



## ***DigitalPreneur* Muda: Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Teknologi dan Kreativitas untuk Siswa SMA**

Endang Istikomah<sup>1\*</sup>, Sri Yuliani<sup>2</sup>, Indah Widiati<sup>3</sup>, Hendra Irawan<sup>4</sup>, Lazira Azzahra<sup>5</sup>

Universitas Islam Riau, Riau, Indonesia

\*Corresponding author: [endangistikomah@edu.uir.ac.id](mailto:endangistikomah@edu.uir.ac.id)

### **Info Artikel**

Diterima 07-01-2026

Direvisi 18-01-2026

Revisi diterima 11-02-2026

### **Abstrak**

Program *DigitalPreneur* muda sangat penting untuk menyiapkan siswa SMA menjadi wirausahawan kreatif di era digital. Permasalahannya, siswa belum mampu mengembangkan ide bisnis berbasis teknologi secara inovatif. Banyak siswa masih bingung membuat konten, kurang memahami pemasaran digital, dan belum mendapatkan pelatihan kewirausahaan secara terstruktur, sehingga potensi mereka belum berkembang optimal. Program *DigitalPreneur* muda ini bertujuan membekali siswa SMA Negeri 1 Pekanbaru dengan keterampilan kewirausahaan digital dan kreativitas dengan harapan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha muda serta mendorong tumbuhnya industri kreatif lokal. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan dilakukan secara tatap muka dengan melibatkan siswa secara aktif untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital. Program ini dirancang berkelanjutan melalui pelibatan guru, pembentukan komunitas siswa, dan pemantauan pasca pelatihan. Hasil kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman konsep berwirausaha digital, memiliki kemampuan awal dalam menghasilkan produk kreatif, serta keterampilan dasar dalam membuat dan memanfaatkan akun media sosial bisnis. Selain itu, siswa mulai mampu menyusun rencana bisnis sederhana. Program ini memberikan kontribusi awal dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan digital di kalangan siswa dan berpotensi dikembangkan lebih lanjut melalui pendampingan berkelanjutan di lingkungan sekolah.

**Keywords:** Digital entrepreneurship; Kewirausahaan siswa; Kreativitas; Literasi digital; Pengabdian masyarakat.

*This is an open-access article under the [CC BY](#) license.*



How to cite: Istikomah, E. *et al.* (2026). *DigitalPreneur Muda: Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Teknologi dan Kreativitas untuk Siswa SMA*. 5(1), 45-61, doi: <https://doi.org/10.56855/income.v5i1.1893>

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Analisis Situasi

Penguatan kewirausahaan berbasis digital dan kreativitas di tingkat SMA sangat krusial untuk menyiapkan generasi muda menghadapi ekonomi berbasis inovasi. Digitalisasi membuka peluang bisnis baru yang lebih luas, sehingga siswa perlu dibekali keterampilan teknologi dan kreativitas sejak dini. Kreativitas mendorong siswa untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan bernilai jual tinggi di pasar global (Khussainova et al., 2024; Masyrin et al., 2025; Sitaridis & Kitsios, 2023). Pendidikan kewirausahaan digital di sekolah mampu meningkatkan literasi teknologi sekaligus membangun karakter wirausaha yang adaptif dan inovatif.

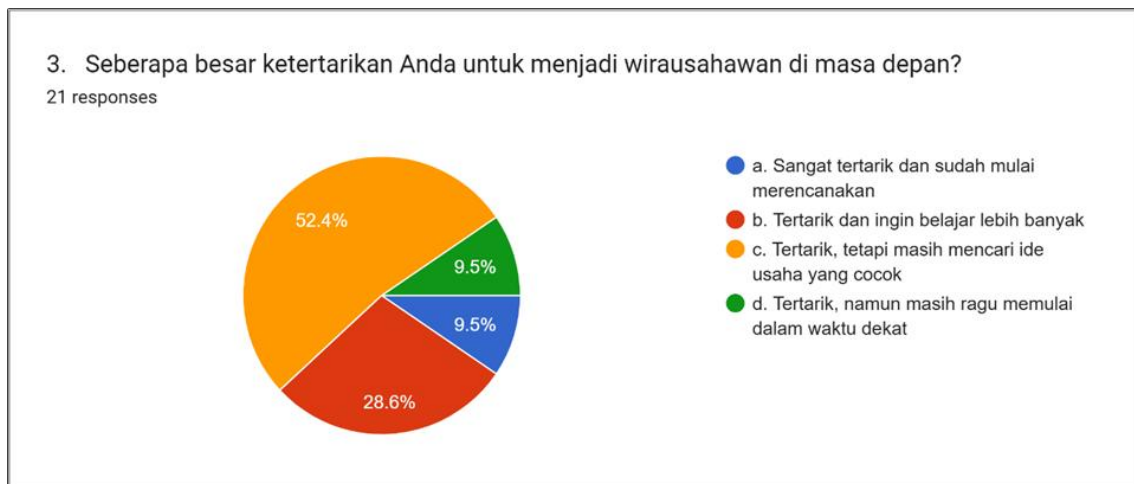
SMA Negeri 1 Pekanbaru merupakan salah satu sekolah unggulan di Provinsi Riau yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa. Terletak di kawasan strategis Kota Pekanbaru, sekolah ini berada di lingkungan yang cukup padat penduduk, dengan akses yang baik terhadap jaringan internet dan teknologi informasi. Kondisi ini menjadi modal penting untuk mengembangkan program pelatihan berbasis *DigitalPreneurship* di kalangan pelajar. Selain itu, pertumbuhan sektor perdagangan dan industri kreatif di Pekanbaru semakin membuka peluang bagi siswa untuk belajar dan berwirausaha sejak dini.

Potensi wilayah dan masyarakat sekitar cukup mendukung, di mana sebagian besar siswa sudah memiliki perangkat digital pribadi dan terbiasa mengakses berbagai platform teknologi. Namun demikian, berdasarkan observasi dan hasil survei kecil dengan membagikan angket kepada siswa, masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diatasi seperti yang tampak dapada Gambar 1 berikut:



**Gambar 1.** Permasalahan Siswa dalam Memulai Usaha

Berdasarkan hasil survei yang tampak pada Gambar 1, terlihat bahwa permasalahan terbesar adalah bingung membuat konten. Kebingungan seseorang dalam membuat konten untuk berwirausaha sering disebabkan oleh keterbatasan dalam keterampilan pemanfaatan teknologi, minimnya pemahaman tentang pemasaran digital dan manajemen bisnis berbasis teknologi, serta belum terintegrasinya materi kewirausahaan digital dalam kurikulum sekolah. Selain itu, keberanian siswa untuk mengimplementasikan ide bisnis kreatif ke dalam proyek nyata juga masih terbatas, meskipun ketertarikan mereka untuk menjadi wirausahawan di masa depan tergolong tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang tampak pada Gambar 2 berikut ini:



**Gambar 2.** Ketertarikan Siswa dalam Berwirausaha

Profil SMA Negeri 1 Pekanbaru menunjukkan bahwa sekolah ini memiliki sekitar 1.200 siswa dengan berbagai kegiatan ekstrakurikuler seperti koperasi siswa, klub kewirausahaan, dan klub multimedia. Fasilitas penunjang seperti laboratorium komputer, internet broadband di seluruh area sekolah, dan ruang aula untuk pelatihan sudah tersedia dengan baik. Data pendukung menunjukkan bahwa sekitar 90% siswa memiliki gadget pribadi, seluruh area sekolah telah terjangkau jaringan WiFi, dan kegiatan kewirausahaan yang dilakukan baru sebatas dua acara tahunan seperti bazar dan lomba kreativitas siswabut. Saat ini, pelatihan kewirausahaan berbasis digital di sekolah ini belum tersedia secara formal.

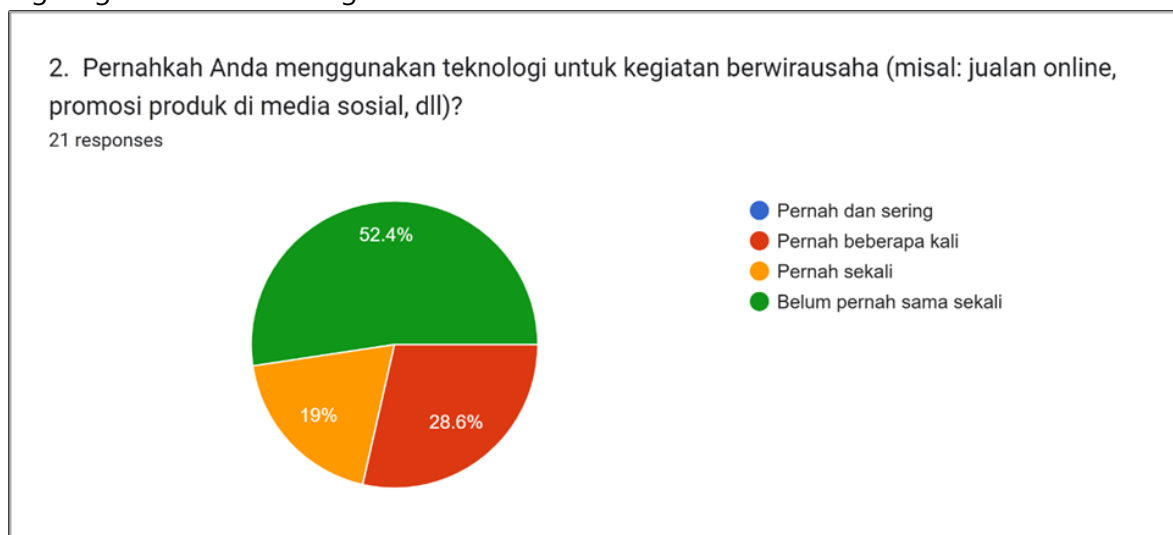
Dalam rantai aktivitas dari hulu ke hilir, dapat disimpulkan bahwa pada tahap awal siswa memiliki banyak ide kreatif, namun keterampilan pengembangan produk dan strategi pemasaran digital masih kurang. Proses pengembangan bisnis masih berjalan secara konvensional tanpa optimalisasi teknologi, dan pada tahap akhir, produk atau jasa siswa hanya dipasarkan secara terbatas dalam lingkungan sekolah saja. Kondisi ini menjadi dasar kuat bagi perlunya program *DigitalPreneur Muda* untuk mengembangkan potensi siswa secara lebih sistematis dan berkelanjutan.

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan dan ekonomi. Salah satu dampak nyata dari perkembangan ini adalah terbukanya peluang kewirausahaan digital yang dapat diakses oleh siapa saja, termasuk kalangan pelajar (Chotipurk et al., 2023; Felix et al., 2025; Omrani et

al., 2024). Generasi Z, yang merupakan generasi kelahiran antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi digital-native yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap teknologi dan media sosial. Meski demikian, sebagian besar dari mereka masih belum memiliki pemahaman dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk membangun potensi usaha yang produktif dan berkelanjutan.

Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh perlunya penguatan kompetensi digital-entrepreneurial (kewirausahaan digital) pada remaja. Penelitian terkini menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan sejak usia sekolah memiliki dampak positif terhadap pembentukan karakter, kemandirian, dan daya saing pelajar dalam menghadapi tantangan era digital dan ekonomi kreatif (Muhammad Ihsan & dkk, 2024; Suprpto, 2019). Selain itu, Indonesia diproyeksikan akan mengalami bonus demografi hingga tahun 2045. Dalam konteks ini, generasi muda perlu disiapkan sebagai agen ekonomi dan inovasi yang mampu menciptakan lapangan kerja sendiri melalui pemanfaatan teknologi (Ausat et al., 2023; Febrianawati et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pihak SMA Negeri 1 Pekanbaru, permasalahan prioritas yang dihadapi oleh siswa dalam konteks pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi dan kreativitas adalah rendahnya kemampuan siswa dalam memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan usaha secara efektif dan berkelanjutan terutama membuat konten kreatif. Meskipun siswa sudah cukup familiar dengan penggunaan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari, pemanfaatannya masih terbatas pada aktivitas konsumtif seperti penggunaan media sosial untuk hiburan, bukan untuk tujuan produktif seperti berwirausaha. Hal ini diperkuat oleh hasil angket yang tampak pada Gambar 3 yang menunjukkan bahwa lebih dari 52% siswa belum pernah menggunakan teknologi secara langsung untuk mendukung aktivitas kewirausahaan.



**Gambar 3.** Penggunaan Teknologi oleh Siswa untuk Berwirausaha

Permasalahan ini terjadi akibat minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, kurangnya keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik, serta ketiadaan pendampingan teknis tentang manajemen usaha berbasis teknologi. Sebagai contoh, siswa yang memiliki produk kreatif seperti kerajinan tangan atau makanan olahan

masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum mampu membangun branding digital yang kuat. Selain itu, mereka juga menghadapi tantangan dalam mengelola transaksi, pengiriman, dan pelayanan konsumen secara daring. Secara umum, persoalan ini mencakup aspek produksi (pengembangan produk kreatif), manajemen usaha (pengelolaan bisnis sederhana), dan pemasaran digital (strategi promosi dan distribusi).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan adalah pelaksanaan program *DigitalPreneur* Muda berupa pelatihan intensif tentang kewirausahaan berbasis teknologi. Program ini mencakup pengenalan platform digital untuk bisnis, pelatihan membuat konten kreatif untuk promosi (foto produk, video pendek, copywriting), strategi pemasaran melalui media sosial (Instagram, TikTok, marketplace), dan pengelolaan usaha kecil berbasis digital (pencatatan transaksi, customer service online). Selain itu, peserta juga akan mendapatkan sesi mentoring untuk membimbing implementasi ide bisnis mereka hingga tahap rintisan sederhana.

Program ini diharapkan dapat membekali siswa dengan keterampilan praktis, memperluas peluang usaha berbasis teknologi, dan menumbuhkan budaya inovasi di kalangan generasi muda. Upaya ini sejalan dengan rekomendasi dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) bahwa penguatan kapasitas digital generasi muda merupakan faktor penting dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia (Fitriana et al., 2025; Kamila & Fahlia, 2025). Selain itu, penelitian dari OECD juga menekankan pentingnya integrasi literasi digital dalam pendidikan kewirausahaan untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas di era digital (Sitaridis & Kitsios, 2023). Dengan pendekatan ini, diharapkan siswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga kreator dan inovator dalam ekosistem ekonomi kreatif berbasis digital. Kesepakatan dengan pihak SMA Negeri 1 Pekanbaru menunjukkan komitmen yang kuat untuk mendukung kegiatan ini sebagai bagian dari upaya meningkatkan kapasitas kewirausahaan di kalangan siswa

## 1.2 Solusi dan Target

Solusi permasalahan yang ditawarkan sebagai berikut:

### 1. Pelatihan pengenalan konsep kewirausahaan digital

Pada kegiatan ini, pengabdian memberikan pemahaman dasar kepada siswa tentang kewirausahaan berbasis teknologi, peluang usaha digital, inovasi kreatif, serta memperkenalkan platform digital sederhana yang dapat dimanfaatkan untuk berwirausaha.

Target Luaran pada kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman siswa tentang konsep wirausaha digital minimal 80% dari peserta dan minimal 1 akun media sosial bisnis dibuat per kelompok atau perindividu. Selanjutnya capaian dapat dilihat melalui bukti pembuatan akun/platform digital.

### 2. Workshop atau pelatihan pembuatan produk kreatif berbasis teknologi dan digital marketing serta branding produk

Pengabdian membimbing siswa membuat produk atau jasa berbasis kreativitas secara online, seperti merchandise sederhana, makanan kreatif, desain konten digital, atau produk berbasis teknologi sederhana (misal: poster digital, katalog online). Selain itu siswa

didampingi guru untuk memasarkan produk melalui media digital, meliputi pengenalan strategi promosi, branding sederhana, manajemen akun bisnis di media sosial, dan teknik pembuatan konten promosi. Target Luaran pada workshop atau pelatihan ini adalah setiap kelompok atau individu siswa menghasilkan minimal 1 produk kreatif berbasis teknologi. Setiap kelompok atau individu mampu membuat minimal 2 konten promosi digital (posting, poster, reels, atau story) yang dikumpulkan melalui link berikut: <https://forms.gle/9BJ4JchHMdKm27Fs7>.

Indikator Capaian dapat diperoleh dari foto hasil produk, akun media sosial aktif, posting hasil promosi dan dokumentasi kegiatan workshop.

### 3. Pendampingan Pembuatan Rencana Bisnis (*Business Plan*) Sederhana

Kegiatan pendampingan ini dilakukan secara online dan offline. Pendampingan ini dapat membantu siswa menyusun rencana bisnis sederhana yang meliputi deskripsi usaha, analisis pasar, strategi pemasaran, rencana keuangan dasar, dan proyeksi pengembangan usaha kecil.

Target Luaran dari kegiatan pendampingan dapat berupa setiap kelompok menghasilkan 1 dokumen business plan sederhana. Indikator capaiannya tersusun dokumen business plan (format sederhana) dan presentasi rencana bisnis di akhir program. Dari beberapa solusi yang ditawarkan, tim pengabdian telah melakukan kegiatan sesuai rencana yang berjalan dengan baik. Berdasarkan survei awal yang tampak pada Gambar 4 berikut, lebih dari 47% siswa tertarik untuk mengikuti kegiatan workshop atau pelatihan tentang kewirausahaan ini.



**Gambar 4.** Ketertarikan Siswa untuk Mengikuti Workshop atau Pelatihan Kewirausahaan

Beberapa riset membuktikan bahwa kombinasi pelatihan konsep, keterampilan produksi, pemasaran digital, dan rencana bisnis sangat efektif untuk meningkatkan kemampuan wirausaha muda berbasis teknologi. Penguasaan literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesiapan siswa dalam berwirausaha (Jazuli et al., 2024, 2025; Ohara et al., 2025; Sudirman et al., 2025). Selain itu, peneliti lain menemukan bahwa pelatihan penyusunan business plan sederhana mampu meningkatkan kepercayaan diri serta keberhasilan dalam merintis bisnis di kalangan siswa SMA (Malik et al., 2024; Rachmawaty et

al., 2025). Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa integrasi pelatihan berbasis teknologi dan kewirausahaan perlu diperkuat sejak jenjang pendidikan menengah.

Kegiatan *DigitalPreneur* Muda bertujuan untuk memberikan pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi dan kreativitas kepada siswa SMA Negeri 1 Pekanbaru. Secara spesifik, tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam memanfaatkan platform digital untuk berwirausaha, memperkaya literasi digital dalam bidang pemasaran dan branding produk, serta mendorong lahirnya produk atau jasa inovatif yang dapat dipasarkan secara online. Selain itu, program ini juga bertujuan membangun ekosistem *DigitalPreneurship* di lingkungan sekolah yang berkelanjutan, melalui pembinaan dan pendampingan intensif. Pelaksanaan program ini juga sejalan dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang menekankan pentingnya memberikan pengalaman belajar di luar kelas formal dan menghadirkan dunia nyata ke dalam dunia pendidikan. Program ini memungkinkan mahasiswa dan dosen untuk berkontribusi secara langsung dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam bidang kewirausahaan berbasis teknologi. Fokus kegiatan ini juga sejalan dengan arah pengabdian kepada masyarakat yang menitikberatkan pada pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi. Dengan sasaran generasi muda, program ini diharapkan mampu menumbuhkan jiwa wirausaha berbasis digital di kalangan siswa SMA, sekaligus mendorong pertumbuhan industri kreatif lokal di masa depan

## 2. Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dengan tahapan yang jelas untuk memastikan solusi yang ditawarkan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra secara efektif. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan, yang mencakup sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Setiap tahapan dirancang dengan mempertimbangkan konteks mitra yang tidak produktif secara ekonomi, seperti siswa SMA yang memiliki potensi kewirausahaan namun kurang mendapat pelatihan praktis. Berikut adalah tahapan pelaksanaan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan mitra.

### 1. Sosialisasi

Tahapan pertama adalah sosialisasi. Sosialisasi dilakukan dengan tujuan memperkenalkan program kepada mitra (siswa SMA) dan pihak terkait seperti guru dan siswa. Pada tahap ini, pengabdian memberikan informasi mengenai pentingnya kewirausahaan berbasis digital, peluang usaha digital, serta manfaat keterampilan yang akan diperoleh peserta dari pelatihan ini. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan cara:

- a. Pre-event briefing kepada guru dan pihak sekolah mengenai tujuan, jadwal, dan tahapan kegiatan.
- b. Workshop singkat untuk siswa, di mana mereka diperkenalkan dengan konsep kewirausahaan berbasis teknologi dan digital.
- c. Penyampaian informasi dan manfaat bagi siswa agar mereka lebih tertarik dan memiliki pemahaman awal tentang program ini.

## 2. Workshop atau Pelatihan

Pada tahap ini, peserta mendapatkan pemahaman lebih mendalam dan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan. Pelatihan ini akan terdiri dari dua sesi utama:

- a. Kegiatan ini memberikan pemahaman dasar tentang kewirausahaan, termasuk cara memulai usaha berbasis teknologi, pengenalan platform digital, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran.
- b. Workshop atau pelatihan pembuatan produk kreatif dan pemasaran digital
- c. Peserta membuat rancangan produk kreatif (seperti merchandise atau konten digital). Dalam sesi ini, siswa belajar membuat branding produk, merencanakan strategi pemasaran, dan mengelola akun media sosial untuk bisnis mereka.

## 3. Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi menjadi bagian yang sangat penting untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam kewirausahaan digital. Pada tahap ini, peserta akan diterapkan dalam penggunaan platform digital dan alat teknologi yang relevan untuk mendukung usaha mereka. Tahapan ini meliputi:

- a. Pembuatan akun media sosial bisnis dan penerapan strategi promosi online, seperti pembuatan konten kreatif, posting produk, dan engagement dengan audiens.
- b. Penggunaan aplikasi atau perangkat digital (sosmed masing-masing peserta) dimanfaatkan secara maksimal seperti akun IG, FB dan tiktok.
- c. Implementasi teknologi ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam memulai dan mengelola usaha berbasis digital.

## 4. Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan dan penerapan teknologi, tahapan selanjutnya adalah pendampingan untuk memastikan peserta dapat menerapkan keterampilan yang telah mereka pelajari dengan baik. Pendampingan akan dilakukan dalam bentuk:

- a. Tim pengabdian akan mendampingi siswa dalam pembuatan akun atau produk dan strategi pemasaran, memberikan feedback dan bimbingan secara langsung ataupun tidak langsung.
- b. Evaluasi berkala, tahap ini dilakukan dengan cara memberikan tugas dan ujian kecil (misalnya pre-test dan post-test) untuk mengukur seberapa banyak pengetahuan yang diperoleh siswa tentang kewirausahaan digital melalui wa grup. Evaluasi juga untuk melihat hasil dari produk yang dihasilkan dan kualitas konten promosi digital yang dibuat oleh siswa.
- c. Feedback (umpan balik) dari peserta untuk mengetahui tantangan dan kesulitan yang mereka hadapi, serta memberikan solusi yang lebih tepat.

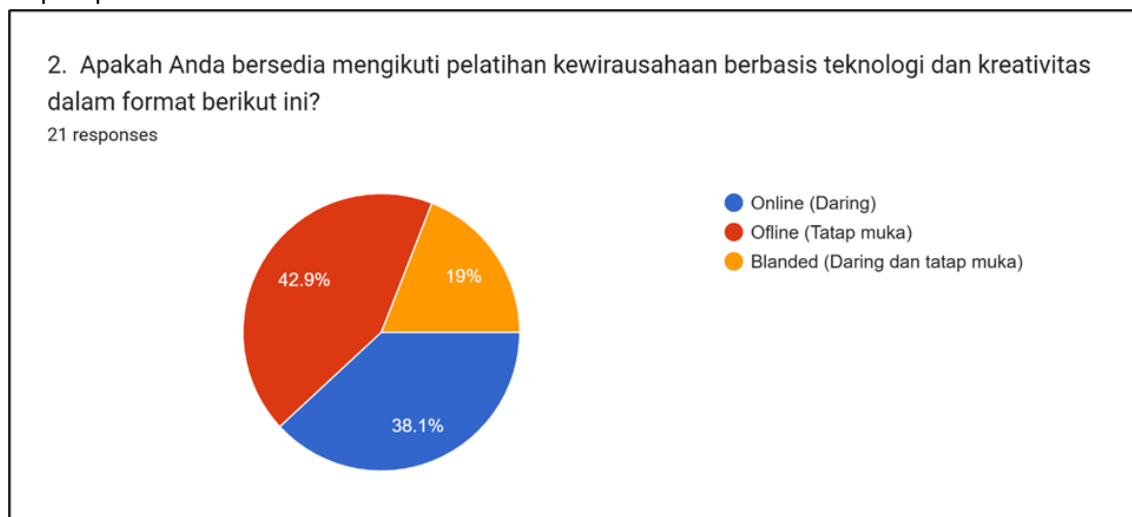
## 5. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program sangat penting untuk memastikan bahwa pelatihan dan kegiatan yang dilakukan dapat terus berkembang setelah kegiatan selesai. Keberlanjutan program ini dijaga melalui:

- a. Penguatan kapasitas sekolah Memberikan pelatihan kepada guru dan pihak sekolah agar mereka dapat melanjutkan pelatihan kewirausahaan digital kepada siswa lainnya setelah program selesai.
- b. Pembentukan kelompok kewirausahaan siswa. Sekolah memfasilitasi siswa untuk membentuk kelompok kewirausahaan berbasis digital yang dapat berkolaborasi dalam mengembangkan ide usaha mereka di masa depan.
- c. Pemantauan lanjutan. Sekolah ataupun tim pengabdian mengadakan sesi pemantauan berkala untuk melihat perkembangan siswa dalam menjalankan usaha berbasis teknologi yang telah mereka rintis.

## 6. Partisipasi Mitra

Partisipasi aktif dari mitra (siswa SMA) sangat penting untuk keberhasilan program ini. Mitra dilibatkan dalam setiap tahapan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga evaluasi. Siswa diberikan kesempatan untuk memilih produk yang ingin mereka buat dan cara mereka memasarkan produk tersebut. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan secara offline (tatap muka). Hal ini sesuai dengan kesediaan siswa yang akan mengikuti kegiatan PkM, seperti tampak pada Gambar 5 berikut:



**Gambar 5.** Minat Siswa terhadap Format Pelatihan Kewirausahaan Digital

### 2.1 Tempat dan Waktu

Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yakni di SMA Negeri 1 Pekanbaru yang beralamat di Jalan Sultan Syarif Kasim No. 159, Kelurahan Rintis, Kecamatan Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Waktu pelaksanaan kegiatan oleh penulis dan tim pengabdian mulai dari bulan juli sampai dengan bulan september 2025.

### 2.2 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah siswa SMA Negeri 1 Pekanbaru yang memiliki minat dan potensi dalam bidang kewirausahaan, khususnya kewirausahaan berbasis teknologi dan kreativitas. Sasaran dipilih karena siswa merupakan generasi muda yang akrab dengan teknologi digital, namun belum optimal dalam memanfaatkannya secara produktif untuk kegiatan wirausaha. Melalui kegiatan ini, siswa

diharapkan mampu mengembangkan keterampilan kewirausahaan digital secara praktis dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan mereka.

### 2.3 Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur melalui beberapa indikator yang meliputi aspek proses dan hasil, yaitu:

1. Terlaksananya seluruh rangkaian kegiatan pengabdian sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan.
2. Meningkatnya pemahaman siswa terhadap konsep kewirausahaan digital dan pemasaran berbasis teknologi.
3. Terbentuknya akun media sosial bisnis serta dihasilkannya produk atau konten promosi digital oleh siswa.
4. Tersusunnya rencana bisnis sederhana sebagai bentuk kesiapan awal siswa dalam berwirausaha.

### 2.4 Metode Evaluasi

Evaluasi kegiatan pengabdian dilakukan secara deskriptif untuk menilai ketercapaian tujuan program. Metode evaluasi meliputi observasi selama kegiatan berlangsung, pengisian angket pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa, serta penilaian terhadap produk, konten promosi, dan rencana bisnis sederhana yang dihasilkan. Selain itu, umpan balik dari siswa digunakan untuk mengetahui respons dan kebermanfaatan kegiatan secara langsung.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk *DigitalPreneur* Muda: Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Teknologi dan Kreativitas telah dilaksanakan pada tanggal 8 September 2025 di SMA Negeri 1 Pekanbaru. Kegiatan ini melibatkan siswa sebagai mitra utama dengan pendampingan oleh tim pengabdi. Pelaksanaan kegiatan mencakup empat tahapan, yaitu sosialisasi, workshop dan pelatihan kewirausahaan digital, penerapan teknologi, serta pendampingan dan evaluasi awal (Pinandhita & Susanto, 2025)

Pada tahap sosialisasi, siswa diberikan pemahaman awal mengenai konsep kewirausahaan digital, peluang usaha berbasis teknologi, serta pentingnya kreativitas dalam membangun usaha (Setiyawan & Ulfatun, 2023). Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap topik kewirausahaan digital, yang tercermin dari partisipasi aktif dalam diskusi dan sesi tanya jawab seperti tampak pada Gambar 6 berikut:

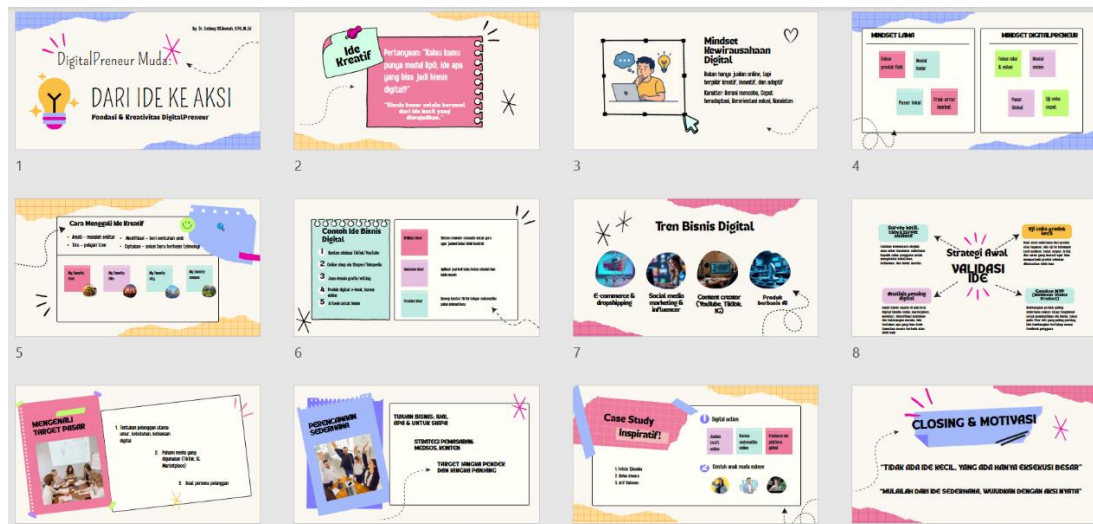


**Gambar 6.** Partisipasi Aktif Siswa dalam Diskusi

Tahap workshop dan pelatihan difokuskan pada pengembangan keterampilan praktis, khususnya dalam pembuatan produk kreatif dan konten promosi digital. Hal ini disampaikan oleh pemateri 1 ibu Dr. Endang Istikomah, M.Ed (Penulis) dan pemateri 2 ibu Annisa sarwidya B,Sc (hons).M.M (Pengusaha Muda) yang tampak pada Gambar 7. Pada tahap ini, siswa mulai mampu mengidentifikasi ide produk atau jasa sederhana serta menyusun konten promosi awal dalam bentuk poster digital, foto produk, atau video singkat. Meskipun masih ditemukan keterbatasan dalam aspek teknis dan perencanaan konten, siswa menunjukkan peningkatan kreativitas dan keberanian dalam menuangkan ide usaha.

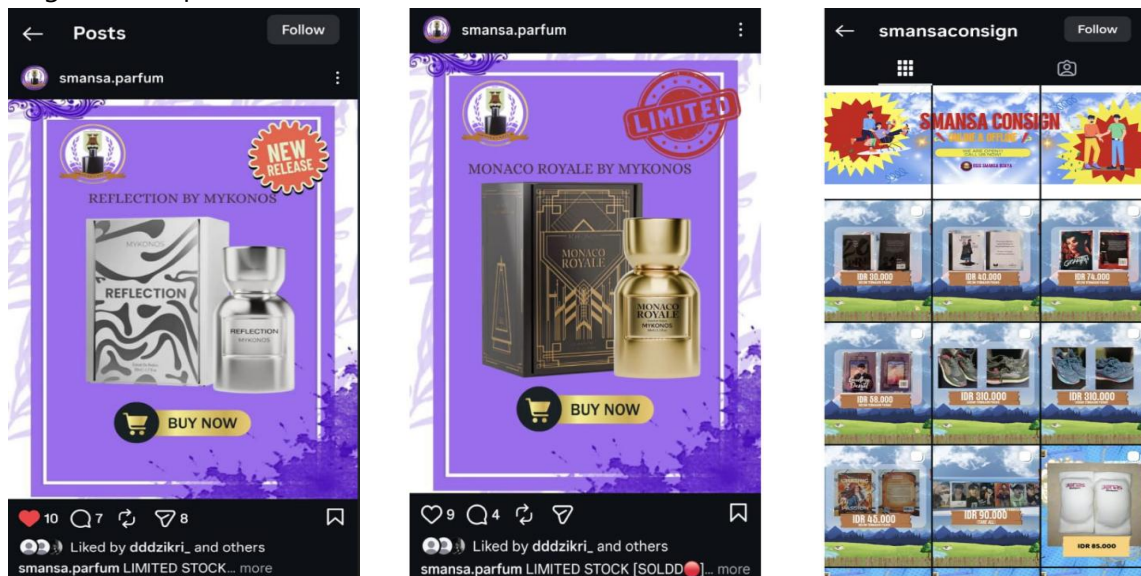


**Gambar 7.** Pemateri 1 dan 2 Menyampaikan Materi Workshop



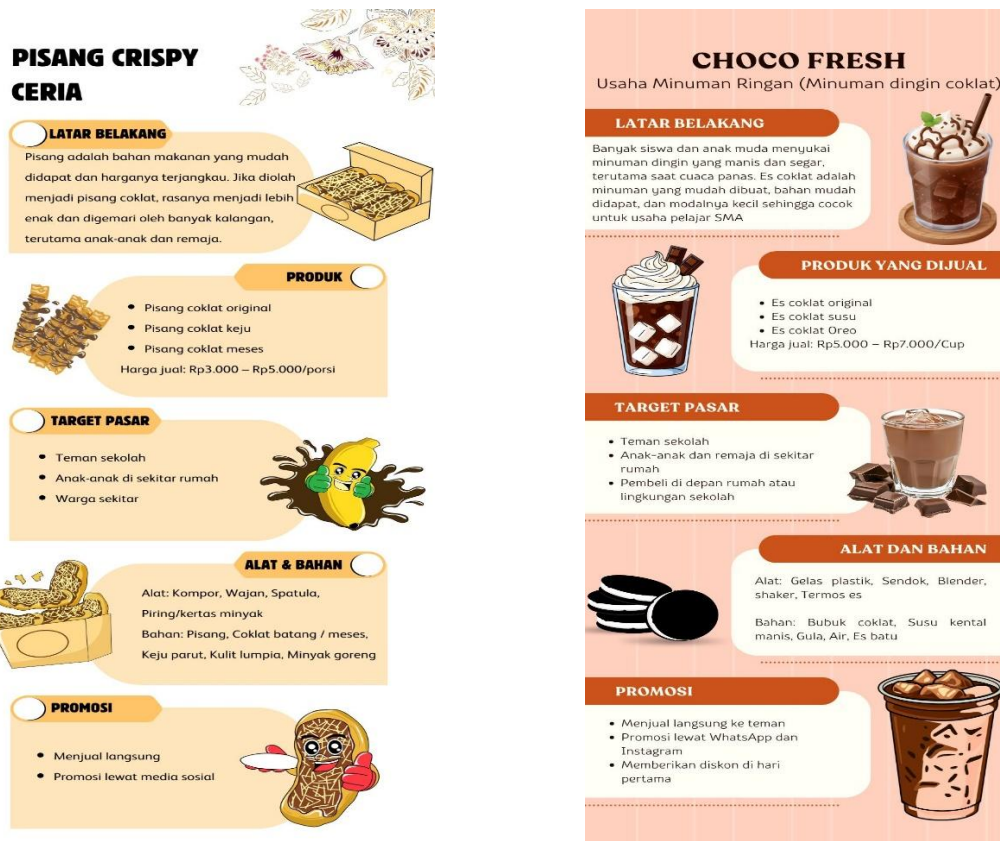
**Gambar 8.** Materi Workshop

Selanjutnya, pada tahap penerapan teknologi, siswa didampingi dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial bisnis. Hal ini terlihat pada Gambar 8. Sebagian besar siswa berhasil membuat akun bisnis dan mengunggah konten promosi sederhana sesuai materi yang telah disampaikan, gambaran materi seperti yang tampak pada Gambar 9. Melalui kegiatan ini, siswa memperoleh pengalaman langsung dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan komunikasi usaha.



**Gambar 9.** Akun media sosial untuk bisnis yang dibuat mahasiswa (OSIS)

Tahap pendampingan dan evaluasi awal dilakukan untuk membantu siswa menyusun rencana bisnis sederhana serta merefleksikan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi awal secara deskriptif menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap kewirausahaan digital dan pemasaran berbasis teknologi. Selain itu, siswa mulai menunjukkan kepercayaan diri untuk mencoba menjalankan usaha kecil secara mandiri. Hal ini terlihat dari mereka membuat *bussine plan* produk yang dipasarkan seperti tampak pada Gambar 10.



**Gambar 10.** Rancangan Bisnis Siswa Yang dibuat menggunakan Canva

### 3.2 Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi mampu meningkatkan literasi digital dan kesiapan berwirausaha siswa SMA. Peningkatan ini terlihat dari kemampuan siswa dalam memahami konsep dasar kewirausahaan digital, membuat akun media sosial bisnis, serta menyusun rencana bisnis sederhana. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Felix dan Kamila (Felix et al., 2025; Kamila & Fahlia, 2025).

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan bertahap melalui sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan awal efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan dasar kewirausahaan digital siswa (Adyatma et al., 2025; Kaplan & Haenlein, 2010; Lerebulan & Sunaryo, 2024). Temuan ini sejalan dengan pendapat beberapa peneliti yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan yang bersifat partisipatif dan berbasis pengalaman mampu meningkatkan kesiapan individu dalam berwirausaha (Aprilia et al., 2020; Arpiainen & Kurczewska, 2017; Bell & Bell, 2020; Utami, 2021).

Peningkatan kreativitas siswa dalam menghasilkan produk dan konten promosi digital menunjukkan bahwa generasi muda memiliki potensi besar dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi apabila diberikan ruang belajar yang kontekstual dan aplikatif. Hal ini mendukung temuan yang menekankan pentingnya integrasi teknologi dan kreativitas dalam pendidikan kewirausahaan di era digital (Aji et al., 2023; Nadawina et al., 2025). Namun demikian, hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa kemampuan siswa masih berada pada

tahap awal, terutama dalam aspek konsistensi konten, strategi branding, dan perencanaan usaha jangka panjang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kewirausahaan digital tidak dapat dibangun secara instan, melainkan memerlukan pendampingan berkelanjutan dan penguatan ekosistem pendukung di lingkungan sekolah (Sandra et al., 2025; Wahyuningtiyas et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan rekomendasi OECD yang menekankan perlunya pembinaan kewirausahaan digital secara berkesinambungan.

Selain itu, keterlibatan aktif siswa dalam praktik pembuatan konten promosi dan pengelolaan akun bisnis memberikan pengalaman belajar kontekstual yang mendukung pembentukan kompetensi kewirausahaan sejak dini. Hal ini menguatkan temuan (Malik et al., 2024; Rachmawaty et al., 2025) bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dalam kegiatan pengabdian masyarakat efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri dan minat berwirausaha siswa sekolah menengah. Hasil kegiatan ini juga konsisten dengan beberapa program pengabdian masyarakat yang menekankan pentingnya pelatihan kewirausahaan digital bagi pelajar sebagai upaya menyiapkan generasi muda yang adaptif terhadap perubahan teknologi (Anggraini et al., 2025; Islamiyah et al., 2025).

Secara keseluruhan, kegiatan *DigitalPreneur Muda* memberikan dampak positif awal dalam menumbuhkan kesadaran, kreativitas, dan kesiapan siswa dalam berwirausaha berbasis teknologi. Program ini berpotensi dikembangkan lebih lanjut melalui pendampingan lanjutan dan integrasi dengan kegiatan sekolah agar keberlanjutan dan dampak jangka panjang dapat tercapai. Kegiatan ini juga terus diusahakan berkesinambungan dengan melakukan feedback kegiatan. Peserta mengisi angket feedback melalui link: <https://forms.gle/RBDS83vGeK2E1kxq8>.

#### **4. Kesimpulan**

Program *DigitalPreneur Muda* berhasil memberikan penguatan awal terhadap literasi kewirausahaan digital dan kreativitas siswa SMA Negeri 1 Pekanbaru. Melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan dan evaluasi awal, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman konsep kewirausahaan digital, kemampuan awal dalam menghasilkan produk kreatif, serta keterampilan dasar pemasaran melalui media digital. Meskipun hasil yang diperoleh masih berada pada tahap awal, kegiatan ini menunjukkan potensi yang kuat untuk dikembangkan lebih lanjut melalui pendampingan berkelanjutan dan integrasi program kewirausahaan digital di lingkungan sekolah. Ke depan, program serupa dapat diperluas dengan cakupan materi yang lebih mendalam dan jangka waktu pendampingan yang lebih panjang guna meningkatkan keberlanjutan usaha siswa.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Riau (UIR) atas dukungan pendanaan dan fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

#### **Pernyataan Konflik Kepentingan**

Penulis menegaskan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan maupun dalam proses penyusunan artikel ini.

## Referensi

- Adyatma, I. W. C., Wirawan, I. M. D. S., & Arygunartha, G. Y. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan dan kewirausahaan bagi Siswa SMK Negeri 2 Denpasar melalui Pendekatan Edukasi Berbasis Ekonomi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(4), 4540–4547. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i4.6957>
- Aji, B., Putri, I. K. C., Mahestra, R. R., Khasanah, S. U., & Putri, L. A. (2023). Mendekonstruksi Pendidikan Digital: Kurikulum the Output of Renewable Innovation is Progressing (OERIP) Sebagai Katalisator Transformasi Pendidikan Berbasis Riset dan Inovasi. *Prosiding Seminar Nasional Kemahasiswaan*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/10.56983/prosidingkemahasiswaan.v1i1.1449>
- Anggraini, I. A., Dewanty, I. S., Antasari, M. R., Alchoiri, M. F., Saputra, M. R., Mountina, N. S. M., Mihadja, E. J., & Agustini, P. M. A. (2025). Smart Social Media Use: Digital Strategies to Strengthen Personal Identity and Reputation of Students of SMK Jayawisata 2: Smart Social Media Use: Strategi Digital untuk Memperkuat Identitas dan Reputasi Pribadi Siswa SMK Jayawisata 2. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 5(1), 9–16. <https://doi.org/10.57152/consen.v5i1.1906>
- Aprilia, F., Lustyantje, N., & Rafli, Z. (2020). The Influence of Reading Interest on Achievement Motivation of English Literature Students of Bina Darma University in Palembang. *International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2), 348–356.
- Arpiainen, R.-L., & Kurczewska, A. (2017). Learning risk-taking and coping with uncertainty through experiential, team-based entrepreneurship education. *Industry and Higher Education*, 31(3), 143–155. <https://doi.org/10.1177/0950422217700994>
- Ausat, A. M. A., Bana, T. A., & Gadzali, S. S. (2023). Basic Capital of Creative Economy: The Role of Intellectual, Social, Cultural, and Institutional Capital. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, 1(2), 42–54. <https://doi.org/10.58905/apollo.v1i2.21>
- Bell, R., & Bell, H. (2020). Applying educational theory to develop a framework to support the delivery of experiential entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(6), 987–1004. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2020-0012>
- Chotipurk, A., Nuchniyom, R., & Lakkhongkha, K. (2023). Preparing and Developing the Capabilities of Entrepreneurs in the Digital Age. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(7), 108.
- Febrianawati, Puspitasari, N., & Hidayat, N. (2024). Mendorong Kinerja UMKM Kuliner Pontianak Go Digital: Peran Literasi Digital dan Entrepreneur Literacy. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 11(3), 47–58. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v11i3.690>
- Felix, A., Sutrisno, J., Bernanda, D. Y., Makarawung, R. J. N., Kembau, A. S., & Hong, K. (2025). Literasi Digital dan Kewirausahaan: Mempersiapkan Generasi Muda Menghadapi Tantangan Bisnis Digital. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 9(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v9i1.8245>
- Fitriana, F., Prasetya, C., Ayubadiah, F., Saputri, A., & Lestari, A. L. (2025). Penerapan Metode Pembelajaran Project Based Learning (PjBL) Dalam Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMK Sabilal Muhtadin Balikpapan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 2336–2344. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.791>

- Islamiyah, A., Ramadhana I. S, A., & Safitri, D. (2025). Sosialisasi Digital Marketing dan Pengaplikasian Shopee untuk Pelaku UMKM di Kelurahan Bendo. *Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 01(02), 81–87.
- 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>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khussainova, Z., Kankulov, M., Petrova, M., Assanova, M., Zhartay, Z., Atabayeva, A., Bektleyeva, D., Khussainova, Z., Kankulov, M., Petrova, M., Assanova, M., Zhartay, Z., Atabayeva, A., & Bektleyeva, D. (2024). The Potential of Youth and Older People's Inclusion in the Sustainable Development of the Creative Economy. *Sustainability*, 16(10). <https://doi.org/10.3390/su16104095>
- Lerebulan, S. L., & Sunaryo, A. (2024). Pendampingan Mahasiswa untuk Meningkatkan Keterampilan Bisnis melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Cendisia: Cendekia Sosial dan Pengabdian*, 1(2), 8–15. <https://doi.org/10.55049/cnd.v1i2.12>
- Malik, D., Suandi, E., & Yulihardi, Y. (2024). Pelatihan Pembuatan Business Plan dan Mengembangkan Kemampuan Serta Ketrampilan Dalam Bisnis Di Era Digital di SMA Negeri 2 Bayang Kabupaten Pesisir Selatan. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 8(3), 392–396. <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v8i3.1929>
- Masyrin, U. U. Z., Charnova, A. P., & Rahmat, Z. (2025). PERAN LITERASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KESIAPAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI ERA EKONOMI KREATIF. *Jurnal Psikososial Dan Pendidikan*, 1(4), 1850–1860.
- Muhammad Ihsan, S. A., & dkk, dkk. (2024). The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial readiness of generation Z students: Why do digital business literacy and financial literacy matter? *COGENT EDUCATION*, 11(1), 1–16.
- Nadawina, N., Jaya, A., Ramadhanti, D., Imronudin, I., Fatchiatuzahro, F., Halim, A., & Jati, G. P. R. S. (2025). *Penerapan Pembelajaran Deep Learning dalam Pendidikan di Indonesia*. Star Digital Publishing.
- Omrani, N., Rejeb, N., Maalaoui, A., Dabić, M., & Kraus, S. (2024). Drivers of Digital Transformation in SMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 5030–5043. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3215727>
- Pinandhita, F., & Susanto, D. A. (2025). PKM Pelatihan How to Start Business in Digital Era Bagi Pelaku Bisnis di Madiun. *Indonesian Journal of Empowerment, Service, and Training*, 1(2), 168–179.
- Rachmawaty, R., Cahyadi, E., & Novita, D. (2025). Membangun Jiwa Entrepreneur Muda: Workshop Kewirausahaan dan Literasi Keuangan untuk Siswa SMK Karang Anyar Kebumen. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan [JURANTAS]*, 3(2), 52–63. <https://doi.org/10.58174/jrt.v3i1.245>

- Sandra, J., Firdaus, M. I., Widiyanto, P., & Fitra, R. (2025). Inovasi Teknologi dalam Kewirausahaan: Membangun Ekosistem Bisnis Berkelanjutan melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital. *SEMAR: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 19–27. <https://doi.org/10.59966/semar.v3i1.1587>
- Setiawan, R., & Ulfatun, T. (2023). Implementation of Digital Entrepreneurship for Generation Z at Vocational School. *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme*, 5(3), 794–812. <https://doi.org/10.37680/scaffolding.v5i3.3950>
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2023). Digital entrepreneurship and entrepreneurship education: A review of the literature. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2–3), 277–304. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2023-0053>
- Suprpto, H. A. (2019). Pengaruh Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Terhadap Kemampuan Berwirausaha di SMK Bhakti Husada. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 5(2), 19–23.
- Utami, C. (2021). Ability of Problem Solving and Critical Thinking of Students in Learning of Creative Problem Solving (CPS). In *ACM International Conference Proceeding Series* (pp. 99–103). <https://doi.org/10.1145/3470716.3470733>
- Wahyuningtiyas, N., Fahrudi, A. N. L. I., Mutiara, F., & Kholil, A. Y. (2025). Pendampingan Potensi Kewirausahaan dengan Prinsip Pentahelix: Membangun Ekosistem Kewirausahaan yang Berkelanjutan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 5(1), 298–308. <https://doi.org/10.70609/icom.v5i1.6577>