

Pengenalan Digital *Entrepreneurship* dan Etika Bisnis bagi Siswa SMA dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital

Triani^{1*}, Retno Ginanjar², Emma Rani Nuristya³, Yunita Fatma Faidha⁴, Tri Bodroastuti⁵, Nurdhiana⁶, Tantri Widiastuti⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} STIE Widya Manggala

**Corresponding author*

E-mail: triani@widyamanggala.ac.id (Triani)*

Article History:

Received: Jul, 2026

Revised: Jul, 2026

Accepted: Jul, 2026

Abstract: Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan berbagai peluang usaha yang dapat dimanfaatkan oleh generasi muda, termasuk siswa SMA. Namun, pemanfaatan teknologi digital oleh siswa masih didominasi untuk kegiatan konsumtif, sementara pemahaman mengenai kewirausahaan digital dan etika bisnis masih relatif terbatas. Kondisi tersebut mendorong perlunya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan berwirausaha secara digital sekaligus menanamkan nilai-nilai etika dalam menjalankan usaha. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep digital entrepreneurship, mengenali peluang bisnis berbasis teknologi, serta menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam setiap aktivitas usaha. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode penyuluhan, pelatihan, diskusi interaktif, studi kasus, dan simulasi penyusunan ide bisnis digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa lebih memahami konsep kewirausahaan digital, mampu mengidentifikasi peluang usaha sesuai perkembangan teknologi, serta memiliki kesadaran yang lebih baik mengenai pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan profesionalisme sebagai fondasi dalam membangun usaha di era ekonomi digital.

Keywords:

Digital Entrepreneurship; Ekonomi Digital; Etika Bisnis; Kewirausahaan Digital; Siswa SMA

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pola aktivitas ekonomi dan cara seseorang memulai serta mengembangkan usaha. Kemudahan akses internet, meningkatnya penggunaan media sosial, serta hadirnya berbagai *platform* digital telah membuka peluang bagi masyarakat untuk menjalankan kegiatan usaha dengan modal yang relatif lebih rendah dibandingkan bisnis konvensional. Kondisi tersebut menjadikan ekonomi digital sebagai salah satu sektor yang terus berkembang dan memberikan peluang besar bagi generasi muda untuk berpartisipasi sebagai pelaku usaha. Lebih

lanjut, Ekonomi digital, istilah '*platform*' mengacu pada sebuah infrastruktur yang memungkinkan pertemuan antara pembeli dan penjual, serta berbagai pihak lainnya, untuk berinteraksi, melakukan transaksi, dan berbagi nilai (Hapsari et al., 2024).

Di Indonesia, perkembangan ekonomi digital menunjukkan tren yang terus meningkat seiring dengan semakin luasnya akses masyarakat terhadap internet dan teknologi digital. Hasil Survei *"Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221,56 juta jiwa atau 79,5% dari total penduduk"*. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa *"Generasi Z merupakan kelompok yang paling dominan dalam penggunaan internet dengan kontribusi sebesar 34,4% dari total pengguna internet dan tingkat penetrasi internet mencapai 87,02%"*. Kondisi ini menunjukkan bahwa remaja, termasuk siswa SMA, merupakan kelompok yang sangat dekat dengan teknologi digital dan memiliki peluang besar untuk mengembangkan kompetensi kewirausahaan berbasis digital.

Tingginya intensitas penggunaan internet belum sepenuhnya diarahkan pada aktivitas yang produktif. Sebagian besar remaja masih memanfaatkan media digital untuk berkomunikasi, mengakses media sosial, mencari hiburan, dan mengonsumsi konten digital, sementara pemanfaatannya sebagai sarana membangun usaha, menciptakan produk, maupun mengembangkan ide bisnis masih relatif terbatas. Di sisi lain, data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa 72,78% penduduk Indonesia telah mengakses internet pada tahun 2024. Tingginya angka tersebut mencerminkan kesiapan masyarakat dalam menghadapi transformasi digital, namun sekaligus mengindikasikan perlunya peningkatan literasi digital yang lebih produktif, termasuk literasi kewirausahaan digital bagi generasi muda.

Fenomena tersebut menjadi perhatian karena siswa SMA merupakan kelompok usia yang memiliki kreativitas tinggi, mudah beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, serta memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan muda di masa depan. Pada usia ini, siswa mulai mampu mengembangkan ide-ide kreatif, mengenali peluang usaha, dan membangun kemampuan berpikir inovatif. Apabila potensi tersebut mendapatkan pendampingan dan pembinaan yang tepat, maka akan menjadi modal penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang produktif, mandiri, dan siap menghadapi tantangan dunia kerja maupun dunia usaha.

Berkembangnya aktivitas bisnis berbasis digital juga memunculkan berbagai tantangan yang berkaitan dengan etika bisnis. Etika bisnis dapat didefinisikan sebagai *"seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma*

di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat" (Firmansyah et al. 2021, hlm. 6-7). Berbagai kasus penipuan dalam transaksi daring, penyebaran informasi produk yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, mengambil foto produk orang lain tanpa izin, sampai rendahnya tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen masih sering dijumpai dalam aktivitas perdagangan digital. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dalam memanfaatkan teknologi digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh pemahaman terhadap nilai-nilai etika dalam menjalankan usaha.

Realitas tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak cukup hanya berorientasi pada peningkatan kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga perlu menanamkan karakter yang berlandaskan kejujuran, tanggung jawab, disiplin, profesionalisme, dan kepedulian terhadap konsumen. Nilai-nilai tersebut menjadi fondasi penting dalam membangun kepercayaan pelanggan serta menciptakan usaha yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pengenalan kewirausahaan digital sebaiknya dilakukan secara terpadu dengan pembelajaran etika bisnis sehingga siswa tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga memiliki karakter sebagai pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Hasil observasi dari awal sampai diskusi dengan pihak sekolah, diketahui siswanya sudah punya telepon pintar dan aktif menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp setiap hari. Akan tetapi, penggunaan *platform* tersebut masih didominasi untuk kegiatan komunikasi dan hiburan. Sebagian siswa pernah mencoba melakukan aktivitas jual beli secara sederhana, namun belum memahami cara mengembangkan usaha secara digital, menentukan strategi pemasaran, membangun kepercayaan pelanggan, maupun menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam setiap transaksi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya akses terhadap teknologi digital dengan kompetensi kewirausahaan yang dimiliki siswa. Kompetensi ini penting untuk keberhasilan kewirausahaan dan dapat dikembangkan melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman langsung (Nasrullah et al., 2024). Ahmad et al. (2018) menjelaskan bahwa kompetensi wirausaha merupakan kompetensi yang diambil dari literatur manajemen dan kewirausahaan serta dapat diterapkan dalam berbagai sistem, mulai dari yang sangat luas hingga yang lebih spesifik.

Permasalahan tersebut menjadi dasar perlunya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada peningkatan literasi digital entrepreneurship dan etika bisnis bagi siswa SMA. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan wawasan mengenai peluang usaha di era ekonomi digital,

meningkatkan kemampuan siswa dalam mengidentifikasi ide bisnis yang sesuai dengan potensi diri, serta membangun kesadaran akan pentingnya etika bisnis sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari keberhasilan usaha. Melalui pendekatan yang interaktif, siswa tidak hanya memperoleh materi secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman belajar melalui diskusi, studi kasus, simulasi penyusunan ide bisnis, dan praktik sederhana yang sesuai dengan kondisi mereka.

Pemilihan siswa SMA sebagai sasaran pengabdian didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok ini merupakan generasi yang akan memasuki dunia pendidikan tinggi maupun dunia kerja dalam beberapa tahun mendatang. Pembentukan karakter kewirausahaan sejak dini diharapkan dapat meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi perubahan dunia kerja yang semakin kompetitif serta mendorong terciptanya wirausahawan muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, penguatan etika bisnis sejak usia sekolah diharapkan mampu membentuk perilaku usaha yang bertanggung jawab, jujur, dan berorientasi pada keberlanjutan sehingga dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman siswa SMA mengenai konsep digital entrepreneurship, mengenalkan berbagai peluang usaha berbasis teknologi digital, serta menanamkan nilai-nilai etika bisnis sebagai bekal dalam membangun usaha yang inovatif, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Diharapkan kegiatan ini mampu mendorong terbentuknya pola pikir kewirausahaan yang lebih kreatif, adaptif, dan berintegritas sehingga siswa memiliki kesiapan yang lebih baik dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital di masa mendatang.

Diskusi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung secara partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan simulasi penyusunan ide bisnis digital. Sejak tahap awal kegiatan, sebagian besar siswa telah mengenal berbagai *platform* digital seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan marketplace. Namun, pemanfaatan *platform* tersebut masih didominasi sebagai media komunikasi dan hiburan. Setelah mengikuti kegiatan, siswa mulai memahami bahwa teknologi digital juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana menciptakan peluang usaha yang inovatif dengan modal yang relatif kecil. Perubahan tersebut terlihat dari meningkatnya antusiasme peserta dalam menyampaikan ide bisnis, mengidentifikasi potensi usaha di lingkungan sekitar, serta menyusun strategi pemasaran sederhana

melalui media digital. Hasil ini menunjukkan bahwa edukasi kewirausahaan mampu meningkatkan wawasan dan kepercayaan diri siswa untuk mulai berpikir sebagai calon wirausahawan, sejalan dengan pendapat Nasrullah et al. (2024) yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan dapat dikembangkan melalui proses pendidikan, pelatihan, dan pengalaman belajar.

Selain meningkatkan pemahaman mengenai digital *entrepreneurship*, kegiatan ini juga memberikan perubahan pada cara pandang siswa terhadap pentingnya etika dalam menjalankan usaha. Melalui pembahasan studi kasus mengenai promosi produk, pelayanan kepada konsumen, serta tanggung jawab pelaku usaha di media digital, siswa mulai menyadari bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh keuntungan, tetapi juga oleh penerapan nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, profesionalisme, dan kepedulian terhadap konsumen. Diskusi yang berlangsung menunjukkan bahwa siswa mampu membedakan praktik bisnis yang sesuai dengan etika dan tindakan yang berpotensi merugikan konsumen. Temuan tersebut sejalan dengan pendapat Velasquez (2022) yang menjelaskan bahwa etika bisnis merupakan pedoman moral yang mengarahkan setiap pelaku usaha dalam mengambil keputusan secara bertanggung jawab sehingga mampu membangun kepercayaan dan keberlanjutan usaha.

Hasil pengabdian pada masyarakat, siswa menjadi lebih termotivasi untuk memanfaatkan teknologi sebagai media yang produktif serta memahami bahwa keberhasilan usaha harus diimbangi dengan integritas dalam menjalankan bisnis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa integrasi materi digital *entrepreneurship* dan etika bisnis merupakan pendekatan yang relevan dalam membentuk karakter wirausahawan muda yang siap menghadapi tantangan ekonomi digital. Hasil pengabdian ini juga memperkuat penelitian Nambisan (2017) yang menegaskan bahwa perkembangan teknologi digital membuka peluang lahirnya model kewirausahaan baru, namun keberhasilannya tetap memerlukan kompetensi, kreativitas, serta kemampuan membangun hubungan yang bertanggung jawab dengan para pemangku kepentingan.



Gambar 1. Penyampaian Materi Digital Entrepreneurship kepada Siswa SMA



Gambar 2. Diskusi Interaktif mengenai Peluang Usaha Digital



Gambar 3. Foto Bersama Tim Pengabdian dan Peserta Kegiatan

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengusung tema "Pengengenalan Digital Entrepreneurship dan Etika Bisnis bagi Siswa SMA dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital" telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan wawasan siswa mengenai pemanfaatan teknologi digital sebagai peluang berwirausaha. Secara teoritis, hasil pengabdian ini memperkuat bahwa pengembangan kompetensi kewirausahaan sejak usia sekolah akan lebih optimal apabila diintegrasikan dengan pembentukan karakter dan etika, sehingga mampu menghasilkan calon wirausahawan yang inovatif, bertanggung jawab, dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

Hasil kegiatan disarankan untuk program edukasi digital entrepreneurship serta etika bisnis tidak hanya dilaksanakan sebagai kegiatan insidental, tetapi dapat menjadi bagian dari program pembinaan kewirausahaan di sekolah melalui

kolaborasi antara perguruan tinggi, sekolah, pemerintah, dan dunia usaha. Pendampingan yang berkelanjutan melalui pelatihan lanjutan, praktik bisnis sederhana, serta pemanfaatan *platform* digital diharapkan mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa secara lebih komprehensif. Dengan demikian, siswa tidak hanya memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang usaha, tetapi juga mampu membangun bisnis yang beretika, berdaya saing, dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi disampaikan kepada Kepala Sekolah, guru, dan siswa SMA atas partisipasi dan kerja sama yang baik selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga kepada STIE Widya Manggala atas dukungan dan fasilitas yang diberikan, serta kepada seluruh tim pengabdian dan pihak lain yang telah berkontribusi dalam setiap tahapan kegiatan. Semoga kolaborasi yang telah terjalin dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat bagi dunia pendidikan maupun masyarakat.

Daftar Referensi

- Ahmad, N. H., Suseno, Y., Seet, P.-S., Susomrith, P., & Rashid, Z. (2018). Entrepreneurial Competencies and Firm Performance in Emerging Economies: A Study of Women Entrepreneurs in Malaysia. In V. Ratten, V. Braga, & C. S. Marques (Eds.), *Knowledge, Learning and Innovation: Research Insights on Cross-Sector Collaborations* (pp. 5–26). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-59282-4_2
- Firmansyah, H., Megaster, T., Mardani, D. A., Zatira, D., Sintani, L., Sudirjo, F., Fauzi, R., Sulastri, W., Sulistiyani, S., Abdurrohman, A., Ginting, R., Manullang, S. O., & Mansur, M. (2021). *Etika Bisnis: Suatu Pengantar* (E. Kurniawati & S. L. Indarto, Eds.). Penerbit Insania. <https://books.google.com/books?id=4odZEAAAQBAJ>
- Hapsari, V. R., Usman, U., & Erbito, Y. (2024). *Ekonomi Digital* (N. Nurhaeni, Ed.). Mega Press Nusantara. <https://books.google.com/books?id=6HQUEQAAQBAJ>
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nasrullah, A., Purnamasari, N., Judijanto, L., Irianto, H., & Ginting, T. W. (2024). *Entrepreneurship Education: Teori dan Penerapan Pendidikan Kewirausahaan* (E. Efitra

- & I. Uzma, Eds.). PT Sonpedia Publishing Indonesia.
<https://buku.sonpedia.com/2024/09/entrepreneurship-education-teori-dan.html>
- Velasquez, M. G. (2022). *Business Ethics: Concepts and Cases* (8th edition). Pearson.
<https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/business-ethics-concepts-and-cases/P200000003111/9780137540969>