

Pelatihan *digital entrepreneurship* mewujudkan Generasi Z berjiwa wirausaha pada mahasiswa

¹Sulaeman, ²Zubaedy, ³Irwang

Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia

¹sulaemanalijentak@gmail.com ²muhzubaedyrahman@gmail.com

³irwang439@gmail.com

Abstract

The problem faced by Generation Z is that they still need to gain more knowledge and understanding in using digital applications to market a product, and their motivation to start a business is shallow. This community service aims to improve Generation Z's ability in digital entrepreneurship to build a strong entrepreneurial spirit and mental readiness to run digital-based businesses. The methodology used in this service is the Participatory Action Research (PAR) method, which is a method for building participation in identifying the problems faced by Islamic Religious Education Study Program Students, Tarbiyah Faculty, IAIN Bone, analyzing, planning solutions together, then organizing existing resources, and carrying out various change actions and evaluating and reflecting on the results of the performance that has been carried out. The results of the service in implementing the training activities that have been carried out are as follows: First, Generation Z has the skills and tips for starting a business with minimal capital, including reading about business opportunities and self-motivation in achieving success. Second, they can use Digital Platforms via Social Media such as (Instagram, TikTok, and Facebook, which can be connected to the Shopee Application) in marketing and making money by utilizing the application. Third, Generation Z understands that starting a digital business requires free time and focus on building a digital business to maximize the business.

Keywords: digital entrepreneurship; Generation Z; entrepreneurial spirit

Abstrak

Permasalahan yang dihadapi Generasi Z adalah masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman generasi Z dalam penggunaan aplikasi digital untuk memasarkan sebuah produk, serta motivasi dalam memulai usaha sangat rendah. Adapun tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan generasi Z dalam *digital entrepreneurship* guna membangun jiwa wirausaha yang kuat dan kesiapan mental dalam menjalankan usaha berbasis digital, Adapun Metodologi yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu metode *Participatory Action Riset* (PAR) yaitu metode untuk membangun partisipasi didalam mengidentifikasi masalah yang hadapi masalah yang hadapi oleh Mahasiswa Program studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah IAIN Bone, menganalisis, merencanakan pemecahan secara bersama, kemudian mengorganisir sumber daya yang ada, dan melakukan berbagai aksi perubahan dan melakukan evaluasi dan refleksi dari hasil kinerja yang telah dilakukan. Adapun Hasil pengabdian dalam pelaksanaan kegiatan Pelatihan yang telah dilaksanakan yaitu, *Pertama* Generasi Z telah memiliki kemampuan dan tips dalam memulai usaha dengan modal yang sangat terbatas, termasuk membaca peluang usaha dan motivasi diri dalam mencapai kesuksesan. *Kedua*, memiliki kemampuan menggunakan platform digital melalui Sosial Media seperti (Instagram, Tiktok, Facebook yang dapat dihubungkan dengan Aplikasi

Shopee) dalam memasarkan dan menghasilkan uang dengan memanfaatkan aplikasi tersebut. Ketiga, Generasi Z telah memiliki pemahaman yang baik bahwa dalam memulai usaha dan bisnis digital memang membutuhkan waktu luang dan fokus didalam membangun usaha dan bisnis digital sehingga usaha dan bisnis yang dijalani dapat lebih maksimal.

Kata Kunci: *digital entrepreneurship*; Generasi Z; jiwa kewirausahaan

Article Info:

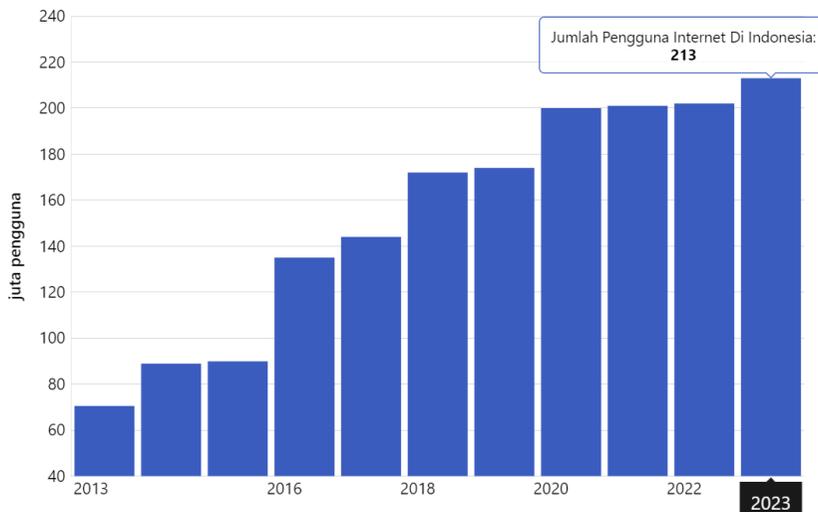
<https://doi.org/10.19105/pjce.v5i2.11023>

Received 17 November 2023; **Received in revised form** 30 December 2023; **Accepted** 31 December 2023

2684-9615/ ©2023 [Perdikan: Journal of Community Engagement](#). This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini sangatlah pesat sehingga kita dipaksa harus dapat mengikuti perkembangannya. Salah satu sektor teknologi adalah dibidang pemasaran digital atau *digital marketing*. Memasuki tahun 2000an potensi internet sangat tinggi, hampir semua orang memanfaatkannya sebagai media sosialisasi dan pemasaran online. Hadirnya beberapa platform seperti OLX, Kaskus dan beberapa platform penjualan online lainnya membuat penggunaan platform online tumbuh sangat pesat terutama dalam satu dekade terakhir (Kurniawati, 2021). Menurut data terakhir, pada tahun 2023 data penggunaan internet mencapai 213 Juta Jiwa (Annur, 2023).



Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: <https://shorturl.asia/FEBkK>

Berdasarkan data tersebut diatas, penggunaan internet di Indonesia mencapai 213 Juta jiwa sehingga dengan data tersebut potensial untuk dimanfaatkan untuk penjualan online. Data lain menyebutkan bahwa berdasarkan hasil survei disebutkan sebanyak 97,7% Generasi Z telah

mengakses internet dengan data tersebut menunjukkan bahwa kehadiran Generasi Z memberikan peran penting didalam penggunaan internet (Mahmudan, 2023). Disisi lain, bila dibandingkan dengan generasi lainnya Generasi Z memulai pencarian pekerjaan mereka jauh lebih awal (Grow & Yang, 2018).

Menurut bismalah (2021) dalam (Arta, Faizal, Asiyah, & Mashudi, 2023) mengatakan bahwa generasi Z berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z memiliki kesukaan dan keinginan yang unik. Hal ini dikarenakan mereka tumbuh di era dimana teknologi dan informasi mudah didapatkan, mereka sangat terampil dan terbiasa dengan perubahan yang cepat. Namun, mereka juga menghadapi tekanan dan tantangan tersendiri, termasuk kecemasan sosial, masalah perhatian, dan rendahnya kemandirian. Oleh karena itu, penting untuk menemukan cara efektif untuk membentuk generasi muda yang mampu menghadapi perubahan secara mandiri, kreatif dan adaptif.

Generasi Z merupakan generasi muda masa depan bangsa Indonesia tentu perlu dilatih dan ditingkatkan kemampuan didalam menggunakan teknologi yang setiap saat digunakan, agar nantinya dapat memberikan manfaat dan bisa mendatangkan penghasilan bagi dirinya atau orang lain (Gunawan & Hazwardy, 2020). Setiap generasi memiliki peluang yang sama terutama didalam memanfaatkan kemajuan teknologi apalagi generasi Z saat ini hidupnya tidak bisa lepas dari dunia internet dan kemajuan teknologi mereka tentu dapat belajar secara cepat namun dalam memanfaatkan teknologi yang dapat mendatangkan penghasilan tentu masih memerlukan adanya pelatihan untuk meningkatkan kemampuannya.

Disisi lain, dengan meningkatnya angka pengangguran saat ini, memaksa seseorang agar dapat lebih kreatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu upaya untuk mengurangi terjadinya pengangguran adalah dengan melakukan wirausaha. Namun, untuk mendorong seseorang untuk berwirausaha bukan perkara mudah, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: memiliki keraguan dalam memulai usaha, takut mengalami kerugian, bahkan yang paling sering ditemui adalah kurangnya motivasi didalam melakukan wirausaha (Hardiyanto, 2018). keraguan dalam memulai usaha, sulitnya membuka usaha dan rendahnya minat dalam *digital entrepreneurship* dialami juga oleh mahasiswa pada Program Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah IAIN Bone, yang pada tahun 2023 ini termasuk dalam kelompok generasi Z. dengan kondisi tersebut tentu dibutuhkan keterlibatan pihak kampus terutama dosen dalam memberikan penguatan dan pengenalan tentang *digital entrepreneurship* agar dapat meningkatkan kemampuannya tentang *digital entrepreneurship* dan dapat meningkatkan minat dan motivasinya untuk membuka atau mengembangkan usahanya.

Digital Entrepreneurship merupakan kegiatan kewirausahaan dengan memanfaatkan teknologi digital yang menghasilkan suatu model bisnis baru yang lebih produktif dan berdaya saing global (Giones & Brem, 2017). Saat ini, paradigma sebagian besar masyarakat Indonesia bahwa *digital*

entrepreneurship lebih banyak berorientasi terhadap pemasaran digital (digital marketing), padahal tidak hanya sebatas itu, *digital entrepreneurship* mencakup beberapa hal penting lainnya seperti: menemukan pelanggan, merancang dan menawarkan produk melalui Platform Digital, menemukan peluang baru untuk berkolaborasi dan mitra usaha, mempelajari pasar untuk mengembangkan usaha dan membangun keunggulan bersaing, perluasan jaringan pemasaran dan distribusi, serta pengajuan permodalan serta pembayaran secara digital (Arianto, 2021). Perubahan perilaku konsumen memaksa sebagian besar sektor untuk beradaptasi dengan melakukan transformasi. digital dalam mengelola bisnisnya (Mavilinda, Nazaruddin, Nofiawaty, & Siregar, 2021)

Berdasarkan hasil survei melalui pengisian Google Form sebanyak 87 mahasiswa mengisi google form tersebut, Google Form berisi beberapa pertanyaan yaitu apakah saudara telah memiliki pengalaman dalam bisnis digital. Dari 87 mahasiswa yang mengisi google form sebanyak 68 mahasiswa menjawab tidak memiliki pengalaman dan hanya 19 mahasiswa yang menjawab memiliki pengalaman dalam bisnis digital. Selanjutnya pertanyaan lainnya apakah saudara pernah mengikuti pelatihan digital entrepreneurship, jawabannya adalah 84 mahasiswa menjawab tidak pernah dan 3 mahasiswa menjawab pernah.

Dari gambaran hasil survei tersebut diatas maka dianggap penting melakukan pengabdian dan juga pendampingan sebagai Upaya memberikan penguatan dan pengetahuan Digital entrepreneurship mewujudkan generasi Z berjiwa wirausaha Mahasiswa pada Prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah IAIN Bone.

2. Metode

Pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Action Riset* (PAR). Metode ini cocok diterapkan guna membangun partisipasi mahasiswa dalam mengidentifikasi masalah yang mereka hadapi, menganalisis, merencanakan pemecahan secara bersama, kemudian mengorganisir sumber daya yang ada, dan melakukan berbagai aksi perubahan dan melakukan evaluasi dan refleksi dari hasil kinerja mereka, sehingga tercipta suatu kondisi dimana mahasiswa memiliki pengetahuan dan pemahaman dalam *digital entrepreneurship* dan memiliki jiwa wirausaha yang sangat baik. Sebanyak 87 mahasiswa yang mengisi survei yang tersebar di semester 3, semester 5 dan semester 7 Prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah IAIN Bone maka dipilihlah 35 mahasiswa untuk mengikuti kegiatan persiapan, pelaksanaan sampai pada evaluasi pelatihan.

Dalam menyusun strategi pemecahan masalah pada pendekatan *Participatory Action Riset* (PAR) maka dibuatkan hirarki analisis masalah dan hirarki analisis tujuan seperti yang digambarkan pada bagan 1 dan 2. Selanjutnya strategi yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Analisa Masalah, Harapan dan Strategi Mencapai Harapan

No	Masalah yang terjadi	Harapan yang diinginkan	Strategi mencapai Harapan
1	Rendahnya pengetahuan dan kompetensi generasi Z dalam menggunakan aplikasi dalam memasarkan produk berbasis digital	Generasi Z memiliki pengetahuan dan kompetensi dalam menggunakan aplikasi berbasis <i>digital entrepreneurship</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memfasilitasi kegiatan sosialisasi pelatihan <i>digital entrepreneurship</i> 2. Pelatihan <i>digital entrepreneurship</i> untuk generasi Z
2	Rendahnya motivasi generasi muda dalam memulai usaha	Generasi Z memiliki jiwa usaha yang baik guna mempersiapkan masa depan yang lebih baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memfasilitasi Sosialisasi Pelatihan dalam menumbuhkan kewirausahaan 2. Pelatihan Generasi Z dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan
3	Generasi muda kesulitan mendapatkan pekerjaan	Generasi Z memiliki opsi pekerjaan yang berbasis digital	Pelatihan pengenalan beberapa usaha yang berbasis digital

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Persiapan Awal Pengabdian

Persiapan pengabdian dimulai dengan melaksanakan persiapan dan sosialisasi yang dilaksanakan pada Selasa 22, Agustus 2023 bersama dengan Tim dalam rangka untuk menyampaikan rencana pelatihan yang melibatkan mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam. Tema Pengabdian juga dibahas dengan mendengar masukan dari tim dan peserta yang hadir. Masukan dapat berupa pilihan materi yang akan disajikan pada saat pelatihan. Dibahas pula pemateri pemateri yang akan dihadirkan yang memiliki kompetensi sesuai kebutuhan materi pelatihan. Partisipasi peserta dalam pelatihan juga ditekankan karena kesuksesan pelatihan tergantung dari partisipasi dan komitmen peserta dalam pelatihan nantinya. Penentuan peserta yang akan mengikuti pelatihan ditentukan berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh Tim pengabdian dengan hasil survei sebanyak 83 orang yang mengisi melalui *google Form* maka dipilihlah sebanyak 35 orang calon peserta pelatihan dengan kriteria mengutamakan calon peserta belum pernah mengikuti pelatihan digital entrepreneurship dan belum memiliki usaha.



Gambar 2. Persiapan awal pengabdian Bersama Tim dan Mahasiswa

Hasil yang dicapai dalam persiapan ini adalah penentuan agenda berupa (1) Rencana pelaksanaan pelatihan dengan beberapa opsi tempat pelaksanaan pelatihan dan menunjuk anggota Tim untuk memastikan tempat pelaksanaan pelatihan; (2) Tema kegiatan telah disosialisasikan kepada Tim dan peserta persiapan pelatihan termasuk materi materi yang akan disajikan pada saat pelatihan; (3) Pembagian tugas Tim Pengabdian untuk komunikasi dengan pemateri mengenai jadwal pelaksanaan pelatihan dan kesiapan pemateri; (4) Menyepakati kriteria calon peserta berdasarkan hasil survei melalui *Google Form* sebanyak 35 orang peserta pelatihan.

Untuk menindaklanjuti kegiatan persiapan awal pengabdian, tanggal 25 September 2023 dilaksanakanlah rapat pemantapan pelatihan bersama tim dan membahas hal-hal teknis mengenai pelaksanaan pelatihan.

3.2 Pelaksanaan Pelatihan Digital Entrepreneurship mewujudkan generasi Z berjiwa wirausaha

Pelatihan *digital entrepreneurship* mewujudkan generasi Z berjiwa wirausaha dilaksanakan pada Sabtu, 14 Oktober 2023. Tim Pengabdian terdiri dari 2 orang dosen dan 1 orang mahasiswa dengan jumlah peserta sebanyak 35 orang yang terdiri dari mahasiswa semester 3, 5, dan 7.

Pelatihan ini dimulai dengan sambutan ketua tim pengabdian, Bapak Sulaeman. Dalam sambutannya dijelaskan bahwa kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai *digital entrepreneurship* berjiwa wirausaha, peserta yang mengikuti pelatihan dipilih berdasarkan hasil survei dengan mengisi *Google Form* yang dibagikan sampai terpilih sebanyak 35 orang peserta untuk mengikuti pelatihan ini, peserta yang hadir dalam pelatihan ini diharapkan dapat mengikuti materi hingga selesai dan silahkan manfaatkan pelatihan ini untuk menggali dan mempertanyakan hal hal yang berkaitan *digital entrepreneurship* karena pemateri yang dihadirkan bukan saja memiliki pengetahuan teori yang sangat baik dalam berbisnis tetapi juga praktisi yang

selama ini bergelut dalam dunia bisnis konvensional dan bisnis digital, sehingga momentum kali ini dimanfaatkan dengan sebaik baiknya yang nantinya dapat menjadi bekal bagi peserta untuk memulai usaha terutama usaha yang berbasis digital.



Gambar 3. Sambutan Ketua Tim Pengabdian kepada Masyarakat

Pelatihan dimulai dengan pemaparan **Materi pertama** yang disampaikan oleh Ibu Hj. Farida Hanafing dengan Materi “Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mahasiswa”. Pada materi ini dijelaskan tentang gambaran umum tentang kewirausahaan; Pentingnya memiliki jiwa kewirausahaan dalam era yang serba dinamis dan kompetitif; Pandai melihat peluang dengan memanfaatkan kesempatan untuk memulai usaha. Selanjutnya dijelaskan juga mengenai strategi mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi mahasiswa dengan mengikuti kegiatan kewirausahaan seperti *workshop*, seminar dan juga *mentoring* karena apapun itu kita membutuhkan orang lain untuk memberikan masukan dan juga bimbingan dari mereka yang telah sukses dan memiliki banyak pengalaman. Tidak kalah penting juga adalah membangun kerjasama dengan pihak perusahaan dan bila perlu bergabung dengan komunitas pengusaha, karena dari situlah kita akan banyak belajar. Kita juga akan banyak mendengar *sharing* kesuksesan, yang nanti akan bermanfaat atau bahkan dapat memberikan jalan dalam mengembangkan usaha yang digeluti. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan kemampuan dan potensi yang kalian miliki jika ingin memulai usaha.



Gambar 4. Narasumber memberikan Materi

Selanjutnya Pemateri berbagi cerita sukses mahasiswa IAIN Bone yang telah sukses memulai usaha, bahkan telah memiliki beberapa tempat usaha di Kota Bone. Beliau telah terbukti sukses dengan usahanya tersebut. Hal ini dapat dijadikan inspirasi bahwa dia adalah mahasiswa yang telah berhasil membangun usahanya dari Nol tetapi dengan daya juang yang dimilikinya akhirnya sekarang dia menjadi pengusaha muda dan telah memiliki beberapa cabang usaha. Pemateri tersebut berbicara tentang kesuksesan setiap peserta yang ada disini. Pemateri memaparkan bahwa memiliki semua potensi dan peluang untuk sukses. Selanjutnya pemateri meminta peserta untuk menyampaikan pengalaman didalam memulai usaha salah satu peserta yang hadir atas nama Khesty Awindia telah memulai usaha 1 tahun 3 bulan dengan bidang usaha yang digelutinya adalah Buket wisuda, “Saya saat ini memiliki usaha buket untuk acara wisuda, dengan beberapa varian ada buket bunga, ada juga buket berhias uang dan makanan, saat ini usaha saya tersebut dipasarkan melalui sosial media IG namun masih kategori usaha kecil-kecilan.” Setelah itu pemateri memberikan respon dan memberikan tips dan trik agar usaha yang ada dapat lebih berkembang.



Gambar 5. Narasumber berbagi pengalaman dan cerita sukses dan meminta peserta untuk berbagi pengalaman usaha

Selain itu, pemateri juga menyampaikan beberapa contoh usaha yang dapat digeluti dan dikembangkan oleh mahasiswa Prodi PAI antara lain: (1) Usaha Penjualan Buku Agama, (2) Usaha Jasa Konsultasi Agama (berupa bimbingan belajar agama Islam, bimbingan mengaji), (3) Usaha Catering Makanan Halal, (4) Usaha Pembuatan Benda Kesenian Islami. Selain itu, dalam pemaparannya, pemateri menyebutkan bahwa memulai usaha memang membutuhkan waktu dan fokus dalam berwirausaha dan berbisnis. Lebih lanjut, beliau memaparkan bahwa dengan status mahasiswa maka dibutuhkan kemampuan didalam mengatur waktu antara usaha dan mengikuti perkuliahan. Jadi meskipun belum maksimal, mahasiswa tetap akan mendapatkan pengalaman dan itu akan menjadi modal berharga.

Selanjutnya sesi terakhir sebelum materi ditutup dibuka sesi tanya jawab salah satu peserta yang bertanya atas nama Arvina Windah Riskianti "saya saat ini mahasiswa semester Tujuh dan saat ini telah menjalani kegiatan privat baca tulis alquran dari rumah ke rumah apakah ada tips dari ibu mengenai keberlanjutan kegiatan ini agar dapat berkelanjutan dan orang tua dapat memberikan kepercayaan kepada saya untuk mengajari anaknya." Dari pertanyaan tersebut pemateri memberikan tips yaitu jalankan pembelajaran dengan maksimal yang disertai dengan hati yang Ikhlas bahkan bila perlu berikan suguhan tambahan materi kepada anak tersebut yang bukan hanya membaca dan menulis alquran tetapi juga diajari materi lain. Misalnya perkenalan diri dan lainnya sehingga dengan begitu orang tua akan mengetahui perkembangan sang anak setelah mendapatkan privat. Dengan cara seperti itu, orang tua anak tersebut akan melakukan promosi kepada tetangga dan temannya bahwa anak saya setelah ikut privat membaca dan menulis alquran dan luar biasa perubahan yang terjadi. sehingga dengan begitu kita sebagai penjual jasa akan semakin laku dan semakin dibutuhkan.



Gambar 6. Sesi Tanya Jawab dengan Peserta

Setelah sesi tanya jawab dilakukan materi ditutup oleh Pemateri dengan harapan bahwa Pentingnya mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi mahasiswa terutama mahasiswa Prodi PAI Fakultas Tarbiyah IAIN Bone sebagai salah satu opsi yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Materi kedua disampaikan oleh Abdul Qadhir dengan materi “Penggunaan Platform *Digital Entrepreneurship*.” Pemateri menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang dapat dilakukan jika ingin mendapatkan penghasilan melalui *Digital Marketing* yaitu: (1) *Dropshipper* Produk, (2) *Reseller* Produk, (3) *Affiliate Marketing*. Lebih lanjut, pemateri juga menekankan bahwa kunci utama keberhasilan dari ketiga *Digital marketing* tersebut adalah dengan memiliki *Traffic* atau biasa disebut dengan pengunjung atau calon pembeli. Disisi lain disebutkan *Traffic* ialah jumlah orang yang mengunjungi sebuah website, halaman yang mereka lihat, dan durasi saat melihat atau membaca halaman-halaman tersebut (Fathul Qasthari Abdullah, Abdul Rahman Kadir, 2023).

Selanjutnya pemateri menjelaskan bahwa untuk mendatangkan *traffic* maka hal yang perlu diperhatikan adalah menentukan target *Traffic* apa yang mau digarap atau apa yang mau dijual, sehingga nantinya akan ditentukan Jenis kelamin yang akan dijadikan target dan juga Umur calon pengunjung. Setelah itu baru kemudian mencari produk yang sesuai dengan target *Traffic* yang mau didatangkan. Setelah produk didapatkan, maka diramulah menjadi sebuah konten marketing atau konten iklan yang menarik dan unik. Pemateri kemudian memberikan contoh membuat konten yang menarik dan unik agar pengunjung menjadi penasaran dan tidak melakukan *skip* konten yang dibuat. Setelah memiliki konten maka upload konten tersebut secara rutin dibebberapa *platform* atau media sosial yang dimiliki dan perhatikan jam tayang yang sudah ditentukan sebelumnya.



Gambar 7. Narasumber Memberikan Materi

Selanjutnya pemateri juga menjelaskan strategi pemasaran digital dengan memberikan teknik layanan secara online, membuat konten menarik dan juga melakukan interaksi dengan pelanggan dengan memanfaatkan beberapa media sosial seperti Facebook, Instagram dan juga Tiktok. Pemateri melanjutkan materinya dengan menjelaskan bagaimana proses yang dilalui oleh pemateri sampai kemudian mendapatkan gaji/penghasilan bulanan bahkan mingguan, salah satu platform yang digunakan adalah aplikasi Shopee, untuk bisa mendapatkan penghasilan dari Shopee bisa dengan cara menjadi *Shopee Affiliate* program. Caranya cukup gampang, yakni dengan mengisi beberapa data pada menu profil. Selanjutnya, peserta tinggal

menghubungkan Aplikasi *Shopee* dengan Sosial media yang dimiliki oleh pengguna seperti (Facebook, Instagram dan juga Tiktok). Setelah terdaftar, tugas selanjutnya adalah membuat konten menarik yang dapat mendatangkan banyak pengunjung dan dan membagi link produk yang ada di *Shopee* dengan memasukkan konten berupa Video dan link melalui media sosial yang telah didaftarkan melalui *Shopee Affiliate* tersebut.

Selanjutnya dilakukan sesi tanya jawab antara narasumber dan peserta pelatihan, setelah itu dicontohkan cara mendaftarkan akun melalui *Shopee Affiliate* program. Tampak, beberapa peserta telah memahami dan mengetahui cara mendaftarkan akun dan cara kerja aplikasi *Shopee* agar mendapatkan penghasilan atau komisi dari aplikasi *Shopee*.

3.3 Evaluasi Pelatihan

Adapun hasil evaluasi berdasarkan survei, diketahui bahwa dari 35 peserta yang mengikuti pelatihan, ditemukan beberapa indikator yang menunjukkan adanya kemajuan. Hasilnya dideskripsikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Evaluasi Hasil Pelatihan

No	Kriteria Evaluasi	Deskripsi	Indikator kemajuan
1.	Pemahaman dan pengetahuan tentang <i>digital entrepreneurship</i>	Sebanyak 35 peserta yang mengikuti pelatihan belum memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang <i>digital entrepreneurship</i> .	Dari 35 peserta yang mengikuti pelatihan telah memahami <i>digital entrepreneurship</i> .
2.	Strategi Pemasaran Digital	Efektifitas dalam memasarkan produk/layanan secara online dan berinteraksi dengan pelanggan.	35 peserta telah memahami bahwa media sosial (Facebook, Instagram dan Tiktok) dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan penghasilan dan melakukan interaksi secara online.
3.	Terdaftar dalam <i>Affiliate</i> setelah pelatihan	Sebanyak 35 orang telah mengikuti pelatihan belum terdaftar dalam <i>Shopee Affiliate</i> .	sebanyak 18 mahasiswa telah terdaftar dalam <i>Shopee Affiliate</i> .

Berdasarkan table diatas, sebanyak 35 peserta yang sebelum mengikuti pelatihan *digital entrepreneurship* belum paham terhadap istilah *digital entrepreneurship* tersebut akhirnya dapat memahami dan mengetahui istilah tersebut dengan baik. Bahkan dari 35 peserta pelatihan tersebut telah memahami strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan sosial media seperti (Facebook, Instagram dan Tiktok) untuk mendapatkan penghasilan dan melakukan interaksi yang baik secara online. Selanjutnya sebanyak 18 peserta pelatihan telah berhasil mendaftarkan akun kedalam *Shopee Affiliate* dan dikoneksikan dengan sosial media yang dimilikinya.

Disisi lain pelatihan *digital entrepreneurship* ini ternyata dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan generasi Z. Dimana sebelum pelatihan belum memiliki pengetahuan bahkan tidak memiliki gambaran mengenai dunia usaha dan bisnis, tetapi setelah pelatihan ini mereka telah memiliki gambaran dan telah mendapatkan pengetahuan, dan juga tips dan trik berwirausaha. Selain itu, berdasarkan evaluasi melalui pengisian *Google Form* tentang keinginan untuk membuka usaha dan bisnis digital, jawaban tersebut dapat dilihat pada chart dibawah ini.



Gambar 8. Persentase peserta yang memiliki keinginan membuka usaha setelah pelatihan

Berdasarkan diagram diatas, dapat memberikan gambaran bahwa pelatihan *digital entrepreneurship* memberikan dampak yang signifikan kepada semua peserta. Semua peserta menyampaikan keinginannya untuk membuka usaha dan memulai bisnis digital dengan tetap mengatur hak yang dimiliki oleh peserta. Disisi lain, peserta juga sangat termotivasi dan terinspirasi dari beberapa cerita sukses yang disajikan dalam pelatihan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pelatihan *digital entrepreneurship* yang telah dilakukan, terdapat beberapa perubahan perilaku pada Generasi Z dalam pemanfaatan *digital entrepreneurship* untuk membangun jiwa kewirausahaan. *Pertama*, para mahasiswa yang notabene Generasi Z telah memiliki kemampuan dan tips dalam memulai usaha dengan modal yang sangat terbatas, termasuk membaca peluang usaha dan motivasi diri dalam mencapai kesuksesan. *Kedua*, peserta juga telah memiliki kemampuan menggunakan platform digital seperti sosial media (Instagram, Tiktok, Facebook) yang dihubungkan dengan aplikasi Shopee melalui *Shoppe affiliate* program dengan program *Affiliate* tersebut dapat memberikan penghasilan atau komisi dari setiap transaksi penjualan. *Ketiga*, peserta juga telah memiliki pemahaman bahwa dalam memulai usaha dan juga bisnis digital memang membutuhkan waktu yang cukup dan mesti fokus untuk membangun usaha dan bisnis digital, sehingga dibutuhkan kemampuan untuk mengatur waktu dengan baik agar aktivitas bisnis dan kegiatan lainnya dapat berjalan dan tidak saling mengganggu.

Referensi

- Abdillah, F. Q., Kadir, A. R., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Frekuensi Digital Marketing Terhadap Traffic Media Marketing Makanan dan Minuman di Kota Makassar. *Journal of Business Issues*, 2(1), 107–114.
- Annur, C. M. (2023, September 20). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Retrieved December 31, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Arta, A., Faizal, M. A., Asiyah, B. N., & Mashudi. (2023). The Role of Edupreneurship in Gen Z in Shaping Independent and Creative Young Generation. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis (M-JESB)*, 6(2), 231–241. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.5673>
- Bismala, L. (2021). The Role of Entrepreneurship Education in Improving Student Competency. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 10(1), 35–42. <https://doi.org/10.37715/jee.v10i1.1576>
- Giones, F., & Brem, A. (2017a). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51. <https://doi.org/10.22215/timreview1076>
- Grow, J. M., & Yang, S. (2018). Generation-Z Enters the Advertising Workplace: Expectations Through a Gendered Lens. *Journal of Advertising Education*, 22(1), 7–22. <https://doi.org/10.1177/1098048218768595>
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Hardiyanto, L. (2018). Motivasi Mahasiswa Menjadi Start Up Digital Entrepreneur: Technopreneurship. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 10(1), 1–15.
- Kurniawati, L. (2021). Strategi Digital Marketing dan Komunikasi Bisnis untuk Enterpreneur Pemula di Indonesia. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 7(3), 371–391. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i3.1291>
- Mahmudan, A. (2023, June 30). Survei: Kian Muda Generasi, Penetrasi Internet Makin Tinggi. Retrieved December 31, 2023, from <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-kian-muda-generasi-penetrasi-internet-makin-tinggi>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., & Siregar, L. D. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>