seperti pembuatan konten promosi, pemilihan platform yang tepat, dan pemahaman dasar perilaku konsumen digital.
3. Mendorong kemandirian ekonomi awal, dengan memberikan bekal bagi siswa untuk memulai usaha mikro atau side business yang dapat dijalankan secara mandiri tanpa modal besar.
4. Peningkatan kepercayaan diri dan kreativitas, karena siswa dilibatkan secara aktif dalam simulasi bisnis dan diskusi studi kasus yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka.

5. Bekal kesiapan masa depan, baik bagi siswa yang melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi maupun yang ingin langsung terjun ke dunia usaha, sehingga mereka tidak hanya menjadi pencari kerja (job seeker), tetapi juga pencipta lapangan kerja (job creator).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi menjadi sangat relevan dan memiliki nilai strategis. PKM tidak hanya bertujuan menumbuhkan minat berwirausaha pada generasi muda, tetapi juga menyediakan pembinaan dan pendampingan yang dibutuhkan UMKM untuk berkembang dan beradaptasi dalam ekosistem bisnis berbasis digital. Melalui pelaksanaan kegiatan secara konsisten dan berkelanjutan, perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, memperkuat kemandirian ekonomi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kolaborasi berkelanjutan antara akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat diharapkan dapat membentuk ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat, adaptif, dan berdaya saing di tengah transformasi digital saat ini. Berdasarkan hasil pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan “Wirausaha Muda, Media Sosial, dan Aktivitas Bisnis bagi Siswa SMA Negeri 38 Jakarta” memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat peran Perguruan Tinggi sebagai agen perubahan dalam pengembangan ekosistem digital. Melalui pendekatan edukatif dan aplikatif, Perguruan Tinggi berperan dalam mentransfer pengetahuan, membangun literasi kewirausahaan digital, serta memperkenalkan strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana aktivitas bisnis yang produktif dan bertanggung jawab bagi pelajar.

Saran

Selain itu, program ini memberikan manfaat nyata bagi siswa SMA Negeri 38 Jakarta dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan mindset kewirausahaan sejak dini. Peningkatan kemampuan yang ditunjukkan melalui hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa siswa mulai memiliki kesiapan untuk memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai peluang ekonomi. Dengan demikian, kegiatan PKM ini berkontribusi dalam mendorong kemandirian ekonomi siswa secara bertahap, menumbuhkan jiwa wirausaha muda, serta membekali siswa dengan keterampilan yang relevan dalam menghadapi tantangan ekonomi di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Rizqiya, A. M. N. ., & Komaryatin, N. . (2025). Entrepreneurial Interest: Social Media dan Self-Efficacy Pada Gen Z. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 5(3), 614–620. <https://doi.org/10.47233/jeps.v5i3.2887>
- Maulana, D., Yuliantina, D., Akseptori, R., & Risdwiyanto, A. (2025). The Effectiveness of Content-Based Marketing Campaigns in Attracting Gen Z Consumers. *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting*, 2(2), 59–71. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i2.302>
- Hajar Dewantara, Andi Anggi Kemalasari, Atirah, & Matthew Olufemi Adio. (2025). How Entrepreneurship Education, Social Media, and Business Capital Shape Gen Z Entrepreneurial Intentions through Income Expectations?. *Quantitative Economics and Management Studies*, 6(1), 69-78. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems3854>

- Hasan, (2021). Literasi digital dan intensi berwirausaha Gen Z (referensi dari kajian literatur kuantitatif).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/07/10/pertumbuhan-jumlah-umkm-indonesia-sampai-2023>
- <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Putra, J. E., Sulistyani, N. W., Ramadhan, F., & Hidayat, H. (2025). Effectiveness of Content Marketing in Attracting Generation Z Consumer Loyalty . *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting*, 2(2), 45–58. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i2.309>Kotler, P. & Keller, K. L. *Marketing Management* (buku teks pemasaran yang relevan bagi pemahaman marketing). (Umum digunakan di akademik — pastikan Anda cantumkan edisi terakhir sesuai panduan kampus.)
- Olivia Efendi, & Giyana Giyana. (2025). Persepsi Gen Z terhadap Penggunaan Social Media Marketing sebagai Media Komunikasi dalam Proses Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 195–208. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.529>
- Kamila, P. N., & Fahlia, F. (2025). The Influence of Financial Literacy, Digital Marketing, Network Connections, and Educational Management on Entrepreneurial Readiness among Generation Z. *Journal of Educational Management Research*, 4(3), 1134–1149. <https://doi.org/10.61987/jemr.v4i3.1095>
- Yusuf Adzka Tarigan et al. 2025. Peran Aktif Generasi Z dalam Inovasi dan Pemasaran Digital UMKM di Era Teknologi . *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*. 2, 3 (Jun. 2025), 52–60. DOI:<https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i3.603>.
- Zimmerer, T. W. & Scarborough, N. M. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (teks dasar kewirausahaan). (Referensi standar untuk teori kewirausahaan.)