

MENJADI SMART DIGITALPRENEUR UNTUK GENERASI MILLENIAL PADA SISWA SMA DI MAKASSAR

Rezty Amalia Aras¹, Aulia Rahmawati^{2*}, Yogi Hady Afrizal³, Muhammad Fachrul Salam⁴, Kiki Resky Ramdhani Sucipto⁵, Syamsul Rijal⁶, Juhri⁷

Institut Teknologi dan Bisnis Kalla^{1,2,3,4,5,6,7}
*auliarahmawati@kallabs.ac.id

Abstrak

Di era digital yang terus berkembang, menjadi seorang digitalpreneur adalah tantangan menarik dan menjanjikan, terutama bagi generasi milenial. Siswa SMA yang memiliki keterampilan teknologi, kreativitas, dan semangat kewirausahaan, memiliki potensi besar untuk meraih kesuksesan dalam dunia bisnis digital. Kegiatan seminar "Smart Digitalpreneur untuk Generasi Z" bertujuan memberikan wawasan dan simulasi kepada siswa di Makassar. Melalui kegiatan ini, kami mencoba untuk menunjukkan pentingnya kreativitas dan pemahaman pasar dalam bisnis digital. Kegiatan ini juga mencoba untuk membuka pikiran peserta seminar melalui materi-materi yang disampaikan tentang bagaimana menyiapkan diri menjadi digitalpreneur yang cerdas dan inovatif, dengan hasil yang menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Pelaksanaan PKM ini telah diikuti oleh 24 siswa dan mahasiswa dari sekolah dan perguruan tinggi di Makassar. Seminar dilakukan secara luring di Auditorium Institut Teknologi dan Bisnis Kalla. Hasil survei pasca-kegiatan menunjukkan ketertarikan peserta pada kegiatan seminar ini.

Kata Kunci: Digitalpreneur, Konten, Media Sosial.

Abstract

In this digital era that still growing, becoming a digitalpreneur is an interesting, promising and challenging, especially for the millennial generation. Students with their technology skills, creativity, and their entrepreneurial spirit, have great potential to achieve success in the digital business. The "Smart Digitalpreneur for Generation Z" seminar aims to provide insights and simulations to students in Makassar, shows the importance of creativity and market understanding in digital business. This activity heads to prepare the young generation to become smart and innovative digitalpreneurs, with the results show that increased understanding and skills of participants. The implementation of this PKM was attended by 24 students from schools and colleges in Makassar. The seminar was held offline at Kalla Institute of Technology and Business Auditorium. The results of the post-activity survey showed participants' interest in this seminar activity.

Keywords: Digitalpreneur, Content, Social Media.

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang dengan cepat, menjadi seorang digitalpreneur adalah tantangan yang menarik dan menjanjikan, terutama bagi generasi milenial. Siswa SMA, sebagai bagian integral dari generasi ini, memiliki potensi besar untuk meraih kesuksesan dalam dunia bisnis digital. Dengan kombinasi keterampilan teknologi, kreativitas, dan semangat kewirausahaan, mereka dapat menjadi pelaku utama dalam transformasi digital yang sedang berlangsung. Dinamika dunia usaha saat ini dihadapkan pada tiga kondisi yang menyebabkan cepatnya perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, pengusaha harus mempunyai respon yang cepat untuk melakukan perubahan dan cepat mengetahui perubahan kebutuhan dan keinginan pasar [1].

Perkembangan teknologi merupakan suatu keniscayaan dan tidak dapat dihindari. Hal ini dikarenakan pengetahuan manusia selalu berkembang dan menghasilkan suatu inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan nilai dan kinerja aktivitas manusia [2]. Revolusi industri menunjukkan perkembangan pengetahuan dan inovasi manusia dalam kegiatan bisnis dan industri. Revolusi industri merupakan tahapan inovasi pikiran manusia yang kemudian berdampak pada sektor industri dan bisnis untuk memberikan kontribusi terhadap kondisi ekonomi, sosial, dan budaya dunia [3].

Ketergantungan manusia terhadap teknologi pada revolusi industri 4.0 dalam segala aktivitas manusia disebut dengan era digital. Di sisi lain, perusahaan harus terus berinovasi untuk mengembangkan produk dan layanannya berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, dalam pembuatan, pemasaran, dan penjualan suatu produk atau jasa, perusahaan harus memahami perilaku konsumen [4]. Salah satu elemen kunci dalam membedakan diri dalam lautan digital yang padat adalah kreativitas. Orang perlu mengembangkan kemampuan untuk berpikir di luar kotak, menciptakan konten yang menarik, dan mengembangkan produk atau layanan yang inovatif. Kreativitas adalah bahan bakar yang mendorong ide-ide baru dan solusi-solusi yang berbeda dalam dunia digital yang terus berubah. Selain itu, pemahaman yang kuat tentang pasar dan tren merupakan aset berharga bagi seorang Digitalpreneur. Pembekalan kapabilitas dengan kompetensi digitalpreneur dan literasi digital akan melahirkan pelaku usaha yang sukses [5].

Menjadi seorang Smart Digitalpreneur adalah tentang menggabungkan keterampilan digital dengan kreativitas, pemahaman pasar, dan semangat kewirausahaan. Bagi siswa SMA, langkah-langkah tersebut membuka pintu menuju peluang-peluang baru dan mempersiapkan mereka untuk sukses dalam era digital yang terus berkembang. Dengan pendidikan yang tepat, pengalaman praktis, dan dedikasi yang kuat, generasi milenial dapat membangun masa depan yang cerah sebagai entrepreneur digital yang cerdas dan berbakat.

METODE

Metode kegiatan yang digunakan dalam upaya bagaimana siswa SMA dapat menjadi Smart Digitalpreneur yang sukses yang dilakukan untuk siswa SMA di Makassar dengan mengadakan seminar dengan mengundang narasumber *digital creator* dengan judul seminar "Smart Digitalpreneur untuk Generasi Z"

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan memberikan wawasan kepada para siswa dan mahasiswa serta melakukan simulasi atau permainan yang menampilkan berbagai

situasi atau kasus yang berkaitan dengan *content creator* dan *copy writing* kemudian dilanjutkan dengan tanya jawab.

Ada beberapa tahapan dalam pelaksanaan Pengabdian ini diantaranya: Tahap Pertama yaitu sambutan Ketua Program Studi Bisnis Digital dan Pengenalan Program Studi Bisnis Digital. Tahap kedua penyampaian materi mengenai memahami peluang digital dalam membangun usaha ataupun personal branding. Kemudian tahap ketiga penyampaian materi mengenai menjadi kreatif dengan konten di media sosial.

Setelah pemberian wawasan mengenai digitalpreneur kemudian dilanjutkan dengan tanya jawab. Rangkaian kegiatan diakhiri dengan penutupan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini merupakan kegiatan edukasi bagi masyarakat khususnya generasi millennial pada siswa dan mahasiswa di Makassar dengan judul “Smart Digitalpreneur untuk Generasi Z” ini dilaksanakan di Kalla Institute pada bulan Januari 2024.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pendekatan dengan memberikan wawasan kepada para siswa dan mahasiswa. Hasil dari pemberian materi wawasan yang kreatif dan inovatif oleh praktisi langsung yakni Abd. Rahman dan akademisi dari dosen bisnis digital. Kalla Institute Muh. Fachrul Salam dalam digitalpreneur dengan harapan siswa dapat menjadi smart digitalpreneur di era Industri 4.0 ini. Beberapa rumusan *Forum Group Discussion* (FGD), sosialisasi, Pelaksanaan dan evaluasi. Adapun uraian sebagai berikut:

1. *Forum Group Discussion* (FGD)

Forum Group Discussion (FGD) ini dilaksanakan bersama dosen-dosen program studi bisnis digital untuk penentuan tema yang akan dibawakan yang sesuai dengan program studi bisnis digital berdasarkan dengan masalah yang terjadi saat ini. Salah satunya adalah untuk menjadi seorang Smart Digitalpreneur perlu menggabungkan keterampilan digital dengan kreativitas, pemahaman pasar, dan semangat kewirausahaan. Keterampilan inilah yang perlu dipersiapkan dan masih kurang dimiliki oleh generasi milenial pada umumnya.

2. Sosialisasi

Sosialisasi berupa penyebaran flyer terkait info pelaksanaan seminar beserta info registrasi untuk peserta yang bersedia mendaftar.



Gambar 1. Flyer jadwal pelaksanaan kegiatan

3. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Pada tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, tim pengusul melakukan kegiatan seminar sesuai tema yang telah ditentukan, melakukan sharing pendapat, sharing ilmu, diskusi dan tanya jawab. Kegiatan PKM ini berlangsung pada pukul 09.00 waktu setempat. Diawali dengan pembukaan oleh Ketua Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi dan Bisnis Kalla. Bisnis Digital Institut Teknologi dan Bisnis Kalla.

Dilanjutkan pengenalan pemateri kepada peserta, pemateri pertama adalah Abd. Rahman seorang Content Creator dan Meta Marketing Expert. Narasumber pertama membahas terkait peluang digital dalam membangun personal branding hingga bagaimana dapat menjadi kreatif dalam memproduksi konten melalui media sosial.



Gambar 2. Pemaparan materi oleh Abd. Rahman

Pemateri selanjutnya adalah Muhamad Fachrul Salam, salah satu Dosen Program Studi Bisnis Digital yang memiliki kompetensi terkait *digital marketing*. Pada sesi ini narasumber memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara yang dapat dilakukan oleh generasi muda untuk bisa menjadi kreatif melalui konten media sosial. Sejalan dengan realita kehidupan saat ini, yaitu banyaknya paparan konten media sosial. Sehingga membuat orang berlomba-lomba untuk membuat konten menarik dan sebaik mungkin. Harapannya kegiatan ini dapat menginspirasi anak muda tentang bagaimana kita memanfaatkan konten untuk menjadi pribadi yang lebih kreatif.



Gambar 3. Pemaparan materi oleh Muhammad Fachrul Salam

4. Evaluasi

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah evaluasi. Adapun evaluasi yang dilakukan adalah dengan pemberian survei pasca-kegiatan kepada peserta untuk nantinya digunakan sebagai objek pembahasan bersama Tim terkait pelaksanaan kegiatan.

Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah dan kekurangan yang terjadi selama kegiatan berlangsung.

Berdasarkan survei pasca-kegiatan diperoleh umpan balik positif terhadap kegiatan yang dilakukan, diantaranya permintaan untuk membuat kegiatan serupa dengan tema lain, perlu menambah materi dan usulan perpanjangan durasi waktu. Umpan balik ini dapat dijadikan acuan untuk membantu Tim melakukan perbaikan-perbaikan kegiatan selanjutnya.

Terakhir adalah laporan kegiatan PKM yang dirancang dalam bentuk jurnal dan dipublikasikan pada Jurnal Pengabdian Masyarakat sebagai hasil akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Program Studi Bisnis Digital ITB Kalla.

KESIMPULAN

Menurut hasil umpan balik yang didapat dari peserta, pelaksanaan kegiatan PKM yang dilakukan Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi dan Bisnis Kalla dengan judul "Smart Digitalpreneur Untuk Generasi Z" telah dilaksanakan dengan peserta sebanyak 24 orang, terdiri dari siswa SMA dan Mahasiswa. Pengabdian ini dilaksanakan secara luring di Auditorium ITB Kalla, dapat ditarik kesimpulan jika kegiatan seminar ini membantu pada siswa dan mahasiswa dalam mempelajari konten yang menarik untuk media sosial.

REFERENSI

- Nugroho, L. (2021). The role of information for consumers in the digital era (Indonesia Case). *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 49-59.
- Boyd, R., & Holton, R. J. (2018). Technology, innovation, employment and power: Does robotics and artificial intelligence really mean social transformation?. *Journal of Sociology*, 54(3), 331-345.
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Crown Currency.
- Grunert, K. G., & Valli, C. (2001). Designer-made meat and dairy products: consumer-led product development. *Livestock Production Science*, 72(1-2), 83-98.
- Edward, E., Chairunnisa, F., & Siregar, A. P. (2023). Digitalpreneur Competency Model and Digital Literacy on MSME Business Performance in Jambi Province. *Dinasti International Journal Of Management Science*, 4(3), 473-482.
- Yahya, S. D., Afrizal, Y. H., & Zakiyabarsi, F. (2024). Kolaborasi Sosial Melalui Inovasi Teknologi Digital Dalam Membangun Kemandirian Ekonomi Pada Desa Wisata Mattampawalie Kabupaten Bone. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*, 8(1), 45-49.