Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)
Volume 3, Nomor 1, Januari 2025
ISSN: 2986-7819

SOSIALISASI SMALL BUSINESS DI ERA DIGITALISASI DAN GLOBALISASI

SOCIALIZATION OF SMALL BUSINESS IN THE ERA OF DIGITALIZATION AND GLOBALIZATION

Siti Haura Munggara[1], Dimas Erza Farandy[2*], Dimas Aiman Wicaksono[3], Adhella Putri Maharani[4], Nadeila Felda Nayaka[5], Zefanya Christopher[6], Hana Nur Alifah[7], Fayra Nazliana Ashila[8], Rayfan Fauzan[9], Ulfatun Khoiriyyah[10], Lutfi Hardiyanto[11], Yuliani Widianingsih[12]
[1,2,3,...12] Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
E-mail : 2410115089@mahasiswa.upn.ac.id

Abstrak: Memasuki era kompetitif seperti sekarang, orientasi menciptakan tenaga kerja yang berkualitas harus diimbangi dengan terciptanya wirausahawan yang berkualitas dengan kuantitas yang tinggi pula sehingga semakin banyaknya wirausahawan yang berkualitas maka jumlah lapangan kerja dan pendapatan ekonomi masyarakat pun meningkat dan berdampak pada menurunnya jumlah pengangguran. Melihat kondisi tersebut, maka dunia pendidikan harus mampu berperan aktif menyiapkan sumber daya manusia terdidik yang mampu menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Oleh karena itu, kami melakukan sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan mengenai Small business di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang. Metode yang digunakan, yaitu melakukan sosialisasi di SMA Negeri 46 Jakarta dari kelas 11 IPS 8 dengan jumlah murid sebanyak 30 anak. Kegiatan sosialisasi diawali dengan pengisian pre-test, pemaparan materi dengan metode presentasi, pengisian post-test, sesi tanya jawab, pembagian hadiah, dan diakhiri dengan sesi dokumentasi. Kegiatan sosialisasi ini mampu meningkatkan pengetahuan peserta dalam mengetahui tentang small business melalui teknologi digitalisasi di era globalisasi ini. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan siswa/i tentang kegiatan Small Business di era sekarang dan dapat mulai menerapkan sedini mungkin bakat dalam hal berbisnis.

Kata Kunci: Kewirausahaan; S*mall Business*; Digitalisasi

Abstract: *Entering a competitive era like now, the orientation of creating a quality workforce must be balanced with the creation of quality entrepreneurs in high quantity so that the more qualified entrepreneurs there are, the more jobs and economic income the community will increase and have an impact on reducing the number of unemployed. Seeing these conditions, the world of education must be able to play an active role in preparing educated human resources who are able to face various life challenges. Therefore, we carry out outreach to increase knowledge about small business in the increasingly growing era of globalization and digitalization. The method used was conducting socialization at SMA Negeri 46 Jakarta from class 11 IPS 8 with a total of 30 students. The socialization activity begins with completing the pre-test, presenting the material using the presentation method, completing the post-test, question and answer session, distributing prizes, and ends with a documentation session. This socialization activity is able to increase participants' knowledge in knowing about small business through digitalization technology in this era of globalization. This activity is expected to increase students' knowledge about Small Business tivities in the current era and they can start applying their talents as early as possible in terms of business.*

Keywords: *Entrepreneurship ; Small Business ; Digitalization*

Article History:

Received	Revised	Published
19 November 2024	10 Januari 2025	15 Januari 2025

Pendahuluan

Pendidikan merupakan faktor utama dalam menciptakan generasi-generasi penerus bangsa yang berpotensi. Pendidikan juga memiliki peran untuk membentuk baik dan buruknya pribadi manusia sesuai dengan ukuran yang normatif. Bukan hanya itu, pendidikan juga merupakan keharusan dan hal penting dalam kehidupan semua orang. Pendidikan berperan penting dalam membentuk generasi yang berpotensi sebagai wirausaha. Pendidikan ekonomi dapat membekali generasi muda dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Di Indonesia, ketimpangan ekonomi masih menjadi masalah besar, dan meningkatkan jumlah wirausaha di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, dapat menjadi solusi. Dengan memanfaatkan era digital, generasi muda diharapkan dapat melihat peluang, menentukan langkah strategis, dan berani mengambil resiko untuk mencapai manfaat ekonomi.

Ketimpangan ekonomi adalah salah satu masalah besar yang terjadi di Indonesia hingga saat ini bahkan untuk beberapa tahun mendatang. Jawaban untuk menghadapi ketimpangan ekonomi tersebut, yaitu dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia yang menjadi wirausaha. Small business adalah entitas bisnis yang beroperasi dengan jumlah karyawan dan pendapatan yang terbatas. Usaha kecil terus menciptakan lapangan pekerjaan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal atau regional. Mereka sering menjadi penggerak inovasi dalam industri mereka, merespons perubahan pasar dengan cepat, dan menghasilkan produk dan layanan baru. Kegiatan small business bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan calon wirausahawan.

Kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dari perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Dalam konteks bisnis, menurut ***Thomas W, Zimmerer (1996)***, "kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin serta proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar." Kewirausahaan bukanlah milik orang-orang yang berbakat, tapi siapa saja dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan dengan mengembangkan cara berpikir positif, keberanian, kemauan, inovatif, dan lebih dari sekedar mencari peluang usaha tetapi membuka peluang usaha maka jiwa kewirausahaan akan dapat terbentuk. Secara sederhana arti wirausahawan *(entrepreneurship)* adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan.

Sesuai dengan pendapat **Stevenson dan Jarillo-Mossi**: Mengendalikan Risiko dan Memanfaat Michael H. Stevenson dan Juan A. Jarillo-Mossi, entrepreneurship adalah proses mengendalikan risiko dengan memanfaatkan peluang yang ada. Para entrepreneur merupakan individu yang berani menciptakan, mengembangkan, dan mengelola bisnis baru. Mereka melihat peluang di tengah ketidakpastian dan mengambil langkah untuk mewujudkannya. Banyak kelebihan yang dimiliki oleh generasi Z terutama dari segi pemanfaatan teknologi, hal ini dapat menjadi peluang untuk menumbuhkan para generasi Z menjadi wirausahawan muda *(young preneur)* untuk meningkatkan jumlah kebutuhan kewirausahaan di Indonesia ke dalam angka 3, 95% pada tahun 2024 sesuai dengan target nasional.

Dengan isu inilah yang akan menjadi bahan analisa kami untuk melakukan sosialisasi terutama di era globalisasi yang semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Banyak masyarakat yang tidak percaya diri dalam memulai berwirausaha, sehingga diperlukan adanya pendampingan yang berkesinambungan terutama dalam hal berwirausaha sehingga sesuai dengan jalur yang benar baik dalam mempromosikan usahanya dan pengelolaan keuangan sehingga untuk jangka panjang dapat menciptakan lapangan kerja minimal untuk diri sendiri bahkan untuk orang lain.

Metode

Kegiatan dilakukan dalam bentuk sosialisasi mengenai Small Business di Era Globalisasi dan Digitalisasi terhadap SMAN 46 Jakarta. Kegiatan sosialisasi dilakukan pada hari Kamis, 17 Oktober 2024 di SMA Negeri 46 Jakarta pada kelas 11 IPS 8 dengan jumlah murid sebanyak 30 anak. Prosedur kerja dalam sosialisasi ini dibagi menjadi 3 tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan sosialisasi tersebut dirinci sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan adalah tahap awal dari kegiatan sosialisasi. Pada tahap ini, dilakukan penetapan sasaran sosialisasi, metode sosialisasi, serta materi yang akan disampaikan. Sasaran sosialisasi ini adalah siswa/i kelas 11 IPS 8 SMA Negeri 46 Jakarta. Metode sosialisasi yang digunakan berupa pemaparan materi presentasi dalam bentuk *power point* dan pengisian *pre-test* dan *post-test.* Materi yang disampaikan, yaitu meningkatkan pengetahuan siswa/i SMA Negeri 46 Jakarta mengenai small business di era globalisasi dan digitalisasi.

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi diawali dengan sambutan yang disampaikan oleh ketua kelompok yaitu Dimas Erza. Kegiatan berikutnya, yaitu pengisian *pre-test* oleh siswa/i kelas 11 IPS 8 SMA Negeri 46 Jakarta. Selanjutnya, pemaparan materi mengenai small business. Pemaparan materi berupa presentasi dalam bentuk *power point* yang disampaikan oleh masing masing anggota.

3. Tahap Evaluasi

Setelah sesi pemaparan selesai, siswa/i diharuskan untuk mengisi post-test yang diberikan. Pengisian *post-test* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana siswa/i memahami materi kewirausahaan terkait small business yang telah disampaikan. Selain itu, hasil dari *post-test* ini juga digunakan untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan siswa/i tersebut dengan materi yang telah disampaikan dan seberapa relevan materi tersebut dengan minat dan bakat mereka di dalam small business

Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui bagaimana minat siswa/i SMA Negeri 46 Jakarta, terkhususnya kelas 11 IPS 8 terkait ‘Small Busines’ di era digitalisasi dan globalisasi, dilakukannya penelitian dengan memberikan pertanyaan melalui Google Formulir yaitu *Pre-Test* dan *Post-Test.* Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap siswa/i kelas 11

SMA Negeri 46 Jakarta, peneliti mendapatkan data-data tentang “Bagaimana pendapat mereka mengenai small business terhadap siswa/i” yang diperoleh dari hasil *pre-test* dan *post-test*:

Pre-Test

Gambar 1. Pertanyaan 1

Berdasarkan pertanyaan diatas, terdapat 93,8% mengetahui apa itu kewirausahaan small business, sedangkan 8,2% tidak mengetahui apa itu kewirausahaan small business. 93,8% siswa/i SMAN 46 Jakarta mengetahui apa itu kewirausahaan dan entrepreneur, mereka mengatakan bahwa mereka sudah memahami sedikit apa itu kewirausahaan dan entrepreneur.

Gambar 2. Pertanyaan 2

Berdasarkan pertanyaan diatas, terdapat 71,9% pernah melakukan kewirausahaan *(small business)*, sedangkan terdapat 28,1% tidak pernah melakukannya. Maka dari itu, mayoritas siswa/i kelas 11 IPS 8 belum pernah melakukan kegiatan kewirausahaan.

Gambar 3. Pertanyaan 3

Berdasarkan pertanyaan diatas, terdapat 87,5% pelajar tertarik untuk melakukan small business di usia dini. Sedangkan, 12,5% pelajar tidak tertarik untuk melakukannya. Sebelum kami sosialisasikan tentang dunia kewirausahaan, masih banyak para pelajar yang enggan untuk melakukan small business di usia mereka. Namun dari 32 responden, terdapat 12,5% pelajar yang tertarik.

Gambar 4. Pertanyaan 4

Berdasarkan data diatas, terdapat 25 orang (78,1%) yang tertarik untuk melakukan small business dan memiliki berbagai macam ketertarikan di bidang mereka masing-masing. Sedangkan, yang tidak tertarik lebih sedikit yaitu 5 orang (15,6%).

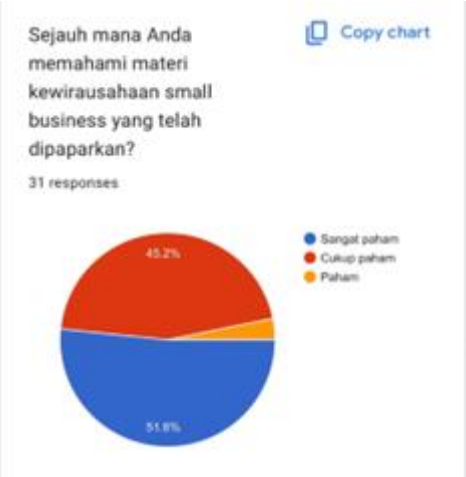
Gambar 5. Pertanyaan 5

Berdasarkan data diatas, tantangan terbesar untuk melakukan small business di usia dini, yaitu kurangnya modal terdapat 18 orang (56,3%), kesulitan dalam mencari target pasar, yaitu 11 orang (34,4%), terbatasnya pengetahuan mengenai kewirausahaan, yaitu 7 orang (21,9%), kesulitan untuk memulai, yaitu 15 orang (46,9%), dan lainnya yaitu 1 orang (3,1%).

Gambar 6. Pertanyaan 6

Berdasarkan pertanyaan diatas, terdapat 93,8% menjawab bahwa media sosial merupakan platform yang efektif untuk memasarkan produk dan jasa kewirausahaan. Sedangkan, 6,3% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan responden tersebut, para pelajar setuju bahwa sosial media di zaman sekarang memang sangat berdampak terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah small business.

Post-Test.

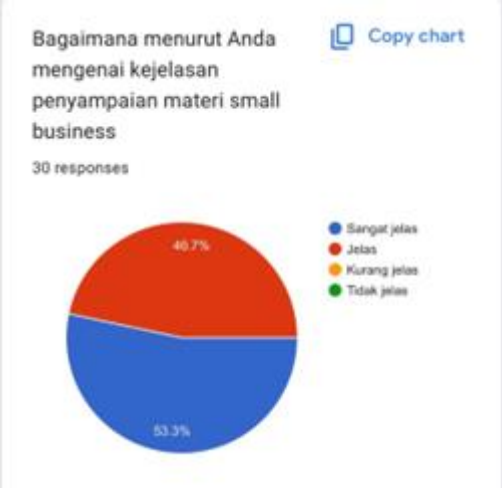


Gambar 1. Pertanyaan 1

Setelah kami paparkan beberapa materi yang terkait dengan small business, para pelajar kami berikan *Post-test* untuk menguji seberapa paham mereka tentang dunia small business. Berdasarkan pernyataan diatas, 51,6% siswa/I sangat memahami materi kewirausahaan small business yang telah dipaparkan, terdapat 45,2% cukup paham, dan 3,8% paham.

Gambar 2. Pertanyaan 2

Setelah kami memaparkan materi yang telah disiapkan sebelumnya, kami ingin mengetahui apakah pembawaan materi kami sudah cukup untuk para pelajar atau belum dan berdasarkan pertanyaan diatas, terdapat 58,1% siswa/I menilai pemaparan terhadap keseluruhan sangat memuaskan, 29% cukup memuaskan, dan 12,8% memuaskan.



Gambar 3. Pertanyaan 3

Berdasarkan pertanyaan diatas, terdapat 53,3% siswa/I menilai kejelasan penyampaian sangat jelas, dan 46,7% jelas. Oleh karena itu, banyak siswa/i yang mengerti dengan jelas bahkan sangat jelas atas pemaparan yang telah kami sampaikan.

Gambar 4. Pertanyaan 4

Berdasarkan pertanyaan diatas, terdapat 56,7% siswa/I menilai materi yang dipaparkan cukup relevan dan terdapat 43,3% menilai sangat relevan. Penelitian ini telah mengkaji sosialisasi small business pada era globalisasi dan digitalisasi di kalangan kelas 11 IPS 8 SMA Negeri Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian pre-test, data menunjukkan bahwa sebagian besar siswa/i mengetahui apa itu kewirausahaan. Mayoritas responden yaitu 93.8% mengetahui apa itu kewirausahaan dan hanya terdapat 8,2% yang tidak mengetahui apa itu kewirausahaan. Dalam pertanyaan berikutnya, data menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu 71,9% siswa/i memiliki pengalaman berwirausaha. Sedangkan hanya 28,1% tidak pernah berwirausaha. Dari data tersebut menunjukkan bahwa siswa/i yang tidak pernah

berwirausaha disebabkan karena ketidaktertarikannya terhadap kewirausahaan dan takut untuk menghadapi tantangan dalam berwirausaha. Hal tersebut, dapat dibuktikan pada pertanyaan selanjutnya yaitu terdapat 87,5% yang tertarik untuk melakukan kewirausahaan dan hanya terdapat 12,5% yang tidak tertarik berwirausaha.

Selain itu, dalam pertanyaan berikutnya yaitu mayoritas responden yaitu 56,3% memiliki tantangan yang dihadapi ketika berwirausaha, yaitu kurangnya modal. Hal tersebut terjadi karena pelajar yang tidak memiliki modal yang cukup yang di mana biaya hidupnya masih dibiayai oleh orangtuanya. Selain itu, terdapat 34,4% responden yang mengalami tantangan yaitu kesulitan mencari target pasar. Yang di mana tantangan tersebut terjadi karena pengetahuan pelajar mengenai kewirausahaan masih terbatas, maka pelajar belum memahami cara mencari target pasar. Dapat ditunjukkan pada data yaitu terdapat 21,9% respon yang terbatasnya pengetahuan tentang kewirausahaan. Pada pertanyaan berikutnya, mayoritas responden yaitu sebesar 93,8% merespon bahwa media sosial merupakan platform yang paling efektif untuk memasarkan produk dan jasa dalam melakukan kewirausahaan. Karena di era globalisasi dan digitalisasi ini, para pelajar sangat memanfaatkan perkembangan IPTEK yang serba modern.

Secara keseluruhan, sosialisasi small business terhadap SMA Negeri 46 Jakarta di era globalisasi dan digitalisasi ini memiliki dampak positif yang signifikan. Sebagian besar responden terdorong untuk melakukan wirausaha, pemahaman terkait small business meningkat, serta lebih memahami tantangan apa saja yang dihadapi saat melakukan kewirausahaan. Lebih dari 50% responden sangat tertarik untuk berwirausaha di usia dini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil sosialisasi dan pembahasan terkait pengenalan dunia kewirausahaan ataupun small business pada siswa/I SMA Negeri 46 Jakarta sebagai generasi muda Indonesia Emas 2045, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat meningkatkan pemahaman mereka terkait dunia kewirausahaan, kemudian juga jenis-jenis bidang usaha yang dapat mereka implementasikan sesuai dengan minat dan bakat yang mereka miliki hingga bagaimana menjadi seorang wirausahawan yang baik. Peningkatan pengetahuan perlu dilakukan dan didukung oleh seluruh instansi yang ada, agar dunia kewirausahaan tidak berhenti ataupun hingga tidak dapat berkembang, dimana dengan tujuan bisa menciptakan kemajuan dunia usaha.

Diharapkan penelitian ini membawa dampak baik untuk memperluas wawasan bagi khalayak umum terutama bagi para peneliti yang ingin mencari tahu lebih banyak terkait topik yang kami bawakan. Dalam data ini disimpulkan bahwa sudah banyak siswa-siswi di SMA Negeri 46 Jakarta yang mengetahui apa itu arti kewirausahaan dan small business sehingga banyak dari mereka yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang kewirausahaan atau small business. Tetapi banyak tantangan yang dihadapi sebagai seorang pelajar untuk memulai bisnis di usia yang masih remaja.

Dari data di atas terlihat bahwa terdapat 3 poin teratas yang menjadi permasalah seorang pelajar yang ingin memulai suatu bisnis.

1. Kurangnya modal menjadi faktor teratas sebagai alasan seorang pelajar sulit untuk memulai bisnis. Mereka terkendala modal karena seorang pelajar belum memiliki penghasilan sendiri. Maka dari itu kami memberikan beberapa tips agar siswa-siswi dapat memperoleh modal.
2. Kebanyakan dari mereka bingung untuk memulai berbisnis dari mana. Dalam sosialisasi yang kami berikan, kami menjelaskan bahwa memulai bisnis bisa dimulai dari mana saja dan dapat dilakukan dimana saja dengan memanfaatkan IT yang sudah berkembang di era sekarang.
3. Bingung mencari target pasar, dari permasalahan ini dapat disimpulkan bahwa seseorang yang ingin memulai berbisnis masih bingung dengan tujuan mereka untuk mencari target pasar. Ide dan inovasi menjadi kunci dalam berbisnis, dimana ketika berbisnis seseorang akan menemukan ide dan inovasi agar dapat menari khalayak ramai sebagai target. Dari situ akan ada beberapa pengelompokan target berdasarkan umur dan jenis kelamin sebagai target pasar bisnis.

Dari sosialisasi yang sudah dilakukan ini banyak dari siswa-siswi yang merasa terbantu dan menambahnya wawasan mereka sehingga mereka dapat pengetahuan yang baru. Maka dari itu sosialisasi ini menjawab rumusan–rumusan masalah dan tujuan yang sudah kami rancang sebagai acuan artikel Sosialisasi Small Business dalam Era Digitalisasi dan Globalisasi di SMA Negeri 46 Jakarta.

Ucapan Terima Kasih

Secara khusus, kami mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Lutfi Hardiyanto, S.Sos., M.M dan Ibu Yuliani Widianingsih, M.Si karena telah sabar, meluangkan waktu, merelakan tenaga dan pikirannya, serta turut memberikan perhatian dalam mendampingi dan membimbing kami selama proses kegiatan PJBL dari awal kegiatan hingga akhir. Kami mengucapkan terimakasih kepada kepala sekolah, guru-guru, siswa/i SMA Negeri 46 Jakarta atas diberikan kesempatannya untuk kami dapat melakukan sosialisasi di sana.

Kami mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah berperan aktif dalam merancang dan juga menyelenggarakan sosialisasi kewirausahaan di SMAN 46 Jakarta serta berkontribusi aktif dalam kegiatan PJBL ini dari awal hingga akhir. Kegiatan ini memberikan kontribusi besar dalam memperluas wawasan kami mengenai pentingnya kewirausahaan, terutama di era globalisasi yang penuh tantangan.

Kami menyadari bahwa dengan semakin ketatnya persaingan dan pesatnya kemajuan teknologi, kemampuan kewirausahaan menjadi salah satu aspek penting dalam mempersiapkan diri menghadapi masa depan. Melalui acara ini, kami memperoleh pengetahuan lebih dalam tentang cara mengembangkan kreativitas, inovasi, dan memanfaatkan peluang bisnis. Kami berharap sosialisasi ini dapat terus memberikan inspirasi bagi generasi muda untuk menjadi wirausahawan yang handal dan siap beradaptasi dengan perubahan global serta dapat menjadi Generasi Emas 2045 mendatang.

Referensi

Lutfi H. (2018). Motivasi Mahasiswa Menjadi Start Up Digital Entrepreneur. View of Motivasi Mahasiswa Menjadi Start Up Digital Entrepreneur (stkipkusumanegara.ac.id)

Dede N., Lutfi H., Mohammad M. (2020). Upaya Meningkatkan Hasil Belajar PPKN pada Materi Kerjasama dalam Berbagai Bidang Kehidupan melalui Metode Discovery. View of Upaya Meningkatkan Hasil Belajar PPKn pada Materi Kerjasama dalam Berbagai Bidang Kehidupan melalui Metode Discovery (stkipkusumanegara.ac.id)

Haida S. D., Ekawarna., Rosmiati. (2017). PENGARUH PERSEPSI SISWA TENTANG KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL SEKOLAH TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA KELAS XI TATA NIAGA DI SMK NEGERI I KOTA JAMBI. Microsoft Word - ARTIKEL ILMIAH.docx (unja.ac.id)

Zimmerer, T. W., & Scarbrough, N. M. (2005). Entreprenuers and Small Business (Terjemahan). Jakarta: Erlangga

Buchari, A. (2008). Entreprenuers for Student and Public. Bandung: Alfabeta. Akpan, IJ, Udoh, EAP, & Adebisi, B. (2020). Kesadaran dan adopsi teknologi mutakhir oleh usaha kecil di pasar negara berkembang dan negara berkembang, serta pelajaran dari pandemi COVID-19. Jurnal Usaha Kecil & Kewirausahaan , 34 (2), 123–140. https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1820185

Audretsch, DB, Belitski, M., & Korosteleva, J. (2021). Keragaman budaya dan pengetahuan dalam menjelaskan kewirausahaan di kota-kota Eropa. Ekonomi Bisnis Kecil, 56 (2), 593–611. https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-019-00191-4

Shanti Ike Wardani, Anna Widayani, Nunuk Latifah, Ika Rachmawati, Rani Arifah Normawati. (2024). Edukasi Kewirausahaan dalam Membangkitkan Jiwa Entrepreneur Bagi Generasi Z. MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary,2(1),997-1005. https://journal.institercomedu.org/index.php/multiple/article/view/249