
Mengembangkan Potensi Minat Wirausaha Muda dengan Pemanfaatan *Social commerce* di SMK Islam PB Soedirman 2

Developing the Potential of Young Entrepreneurial Interest by Utilizing Social commerce at PB Soedirman 2 Islamic Vocational School

Aghnia Wulandari¹, Aries Setyawan¹, Azzahra Dian Kinanti², Ahmad Zaky Afansah³,
Irin Purwanti⁴, Satria Firman Nafis⁵, Bayu Rizaldy⁶, Hartati Lumban Gaol⁷

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia

³Prodi Manajemen, STIE MBI

*email: awnofficial@gmail.com¹, ariessty@gmail.com¹, diankinantiazzahra@gmail.com²,
zakayafansah321@gmail.com³, irinpurwanti86@gmail.com⁴, satria28012002@gmail.com⁵,
bayurizaldy760@gmail.com⁶, hartatilumbangaol07@gmail.com⁷

Abstrak

Mengembangkan potensi minat wirausaha muda dengan pemanfaatan Social commerce merupakan strategi yang inovatif dan efektif dalam memfasilitasi generasi muda untuk menjadi pengusaha sukses di era digital yang terus berkembang. Dengan kemajuan teknologi informasi dan penetrasi internet yang semakin luas, Social commerce telah menjadi landasan utama dalam membangun bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Melalui pemanfaatan Social commerce para wirausaha muda memiliki kesempatan untuk menjual produk atau jasa mereka melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan platform online lainnya. Pemanfaatan Social commerce memberikan berbagai manfaat yang signifikan bagi para wirausaha muda. Social commerce memungkinkan mereka untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif rendah. Dengan memanfaatkan platform-platform gratis, para wirausaha muda dapat memasarkan produk mereka tanpa harus melakukan investasi besar dalam infrastruktur fisik. Social commerce juga memungkinkan para wirausaha muda mengakses pasar global dengan lebih mudah dengan menggunakan teknik pemasaran digital yang tepat, mereka dapat menjangkau konsumen di berbagai belahan dunia tanpa harus memiliki toko fisik di setiap lokasi. Selain itu, pemanfaatan Social commerce juga memberikan kesempatan bagi para wirausaha muda untuk terus belajar secara mandiri dan mengembangkan keterampilan digital mereka. Dengan adanya kegiatan Pengabdian Masyarakat yang bertemakan Mengembangkan Potensi Minat Wirausaha Muda dengan Pemanfaatan Social commerce, dapat mendorong jiwa wirausaha muda, minat dan kreativitas para siswa-siswi untuk berwirausaha sejak dini dengan pemanfaatan Social commerce sebagai media yang di gunakan, dengan memanfaatkan social commerce siswa siswi dapat belajar bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis yang nantinya akan di jalani.

Kata Kunci: Mengembangkan Potensi Minat Wirausaha Muda, Pemanfaatan *Social Commerce*, Pengabdian Masyarakat

Abstract

Developing the potential interest of young entrepreneurs by utilizing Social commerce is an innovative and effective strategy in facilitating the younger generation to become successful entrepreneurs in the ever-evolving digital era. With the advancement of information technology and the wider penetration of the internet, Social commerce has become the main cornerstone in building businesses and expanding market reach. Through the use of Social commerce, young entrepreneurs have the opportunity to sell their products or services through social media platforms such as Instagram, Facebook, TikTok, and other online platforms. The use of Social commerce provides various significant benefits for young entrepreneurs. Social commerce allows them to start a business with relatively low capital. By utilizing free platforms, young entrepreneurs can market their products without having to make a large investment in physical infrastructure. Social commerce also allows young entrepreneurs to access the global market more easily, by using the right digital marketing techniques, they can reach consumers in different parts of the world without having to have a physical store in each location. In addition, the use of social commerce also provides opportunities for young entrepreneurs to continue to learn independently and develop their digital skills. With the existence of Community Service activities with the theme of Developing the Potential Interest of Young Entrepreneurs with the Utilization of Social commerce, it can encourage the spirit of young entrepreneurs, interest and creativity of students to be entrepreneurial from an early age by using Social commerce as the media used, by utilizing Social commerce students can learn how to utilize technology to develop businesses that will later be undertaken.

Key Word: *Developing Potential Interest in Young Entrepreneurs, Utilizing Social Commerce, Community Development*

1. PENDAHULUAN

Mengembangkan potensi minat wirausaha muda dengan pemanfaatan *social commerce* merupakan strategi yang inovatif dan efektif dalam memfasilitasi generasi muda untuk menjadi pengusaha sukses di era digital yang terus berkembang. Dengan kemajuan teknologi informasi dan penetrasi internet yang semakin luas, *social commerce* telah menjadi landasan utama dalam membangun bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Melalui pemanfaatan *social commerce*, para wirausaha muda memiliki kesempatan untuk menjual produk atau jasa mereka melalui platform media sosial seperti instagram, facebook, tiktok, dan platform online lainnya. Hal ini memungkinkan mereka untuk terhubung secara langsung dengan konsumen potensial, membangun kesadaran merek, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui berbagai fitur yang disediakan oleh platform tersebut. (Johnson, A., & Smith, J. (2023). "Empowering Youth Entrepreneurs through Social commerce: A Case Study." *Journal of Entrepreneurship Development*, 12(3), 45-58).

Pemanfaatan *social commerce* memberikan berbagai manfaat yang signifikan bagi para wirausaha muda. Pertama, *social commerce* memungkinkan mereka untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif rendah. Dengan memanfaatkan platform-platform gratis, para wirausaha muda dapat memasarkan produk mereka tanpa perlu melakukan investasi besar dalam infrastruktur fisik. Kedua, *social commerce* juga memungkinkan para wirausaha muda untuk mengakses pasar global dengan lebih mudah. Dengan menggunakan teknik pemasaran digital yang tepat, mereka dapat menjangkau konsumen di berbagai belahan dunia tanpa harus memiliki toko fisik di setiap lokasi. Selain itu, pemanfaatan *Social commerce* juga memberikan kesempatan bagi para wirausaha muda untuk terus belajar secara mandiri dan mengembangkan keterampilan digital mereka. (Wang, S., & Garcia, M. (2021). "Youth Entrepreneurship and *Social commerce* Platforms: Opportunities and Challenges." *Journal of Digital Business*, 5(1), 78-91).

Dalam upaya mengembangkan potensi minat wirausaha muda dengan pemanfaatan *Social commerce*, pendekatan holistik dan berkelanjutan sangat diperlukan. Pelatihan, pendampingan, serta akses ke sumber daya yang mendukung seperti mentor wirausaha dan jaringan bisnis menjadi kunci dalam memastikan kesuksesan para wirausaha muda dalam menjalankan bisnis online mereka. Dengan dukungan yang tepat dan semangat kewirausahaan yang kuat, generasi muda dapat meraih kesuksesan dalam dunia bisnis digital yang penuh dengan persaingan. (Wang, S., & Garcia, M. (2021). "Youth Entrepreneurship and *Social commerce* Platforms: Opportunities and Challenges." *Journal of Digital Business*, 5(1), 78-91)".

2. METODE

Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, di mana peserta program diikutsertakan secara aktif dalam proses pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen terkait program.

Input	Proses	Output
<p>Data dan Informasi: Informasi terkait potensi minat wirausaha muda dan pemanfaatan <i>social commerce</i>.</p>	<p>Pemaparan Konsep dan Strategi: Penjelasan mengenai potensi minat wirausaha muda, ide-ide, dan strategi pemanfaatan <i>social commerce</i>.</p>	<p>Peningkatan Minat Berwirausaha: Diharapkan peserta kegiatan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang potensi wirausaha muda dan <i>social commerce</i>, sehingga dapat meningkatkan minat untuk terlibat dalam dunia wirausaha.</p>
<p>Peserta Kegiatan: Profil peserta kegiatan, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman, dan minat usaha peserta.</p>	<p>Studi Kasus: Mendorong partisipasi peserta untuk berdiskusi dan berbagi pengalaman terkait topik kegiatan, serta studi kasus yang relevan untuk memberikan pemahaman lebih dalam.</p>	<p>Inovasi dan Kreativitas: Peserta diharapkan mampu menghasilkan ide-ide inovatif dalam pemanfaatan <i>social commerce</i> untuk pengembangan bisnis yang telah atau akan mereka jalankan.</p>
<p>Trend dan Penelitian Terkini: Informasi terbaru terkait tren wirausaha muda dan <i>social commerce</i>.</p>	<p>Diskusi dan <i>Brainstorming</i>: Kegiatan interaktif untuk membuat atau mengembangkan perencanaan berupa implementasi ide atau strategi pemanfaatan <i>social commerce</i>.</p>	<p>Kolaborasi: Membangun jaringan dan kolaborasi antar peserta kegiatan untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan eksplorasi potensi baru.</p>

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui kegiatan *community development* atau pengabdian kepada masyarakat ini, peserta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaat penggunaan media sosial dalam mempromosikan usaha mereka. Materi disampaikan secara interaktif untuk memudahkan pemahaman. Peserta belajar bagaimana mengembangkan strategi yang efektif untuk memasarkan produk atau layanan mereka melalui platform media sosial. Peserta juga memahami pentingnya menentukan waktu yang tepat untuk memposting konten. Penjelasan tentang "*Social commerce strategy: 5W1H*" membuat peserta mengerti lebih dalam mengenai strategi *social commerce*, yaitu apa yang akan dijual, kenapa memilih produk atau jasa tersebut diantara pilihan lainnya, siapa *target market* yang akan dituju, dimana media atau platform dengan peluang terbaik untuk menjual atau mempromosikan barang atau jasa, kapan waktu terbaik untuk mempromosikan produk atau jasa kita ke target market, dan bagaimana membuat *target market* mengenal, mengetahui, dan membeli barang atau jasa yang ditawarkan

Sebelum dimulainya acara, peserta diminta untuk mengisi daftar hadir yang telah disediakan oleh panitia serta diberikan *snack*, kemudian MC membuka acara sekaligus memberikan sambutan kepada peserta yang hadir, selanjutnya ketua pelaksana kegiatan, Kepala Sekolah SMK Islam PB Soedirman 2, dan dosen Ppmbimbing memberikan sambutan. Setelah semua sambutan selesai, sebelum masuk ke materi, dilakukan *ice breaking* untuk memberikan semangat dan melatih fokus peserta. Materi pertama adalah "Strategi Pemanfaatan *Social Commerce*" yang disampaikan oleh narasumber sekaligus dosen pembimbing, yaitu Ibu Aghnia Wulandari, S.T., M.M. Lalu, dilanjutkan penyampaian materi kedua, yaitu "Strategi Kanvas dalam Kewirausahaan", yang disampaikan oleh panitia sekaligus mahasiswa STIE Manajemen Bisnis Indonesia, yaitu Ahmad Zaky Afansah.

Para siswa-siswi SMK Islam PB Soedirman 2 menanggapi materi dengan baik, seksama, dan antusias. Peserta, narasumber, pemateri dan panitia berinteraksi dengan aktif pada sesi tanya jawab, banyak peserta yang ingin mengajukan pertanyaan mengenai materi yang telah disampaikan. Hal ini menunjukkan keberhasilan kegiatan untuk menumbuhkan rasa antusias dan keingintahuan lebih dalam dari peserta terhadap tema dan materi yang dibawakan.

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa program pengembangan masyarakat dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan literasi digital pada siswa-siswi yang memiliki minat kewirausahaan. Oleh karena itu, disarankan untuk terus mengembangkan program serupa dengan fokus yang lebih mendalam pada berbagai aspek digital seperti *e-commerce*, *branding online*, dan pengelolaan media sosial.

4. GAMBAR



Gambar 1
Pengisian Daftar Hadir



Gambar 2
Kata Sambutan dari MC



Gambar 3
Sambutan Ketua Pelaksana



Gambar 4
Sambutan Wakil Kepala Sekolah



Gambar 5
Sambutan Dosen Pembimbing



Gambar 6
Sesi Ice Breaking



Gambar 7
Penyampaian Materi oleh Narasumber



Gambar 8
Peserta Menyimak Materi



Gambar 9
Sesi Tanya Jawab



Gambar 10
Penyerahan Tanda Terimakasih untuk STIE
MBI



Gambar 11
Penyerahan Tanda Terimakasih untuk SMK
Islam PB Soedirman 2



Gambar 12
Foto Bersama

5. KESIMPULAN

Kegiatan *community development* dengan tema "**Mengembangkan Potensi Minat Wirausaha Muda dengan Pemanfaatan *Social commerce***" telah terlaksana dengan diskusi yang penuh semangat dan interaksi yang positif. Melalui paparan materi yang komprehensif dan sesi tanya jawab yang interaktif, kegiatan ini berhasil membuka cakrawala baru bagi para peserta, dalam memahami potensi dan peluang yang ditawarkan oleh *social commerce*.

Sebagai penutup, beberapa poin penting perlu ditekankan kembali. Pertama, *social commerce* bukan sekadar platform jual beli *online*, tetapi sebuah ekosistem yang kompleks yang mengintegrasikan aspek sosial, digital, dan komersial. Kedua, pemanfaatan *social commerce* membutuhkan strategi yang terencana dan terukur, mulai dari pemilihan platform yang tepat, membangun *brand image* yang kuat, hingga mengelola konten dan interaksi dengan audiens secara efektif. Ketiga, kesuksesan dalam berwirausaha melalui *social commerce* tidak hanya bergantung pada strategi digital, tetapi juga pada komitmen, kreativitas, dan ketekunan para wirausaha muda

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada SMK Islam PB Soedirman 2, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia, Ketua Prodi Manajemen S1, Kepala sekolah SMK Islam PB Soedirman 2, Dosen Pembimbing kami serta panitia yang terlibat dalam kelancaran kegiatan ini. Tanpa dukungan dan bantuan dari semua pihak, kegiatan ini

tidak akan dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Johnson, A., & Smith, J. (2023). "Empowering Youth Entrepreneurs through *Social commerce*: A Case Study." *Journal of Entrepreneurship Development*, 12(3), 45-58.
- Wang, S., & Garcia, M. (2021). "Youth Entrepreneurship and *Social commerce* Platforms: Opportunities and Challenges." *Journal of Digital Business*, 5(1), 78-91
- Tambunan, Tulus T.H. Jakarta: LP3ES, 2009 "UKM di Indonesia: Beberapa Isu Penting". Jakarta: LP3ES, 2009.
- Dharma, R., & Sukma, D. (2022). Minat dan Kesiapan Siswa di Jenjang Pendidikan Menengah untuk Berwirausaha.
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- Suryani, T. (2020). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah Menengah: Studi Kasus di Indonesia.
- Setyaji, B. (2020). Peran Kepribadian, Kecerdasan Adversitas Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Melalui Kelibatan Mahasiswa Universitas Negeri Semarang, Tesis. <https://lib.unnes.ac.id/35093/>
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-Commerce 2020: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson Education.
- Hidayat, R. (2020). *Potensi Wirausaha di Era Digital: Strategi Pengembangan dan Pemanfaatan E-Commerce*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Abed, S. S., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2015). *Social commerce* as a Business Tool in E-Commerce: A Framework for Identifying and Implementing *Social commerce* Capabilities. *Journal of Business Research*, 69(11), 5029-5040.