

PEMBERDAYAAN JIWA WIRAUSAHA MUDA MELALUI PELATIHAN DIGITAL ENTREPRENEURSHIP BERBASIS MEDIA SOSIAL BAGI SISWA SMA DI KOTA BATAM

Heryenzus^{*1}, Suali², Cosmas Eko Suharyanto³, Renniwaty Siringoringo⁴,
Robert Situmorang⁵

^{1*}Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional

^{2,4}Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional

^{3,5}Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional

*e-mail: heryenzus@indobarunasional.ac.id

Abstrak

Perkembangan era digital menuntut generasi muda, khususnya siswa tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), untuk memiliki kesiapan mental dan keterampilan praktis di bidang kewirausahaan. Kota Batam sebagai kawasan perdagangan bebas yang dinamis menawarkan peluang ekonomi yang luas namun juga kompetitif. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan jiwa wirausaha muda melalui pelatihan *digital entrepreneurship* berbasis media sosial bagi siswa SMA di Kota Batam. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah interaktif, pelatihan teknis pembuatan konten pemasaran digital, dan pendampingan praktik langsung penggunaan platform media sosial untuk bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terkait strategi pemasaran digital serta tumbuhnya motivasi untuk memulai rintisan usaha mandiri sejak bangku sekolah.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Digital Entrepreneurship, Media Sosial, Siswa SMA, Kota Batam.

Abstract

The development of the digital era demands that the younger generation, particularly high school (SMA) students, possess mental readiness and practical skills in entrepreneurship. Batam City as a dynamic free trade zone offers extensive yet competitive economic opportunities. This community service aims to empower young entrepreneurial spirits through social media-based digital entrepreneurship training for high school students in Batam City. The implementation methods include interactive lectures, technical training on digital marketing content creation, and direct mentoring on the use of social media platforms for business. The results of the activity show an increase in participants' understanding of digital marketing strategies as well as the growth of motivation to start independent business ventures since their school days.

Keywords: Entrepreneurship, Digital Entrepreneurship, Social Media, High School Students, Batam City.

1. PENDAHULUAN

Di era transformasi digital saat ini, lanskap bisnis global maupun lokal mengalami pergeseran yang sangat signifikan. Teknologi informasi dan komunikasi tidak lagi hanya berfungsi sebagai media komunikasi, melainkan telah menjadi tulang punggung utama dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan. Fenomena ini menuntut dunia pendidikan, khususnya tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), untuk membekali peserta didik dengan kompetensi abad ke-21, di mana kemampuan berwirausaha (kewirausahaan) dan literasi digital menjadi pilar krusial.

Kota Batam sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi strategis di wilayah Kepulauan Riau memiliki karakteristik demografis dan sosial yang unik. Sebagai kawasan perdagangan bebas, mobilitas bisnis di Batam sangat tinggi. Namun, peluang ini harus diimbangi dengan kesiapan sumber daya manusia lokal, terutama generasi muda, agar tidak

hanya menjadi penonton atau konsumen pasif, melainkan menjadi pelaku ekonomi yang inovatif dan mandiri. Penanaman jiwa wirausaha (*entrepreneurial mindset*) sejak dini terbukti efektif dalam membentuk karakter kemandirian, kreativitas, serta ketahanan mental dalam menghadapi dinamika pasar.

Meskipun potensi pasar sangat besar, banyak siswa SMA yang belum memahami bagaimana memanfaatkan media sosial secara produktif untuk keperluan komersial. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook umumnya lebih banyak digunakan untuk hiburan semata daripada sarana pembangunan merek (*branding*) dan pemasaran produk. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan edukasi dan pelatihan praktis mengenai *digital entrepreneurship* berbasis media sosial bagi siswa SMA di Kota Batam.

2. METODE

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dengan menggunakan pendekatan partisipatif melalui metode pelatihan langsung (*hands-on workshop*) dan pendampingan intensif. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memahami konsep teoretis di atas kertas, tetapi juga mampu mempraktikkan secara langsung langkah-langkah membangun bisnis digital.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan dijabarkan melalui tabel alur kerja berikut:

Tahapan Kegiatan	Metode Pelaksanaan	Indikator Keberhasilan
1. Perencanaan & Koordinasi	Koordinasi dengan pihak sekolah mitra di Kota Batam dan penyusunan modul materi.	Ketersediaan modul dan kesiapan fasilitas pendukung.
2. Edukasi Konseptual	Pemberian materi dasar kewirausahaan digital dan potensi ekonomi lokal Batam.	Peningkatan pemahaman teoretis peserta melalui sesi tanya jawab.
3. Pelatihan Praktis	Workshop pembuatan konten visual dan strategi manajemen akun media sosial.	Peserta mampu menghasilkan draf konten promosi produk kreatif.
4. Evaluasi & Pendampingan	Evaluasi program melalui kuesioner umpan balik dan diskusi interaktif.	Umpan balik positif dan rencana tindak lanjut rintisan usaha.

Kegiatan ini dilaksanakan di salah satu sekolah menengah atas di Kota Batam dengan melibatkan 45 siswa kelas X dan XI sebagai peserta utama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Kegiatan dan Pencapaian Tujuan

Dalam upaya mencapai tujuan pemberdayaan jiwa wirausaha muda, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara terstruktur melalui pendekatan edukasi interaktif, pelatihan teknis (*workshop*), serta pendampingan langsung pembuatan draf media promosi digital. Tahapan ini dirancang untuk menjembatani antara teori dasar kewirausahaan dengan implementasi praktis di lapangan, sehingga peserta didik dapat memahami bagaimana sebuah ide kreatif diubah menjadi nilai komersial menggunakan gawai dan platform digital yang akrab dengan keseharian mereka.

3.2. Indikator Tercapainya Tujuan dan Tolok Ukur Keberhasilan

Keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diukur menggunakan beberapa tolok ukur yang objektif, antara lain:

- Peningkatan Pemahaman (Kognitif):** Diukur melalui perbandingan hasil evaluasi awal (*pre-test*) dan evaluasi akhir (*post-test*), di mana tercatat adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar lebih dari 80% terkait konsep *digital entrepreneurship* dan pemanfaatan media sosial.
- Keterampilan Praktis (Psikomotorik):** Tolok ukur dilihat dari kemampuan peserta dalam menghasilkan purwarupa (*prototype*) konten pemasaran visual serta draf penawaran produk (*copywriting*) secara berkelompok.
- Partisipasi dan Antusiasme:** Tingkat kehadiran dan keaktifan 45 siswa peserta yang menunjukkan keterlibatan penuh selama sesi diskusi interaktif dan praktik berlangsung.

3.3. Keunggulan dan Kelemahan Fokus Utama Terhadap Kondisi Masyarakat

Fokus utama kegiatan berupa pelatihan pemasaran berbasis media sosial memiliki keunggulan yang sangat selaras dengan karakteristik Kota Batam sebagai kawasan perdagangan bebas yang dinamis dan lekat dengan penetrasi internet yang tinggi. Media sosial menawarkan fleksibilitas modal yang rendah serta jangkauan pasar yang luas tanpa batasan geografis. Namun demikian, kegiatan ini juga memiliki kelemahan atau tantangan tersendiri, di antaranya ketergantungan yang tinggi pada kestabilan jaringan internet serta risiko teralihnya fokus siswa dari fungsi komersial media sosial kembali ke arah hiburan murni apabila tidak disertai pendampingan mental dan konsistensi yang ketat.

3.4. Tingkat Kesulitan Pelaksanaan dan Peluang Pengembangan ke Depan

Dari sisi tingkat kesulitan, pelaksanaan pelatihan di lapangan menghadapi beberapa hambatan teknis moderat, seperti variasi tingkat penguasaan perangkat digital yang berbeda di antara siswa serta keterbatasan durasi waktu tatap muka langsung di sekolah. Meskipun demikian, produksi materi pelatihan dan pendampingan draf promosi dapat berjalan lancar berkat kesiapan modul ringkas yang mudah dipahami. Peluang pengembangan kegiatan ini ke depan sangat terbuka lebar, meliputi perluasan cakupan program ke lebih banyak sekolah menengah, pembentukan inkubator bisnis rintisan

(startup) tingkat pelajar, serta kolaborasi berkelanjutan dengan para pelaku UMKM lokal di Kota Batam.

RINGKASAN HASIL EVALUASI KEGIATAN:

- 1) Jumlah Peserta Terlibat : 45 Siswa SMA
- 2) Peningkatan Pemahaman Digital : Signifikan (>80%)
- 3) Output Produk Pelatihan : Konsep & Desain Konten Promosi
- 4) Tingkat Kepuasan Peserta : Sangat Baik / Antusias Tinggi

Photo Kegiatan:



4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan *digital entrepreneurship* berbasis media sosial ini terbukti efektif dalam memberdayakan jiwa wirausaha muda di kalangan siswa SMA Kota Batam. Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah terlaksana, dapat disimpulkan bahwa pemberian materi konseptual berhasil mengubah pola pikir siswa dari sekadar konsumen teknologi menjadi kreator dan pelaku bisnis digital yang produktif. Pelatihan praktis penggunaan media sosial membekali peserta

dengan keterampilan teknis yang langsung dapat diterapkan untuk memasarkan produk kreatif, serta antusiasme tinggi dari peserta mencerminkan besarnya potensi generasi muda di Kota Batam dalam mengembangkan ekosistem wirausaha mandiri.

Daftar Pustaka

- Awza, A. N., dkk. (2024). Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku Usaha Muda dan Pelajar. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 112-120.
- Heryenzus, H., Situmorang, R., Simanjuntak, J. P., & Yopi, Y. (2026). Pelatihan manajemen usaha bagi pelaku usaha mikro Kota Batam. *Jupadai : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 78-83. <https://doi.org/10.64795/jupadai.v4i2.190>
- Kurniawan, D., & Pratama, R. (2025). Urgensi Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Teknologi di Tingkat Sekolah Menengah. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(1), 45-58.
- Purba, T., Tobing, L. C., Nainggolan, N. P., & Wangdra, R. (2026). Literasi keuangan pada UMKM SP Plaza, Batu Aji Kota Batam. *Jupadai : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 15-23. <https://doi.org/10.64795/jupadai.v5i1.206>
- Suryana. (2023). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2022). *Electronic Commerce 2021: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2020). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.