



Optimalisasi Teknologi dan Inovasi Untuk Meningkatkan Profitabilitas Bisnis Gen Z di Smk Muhammadiyah 2 Brondong

Hadi Ismanto^{1*}, Muhammad Rosyihuddin², Anaqah Zaskia Aliyah Frandeva³,
Nada Aulia Alhanifah⁴

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis¹³⁴

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana²

Universitas Muhammadiyah Gresik

Corresponding Author: Hadi Ismanto: hadi_ismanto@umg.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Profitabilitas
Bisnis, Gen-Z, Minapolitan
Brondong, Design Thinking,
Smk Muhammadiyah
Brondong.

Received : 23, May

Revised : 27, June

Accepted: 20, July

©2026 Ismanto, Rosyihuddin,
Frandeva, Alhanifah(s): This is an
open-access article distributed
under the terms of the [Creative
Commons Atribusi 4.0
Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah paradigma pengembangan usaha dengan menjadikan teknologi sebagai faktor utama dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas bisnis. Meskipun Generasi Z memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, kemampuan memanfaatkan teknologi sebagai instrumen penciptaan nilai ekonomi masih terbatas. Kondisi ini juga ditemukan pada siswa SMK Muhammadiyah 2 Brondong di kawasan Minapolitan Kabupaten Lamongan yang memiliki potensi ekonomi kelautan dan perikanan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital siswa melalui edukasi dan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi, Design Thinking, Social Commerce, pemasaran digital, penyusunan model bisnis, dan pengelolaan keuangan digital. Program dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Action Learning yang meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Sebanyak 35 siswa mengikuti kegiatan melalui ceramah interaktif, diskusi kelompok, simulasi bisnis, dan praktik penggunaan platform digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pemasaran digital, pengelolaan toko daring, pemanfaatan media sosial, penyusunan Business Model Canvas, serta pencatatan keuangan digital. Peserta juga mampu menyusun model bisnis berbasis potensi lokal sektor perikanan yang lebih inovatif dan berorientasi pada peningkatan nilai tambah. Program ini berhasil mengubah pola pikir siswa dari pengguna teknologi menjadi calon wirausahawan digital yang mampu memanfaatkan teknologi untuk menciptakan nilai ekonomi dan meningkatkan profitabilitas usaha.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan fundamental terhadap cara organisasi dan pelaku usaha menciptakan nilai ekonomi. Digitalisasi tidak lagi hanya dipandang sebagai alat bantu operasional, melainkan telah berkembang menjadi strategi utama dalam meningkatkan efisiensi, inovasi, dan keunggulan kompetitif suatu bisnis. Verhoef et al. (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aktivitas organisasi yang mampu meningkatkan produktivitas, kualitas layanan, serta profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, penguasaan teknologi digital menjadi kompetensi yang harus dimiliki oleh sumber daya manusia, terutama generasi muda yang akan memasuki dunia kerja maupun dunia usaha.

Di sisi lain, perkembangan teknologi juga melahirkan fenomena *digital entrepreneurship*, yaitu aktivitas kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam menciptakan peluang usaha baru. Menurut Nambisan (2017), *digital entrepreneurship* tidak hanya mengubah model bisnis konvensional, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis baru yang lebih inovatif, fleksibel, dan adaptif terhadap perubahan pasar. Digital entrepreneurship memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan media sosial, marketplace, aplikasi digital, dan teknologi informasi untuk memperluas pasar dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan model bisnis tradisional.

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang memiliki karakteristik sangat dekat dengan perkembangan teknologi digital. Mereka lahir ketika internet, media sosial, dan perangkat digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari sehingga dikenal sebagai digital natives (Prensky, 2001). Kemampuan mereka dalam menggunakan berbagai platform digital relatif lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Akan tetapi, tingginya literasi digital belum tentu diikuti oleh kemampuan mengembangkan strategi bisnis berbasis teknologi. Dwivedi et al. (2021) menegaskan bahwa penggunaan media digital untuk aktivitas sosial tidak secara otomatis menghasilkan kemampuan dalam membangun bisnis digital yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi pendidikan yang mampu mengarahkan kemampuan digital Generasi Z menuju aktivitas produktif yang bernilai ekonomi.

Pendidikan vokasi memiliki posisi strategis dalam membentuk kompetensi kewirausahaan digital tersebut. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tidak hanya dituntut menghasilkan lulusan yang siap bekerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan melalui pengembangan usaha berbasis inovasi. OECD (2023) menjelaskan bahwa penguatan pendidikan kewirausahaan sejak usia sekolah mampu meningkatkan minat berwirausaha, kreativitas, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan ekonomi digital. Dengan demikian, integrasi teknologi, inovasi, dan pendidikan kewirausahaan menjadi kebutuhan penting dalam menghadapi persaingan ekonomi modern.

SMK Muhammadiyah 2 Brondong merupakan salah satu sekolah vokasi yang berada di kawasan Minapolitan Brondong, Kabupaten Lamongan. Kawasan ini dikenal sebagai pusat ekonomi kelautan dan perikanan dengan keberadaan Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Brondong serta ratusan

usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak pada sektor pengolahan hasil laut. Potensi ekonomi tersebut sebenarnya memberikan peluang yang sangat besar bagi lahirnya wirausaha muda berbasis teknologi. Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar siswa masih memanfaatkan teknologi sebatas untuk komunikasi dan hiburan, sementara pemanfaatannya sebagai media pemasaran, inovasi produk, analisis pasar, maupun pengelolaan keuangan digital masih sangat terbatas.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan penggunaan teknologi dengan kompetensi kewirausahaan digital. Padahal, penelitian Ratten (2023) menunjukkan bahwa inovasi digital yang dipadukan dengan kreativitas generasi muda mampu meningkatkan daya saing usaha sekaligus memperluas akses pasar melalui platform digital. Selain itu, penguasaan teknologi digital juga terbukti berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja usaha mikro melalui efisiensi operasional, perluasan jaringan pemasaran, dan peningkatan nilai tambah produk (Kraus et al., 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Gresik menyelenggarakan program "Optimalisasi Teknologi dan Inovasi untuk Meningkatkan Profitabilitas Bisnis Generasi Z di SMK Muhammadiyah 2 Brondong." Program ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas siswa dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha melalui pendekatan Design Thinking, Social Commerce, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi. Rosyihuddin, M., & Zainuddin, M. (2023) Melalui kegiatan ini diharapkan terbentuk generasi muda yang tidak hanya memiliki kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mampu mengembangkan usaha yang inovatif, kompetitif, dan berorientasi pada peningkatan profitabilitas.

METODE

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning* (PAL) yang menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran melalui kombinasi edukasi, praktik langsung, refleksi, dan evaluasi. Pendekatan ini dipilih karena mampu meningkatkan keterlibatan aktif peserta dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, serta mengimplementasikan inovasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat sasaran.

Menurut Kemmis et al. (2014), pendekatan partisipatif memberikan kesempatan kepada peserta untuk belajar melalui pengalaman nyata (*learning by doing*), sehingga hasil pembelajaran menjadi lebih efektif dan berkelanjutan.

Kegiatan dilaksanakan pada 1 Februari 2026 di Aula dan Laboratorium Komputer SMK Muhammadiyah 2 Brondong, Kabupaten Lamongan. Sasaran kegiatan adalah 35 siswa yang memiliki minat terhadap kewirausahaan dan bisnis digital. Pemilihan peserta dilakukan secara purposive berdasarkan rekomendasi sekolah dengan mempertimbangkan minat siswa terhadap pengembangan usaha, kemampuan dasar penggunaan teknologi informasi, serta kesiapan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan utama sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.

Tahap 1. Identifikasi Kebutuhan (*Need Assessment*)

Tahap awal diawali dengan observasi lapangan dan koordinasi bersama Kepala Sekolah, guru pendamping, serta perwakilan siswa. Observasi bertujuan mengidentifikasi kondisi awal peserta, karakteristik pemanfaatan teknologi digital, potensi ekonomi lokal, serta hambatan yang dihadapi siswa dalam mengembangkan ide bisnis. Selain itu dilakukan wawancara singkat mengenai pemahaman siswa terhadap pemasaran digital, media sosial, marketplace, dan pengelolaan keuangan usaha.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa telah aktif menggunakan berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, WhatsApp Business, dan marketplace. Namun demikian, penggunaan platform tersebut masih didominasi untuk aktivitas komunikasi dan hiburan sehingga belum dimanfaatkan secara optimal sebagai media pemasaran maupun pengembangan usaha.

Tahap 2. Sosialisasi dan Edukasi

Tahap sosialisasi bertujuan membangun kesadaran peserta mengenai pentingnya transformasi digital dalam dunia bisnis. Materi yang diberikan meliputi:

1. perkembangan ekonomi digital di Indonesia;
2. peluang bisnis digital pada sektor UMKM;
3. konsep Digital Entrepreneurship;
4. karakteristik konsumen digital;
5. pentingnya inovasi sebagai sumber keunggulan kompetitif;
6. strategi peningkatan profitabilitas usaha.

Penyampaian materi dilakukan menggunakan metode ceramah interaktif yang dipadukan dengan diskusi kelompok dan studi kasus mengenai keberhasilan UMKM berbasis digital di sektor perikanan.

Pada tahap ini peserta juga diberikan pemahaman mengenai potensi kawasan Minapolitan Brondong sebagai salah satu sentra ekonomi kelautan terbesar di Jawa Timur sehingga memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui inovasi digital.

Tahap 3. Workshop dan Praktik

Tahap inti kegiatan berupa workshop praktik yang dibagi menjadi empat sesi utama.

Workshop *Design Thinking*

Peserta diperkenalkan pada pendekatan *Design Thinking* yang terdiri atas lima tahapan, yaitu:

1. Empathize
2. Define
3. Ideate
4. Prototype
5. Test

Melalui pendekatan tersebut peserta diarahkan mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM pengolahan hasil laut di Kecamatan Brondong. Selanjutnya peserta menyusun solusi inovatif yang dapat meningkatkan nilai tambah produk melalui pemanfaatan teknologi digital.

Workshop Digital Marketing dan Social Commerce

Workshop kedua berfokus pada pengembangan strategi pemasaran digital yang meliputi:

1. fotografi produk menggunakan smartphone;
2. teknik editing foto sederhana;
3. penyusunan *copywriting*;
4. pembuatan konten promosi;
5. pemanfaatan Instagram Business;
6. TikTok Shop;
7. Facebook Marketplace;
8. WhatsApp Business;
9. strategi membangun personal branding;
10. pemanfaatan insight media sosial.

Pada sesi ini setiap kelompok diminta membuat konten promosi produk olahan ikan yang berasal dari UMKM sekitar sekolah.

Workshop Digital Business Model

Peserta kemudian diarahkan menyusun model bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Komponen yang disusun meliputi:

1. Value Proposition
2. Customer Segment
3. Customer Relationship
4. Key Activities
5. Key Resources
6. Key Partners
7. Revenue Streams
8. Cost Structure
9. Channels

Melalui penyusunan BMC, peserta memperoleh pemahaman mengenai hubungan antara inovasi produk dengan strategi penciptaan keuntungan usaha.

Workshop Manajemen Keuangan Digital

Materi terakhir berfokus pada peningkatan kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi spreadsheet dan aplikasi pencatatan digital. Materi yang diberikan meliputi:

1. pencatatan transaksi;
2. pengelolaan arus kas;
3. penghitungan harga pokok produksi;
4. analisis *Break Even Point* (BEP);
5. penghitungan laba-rugi;
6. evaluasi profitabilitas usaha.

Peserta juga melakukan simulasi pengelolaan keuangan usaha menggunakan contoh kasus UMKM pengolahan hasil laut sehingga mampu memahami hubungan antara biaya produksi, harga jual, dan keuntungan usaha.

Tahap 4. Pendampingan

Setelah seluruh materi selesai disampaikan, setiap kelompok memperoleh pendampingan dari dosen dan mahasiswa pendamping. Pendampingan dilakukan untuk membantu peserta menyempurnakan rancangan model bisnis, strategi pemasaran digital, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Melalui proses mentoring ini peserta memperoleh umpan balik secara langsung terhadap ide bisnis yang telah disusun sehingga solusi yang dihasilkan menjadi lebih aplikatif sesuai kondisi lapangan.

Tahap 5. Evaluasi

Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui:

1. pre-test
2. post-test

Instrumen evaluasi terdiri atas 20 pertanyaan yang mengukur pemahaman peserta mengenai:

1. digital entrepreneurship;
2. pemasaran digital;
3. social commerce;
4. inovasi bisnis;
5. pengelolaan laba usaha.

Sementara evaluasi kualitatif dilakukan melalui:

1. observasi selama pelatihan;
2. wawancara singkat;
3. diskusi reflektif bersama peserta;
4. penilaian terhadap rancangan model bisnis yang dihasilkan.

Indikator keberhasilan program meliputi:

1. meningkatnya pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital;
2. meningkatnya kemampuan menyusun model bisnis;
3. meningkatnya kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran;
4. meningkatnya kemampuan melakukan pencatatan keuangan digital;
5. tersusunnya rancangan bisnis berbasis potensi lokal kawasan

Minapolitan Brondong.

Data hasil pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif menggunakan persentase peningkatan skor rata-rata. Sementara hasil observasi dan wawancara dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta setelah mengikuti kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan pada tanggal 1 Februari 2026 di SMK Muhammadiyah 2 Brondong, Kabupaten Lamongan, dengan melibatkan 35 siswa yang memiliki minat pada bidang

kewirausahaan dan bisnis digital. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning* (PAL) sehingga peserta tidak hanya memperoleh materi secara teoritis, tetapi juga terlibat secara aktif dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, serta mempraktikkan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha.

Gambar 1. Foto bersama dengan siswa SMK Muhammadiyah 2 Brondong



Sumber: SMK Muhammadiyah 2 Brondong

Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh Kepala SMK Muhammadiyah 2 Brondong, dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai transformasi digital, digital entrepreneurship, inovasi bisnis, dan peluang usaha berbasis teknologi pada kawasan Minapolitan Brondong. Selanjutnya peserta mengikuti workshop yang terdiri atas praktik Design Thinking, pemasaran digital (*digital marketing*), pemanfaatan social commerce, penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), serta pelatihan pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi spreadsheet.

Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan tingkat partisipasi yang sangat tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam berdiskusi, mengidentifikasi berbagai permasalahan UMKM pengolahan hasil laut di Kecamatan Brondong, serta menyusun berbagai alternatif solusi yang dapat diterapkan melalui pemanfaatan teknologi digital. Antusiasme peserta juga terlihat pada saat praktik penyusunan model bisnis, pembuatan konten promosi digital, dan simulasi pengelolaan keuangan usaha.

Kondisi Awal Peserta

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta telah terbiasa menggunakan smartphone, media sosial, dan berbagai aplikasi digital seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, serta marketplace. Namun demikian, penggunaan teknologi tersebut masih didominasi untuk aktivitas komunikasi, hiburan, dan media sosial pribadi. Sebagian besar peserta belum memahami

bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan sebagai instrumen untuk meningkatkan daya saing usaha, memperluas pasar, maupun meningkatkan profitabilitas bisnis.

Selain itu, peserta juga belum memiliki kemampuan yang memadai dalam menyusun model bisnis, menentukan strategi pemasaran digital, mengelola hubungan dengan pelanggan, maupun melakukan pencatatan keuangan secara sistematis. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara literasi digital dengan kompetensi kewirausahaan digital (*digital entrepreneurial competence*). Temuan ini sejalan dengan penelitian Dwivedi et al. (2021) yang menjelaskan bahwa tingginya penggunaan teknologi digital belum tentu diikuti oleh kemampuan memanfaatkannya sebagai instrumen penciptaan nilai ekonomi.

Pelaksanaan Workshop

Workshop pertama difokuskan pada penerapan metode *Design Thinking*. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk mengidentifikasi berbagai persoalan yang dihadapi UMKM pengolahan hasil laut di Kecamatan Brondong. Permasalahan yang berhasil diidentifikasi meliputi desain kemasan produk yang kurang menarik, promosi digital yang belum optimal, belum adanya identitas merek (*branding*) yang kuat, rendahnya pemanfaatan marketplace, serta pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual.

Melalui tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, setiap kelompok berhasil menyusun berbagai solusi inovatif, seperti pengembangan kemasan yang lebih modern, strategi pemasaran menggunakan TikTok Shop dan Instagram Business, penyusunan katalog digital, hingga pengembangan identitas merek produk UMKM lokal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan *Design Thinking* mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam berpikir kreatif, inovatif, dan sistematis dalam menyelesaikan masalah bisnis.

Workshop berikutnya berfokus pada *Digital Marketing* dan *Social Commerce*. Pada sesi ini peserta memperoleh pelatihan mengenai teknik fotografi produk menggunakan smartphone, penyusunan *copywriting*, pemanfaatan *hashtag*, strategi meningkatkan *engagement*, serta penggunaan fitur analitik media sosial. Setiap kelompok kemudian diminta membuat konten promosi digital untuk produk olahan hasil laut yang berasal dari UMKM sekitar sekolah. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan foto produk yang lebih menarik, menyusun deskripsi produk yang persuasif, menentukan target pasar, serta memilih media promosi yang sesuai.

Gambar 2. Sesi tanya jawab



Sumber: SMK Muhammadiyah 2 Brondong

Selanjutnya peserta mengikuti workshop penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) dan pelatihan Manajemen Keuangan Digital. Pada sesi ini peserta belajar menyusun sembilan komponen utama model bisnis serta melakukan simulasi pencatatan transaksi, penyusunan laporan laba-rugi sederhana, analisis harga pokok produksi, dan penghitungan keuntungan usaha menggunakan aplikasi spreadsheet. Melalui praktik tersebut peserta mulai memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan mengelola biaya, menentukan harga jual, dan menyusun strategi pemasaran yang tepat.

Evaluasi Program

Efektivitas program dievaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test* terhadap 35 peserta. Instrumen evaluasi terdiri atas 20 butir pertanyaan yang mengukur pemahaman peserta mengenai *digital entrepreneurship*, pemanfaatan teknologi digital, *digital marketing*, *social commerce*, *Business Model Canvas*, dan manajemen keuangan digital.

Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Peserta

Indikator	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	Peningkatan
<i>Digital Entrepreneurship</i>	58	90	32
Pemanfaatan Teknologi Digital	65	93	28
<i>Digital Marketing</i>	56	91	35
<i>Social Commerce</i>	52	89	37
<i>Business Model Canvas</i>	54	88	34
Manajemen Keuangan Digital	50	87	37
Rata-rata	56	90	34

Sumber: data diolah 2026

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, terjadi peningkatan kompetensi peserta pada seluruh indikator pembelajaran. Nilai rata-rata peserta meningkat dari 56% pada saat *pre-test* menjadi 90% pada saat *post-test*. Dengan demikian, program berhasil meningkatkan kompetensi peserta sebesar 34 poin persentase. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik

yang diterapkan selama kegiatan mampu meningkatkan pemahaman sekaligus keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Seluruh indikator mengalami peningkatan yang konsisten setelah peserta mengikuti pelatihan. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek *Social Commerce* dan Manajemen Keuangan Digital, masing-masing meningkat sebesar 37 poin persentase, sedangkan peningkatan terendah terjadi pada indikator Pemanfaatan Teknologi Digital, yaitu sebesar 28 poin persentase. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan peserta, terutama pada kompetensi yang sebelumnya belum banyak dimiliki.

Selain mengevaluasi peningkatan kompetensi, tim pelaksana juga melakukan survei kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Program

Aspek Penilaian	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang
Kesesuaian Materi	82,90%	17,10%	0%	0%
Kompetensi Narasumber	88,60%	11,40%	0%	0%
Metode Pelatihan	80,00%	20,00%	0%	0%
Manfaat Kegiatan	91,40%	8,60%	0%	0%
Kepuasan Keseluruhan	85,70%	14,30%	0%	0%

Sumber: data diolah 2026

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas peserta memberikan penilaian "Sangat Baik" terhadap seluruh aspek pelaksanaan kegiatan. Penilaian tertinggi terdapat pada aspek manfaat kegiatan, yaitu sebesar 91,4%, yang menunjukkan bahwa materi pelatihan dianggap sangat relevan dengan kebutuhan peserta dan mampu meningkatkan kesiapan mereka dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi.

PEMBAHASAN

Peningkatan hasil *post-test* menunjukkan bahwa pelatihan yang mengintegrasikan *Design Thinking*, *Digital Marketing*, *Social Commerce*, *Business Model Canvas*, dan Manajemen Keuangan Digital mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital peserta secara signifikan. Perubahan tersebut tidak hanya terlihat dari peningkatan skor evaluasi, tetapi juga dari kemampuan peserta dalam menyusun model bisnis, membuat konten pemasaran digital, dan melakukan simulasi pengelolaan keuangan usaha.

Temuan ini mendukung konsep *Digital Entrepreneurship* yang dikemukakan oleh Nambisan (2017) bahwa keberhasilan kewirausahaan digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan mengintegrasikan teknologi dengan inovasi, strategi bisnis, dan penciptaan nilai ekonomi.

Dengan demikian, pelatihan yang menggabungkan aspek teknologi, kreativitas, dan manajemen bisnis menjadi sangat penting dalam membangun kompetensi wirausaha generasi muda.

Pendekatan *Design Thinking* yang diterapkan selama pelatihan juga terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta untuk

mengidentifikasi permasalahan, memahami kebutuhan pelanggan, serta menghasilkan solusi inovatif berbasis potensi lokal. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kummitha (2018) yang menyatakan bahwa *Design Thinking* merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan pemecahan masalah pada bidang kewirausahaan.

Di sisi lain, peningkatan kompetensi pada aspek *Digital Marketing* dan *Social Commerce* menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform perdagangan digital mampu memperluas akses pasar bagi UMKM. Menurut Verhoef et al. (2021), transformasi digital memberikan peluang bagi usaha kecil untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pelanggan, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen melalui platform digital.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pengabdian berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kapasitas siswa dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai instrumen pengembangan usaha. Sinergi antara perguruan tinggi, sekolah, dan potensi ekonomi kawasan Minapolitan Brondong menjadi modal penting dalam menciptakan generasi muda yang adaptif terhadap transformasi digital, inovatif dalam mengembangkan usaha, serta mampu berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM di wilayah pesisir Kabupaten Lamongan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di SMK Muhammadiyah 2 Brondong, Kabupaten Lamongan, berhasil meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital peserta secara signifikan melalui penerapan pendekatan *Participatory Action Learning* (PAL) yang mengintegrasikan pelatihan *Design Thinking*, *Digital Marketing*, *Social Commerce*, *Business Model Canvas* (BMC), dan Manajemen Keuangan Digital. Pendekatan yang bersifat partisipatif dan berbasis praktik ini memberikan ruang bagi peserta untuk tidak sekadar menerima materi secara pasif, tetapi juga aktif mengidentifikasi permasalahan nyata yang dihadapi UMKM pengolahan hasil laut di kawasan Minapolitan Brondong, merumuskan alternatif solusi secara kolaboratif, hingga mengimplementasikan strategi bisnis berbasis teknologi digital dalam bentuk simulasi dan praktik langsung. Model pembelajaran semacam ini sejalan dengan pandangan bahwa kompetensi kewirausahaan tidak dapat dibangun hanya melalui transfer pengetahuan teoretis, melainkan memerlukan keterlibatan aktif peserta dalam proses menemukan masalah dan menciptakan solusi berbasis konteks nyata di lapangan.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kompetensi peserta pada seluruh indikator pembelajaran yang diukur. Nilai rata-rata peserta meningkat dari 56% pada saat pre-test menjadi 90% pada saat post-test, atau mengalami kenaikan sebesar 34 poin persentase. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek *Social Commerce* dan Manajemen Keuangan Digital, masing-masing sebesar 37 poin persentase, sementara peningkatan terendah terdapat pada aspek Pemanfaatan Teknologi Digital sebesar 28 poin persentase. Pola ini menunjukkan bahwa peserta yang sejak awal sudah relatif terbiasa

menggunakan teknologi digital untuk keperluan komunikasi dan hiburan justru mengalami lonjakan kompetensi paling besar pada aspek-aspek yang bersifat aplikatif dan berorientasi nilai ekonomi, yaitu pemasaran digital berbasis platform dan pengelolaan keuangan usaha. Temuan ini memperkuat pandangan Dwivedi et al. (2021) bahwa tingginya intensitas penggunaan teknologi digital di kalangan generasi muda tidak secara otomatis diikuti oleh kemampuan memanfaatkannya sebagai instrumen penciptaan nilai ekonomi, sehingga diperlukan intervensi pelatihan terstruktur untuk menjembatani kesenjangan antara literasi digital dan kompetensi kewirausahaan digital.

Selain peningkatan kompetensi kognitif dan keterampilan praktis, hasil survei kepuasan peserta menunjukkan bahwa 85,7% peserta memberikan penilaian "Sangat Baik" terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan, sedangkan 14,3% memberikan penilaian "Baik", tanpa ada penilaian "Cukup" maupun "Kurang" pada seluruh aspek yang dinilai. Penilaian tertinggi terdapat pada aspek manfaat kegiatan (91,4%), yang mengindikasikan bahwa materi dan metode pelatihan yang diberikan dirasakan sangat relevan dengan kebutuhan nyata peserta dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital. Tingkat kepuasan yang tinggi ini juga mengindikasikan bahwa efektivitas suatu program pengabdian tidak hanya dapat diukur dari peningkatan skor kognitif semata, tetapi juga dari persepsi manfaat dan relevansi program di mata penerima manfaat, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap keberlanjutan penerapan kompetensi tersebut pascapelatihan.

Program ini juga terbukti berhasil membekali peserta dengan kemampuan menyusun model bisnis menggunakan Business Model Canvas, menghasilkan konten pemasaran digital yang lebih menarik dan persuasif, memanfaatkan media sosial serta *social commerce* sebagai sarana perluasan pasar, dan melakukan pencatatan keuangan usaha secara sederhana melalui aplikasi digital. Kompetensi-kompetensi tersebut merupakan modal penting bagi generasi muda dalam membangun usaha yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era transformasi digital, sekaligus menjadi bekal awal bagi tumbuhnya wirausaha muda berbasis potensi ekonomi lokal di kawasan pesisir.

Secara keseluruhan, keberhasilan kegiatan ini menegaskan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi, sekolah menengah kejuruan, dan potensi ekonomi lokal merupakan strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan kapasitas sumber daya manusia di bidang kewirausahaan digital. Sinergi tersebut memperkuat argumen Nambisan (2017) bahwa keberhasilan kewirausahaan digital ditentukan oleh kemampuan mengintegrasikan teknologi, inovasi, dan strategi bisnis secara bersamaan, bukan oleh penguasaan teknologi semata. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pelatihan kewirausahaan digital berbasis Participatory Action Learning yang memadukan pendekatan Design Thinking untuk membangun pola pikir inovatif, pemasaran digital dan *social commerce* untuk memperluas akses pasar, serta literasi keuangan digital untuk menopang keberlanjutan usaha, merupakan strategi yang efektif dalam membentuk kompetensi kewirausahaan digital generasi muda di lingkungan sekolah kejuruan berbasis potensi ekonomi lokal. Oleh karena itu, program serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan

melalui pendampingan lanjutan, inkubasi bisnis, serta penguatan jejaring kemitraan dengan pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan dunia industri, agar kompetensi yang telah diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara nyata dalam pengembangan usaha berbasis potensi lokal di kawasan Minapolitan Brondong dan sekitarnya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Universitas Muhammadiyah Gresik atas dukungan dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik, khususnya Program Studi Magister Manajemen, yang telah memberikan dukungan akademik dan sumber daya sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala SMK Muhammadiyah 2 Brondong beserta seluruh guru dan siswa yang telah berpartisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan, serta kepada seluruh anggota tim pengabdian yang telah bekerja sama dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pendampingan, hingga evaluasi program. Diharapkan hasil kegiatan ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital generasi muda serta mendukung pengembangan UMKM berbasis potensi lokal di Kabupaten Lamongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harper Business.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., ... Williams, M. D. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The Action Research Planner: Doing Critical Participatory Action Research*. Springer.
- Kummitha, R. K. R. (2018). Design thinking in social organizations: Understanding the role of user engagement. *Creativity and Innovation Management*, 27(4), 1-13.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
- Rosyihuddin, M., & Zainuddin, M. (2023). Menumbuhkan mindset entrepreneur muda melalui pelatihan dan pendidikan kewirausahaan di Kabupaten Lombok Timur. *Journal Community Service Consortium*, 3(1).
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.
- Ismanto, H., & Rosyihuddin, M. (2025). Usulan Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat: Sosialisasi Mengoptimalkan Teknologi dan Inovasi untuk Meningkatkan Profitabilitas Bisnis Gen Z di SMK 2 Brondong. Proposal LPM Universitas Muhammadiyah Gresik.