



Langkah Praktis Memulai Bisnis Online dalam Mengembangkan Potensi Generasi Muda Pembekalan Bagi Siswa Kelas 10-12 Yayasan Al-Kafhi Bekasi Utara

Practical Steps to Starting an Online Business in Developing the Potential of the Young Generation Provision for Grade 10-12 Students of the Al-Kafhi Foundation, North Bekasi

Ali Satri Efendi¹, Retno Setya Budiasningrum^{2*}, Enny Diah Astuti³, Dyan Yuliana⁴,
Rahmi Rosita⁵, Jajang Setiawan⁶

^{1,2,3,5,6} Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia

⁴Prodi Manajemen Informatika, Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia

Korespondensi penulis: retnosb18@gmail.com

Article History:

Received: Mei 30, 2025;

Revised: Juni 15, 2025;

Accepted: Juli 07, 2025;

Published: Juli 11, 2025;

Keywords: Online Business, Youth Entrepreneurship, Student Empowerment

Abstract: Digital technology opens up great opportunities in the business world, especially online businesses. These opportunities are wide open to many people of various ages and backgrounds, especially young people, considering that their generation has the spirit to try various things, including starting a business. This community service activity aims to provide practical training to vocational high school students on how to start an online business. For two days, they were given an understanding of entrepreneurship, determining potential products, creating accounts on e-commerce, marketing strategies, simulations, and evaluations. This activity is expected to develop economic potential and independence from an early age, and be able to instill an entrepreneurial mindset that is adaptive to the development of the times.

Abstrak

Teknologi digital membuka kesempatan besar dalam dunia usaha, terutama bisnis online. Peluang ini terbuka luas bagi banyak orang dari beragam usia dan latar belakang, terutama anak muda, mengingat generasi mereka memiliki semangat untuk mencoba berbagai hal, termasuk memulai bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis kepada siswa SMK bagaimana cara memulai bisnis online. Selama dua hari, mereka diberikan pemahaman tentang kewirausahaan, menentukan produk yang potensial, membuat akun di e-commerce, strategi pemasaran, simulasi, dan evaluasi. Kegiatan ini diharapkan dapat mengembangkan potensi dan kemandirian ekonomi sejak usia dini, serta mampu menanamkan *mindset* kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Kata kunci: Bisnis Online, Kewirausahaan Pemuda, Pemberdayaan Siswa

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan. Internet dan media sosial telah menciptakan ekosistem bisnis digital yang dinamis, murah, dan mudah diakses oleh siapa saja, termasuk generasi muda. Kegiatan bisnis kini tidak lagi terbatas pada toko fisik, melainkan dapat dijalankan secara online dengan modal yang relatif kecil namun jangkauan pasar yang luas (Prasetyo & Nugroho, 2024). Oleh karena itu, membekali generasi muda, khususnya siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dengan keterampilan berbisnis

online merupakan langkah strategis dalam menyiapkan mereka menghadapi dunia kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan mandiri.

Di era industri 4.0, keterampilan kewirausahaan berbasis digital menjadi sangat relevan, khususnya bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang dipersiapkan untuk langsung terjun ke dunia kerja atau memulai usaha mandiri. Namun, tidak semua siswa memiliki pengetahuan dan kepercayaan diri untuk memulai bisnis online. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis kepada siswa SMK tentang cara memulai bisnis online, sehingga mereka dapat mengembangkan potensi dan kemandirian ekonomi sejak usia dini. Kegiatan ini juga bertujuan untuk menanamkan mindset kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

SMK sebagai institusi pendidikan vokasional memiliki tanggung jawab tidak hanya mencetak lulusan siap kerja, tetapi juga mencetak wirausahawan muda yang kreatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Menurut Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (2023), penguatan kompetensi kewirausahaan di SMK harus diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital, salah satunya melalui pengembangan bisnis berbasis *online*. Hal ini sejalan dengan tuntutan kurikulum Merdeka Belajar yang mendorong pembelajaran berbasis proyek nyata, termasuk proyek kewirausahaan digital. Setiawan (2023) juga menegaskan bahwa peran sekolah sangat penting dalam membentuk karakter wirausaha siswa, melalui program yang terstruktur dan berkelanjutan yang mampu menumbuhkan kemandirian ekonomi sejak dini. Melalui pendekatan tersebut, siswa tidak hanya belajar teori, tetapi juga langsung mempraktikkan bagaimana mengelola usaha dari tahap perencanaan hingga pemasaran.

Namun, berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara awal, banyak siswa SMK yang masih belum memahami secara utuh langkah-langkah praktis memulai bisnis *online*. Sebagian besar dari mereka masih menggunakan internet sebatas untuk hiburan atau media sosial, belum mengarah pada pemanfaatan yang produktif. Rahmawati & Sari (2023) menyebutkan bahwa rendahnya literasi kewirausahaan digital di kalangan pelajar menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan potensi wirausaha muda. Selain itu, Akses terhadap perangkat digital dan konektivitas internet masih menunjukkan ketimpangan yang mencolok. Pelajar yang memiliki akses laptop atau komputer pribadi menghadapi masalah koneksi internet yang tidak stabil, yang berdampak pada keterlibatan mereka dalam pembelajaran online dan penggunaan platform bisnis digital (Jadhav et. al., 2025). Kesenjangan infrastruktur juga masih menjadi

penghambat utama bagi pelajar dari wilayah terpencil atau berpendapatan rendah (Reddy et al., 2021).

Oleh karena itu, memiliki ponsel pintar dan akses internet adalah keistimewaan yang patut dipergunakan dengan baik oleh para pelajar. Dalam hal ini, pelatihan pemanfaatan *marketplace* dan platform digital menjadi penting sebagai langkah awal menumbuhkan kemampuan teknis dan literasi digital siswa. Yuliana (2022) menyatakan bahwa penggunaan *marketplace* secara aktif dapat meningkatkan pemahaman siswa terhadap proses bisnis dan pemasaran digital, sehingga mereka lebih siap dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Pada generasi muda ini diperlukan program pelatihan dan pendampingan yang bersifat praktis dan aplikatif agar siswa mampu memahami konsep bisnis *online* secara menyeluruh dan mulai mengimplementasikannya dalam kehidupan nyata.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan intensif selama dua hari di SMK Yayasan Al Kahfi, dengan metode sebagai berikut:

1. Sosialisasi dan Motivasi

Memberikan pemahaman tentang peluang dan tantangan bisnis online serta pentingnya kewirausahaan digital bagi generasi muda.

2. Workshop Praktis

Pelatihan terbagi menjadi beberapa sesi, antara lain:

- a. Cara menentukan produk yang potensial (riset pasar sederhana)
- b. Membuat akun di platform e-commerce (Shopee, Tokopedia) dan media sosial (Instagram, TikTok)
- c. Teknik foto produk dengan smartphone
- d. Penulisan deskripsi produk yang menarik
- e. Strategi pemasaran digital sederhana

3. Pendampingan dan Simulasi

Peserta melakukan simulasi membuat toko online dan memasarkan produk secara digital dengan pendampingan dari tim pengajar.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner serta wawancara singkat untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan minat siswa terhadap bisnis online setelah pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini diikuti oleh 45 siswa kelas XI dan XII dari Yayasan Al-Kahfi. Selama dua hari, mereka diberikan pembekalan berupa sosialisasi peluang berbisnis dengan cara online, berbagai tantangan yang bisa mereka hadapi di dunia daring, serta memberikan motivasi pada mereka tentang pentingnya memulai bisnis di usia muda. Setelah itu, para siswa diberikan sesi workshop bermanfaat berupa praktek menyeluruh membuat bisnis online, dari menentukan produk yang potensial untuk dijual, melakukan penelitian pasar, membuat akun di beberapa platform e-commerce dan media sosial.

Promosi tentu menjadi hal yang sangat penting. Oleh karena itu, siswa juga diajarkan bagaimana cara memotret produk dengan menggunakan alat yang telah dimiliki, yakni ponsel pintar, penulisan *caption* dan deskripsi produk untuk dicantumkan di media sosial dan toko online, dan strategi serta perencanaan pemasaran dasar dan sederhana. Semua kegiatan yang dilakukan siswa ini tidak luput dari pendampingan dari para pemateri dan juga evaluasi setelah simulasi.

Hasil pelatihan dan evaluasi menunjukkan: 80% siswa memahami langkah dasar memulai bisnis online. Sebagai generasi yang akrab dengan teknologi ponsel sejak dini, para siswa ini tidak menemukan kesulitan berarti dalam membuat dan menjalankan akun bisnis. 70% siswa pun berhasil membuat akun toko *online* dan mengunggah minimal satu produk. Dengan motivasi yang diberikan pada mereka, 60% siswa menunjukkan minat untuk melanjutkan bisnis online secara mandiri. Antusiasme peserta cukup tinggi, terutama saat sesi foto produk dan pemasaran melalui media sosial.

Tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan perangkat (smartphone/laptop) dan akses internet. Namun, dengan metode kelompok dan kolaboratif, tantangan tersebut berhasil diatasi. Alat digital yang digunakan untuk kerja kelompok membantu anggota tim bekerja sama dan saling mengoreksi dengan memperlihatkan siapa yang sudah berkontribusi dan bagaimana persepsi mereka. Hal ini membuat kerja tim menjadi lebih terarah dan efektif (Zheng et al., 2023). Agar kerja kelompok berjalan dengan baik, kelompok siswa diupayakan terdiri dari 3–4 orang saja dan saling bertanggung jawab. Proses kerja kelompok yang dibuat teratur dengan waktu dioptimalkan untuk berdiskusi, pembagian tugas menjadi lebih adil dan semua anggota bisa lebih memahami materi dan tugas (Hammar Chiriac, 2021).

Dari hasil diskusi kelompok, beberapa ide bisnis yang muncul antara lain:

1. Jualan makanan ringan buatan sendiri
2. Dropshipping produk kecantikan
3. Jualan aksesoris handmade

Produk kecantikan, atau lebih akrab disebut *skin care*, adalah produk yang sangat populer bagi Gen Z saat ini. Generasi Z punya pengaruh besar dalam dunia kecantikan. Sebanyak 83% perempuan dari Gen Z membeli produk kecantikan karena terpengaruh oleh rekomendasi di media sosial. Akibatnya, merek-merek kecantikan dari Perusahaan kecil namun memiliki ciri khas tersendiri semakin populer dan diminati (MarketResearchFuture, 2023).

Berbagai ide bisnis di atas menunjukkan bahwa siswa memiliki potensi besar untuk berwirausaha jika diberikan dorongan dan bimbingan yang tepat. Ditambah dengan kesadaran mereka terhadap teknologi dan platform yang bisa mereka pergunakan. Berikut dokumentasi foto selama kegiatan pelatihan berlangsung:



KESIMPULAN

Pelatihan "Langkah Praktis Memulai Bisnis Online" telah berhasil meningkatkan pemahaman dan minat siswa SMK terhadap dunia kewirausahaan digital. Melalui pendekatan praktis dan kontekstual dengan sosialisasi, motivasi, *workshop*, simulasi, dan evaluasi, siswa mampu merancang dan menjalankan toko online sederhana serta memasarkan produknya. Ke depan, diharapkan kegiatan serupa dapat diperluas dengan dukungan teknologi dan akses pendampingan berkelanjutan agar siswa SMK mampu menjadi pelaku ekonomi digital yang mandiri dan kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Chiriac, E. H. (2021). Team-based learning in online contexts. *Educational Psychology Review*.
- Jadhav, M., et al. (2025). Digital literacy and e-learning adoption among commerce students: Challenges and opportunities in Bhokardan. *International Journal of Emerging Research in Engineering, Science, and Management*, 4(1), 41–48.
<https://doi.org/10.58482/ijeresm.v4i1.6>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). *Strategi penguatan kewirausahaan di SMK*. Direktorat SMK.
- MarketResearchFuture. (2023). *Beauty products market size, growth & trends analysis*.
- Prasetyo, A., & Nugroho, H. (2024). *Digital marketing untuk UMKM dan pelajar*. Deepublish.
- Rahmawati, D., & Sari, N. A. (2023). Pengembangan jiwa kewirausahaan siswa melalui bisnis digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 89–97.
- Reddy, B. R. A., Jose, S., & Vaidehi, R. (2021). Of access and inclusivity: Digital divide in online education. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2107.10723>
- Setiawan, R. (2023). Peran sekolah dalam mendorong kemandirian ekonomi siswa melalui program kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 13(1), 33–42.
- Yuliana, L. (2022). Pemanfaatan marketplace dalam meningkatkan literasi digital wirausaha muda. *Jurnal Teknologi dan Pembelajaran*, 8(1), 55–63.
- Zheng, Q., et al. (2023). AI-enhanced group awareness in collaborative learning. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*.