JURNAL ABDIMAS INDONESIA Vol. 5, No. 2, 2025
E-ISSN 2797-2887
Copyright © 2025 The Author(s)

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Pada Remaja di SMK Widya Wisata Sragen

Kristanti Kristianti[1], Noor Laila Ramadhani[2,] Ari Eko Budiyanto[3]

[1,2,3] Universitas Ngudi Waluyo, Ungaran, Indonesia

Penulis Korespondensi:
Kristanti Kristanti
kristanti@unw.ac.id

Abstrak:

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam bidang kewirausahaan. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp kini menjadi sarana potensial untuk memasarkan produk dan membangun merek pribadi. Namun, banyak remaja yang masih menggunakan media sosial sebatas hiburan tanpa menyadari peluang ekonomi yang tersedia di dalamnya. Tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarkat ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang konsep dasar kewirausahaan dan keterampilan penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Metode pelaksanaannya adalah dengan metode pelatihan. Hasil kegiatan ini adalah pemahaman tentang kewirausahaan digital dan keterampilan dalam membuat konten pemasaran. Melalui kegiatan pelatihan ini, diharapkan remaja dapat memahami cara memanfaatkan media sosial secara produktif, membangun semangat kewirausahaan sejak dini, serta mampu mengembangkan ide bisnis dan memasarkannya secara efektif di platform digital.

Kata Kunci: *teknologi, digital, remaja.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi terjadi begitu pesat dan saat ini telah memasuki era 4.0. Era yang memaksa hampir semua lini kehidupan dilaksanakan secara *online* dengan memanfaatkan internet. Internet sebagai media pertukaran dan pencarian informasi yang sangat popular dan digemari oleh masyarakat, terutama adalah generasi milenial (Cania, N., & Heryani 2020). Perubahan yang signifikan tersebut mengakibatkan internet menjadi salah satu kebutuhan utama sehari-hari. Indonesia merupakan salah satu negara terpadat di dunia, pertumbuhan pengguna internet juga menjadi semakin penting. Datareportal memberikan informasi terkini mengenai jumlah dari pengguna internet di Indonesia yang tumbuh signifikan, dan diperkirakan mencapai 215 juta pengguna internet pada tahun 2023, dalam laporan "Digital 2023 Indonesia". Menurut studi pengguna internet Indonesia hasil survei We Are Social Hootsuite yang diterbitkan pada Januari 2023 menunjukkan bahwa di Indonesia jumlah pengguna internet telah mencapai 212 juta atau 77 persen dari total penduduk Indonesia. Selain itu, hasil data riset Hootsuite We are Social menunjukkan ada 167 juta penduduk Indonesia yang aktif sebagai pengguna media sosial atau 60,4% (Wijaya 2022). Di Indonesia dengan prosentase pengguna media sosial yang

begitu tinggi,namun banyak penduduk Indonesia yang memanfaatan media sosial hanya sekedar untuk saling bertukar informasi dengan teman atau saudara, sekedar pengisi di waktu luang bahkan ada yang memanfaatkan media social hanya sekedar untuk mengetahui apa yang sedang dibicarakan orang lain atau sedang menjadi trending topik. Sekian banyaknya pengguna media sosial ada juga yang menggunakan media sosial untuk mencari barang yang ingin mereka beli, oleh karena itu hal tersebut dapat dijadikan peluang untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan barang ataupun produk yang kita miliki (Ardella 2021). Memanfaatkan media sosial diharapkan barang atau produk yang ditawarkan akan mempunyai nilai lebih pada saat dittampilkan pada akun media sosial yang digunakan oleh pengikutnya. Sehingga akun media sosial dengan followers yang banyak memiliki peluang yang lebih banyak untuk menarik konsumen membeli barang atau produk yang mereka promosikan di media sosial (Yudi 2022). Semakin berjalanya waktu para wirausaha menyadari bahwa media sosial menjadi salah satu sarana yang dapat memaksimalkan pemanfaatanya untuk membantu memasarkan produk-produknya dan dapat juga dimanfaatkan untuk menemukan peluang bisnis baru melalui media sosial tersebut.

(Muhammad 2020) menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan mengumpulkan dan meberdayakan segala sesuatu yang dimiliki. Dalam beriwausaha, hendaknya terlebih dahulu mempunyai minat berwirausaha, karena dengan memiliki minat, seseorang dapat melakukan sesuatu hal secara maksimal. Dengan adanya minat pada diri seseorang, maka orang tersebut akan melakukan perencanaan yang optimal usaha yang akan dia mulai dari awal pembukaan usaha sampai pada masa yang akan datang (Daryanto 2020). Pada saat akan memulai sebuah usaha sesorang perlu mulai merubah cara berpikir didalam menjalankan usaha yang akan dijalankan, yaitu dengan cara memanfaatkan peluang dan memanfaatkan teknologi untuk menjalankan usahanya (Yudi 2022).

Pelatihan Pengabdian Masyarakat mengangkat judul pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan pada remaja merupakan inisiatif penting dalam menghadapi tantangan ekonomi digital saat ini. Berbagai program pelatihan telah dilaksanakan di berbagai daerah di Indonesia untuk membekali remaja dengan keterampilan dan mindset kewirausahaan melalui pemanfaatan platform digital. Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan remaja. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk berinteraksi sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, belajar, dan bahkan berwirausaha (Hendro 2021). Namun, meskipun potensi besar media sosial sebagai alat kewirausahaan, banyak remaja yang belum sepenuhnya memanfaatkannya secara optimal. Kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital dan keterampilan dalam mengelola platform media sosial menjadi hambatan utama dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan mereka. Pelatihan Pengabdian Masyarakat bertujuan untuk 1) Meningkatkan Pemahaman tentang Kewirausahaan Digital: Memberikan wawasan kepada remaja tentang konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk memulai dan mengembangkan usaha, 2) Mengembangkan Keterampilan Digital: Melatih remaja dalam penggunaan platform media sosial untuk pemasaran produk, termasuk pembuatan konten yang menarik dan strategi pemasaran yang efektif, 3) Membangun Mindset Kewirausahaan: Menumbuhkan sikap proaktif, kreatif, dan berani mengambil risiko dalam berwirausaha melalui pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan PKM diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut: 1) Peningkatan Literasi Digital: Remaja akan

Copyright © 2025 The Author(s)

memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif, 2) Peningkatan Minat Berwirausaha: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kewirausahaan digital, remaja akan lebih termotivasi untuk memulai usaha mereka sendiri, 3) Pengembangan Ekonomi Kreatif: Remaja yang memiliki usaha dapat berkontribusi pada perekonomian lokal melalui produk dan layanan yang mereka tawarkan (Nasution 2022).

Berdasarkan observasi awal siswa di SMK tempat pengabdian, mereka merupakan pengguna aktif berbagai media sosial. Berdasarkan temuan tersebut, kami menemukan bahwa minat berwirausaha pada siswa masih rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurang percaya diri, belum memiliki modal, kurangnya kreatifitas, dan kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan. Oleh karena itu, peneliti memandang dari beberapa penelitian terdahulu adalah fokus pada pemanfaatan media sosial untuk berpromosi. Kami mencoba mengambil sudut pandang yang berbeda yaitu pengelolaan dan pemanfaatan sosial media untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang digunakan pada pengabdian masyarakat yaitu (Sugiyono 2020) metode pelatihan. Pelatihan ini dilakukan melalui tahap-tahapan berikut: 1) Sosialisasi, 2) workshop, 3) pendampingan dan evaluasi. Peserta pelatihan ini berjumlah 10 orang. Subyek penelitian ini berjumlah 10 siswa kelas XI dan XII. Subyek penelitian ini adalah media sosial siswa berupa Instagram, Whatsap, dan Tiktok. Item ini dipilih karena siswa banyak yang memanfaatkan media sosial tersebut. Guru dan siswa SMK Widya Wisata Sragen menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk yang dihasilkan siswa. Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan pada pengabdian ini dengan teknik wawancara. Sebelum melakukan wawancara, kami melakukan observasi terhadap subjek penelitian. Tim kami melakukan observasi pada akun media sosial siswa yang akan digunakan sebagai bahan diskusi dalam wawancara siswa sebagai narasumber. Wawancara yang dilakukan dengan tanya jawab, yaitu terjadi percakapan diantara peneliti dengan objek yang diteliti (narasumber). Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini adalah siswa yang sudah memanfaatan media sosial untuk pengembangan potensi jiwa kewirausahaan. Wawancara dilakukan dan kemudian didokumentasikan baik melalui catatan, di rekam maupun gambar. Penulis mendokumentasikan berupa foto dan video produk kewirausahaan yang diunggah ke akun media sosial .

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan PKM yang telah dilaksanakan yaitu 1) Meningkatnya pemahaman remaja mengenai kewirausahaan berbasis digital, 2) Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang kewirausahaan digital dan keterampilan dalam membuat konten pemasaran, 3) Peningkatan Minat Berwirausaha Remaja menjadi lebih termotivasi untuk memulai usaha mereka sendiri dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran, 4) Peningkatan Kemandirian Ekonomi Peserta mampu menghasilkan pendapatan tambahan melalui usaha yang mereka jalankan dengan memanfaatkan media sosial. Indikator Keberhasilan dari pelatihan PKM adalah: jumlah peserta yang mengikuti pelatihan hingga selesai, persentase peserta yang memulai usaha atau mengelola akun bisnis, umpan balik positif dari peserta terhadap materi dan metode pelatihan.

Observasi dilakukan di SMK Widya Wisata Sragen yang memiliki beberapa jurusan. Sekolah ini memiliki potensi besar dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa, namun belum dimaksimalkan terutama dalam hal pemasaran digital. Dari hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 27 Mei 2025, ditemukan beberapa hal:

- Sebagian siswa sudah memiliki produk hasil karya seperti pakaian, makanan ringan, atau jasa desain, namun belum dipasarkan secara luas.
- Penggunaan media sosial oleh siswa masih sebatas untuk hiburan (TikTok, Instagram), belum dimanfaatkan sebagai sarana bisnis.
- Sekolah belum memiliki program khusus yang mengintegrasikan pemasaran digital ke dalam kegiatan kewirausahaan siswa.
- Guru produktif sudah mengarahkan siswa membuat produk, tetapi tidak dibarengi dengan pelatihan promosi secara online.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap berberapa siswa dan guru pembimbing kewirausahaan, dan Wakil Kepala Sekolah bidang Kurikulum.

a. Wawancara dengan Andini (Siswa Kelas XI)

"Saya pernah bikin tote bag dan dijual ke teman-teman saja. Saya posting di Instagram, tapi nggak tahu caranya bikin postingan yang menarik atau pakai hashtag yang tepat."

b. Wawancara dengan Pak Joko

"Siswa kita sebenarnya kreatif. Banyak yang sudah punya produk, tapi kurang paham cara menjual secara digital. Kalau ada pelatihan media sosial, itu sangat membantu."

c. Wawancara dengan Ibu Sulastri

"Kami sangat terbuka dengan kegiatan pelatihan seperti ini. Apalagi sekarang kurikulum merdeka juga mendukung penguatan profil pelajar Pancasila, termasuk jiwa kewirausahaan."

Hasil analisis dan tindak lanjut dari observasi dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa siswa sudah memiliki potensi kewirausahaan, namun belum dibarengi dengan kemampuan promosi digital. Pelatihan media sosial menjadi kebutuhan mendesak untuk :

- Mengajarkan teknik dasar promosi produk di Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business.
- Membuat konten menarik dan profesional menggunakan alat sederhana seperti Canva.
- Meningkatkan pemahaman tentang branding, caption, hashtag, dan konsistensi konten.
- Mengintegrasikan pelatihan ini ke dalam program sekolah atau ekstrakurikuler.

Sebagai tindak lanjut, tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan selama 2 hari yang mencakup materi teori dan praktik langsung. Hasilnya, siswa mampu membuat akun bisnis, memposting produk secara profesional, dan mulai memahami pentingnya identitas merek.

Copyright © 2025 The Author(s)




Foto 1 dan 2. Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial

Peran media sosial berfungsi sebagai platform yang efektif dan efisien untuk memasarkan produk, terutama bagi remaja yang memiliki keterbatasan modal. Melalui kreativitas, remaja dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun citra diri dan menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan data hasil lapangan yang dikumpulkan melalui wawancara terkait dengan pemanfaatan media sosial untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Ditemukan bahwa hampir semua siswa SMK sudah memiliki media sosial, dan bahkan beberapa siswa sudah memiliki akun media sosial khusus yang digunakan untuk memasarkan produk yang mereka miliki. Hal itu dapat membuktikan bahwa minat dan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK sudah mulai tumbuh, hanya saja masih banyak siswa yang belum tahu bagaimana memulai sebuah usaha baru. Beberapa siswa menyampaikan bahwa mereka memiliki keinginan yang besar untuk berwirausaha, hanya saja masih banyak yang tidak berani memulai usaha mereka dengan beberapa alasan seperti tidak memiliki modal, takut tidak laku, tidak tahu cara mempromosikan dan memasarkan dan kurangnya pengetahuan tentang bagaimana berwirausaha.

Potensi media sosial yang sangat diminati oleh masyarakat kususnya adalah para generasi muda, hal ini ditangkap menjadi sebuah peluang yang sangat bagus oleh para siswa untuk memanfaatkan sosial media dalam memulai usaha mereka. Langkah awal memulai sebuah usaha melalui media sosial tentunya dengan mengenali dan memastikan target pasar dengan baik. Oleh karena itu media sosial dapat dioptimalkan pemanfaatanya untuk membantu usaha yang sedang dijalankan dalam hal: 1) Meningkatkan citra baik produk, sebuah produk yang diunggah di media sosial, apalagi oleh akun yang diikuti oleh banyak orang akan semakin dikenal keberadaanya, 2) Mempelajari strategi kompetitor, dengan aktif di media sosial kita bisa mengetahui, strategi apa yang dijalankan oleh competitor, 3) Menciptakan konten yang menarik, dengan dibuatnya konten yang menarik konsumen akan tertarik dan kemudian tergerak untuk membeli, 4) Menjadwalkan waktu penting, dalam sosial media juga dapat mengatur waktu yang pas untuk mengenalkan produk atau memposting produk dengan melihat kapan orang-orang aktif di media sosial.

Simpulan

Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan pada remaja merupakan langkah strategis dalam membekali generasi muda dengan

keterampilan yang relevan di era digital. Melalui pelatihan ini, diharapkan remaja dapat mengembangkan potensi kewirausahaan mereka dan berkontribusi positif terhadap perekonomian digital Indonesia. Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan, pengolahan, interpretasi data, peneliti menyimpulkan bahwa minat wirausahan siswa masih perlu ditingkatkan dan dilatih. Hal itu disebabkan oleh siswa yang merasa kurang percaya diri, kurang kreatifitasnya, belum memiliki modal, tidak berani untuk mengambil resiko kerugian dari sebuah usaha, serta kurangya pengetahuan tentang berwirausaha. Namun hal ini dapat dibantu dengan memanfaatkan sosial media yang dimiliki oleh para siswa. Apabila siswa memiliki akun media sosial yang sudah diikuti oleh banyak followers maka kemungkinan besar, produk yang ditawarkan atau dijual akan semakin banyak yang peminat dan pemembelinya. Sehingga kami dapat menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat baik dalam meningkatkan minat berwirausaha

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dan penyusunan artikel ini. Terima kasih kepada pihak Universitas, khususnya Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM), SMK Widya Wisata Sragen, dan pihak yang berpartisipasi atas arahan dan fasilitas yang telah diberikan selama kegiatan berlangsung. Tidak lupa, kami juga berterima kasih kepada rekan-rekan sesama peserta pengabdian masyarakat yang telah bekerja sama dengan penuh semangat dan dedikasi. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat dan menjadi pengalaman berharga bagi kami.

Referensi

Ardella. 2021. “Pemanfaatan Media Sosial Oleh Senyum Community Sebagai Persuasi Cyber SocialEnterprise.” *Jurnal UMS* 2..

Cania, N., & Heryani, R. D. 2020. “Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan MinatBerwirausaha Peserta Didik Di Smk Plus Pelita Nusantara.” *Research and Development Journal of Education* 1.

Daryanto. 2020. *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gava Media.

Hendro. 2021. *Dasar-Dasar Kewirausahaan : Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Muhammad, Anwar. 2020. *Pengantar Kewirausahaan Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.

Nasution. 2022. *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta Suryana.

Wijaya, Andrie. 2022. “Dampak PembelajaranKewirausahaan, Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Trunojoyo Jember. Perspektif Pendidikan Dan Keguruan.” *Perspektif* 3 (2).

Yudi, Siswadi. 2022. “Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha.” *Jurnal Manajemen & Bisnis* 13.