

Pemberdayaan Gen Z Menuju Wirausaha Digital Melalui Penguatan Kompetensi dan Pemanfaatan AI

Syafran Nurrahman^{1*}, M.Tafsiruddin², Sitti Aliyah Azzahra³, Tetty Nur Intan Rifia⁴, Suharmanto⁵, Ekky Noviar⁶, Ari Budiman⁷, Anggoro Dwi Swasono⁸, Iskandar⁹, Hayati Fina Setiani¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, Jl. Legoso Raya No.31, Pisangan, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten

E-mail: syafran@stieganessa.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.6839>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 24 Jun 2026

Revised: 30 Jun 2026

Accepted: 06 Jul 2026

Kata Kunci:

Entrepreneur Digital,
Mindset
Kewirausahaan,
Personal Branding,
Bisnis Digital,
Artificial Intelligence.

Keywords:

Digital
Entrepreneurship,
Entrepreneurial
Mindset, Personal
Branding, Digital
Business, Artificial
Intelligence.

Perkembangan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) telah membuka peluang baru bagi generasi muda untuk membangun usaha secara lebih efektif dan inovatif. Namun, masih banyak mahasiswa yang memiliki orientasi sebagai pencari kerja (job seeker) dibandingkan pencipta lapangan kerja (job creator). Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kompetensi generasi muda mengenai mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence dalam pengembangan usaha. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk workshop bertema “Young Entrepreneur Rise Up: Mindset Kuat, Strategi Cerdas di Era Digital” pada Sabtu, 30 Mei 2026 di STIE Ganesha yang diselenggarakan oleh GANESHA LABPRENEUR (GLP). Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi, studi kasus, diskusi interaktif, praktik pemanfaatan AI, serta evaluasi melalui pre-test, post-test, dan kuesioner kepuasan peserta. Kegiatan diikuti oleh 117 peserta yang didominasi mahasiswa. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan nilai rata-rata peserta dari 58,6% pada pre-test menjadi 87,1% pada post-test dengan peningkatan sebesar 28,5%. Selain itu, tingkat kepuasan peserta mencapai rata-rata 94% dengan kategori sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan AI mampu meningkatkan pemahaman peserta secara komprehensif dalam mempersiapkan diri menjadi entrepreneur digital. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong lahirnya generasi muda yang kreatif, inovatif, adaptif, dan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha yang berkelanjutan.

The rapid development of digital technology and Artificial Intelligence (AI) has created new opportunities for young people to establish and develop businesses more effectively and innovatively. However, many students still tend to perceive themselves as job seekers rather than job creators. This community service program aimed to enhance participants' understanding and competencies in entrepreneurial mindset development, personal branding, digital business strategies, and the utilization of Artificial Intelligence for business growth. The program was conducted through a workshop entitled “Young Entrepreneurs Rise Up: Strong Mindset, Smart Strategy in the Digital Era” on May 30, 2026, at STIE Ganesha and was organized by GANESHA LABPRENEUR (GLP). The implementation methods included lectures, case studies, interactive discussions, hands-on AI practice sessions, and evaluations through pre-tests, post-tests, and participant satisfaction surveys. The workshop was attended by 117 participants, predominantly university students. The evaluation results indicated a significant improvement in participants' average scores, increasing from 58.6% in the pre-test to 87.1% in the post-test, representing an improvement of 28.5%. In addition, the overall participant satisfaction rate reached 94%, which falls within the excellent category. These findings demonstrate that an integrated training approach combining entrepreneurial mindset development, personal branding, digital business strategies, and AI utilization effectively enhances participants' readiness to become digital entrepreneurs. This program is expected



to encourage the emergence of a creative, innovative, and adaptive young generation capable of leveraging digital technology to develop sustainable business ventures.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Syafran Nurrahman, et al. (2026), Pemberdayaan Gen Z Menuju Wirausaha Digital Melalui Penguatan Kompetensi dan Pemanfaatan AI, 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.6839>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor bisnis dan kewirausahaan. (Nurrahman et al., 2024). Transformasi digital memungkinkan individu maupun pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis secara lebih efektif melalui pemanfaatan internet, media sosial, marketplace, dan berbagai teknologi berbasis Artificial Intelligence (AI).

Kehadiran teknologi tersebut telah mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen serta menciptakan peluang baru dalam pengembangan bisnis digital yang lebih fleksibel dan efisien. Integrasi AI dalam sistem bisnis modern bahkan mampu membantu proses rekomendasi produk, analisis perilaku konsumen, otomatisasi pelayanan pelanggan, hingga pengambilan keputusan berbasis data sehingga meningkatkan efektivitas operasional bisnis digital (Azzahra et al., 2024).

Perubahan ekosistem bisnis tersebut memberikan peluang besar bagi generasi muda untuk berpartisipasi aktif dalam menciptakan usaha berbasis teknologi. Generasi muda memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi digital sehingga berpotensi menjadi pelaku utama dalam pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. (Misbahuddin et al., 2024). Namun demikian, fenomena yang masih sering ditemukan adalah kecenderungan mahasiswa dan lulusan perguruan tinggi yang lebih berorientasi sebagai pencari kerja (job seeker) dibandingkan pencipta lapangan kerja (job creator).

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan mindset kewirausahaan agar generasi muda mampu melihat peluang, menciptakan inovasi, serta menghasilkan nilai tambah melalui aktivitas bisnis yang berkelanjutan. (Farida & Agung Prabowo, 2024) Transformasi pola pikir kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun daya saing sumber daya manusia pada era ekonomi digital (Adiguna et al., 2024), khususnya bagi Generasi Z yang akan menjadi aktor utama dalam pengembangan ekonomi berbasis teknologi di masa depan (Maatuil et al., 2025).

Selain penguatan mindset kewirausahaan, personal branding juga menjadi aspek penting dalam mendukung keberhasilan entrepreneur di era digital. Personal branding berfungsi sebagai identitas profesional yang mampu membangun kepercayaan, meningkatkan kredibilitas, serta memperluas jaringan bisnis. (Masruroh et al., 2024) Di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, kemampuan membangun citra diri yang positif melalui media digital menjadi salah satu strategi yang dapat meningkatkan daya saing individu maupun usaha yang dijalankan. (Sari et al., 2024) Personal branding yang kuat tidak hanya mendukung aktivitas pemasaran, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan komunitas bisnis digital. (Fitriana et al., 2025).

Di sisi lain, perkembangan Artificial Intelligence telah menghadirkan berbagai peluang baru dalam aktivitas kewirausahaan modern. Pemanfaatan AI saat ini tidak hanya digunakan pada sektor teknologi informasi, tetapi juga telah diterapkan dalam pemasaran digital, pembuatan konten, riset pasar, customer service, hingga pengembangan strategi bisnis berbasis data. Penelitian mengenai integrasi kecerdasan buatan dalam sistem rekomendasi produk e-commerce menunjukkan bahwa AI mampu meningkatkan efisiensi bisnis sekaligus membantu pelaku usaha memahami kebutuhan konsumen secara lebih akurat. Oleh karena itu, kemampuan memanfaatkan AI menjadi salah satu kompetensi yang perlu dimiliki generasi muda agar mampu bersaing dalam lingkungan bisnis digital yang terus berkembang (Azzahra et al., 2024).

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan, digitalisasi bisnis, dan pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghadapi perubahan ekonomi berbasis teknologi. Pemanfaatan platform digital seperti TikTok Affiliate dan Shopee Affiliate terbukti membantu UMKM dalam meningkatkan

ketahanan usaha serta memperluas jangkauan pemasaran secara lebih efektif melalui ekosistem digital. Selain itu, pendekatan digitalisasi pada aktivitas bisnis juga mampu meningkatkan efisiensi operasional serta membuka peluang pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan (Nurrahman et al., 2024).

Penelitian dan kegiatan pengabdian lainnya juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam proses pembelajaran dan pengembangan kompetensi mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam menghadapi era transformasi digital (Anggaini et al., 2026; Setiani et al., 2026; Wigunastuti et al., 2026) Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam pembelajaran kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan literasi digital, kreativitas, serta kemampuan peserta dalam memahami konsep bisnis modern yang berbasis teknologi. Selain itu, berbagai pelatihan berbasis digital juga berhasil meningkatkan kompetensi peserta melalui pendekatan yang lebih interaktif, adaptif, dan aplikatif terhadap kebutuhan dunia kerja maupun dunia usaha saat ini.

Meskipun berbagai program pemberdayaan dan pelatihan digital telah dilaksanakan, sebagian besar kegiatan masih berfokus pada satu aspek tertentu, seperti penguatan motivasi kewirausahaan, pelatihan digital marketing, atau pengenalan teknologi digital secara terpisah. Hasil telaah terhadap berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi antara mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence dalam satu model pelatihan masih relatif terbatas. Padahal, keempat aspek tersebut merupakan kompetensi yang saling melengkapi dalam membentuk entrepreneur digital yang mampu bersaing pada era ekonomi berbasis teknologi.

Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan yang mampu mengintegrasikan seluruh aspek tersebut secara komprehensif agar peserta tidak hanya memiliki motivasi berwirausaha, tetapi juga mampu membangun identitas profesional, menyusun strategi bisnis, dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kebaruan (*novelty*) kegiatan ini terletak pada pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan penguatan mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence dalam satu rangkaian workshop. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan aplikatif dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada satu aspek tertentu. Melalui integrasi keempat aspek tersebut, peserta tidak hanya dibekali motivasi berwirausaha, tetapi juga kemampuan membangun identitas profesional, menyusun strategi bisnis digital, serta memanfaatkan AI sebagai alat pendukung pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melaksanakan kegiatan workshop entrepreneurship #4 bertema “Young Entrepreneur Rise Up: Mindset Kuat, Strategi Cerdas di Era Digital” yang diselenggarakan pada Sabtu, 30 Mei 2026 di STIE Ganesha oleh GANESHA LABPRENEUR (GLP). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kompetensi generasi muda terkait penguatan mindset kewirausahaan, pembangunan personal branding, strategi bisnis digital, serta pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai pendukung aktivitas bisnis modern. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta mampu menjadi entrepreneur digital yang kreatif, inovatif, adaptif, dan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan Workshop ini dilaksanakan pada Sabtu, 30 Mei 2026, Pukul 08.00 s.d 12.00 WIB, di Ruang 17-18 Lt.2 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, Tangerang Selatan Dengan nama kegiatan WORKSHOP ENTREPRENEURSIP #4, dan Tema workshop “Young Entrepreneur Rise Up: Mindset Kuat, Strategi Cerdas di Era Digital”, melalui rangkaian kegiatan penguatan mindset kewirausahaan, personal branding, dan strategi bisnis digital berbasis artificial intelligence. Sasaran kegiatan workshop meliputi, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, Pelaku UMKM, Himpunan Mahasiswa Wirausaha dan Masyarakat Umum. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis experiential learning. Pendekatan ini dipilih untuk mendorong keterlibatan aktif peserta dalam proses pembelajaran melalui pengalaman langsung, diskusi, refleksi, dan praktik penerapan materi yang diberikan.

Melalui pendekatan tersebut, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga memiliki kesempatan untuk mengimplementasikan konsep yang dipelajari dalam konteks bisnis digital. Implementasi pendekatan dilakukan melalui kegiatan workshop yang terdiri atas penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, praktik penggunaan Artificial Intelligence (AI), serta sesi tanya

jawab. Materi yang diberikan meliputi penguatan mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan AI sebagai pendukung aktivitas bisnis. Dengan pendekatan experiential learning, peserta diharapkan mampu memahami konsep secara lebih mendalam sekaligus mengembangkan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha pada era digital.

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Workshop dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis *experiential learning* yang terdiri atas tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Tahap persiapan

Dilakukan melalui koordinasi antara tim pelaksana Ganesha Labpreneur (GLP), LPPM STIE Ganesha, panitia kegiatan, serta pihak kampus terkait penyelenggaraan workshop. Pada tahap ini dilakukan penyusunan materi pelatihan, penyusunan instrumen evaluasi berupa pre-test, post-test, dan kuesioner kepuasan peserta, persiapan media presentasi, publikasi kegiatan, serta pendataan peserta workshop yang berasal dari mahasiswa STIE Ganesha, Pelaku UMKM, Himpunan Mahasiswa Wirausaha dan Masyarakat Umum. Materi workshop disampaikan oleh dua narasumber sesuai bidang keahlian masing-masing. Narasumber pertama, Dr. (c) Heti Hendrayati, A.Md., S.M., M.M (Dosen UNAS Jakarta, Founder & CEO Latar Kopi 2.0 & 3.0), menyampaikan materi mengenai penguatan mindset kewirausahaan dan personal branding di era digital. Materi yang diberikan mencakup perubahan pola pikir dari *job seeker* menjadi *job creator*, pengembangan karakter entrepreneur, konsep IKIGAI, serta strategi membangun personal branding melalui media digital. Narasumber kedua, Haryono, S.E., C.STMI, CPCP, CPS (Corporate Trainer, Digital Marketing Strategist, Business Consultant, Competence Assessor, Founder & CEO MTH Food), menyampaikan materi mengenai strategi bisnis digital dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pengembangan usaha. Materi meliputi validasi pasar, penyusunan *Minimum Viable Product* (MVP), pemasaran digital, pemanfaatan ChatGPT untuk ide bisnis dan pembuatan konten, Canva AI untuk desain promosi, serta pemanfaatan teknologi AI dalam meningkatkan efisiensi operasional bisnis. Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, sesi tanya jawab, dan praktik penggunaan platform berbasis AI sehingga peserta dapat memahami konsep sekaligus memperoleh pengalaman praktis dalam penerapannya.

Tahap evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti workshop. Instrumen evaluasi menggunakan pre-test dan post-test terkait mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence. Selain itu, dilakukan survei kepuasan peserta menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi peserta terhadap kualitas materi, metode penyampaian, kompetensi narasumber, fasilitas kegiatan, dan manfaat workshop.

Teknik Pengumpulan & Analisis Data

Data kegiatan diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi (Chand, 2025), dokumentasi (Putri & Murhayati, 2025), pre-test, post-test (Capili & Anastasi, 2024), dan kuesioner (Ardiansyah et al., 2023) kepuasan peserta. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk mengamati tingkat partisipasi, keterlibatan, dan antusiasme peserta dalam mengikuti workshop. Dokumentasi berupa foto, video, daftar hadir, dan catatan kegiatan digunakan sebagai bukti pelaksanaan program pengabdian. Data kuantitatif (Maesaroh et al., 2025) diperoleh dari hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta untuk mengukur peningkatan pemahaman terkait mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence. Selain itu, data kepuasan peserta diperoleh melalui kuesioner menggunakan skala Likert 1-5 (Koo & Yang, 2025) yang mencakup aspek kualitas materi, kompetensi narasumber, metode penyampaian, fasilitas kegiatan, dan manfaat program. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif (Maesaroh et al., 2025). Analisis kuantitatif dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata pre-test dan post-test serta persentase peningkatan pemahaman peserta. Sementara itu, data observasi, dokumentasi, dan tanggapan peserta dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan, tingkat partisipasi peserta, serta dampak yang dirasakan setelah mengikuti workshop. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menilai efektivitas program pengabdian kepada masyarakat dalam meningkatkan kompetensi peserta sebagai calon entrepreneur digital.

Luaran Kegiatan

Kegiatan Workshop ini menghasilkan beberapa luaran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peserta maupun institusi penyelenggara, yaitu:

Tabel 1. Luaran Kegiatan

No	Luaran	Indikator Capaian
1.	Workshop kewirausahaan digital	Terlaksananya kegiatan dengan 117 peserta
2.	Peningkatan pengetahuan peserta	Hasil post-test lebih tinggi dibanding pre-test
3.	Materi pelatihan	Modul dan bahan presentasi tersedia
4.	Dokumentasi kegiatan	Foto, video, daftar hadir
5.	Artikel ilmiah PKM	Naskah siap submit jurnal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan Workshop Entrepreneurship #4 dengan tema “*Young Entrepreneur Rise Up: Mindset Kuat, Strategi Cerdas di Era Digital*” telah dilaksanakan pada Sabtu, 30 Mei 2026 di Ruang 17-18 Lantai 2 STIE Ganesha. Kegiatan diikuti oleh 117 peserta yang terdiri dari mahasiswa, pelaku UMKM, anggota Himpunan Mahasiswa Wirausaha, dan masyarakat umum. Workshop menghadirkan dua narasumber yang memiliki pengalaman praktis dan akademis dalam bidang kewirausahaan, bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI). Pelaksanaan kegiatan berlangsung secara interaktif melalui penyampaian materi, diskusi, studi kasus, praktik penggunaan AI, dan sesi tanya jawab. Materi yang diberikan mencakup penguatan mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, serta pemanfaatan AI untuk mendukung aktivitas bisnis modern.



Gambar 1. Sambutan Ketua Ganesha LabPreneur (GLP) STIE Ganesha (Bpk. Ekky Noviar, S.Sos., M.M.)



Gambar 2. Peserta Terlihat Antusias Mengikuti Kegiatan Yang Ditunjukkan Melalui Tingginya Partisipasi Dalam Diskusi

Materi Sesi Pertama : Penguatan Mindset Kewirausahaan & Personal Branding

Oleh : Dr. (c) Heti Hedrayati, S.M., M.M.

Dosen UNAS Jakarta, Owner Latar Kopi, Latar Kopi 2.0 & Latar Kopi 3.0

Pada sesi pertama, narasumber menyampaikan materi mengenai pentingnya membangun mindset kewirausahaan sebagai fondasi menjadi entrepreneur digital. Peserta diberikan pemahaman mengenai perbedaan antara *job seeker* dan *job creator*, dimana seorang entrepreneur dituntut mampu menciptakan peluang, berani mengambil risiko, serta menjadikan kegagalan sebagai proses pembelajaran. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada karakteristik entrepreneur sukses seperti adaptif terhadap perubahan, kreatif, inovatif, konsisten, dan memiliki visi jangka panjang dalam mengembangkan usaha.



Gambar 3. Penyampaian Materi Penguatan Mindset Kewirausahaan & Personal Branding oleh Dr. (c) Heti Hedrayati, S.M., M.M

Selanjutnya, narasumber membahas pentingnya personal branding sebagai modal utama dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas di era digital. Peserta diajak mengenali potensi diri melalui konsep IKIGAI serta memahami strategi membangun personal branding melalui pengembangan keahlian, nilai diri, konsistensi, dan visibilitas di media digital. Materi juga dilengkapi dengan studi kasus berbagai bisnis yang berhasil berkembang melalui kekuatan branding, pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi. Materi ini memberikan pemahaman bahwa keberhasilan entrepreneur tidak hanya ditentukan oleh modal usaha, tetapi juga oleh pola pikir yang kuat dan kemampuan membangun personal branding. Dengan mengembangkan mindset *job creator* serta membangun identitas profesional yang autentik dan konsisten, generasi muda dapat meningkatkan daya saing dan memanfaatkan peluang bisnis secara optimal di era digital.

Materi Sesi Kedua : Strategi Bisnis Digital & Pemanfaatan AI Untuk Mendukung Aktivitas Bisnis Modern

Oleh : Haryono, S.E., C.STMI, CPCP, CPS

(Owner MTH Food, Corporate Trainer, Digital Marketing Strategist, Business Consultant, Competence Assessor)

Pada sesi kedua, narasumber menyampaikan materi bertema “Digital Business Blueprint: Strategi Cerdas Young Entrepreneur Membangun Income di Era Digital” yang berfokus pada strategi membangun usaha secara efektif melalui pemanfaatan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI). Narasumber menjelaskan bahwa paradigma bisnis telah mengalami pergeseran dari era konvensional yang mengandalkan modal besar dan aset fisik menuju era digital yang lebih menekankan pada keterampilan, pemanfaatan teknologi, dan kemampuan beradaptasi. Peserta diperkenalkan pada konsep bisnis minim risiko melalui model usaha yang fleksibel seperti afiliasi, dropship, produk digital, dan pemasaran berbasis platform digital. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman bahwa keterampilan bernilai tinggi (*high-demand skills*) seperti digital marketing, copywriting, desain konten, dan pengelolaan media sosial dapat menjadi modal utama dalam membangun bisnis di era digital.



Gambar 4. Penyampaian Materi Kedua Strategi Bisnis Digital & Pemanfaatan AI Untuk Mendukung Aktivitas Bisnis Modern oleh: Haryono, S.E., C.STMI, CPCP, CPS

Selanjutnya, narasumber menjelaskan pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai alat pendukung untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis. AI dapat digunakan sebagai sarana riset pasar, analisis tren konsumen, pembuatan konten pemasaran, otomatisasi layanan pelanggan, hingga pengelolaan data bisnis secara lebih cepat dan akurat. Peserta juga diperkenalkan pada tahapan membangun bisnis melalui konsep *Smart Entrepreneur Action Plan*, mulai dari menemukan masalah pasar, membangun *Minimum Viable Product (MVP)*, melakukan validasi pasar, hingga mengembangkan usaha melalui strategi monetisasi dan *scale up*. Narasumber menekankan pentingnya konsistensi, keberanian mengeksekusi ide, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta pengambilan keputusan berbasis data sebagai kunci pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Materi ini memberikan pemahaman bahwa peluang membangun bisnis di era digital semakin terbuka melalui pemanfaatan teknologi dan Artificial Intelligence. Keberhasilan usaha tidak lagi ditentukan oleh besarnya modal, tetapi oleh kemampuan mengidentifikasi peluang, memanfaatkan teknologi secara tepat, serta mengeksekusi ide secara konsisten. Dengan menerapkan strategi bisnis digital yang adaptif dan memanfaatkan AI sebagai pendukung operasional maupun pemasaran, generasi muda memiliki peluang yang lebih besar untuk membangun usaha yang inovatif, efisien, dan berkelanjutan.

Sintesis Materi Kedua Narasumber

Berdasarkan materi yang disampaikan oleh kedua narasumber, terdapat persamaan dan perbedaan fokus pembahasan yang saling melengkapi dalam membentuk kompetensi entrepreneur digital. Persamaan utama dari kedua materi adalah sama-sama menekankan pentingnya perubahan pola pikir generasi muda agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, memanfaatkan peluang usaha secara kreatif, serta memiliki keberanian untuk memulai dan mengembangkan bisnis secara mandiri. Kedua narasumber juga menegaskan bahwa keberhasilan entrepreneur tidak hanya ditentukan oleh modal finansial, tetapi juga oleh kemampuan belajar, beradaptasi, membangun jaringan, serta memanfaatkan teknologi digital dan Artificial Intelligence secara efektif.

Perbedaannya terletak pada fokus pengembangan kompetensi yang diberikan. Narasumber pertama lebih menekankan pada aspek fundamental kewirausahaan, yaitu pembentukan mindset entrepreneur, pengenalan potensi diri, pembangunan karakter, serta penguatan personal branding sebagai fondasi dalam membangun kepercayaan dan identitas profesional. Sementara itu, narasumber kedua lebih berfokus pada aspek implementatif dan teknis, yaitu strategi membangun bisnis digital, pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai alat pendukung usaha, validasi pasar, pengembangan produk, hingga strategi monetisasi dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, kedua materi membentuk sebuah alur pembelajaran yang terintegrasi. Narasumber pertama membantu peserta membangun pola pikir dan identitas sebagai entrepreneur, sedangkan narasumber kedua memberikan panduan praktis untuk mengubah pola pikir tersebut menjadi tindakan nyata melalui strategi bisnis digital dan pemanfaatan teknologi. Kombinasi kedua materi ini diharapkan mampu membekali peserta tidak hanya untuk memiliki mentalitas entrepreneur, tetapi juga keterampilan yang dibutuhkan dalam membangun dan mengembangkan usaha di era digital secara berkelanjutan.

Tabel 2. Ringkasan Persamaan dan Perbedaan Materi Para Narasumber

Aspek	Pembicara 1 Dr. (c) Heti Hedrayati, S.M., M.M		Pembicara 2 Haryono, S.E., C.STMI, CPCP, CPS	
	Fokus Utama	Mindset Entrepreneur & Personal Branding		Strategi Bisnis Digital & Artificial Intelligence
Tujuan	Membentuk karakter dan identitas entrepreneur		Membangun kemampuan eksekusi bisnis digital	
Orientasi	Internal (mindset, potensi diri, branding)		Eksternal (pasar, produk, teknologi, income)	
Kompetensi yang Ditekankan	Growth mindset, keberanian, branding, networking		Validasi pasar, MVP, AI, monetisasi, scale-up	
Persamaan	Sama-sama mendorong peserta menjadi entrepreneur digital yang adaptif, inovatif, dan memanfaatkan teknologi			
Output yang Diharapkan	Entrepreneur yang percaya diri dan memiliki identitas profesional		Entrepreneur yang mampu mengeksekusi ide menjadi bisnis yang menghasilkan	

Karakteristik Peserta

Tabel 3. Karakteristik Peserta

Kategori Peserta	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	105	89,74%
Pelaku UMKM	7	5,98%
Himpunan Mahasiswa Wirausaha	3	2,56%
Masyarakat Umum	2	1,71%
Total	117	100%

Data menunjukkan bahwa mayoritas peserta merupakan mahasiswa sehingga kegiatan ini sangat relevan dalam mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan pada generasi muda.

Hasil Pre-Test dan Post-Test

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi workshop.

Tabel 4. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Aspek Penilaian	Pre-Test	Post-Test	Peningkatan
Mindset Kewirausahaan	62,4%	87,6%	25,2%
Personal Branding	58,9%	85,3%	26,4%
Strategi Bisnis Digital	60,1%	86,8%	26,7%
Pemanfaatan AI dalam Bisnis	52,8%	88,5%	35,7%
Rata-Rata	58,6%	87,1%	28.5%

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 58,6% menjadi 87,1% dengan peningkatan sebelum Post-Test sebesar 28.5% setelah mengikuti workshop. Peningkatan ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan mampu meningkatkan wawasan peserta terkait kewirausahaan digital, personal branding, strategi bisnis, dan pemanfaatan AI dalam bisnis.

Hasil Kuisioner Kepuasan Peserta

Tabel 5. Hasil Kuisioner Kepuasan Peserta

Indikator	Tingkat Kepuasan
Kesesuaian Materi	93%
Kompetensi Narasumber	96%
Metode Penyampaian	95%
Fasilitas Kegiatan	91%
Manfaat Workshop	97%
Rata-rata	94%

Hasil kuesioner menunjukkan tingkat kepuasan peserta sebesar 94%, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Peserta menilai materi yang diberikan relevan dengan kebutuhan generasi muda dalam menghadapi tantangan bisnis digital dan pemanfaatan Artificial Intelligence.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa workshop memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital, terbukti pada aspek penilaian post-test "Mindset Kewirausahaan sebesar 87.6% dari 62.4%". Peningkatan nilai post-test menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis *experiential learning* efektif dalam membantu peserta memahami konsep kewirausahaan dan strategi bisnis digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Farida & Agung Prabowo, 2024) yang menyatakan bahwa program kewirausahaan mampu membentuk mindset entrepreneur dan meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk menjadi pencipta lapangan kerja.

Pada aspek personal branding, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya membangun identitas profesional di media digital. Terbukti pada aspek penilaian post-test "Personal Branding sebesar 85.3% dari 58.9%". Materi yang diberikan membantu peserta memahami bagaimana kredibilitas dan reputasi digital dapat mendukung keberhasilan bisnis. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Masruroh et al., 2024) dan (Fitriana et al., 2025) yang menegaskan bahwa personal branding menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing entrepreneur pada era digital.

Pada aspek strategi bisnis digital, terbukti pada hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari 60,1% pada pre-test menjadi 86,8% pada post-test dengan peningkatan sebesar 26,7%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai langkah-langkah membangun bisnis digital, mulai dari identifikasi peluang usaha, validasi pasar, penyusunan *Minimum Viable Product* (MVP), hingga strategi pemasaran berbasis platform digital.

Peningkatan terbesar terjadi pada aspek pemanfaatan Artificial Intelligence dalam bisnis. Terbukti pada aspek penilaian post-test "Pemanfaatan AI Dalam Bisnis sebesar 88.35% dari 52.8%". Hal ini menunjukkan bahwa peserta sebelumnya belum banyak mengenal penggunaan AI untuk mendukung aktivitas bisnis. Setelah mengikuti workshop, peserta mampu memahami pemanfaatan ChatGPT, Canva AI, dan berbagai teknologi AI lainnya dalam pembuatan konten, riset pasar, dan strategi pemasaran digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Azzahra et al., 2024) yang menjelaskan bahwa integrasi AI dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis modern.

Selain peningkatan pemahaman, tingginya tingkat kepuasan peserta sebesar 94% menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan generasi muda dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital. Pendekatan partisipatif berbasis *experiential learning* memungkinkan peserta memperoleh pengalaman belajar yang lebih interaktif sehingga meningkatkan keterlibatan dan motivasi peserta selama kegiatan berlangsung.

Secara keseluruhan, kegiatan workshop berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kompetensi peserta dalam bidang mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai pendukung pengembangan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi keempat aspek tersebut dapat menjadi model pengembangan entrepreneur digital yang relevan dengan kebutuhan era transformasi digital.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertema "*Young Entrepreneur Rise Up: Mindset Kuat, Strategi Cerdas di Era Digital*" berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pengembangan usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan nilai rata-rata peserta dari 58,6% pada pre-test menjadi 87,1% pada post-test dengan peningkatan sebesar 28,5%, sedangkan tingkat kepuasan peserta mencapai rata-rata 94% dengan kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan mindset kewirausahaan, personal branding, strategi bisnis digital, dan AI mampu memberikan pemahaman yang komprehensif serta relevan dengan kebutuhan generasi muda dalam menghadapi era ekonomi digital. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilanjutkan dalam bentuk pendampingan, mentoring, atau inkubasi bisnis agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu mengimplementasikan ide usaha, membangun personal branding yang kuat, serta memanfaatkan teknologi digital dan AI secara optimal untuk mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada GANESHA LABPRENEUR (GLP) STIE Ganesha sebagai penyelenggara utama kegiatan workshop “*Young Entrepreneur Rise Up: Mindset Kuat, Strategi Cerdas di Era Digital*” yang telah memberikan dukungan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan fasilitasi kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan STIE Ganesha, LPPM STIE Ganesha, para narasumber, panitia pelaksana, serta seluruh peserta yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan kompetensi kewirausahaan generasi muda di era digital.

REFERENSI

- Adiguna, P., Sutariyono, S., Aisha, N., Herawati, T., Nurrahman, S., Saefullah, A., Ar, R., Hakim, M. P., Syaputra, R., & Sitohang, R. M. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada UMKM Melalui Keterampilan Digital dalam Produksi Pangan. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), 92–102. <https://doi.org/10.60023/v1sgmx97>
- Anggainsi, R., Nurrahman, S., Ramadhani, S. N., & Cesyika, Y. (2026). DESIGNING A MICROSOFT EXCEL-BASED COFFEE SALES RECORDING SYSTEM USING INDEX, MATCH, AND SUMIFS FUNCTIONS (Case Study Of PT. DEF). *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 3(2), 2811–2821. <https://doi.org/10.62567/micjo.v3i2.4228>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Azzahra, S. A., Nurrahman, S., & Saefullah, A. (2024). Integrasi Kecerdasan Buatan Dalam Sistem Rekomendasi Produk Untuk E-Commerce. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 3(1), 21–28. <https://doi.org/10.58169/saintek.v3i1.394>
- Capili, B., & Anastasi, J. K. (2024). An Introduction to Types of Quasi-Experimental Designs. *AJN, American Journal of Nursing*, 124(11), 50–52. <https://doi.org/10.1097/01.NAJ.0001081740.74815.20>
- Chand, S. P. (2025). Methods of Data Collection in Qualitative Research: Interviews, Focus Groups, Observations, and Document Analysis. *Advances in Educational Research and Evaluation*, 6(1), 303–317. <https://doi.org/10.25082/AERE.2025.01.001>
- Farida, F., & Agung Prabowo, H. (2024). Peran Program Kewirausahaan dalam Membangun ‘Mindset’ Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Kasus di Universitas Mercu Buana Jakarta. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 8978–8993.
- Fitriana, D., Sahid, M., Hakim, L., & Darmawan, D. (2025). MERINTIS KARIR DARI LAYAR GAWAI : PERAN KONTEN DIGITAL DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING MAHASISWA. *ASPIKOM (The Indonesian Communication Higher Education Association)*, 1. <https://doi.org/doi.org/10.31947/aicon2025.v1i2.47701>
- Koo, M., & Yang, S.-W. (2025). Likert-Type Scale. *Encyclopedia*, 5(1), 18. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia5010018>
- Maatuil, R. A., Bungkaes, M., Djole, D. L., Dodopo, C., Langi, M., & Djojjobo, J. (2025). Membaca Mindset Wirausaha: Analisis Determinan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Generasi Z. *Indonesia Economic Journal*, 1. <https://doi.org/doi.org/10.63822/s29yj609>
- Maesaroh, L., Miladia, U. A., Fithriyani, M., & Nulhakim, L. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2), 315–325. <https://doi.org/doi.org/10.23969/jp.v10i02.27110>
- Masruroh, S., Yanto, A., & Siuk, E. (2024). Strategi Personal Branding untuk Digital Entrepreneurship: Pendekatan untuk Membangun Reputasi dan Memenangkan Pasar. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3. <https://doi.org/doi.org/10.56799/jceki.v3i4.3950>
- Misbahuddin, A. F., Hamris, H., & Nuran, A. S. (2024). PKM Menumbuhkan Semangat Kewirausahaan Di Kalangan Generasi Z Melalui Digitalisasi Di Jurusan Pendidikan Teknik Elektro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS)*, 2. <https://journal.unm.ac.id/index.php/jpm/index>
- Nurrahman, S., Saefullah, A., Ar, R., Sitohang, R. M., Syaputra, R., & Hakim, M. P. (2024). Pemanfaatan Platform Digital E-commerce Tiktok & Shopee Affiliate dalam Manajemen Resiko

- dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum. *JCRE: Journal of Community Research and Engagement*, 1, 23–35.
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13074–13086. <https://doi.org/doi.org/10.31004>
- Sari, W. P., Irena, L., Augustine, M., & Carolina, A. (2024). PEMBELAJARAN DAN PENGEMBANGAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(4), 1524–1531. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i4.32939>
- Setiani, H. F., Nurrahman, S., Pramestiyas, A., Arini, I. F., & Ridwan, R. (2026). PERANCANGAN SISTEM PENGOLAHAN DATA PENJUALAN CATERING MENGGUNAKAN FUNGSI SUMIFS DAN VLOOKUP EXCEL DI VIN'S KITCHEN. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 3(2), 59–71. <https://doi.org/10.69714/gqhzbj95>
- Wigunastuti, A., Azizah, E. A. N., Nurrahman, S., Umayah, U., & Yuniarti, Y. (2026). PERANCANGAN SISTEM PENDAFTARAN EKSTRAKURIKULER BERBASIS MICROSOFT EXCEL MENGGUNAKAN FITUR VLOOKUP DAN PIVOT TABLE (STUDI KASUS: SMPN 6 BABELAN). *Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi*, 8, 78–92. <https://doi.org/10.31326/sistek.v8i1.2671>