

SOSIALISASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL PADA REMAJA UNTUK
MENUMBUHKAN SEMNAGAT MENJADI WIRAUSAHAWAN MUDA

Yayang Erry Wulandari¹, Febrian Kusuma²

¹Universitas Pendidikan Mandalika, (Mataram), (Indonesia)

²Universitas 45 Mataram, (Mataram), (Indonesia)

*Corresponding author email : yayangerrywulandari@undikma.ac.id

History Article

Article history:

Received Mei 05,
2025

Approved Juni 31,
2025

Keywords:

*Young
entrepreneurship,
Digital teenagers,
MSMEs, Digital
platforms*

ABSTRACT

This community service entitled socialization of digital-based entrepreneurship for teenagers to foster the spirit of becoming young entrepreneurs aims to improve digital literacy and introduce entrepreneurial skills for teenagers. This program includes socialization, training, and practical assistance related to the use of social media, e-commerce, and digital advertising strategies as a medium for entrepreneurship. The method used is participatory, involving participants actively in every stage of the activity. activities begin with preparation, then socialization and assistance in the use of digital media for entrepreneurship. The results of the program show an increase in adolescent understanding in the use of digital technology so that participants are able to apply various entrepreneurial techniques and digital marketing that have been learned, so that it has an impact on the desire and enthusiasm for entrepreneurship to increase and can start a business and encourage the formation of an independent and sustainable digital entrepreneurship ecosystem in the target environment

Keywords: Young entrepreneurship, Digital teenagers, MSMEs, Digital platforms

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini berjudul sosialisasi kewirausahaan berbasis digital pada remaja untuk menumbuhkan semangat menjadi wirausahawan muda bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan memperkenalkan keterampilan berwirausaha bagi remaja. Program ini mencakup sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan praktis terkait pemanfaatan media sosial, e-commerce, serta strategi periklanan digital sebagai media berwirausaha. Metode yang digunakan bersifat partisipatif, melibatkan peserta secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. kegiatan dimulai dengan persiapan, kemudian sosialisasi dan pendampingan dalam pemanfaatan media digital untuk berwirausaha. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman remaja dalam pemanfaatan tentang teknologi

digital sehingga peserta mampu mengaplikasikan berbagai teknik berwirausaha dan pemasaran digital yang telah dipelajari, sehingga berdampak pada keinginan dan semangat berwirausaha menjadi meningkat dan dapat memulai usaha dan mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital yang mandiri dan berkelanjutan di lingkungan sasaran

Kata Kunci : Kewirausahaan muda, Digital remaja, UMKM, Platform digital

© 2025 Jurnal NGABDI Lichen Institute

*Corresponding author email: author@mail.com

INTRODUCTION

UMKM memberikan manfaat sosial yang besar dengan membantu mengurangi angka pengangguran dan menciptakan peluang ekonomi di berbagai pelosok negeri, termasuk daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh perusahaan besar. Dengan kontribusinya yang begitu besar, pengembangan dan pemberdayaan UMKM menjadi kunci dalam memperkuat perekonomian nasional yang inklusif dan berkelanjutan (Rahmatika, 2024). Namun, meskipun memiliki peran yang sangat signifikan, banyak remaja khususnya di lokasi pengabdian belum memanfaatkan keunggulan digital ini sebagai media berwirausaha, sebagaimana hasil observasi didapatkan bahwa saat ini sebagian remaja di lokasi PKM memanfaatkan media social yang mereka miliki, focus untuk kepentingan pribadi saja, padahal jika dimanfaatkan sebagai media pemasaran dapat menjangkau pasar yang salangt luas.

Teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran digital (*digital marketing*), telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jaringan bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, serta menjangkau konsumen yang lebih luas. Platform digital seperti media sosial, e-commerce, serta teknik optimasi mesin pencari (SEO/SEM) dapat dimanfaatkan sebagai alat strategis dalam menjalankan usaha khususnya bagi remaja. Sayangnya, para remaja di Jago Kabupaten Lombok Tengah belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan potensi teknologi digital ini secara optimal. Padahal Teknologi digital merupakan seluruh sarana dan prasarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan hidup umat manusia (memberikan kemudahan) (Lubis et al., 2020).

Dilain pihak, meskipun generasi remaja tumbuh di era digital, mereka seringkali menghadapi berbagai permasalahan dalam menguasai literasi digital secara optimal. Kurangnya edukasi kewirausahaan sehingga banyak masyarakat tidak memiliki pengetahuan dasar mengenai kewirausahaan, seperti cara memulai bisnis, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Modal dan dukungan finansial yang terbatas, sehingga keterbatasan akses terhadap pinjaman modal atau program pendanaan menjadi kendala utama untuk memulai usaha. Akses pasar yang minim sehingga pelaku usaha kecil sering menghadapi kesulitan unntuk menjangkau pasar yang lebih luas akibat keterbatasan teknologi dan jaringan pemasaran.

Pada prinsipnya sosialisasi kewirausahaan berbasis digital adalah proses mengenalkan, mendukung dan membimbing anak-anak remaja dalam memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital secara bijak dan bertanggung jawab. Sebab ini sangat

penting karena remaja berada di usia yang rentan terhadap dampak positif maupun negatif dari teknologi digital. Sosialisasi kewirausahaan ekonomi pada remaja bertujuan untuk membangun jiwa mandiri, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi tantangan ekonomi masa depan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, maka dibutuhkan program sosialisasi kewirausahaan berbasis digital pada remaja sebagai sebagai upaya memberdayakan remaja agar dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren pasar. sehingga peserta dapat memahami dan memanfaatkan media digital untuk berwirausaha secara online, (Sulaeman, 2024). Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, memberikan pelatihan teknis kewirausahaan khususnya terkait pemasaran digital, untuk meningkatkan literasi digital dan memperkenalkan keterampilan berwirausaha bagi remaja. Program ini mencakup sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan praktis terkait pemanfaatan media sosial, e-commerce, serta strategi periklanan digital sebagai media berwirausaha sehingga menumbuhkan keinginan para remaja khususnya di Desa Jago menjadi wirausawan muda. sehingga dapat sebagai media untuk mendapatkan tambahan penghasilan bahkan sebagai wadah untuk bekerja sebagai penghasilan utama bagi remaja, (Ratnasari, dkk, 2024).

METHODOLOGY

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan sosialisasi. Sosialisasi merupakan proses memperkenalkan suatu sistem kepada individu atau kelompok, sekaligus mengamati respons dan reaksi mereka terhadap sistem tersebut (Darmawan & Pratiwi, 2020). Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini mengacu pada pendekatan partisipatif, di mana seluruh elemen masyarakat terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Selain itu, kegiatan ini juga menghadirkan akademisi di bidang pemasaran digital guna memberikan materi serta pendampingan intensif agar program ini dapat berjalan secara efektif dan efisien. langkah-langkah yang diimplementasikan meliputi sosialisasi, serta pelatihan terkait pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai sarana pemasaran digital. Program PKM ini didukung oleh tim pelaksana dari UNDIKMA yang turut memberikan bimbingan dalam setiap tahapan kegiatan. PKM ini dilaksanakan di Ponpes Nurul Ijtihad Desa Jago Kabupaten Lombok Tengah dengan diikuti oleh perwakilan remaja se desa sejumlah 20 orang, yang dilaksanakan pada bulan Desember tahun 2024.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil dari kegiatan ini dengan diadakannya sosialisasi kewirausahaan berbasis digital untuk remaja dapat memberikan pemahaman, pengetahuan dan pengalaman baru bagi remaja serta dapat mengenalkan pentingnya kewirausahaan muda bagi remaja yang ada di Desa Jago khususnya, adapun beberapa hasil utama yang dicapai dalam kegiatan ini antara lain ;

a. Peningkatan literasi digital

Melalui kegiatan sosialisasi, dan penadampingan yang dilaksanakan selama kegiatan PKM ini, peserta baik ramaja mendapatkan pemahaman mendalam tentang pemanfaatan lain digital sebagai media berwirausaha termasuk promosi dan

pemasaran lainnya, sehingga untuk remaja, menjadi pengetahuan dan pemicu mereka untuk belajar dan memulai bisnis melalui platform digital khususnya dari media social yang mereka miliki.

b. Pengembangan kompetensi kewirausahaan

Para remaja mendapatkan peningkatan kompetensi untuk memulai berbisnis atau berwirausaha secara digital, dari usaha sederhana, usaha berkelompok maupun usaha jasa dalam menawarkan skill yang mereka miliki. Hasil wawancara dengan beberapa peserta menunjukkan bahwa mereka lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara online.

c. Peningkatan produktivitas UMKM

Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif, di mana para pelaku UMKM muda dapat saling berbagi pengalaman dan sumber daya. Beberapa peserta mulai menjalin kerja sama dalam pemasaran dan distribusi produk mereka.

Secara keseluruhan kegiatan sosialisasi dan bimbingan yang dilaksanakan Bagi peserta, khususnya remaja di Desa Jago berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan dan penggunaan media social untuk berwirausaha, hal ini senada dengan pandangan Sulaeman, dkk (2024), terkait dampak penggunaan dan pemasaran produk UMKM yang dapat memberikan dampak berupa berkembangnya usaha sesuai dengan perencanaan dari pelaku UMKM tersebut. dengan adanya kegiatan ini juga memberikan dampak memberikan dampak berkelanjutan bagi pelaku UMKM pemula khususnya bagi remaja sehingga mendapatkan kesejahteraan meningkat, karena dapat mandiri, (Nur anisyah, dkk 2024) serta kegiatan ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mekanisme penjualan dengan pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terealisasi secara keseluruhan (Sulaeman, dkk 2024).

Dalam pandangan lain, Syafri, dkk (2025), mengungkapkan bahwa kegiatan sosialisasi kewirausahaan bagi pelaku UMKM muda berbasis digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan kemandirian kesejahteraan ekonomi remaja. Program ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menciptakan efek jangka panjang dalam bentuk ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan pemahaman remaja dalam pemanfaatan tentang teknologi digital sehingga peserta mampu mengaplikasikan berbagai teknik berwirausaha dan pemasaran digital yang telah dipelajari, sehingga berdampak pada keinginan dan semangat berwirausaha menjadi meningkat dan dapat memulai usaha dan mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital yang mandiri dan berkelanjutan di lingkungan sasaran.

REFERENCES

- Alysha Fadri Ramadhani. (2021). Pengembangan UMKM melalui sosialisasi dan penyuluhan guna menunjang keberlangsungan usaha di masa pandemi COVID-19, 01(01), 1–23.
- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan daya saing ekonomi melalui peranan inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Lubis, M. R., Susanti, E., Wirapraja, A., Siregar, M. N. H., Simarmata, J., Fadhillah, Y., Giap, Y. C., Abdillah, L. A., Purba, R. A., & Muttaqin, M. (2020). Pengenalan Teknologi Informasi. Yayasan Kita Menulis.
- Nur anisyah, Sulaeman, Mulhidin.2024. Pemberdayaan Pelaku Umkm Di Desa Tegal Maja Kabupatenlombok Utara Melalui Sosialisasi Digital Marketing, *Jurnal NGABDI Lichen Institut*, 1(4),18-23.
- Rahmatika, Z., Nugraha, P. T., Hasibuan, F. Y., Lestari, K., Pratiwi, L. P., Qat, Q. D., Rismawati, S., Ardana, T. V., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, B. (2024). Peran akses jalan dalam meningkatkan daya saing UMKM di daerah terpencil. 2(9).
- Ratnasari.S , Faizan.M, dan Sukarman.2024. Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Keripik Usus Bagi Ibu-Ibupkkdan Karang Taruna Di Desa Semparu Kabupaten Lomboktengah. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT(NGABDI)*; 1 (4) :29-33
- Syafri,E.Kurniawan,R. Layyin,H.L, Khoiriah,S dan Sanusi,A. 2025. Sosialisasi Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat RW 008, RW 017 dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang – Tangerang Selatan. *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan*, Volume. 2, Nomor. 2;8-20
- Silvia. (2024). Pemahaman pencatatan akuntansi pada pelaku UMKM di Tangerang Selatan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(2), 689–697. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i2.1348>
- Sulaeman. 2024. Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Pelaku Umkmdi Desabanyuuripkabupaten Lombok Barat, *Jurnal NGABDI Lichen Institut*, 1(1),8-12
- Sulaeman, Alqifari,M ,Junarta, H ,& Wijaya,K.K. 2024. Branding Pengembangan Umkm Kopi Sajang Kabupaten Lombok Timur Melalui Edukasi Labeling , Packeging Serta Digital Marketing, *Jurnal NGABDI Lichen Institut*, 1(1),1-8.
- Sulaeman, Alqifari,M ,Junarta, H. 2024. Pendampingan Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Melalui Pemanfaatan Media Digital Pada KWT Beriuk Girang Kabupaten Lombok Tengah, *Jurnal NGABDI Lichen Institut*, 1(2),22-27.