

Digitalpreneurship: Peluang dan Tantangan Di Era Ekonomi Digital

Digitalpreneurship: Opportunities and Challenges in the Digital Economy Era

Mu'minah¹, Nurfah Nafisah², Amir Fansyuri³, Rismawati⁴, Muhammad Akbar⁵, Abdul Haris⁶

¹⁻⁶ Universitas Muhammadiyah Bima, Kota Bima, 8411, Indonesia

*Koresponding Author: inatriani02@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat artikel:

Diterima : 18 Juni 2025
 Direvisi : 2 Agustus 2025
 Disetujui : 01 Desember 2025
 Tersedia secara online: 01 Januari 2026

E-ISSN: 3090-0964 (Online)
DOI: 10.64479/jtpm.v2i1.30

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, semakin banyak anak muda yang mulai merintis usaha di berbagai bidang, seperti industri fashion, perlengkapan rumah tangga, hingga sektor kuliner. Generasi milenial dikenal sangat akrab dengan teknologi digital, sehingga mereka memiliki kemudahan dalam memulai dan mengelola bisnis. Namun, tidak sedikit dari mereka yang menghadapi kegagalan atau kesulitan dalam menjalankan usahanya, yang umumnya disebabkan oleh kurangnya pemahaman terkait strategi penjualan yang efektif. Peran generasi muda dalam pembangunan bangsa saat ini sangatlah penting. Pola pikir mereka yang inovatif mampu membawa perubahan positif dan menjadikan mereka sebagai pionir, bukan hanya sekadar mengikuti arus tren yang ada. Mereka memiliki potensi besar untuk menciptakan sesuatu yang baru dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada generasi muda, khususnya siswa di SMAN 3 Kota Bima, mengenai bagaimana cara mengenali dan memanfaatkan peluang usaha. Secara keseluruhan, tujuan utama kegiatan ini adalah untuk mendukung visi Indonesia Emas melalui penguatan pilar pertama, serta mendorong peningkatan jumlah wirausahawan guna menunjang pertumbuhan ekonomi nasional. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah melalui penyelenggaraan seminar.

Kata kunci: Peluang dan Tantangan, Ekonomi Digital

ABSTRACT

Along with the rapid development of technology, more and more young people are starting to pioneer businesses in various fields, such as the fashion industry, household goods, and the culinary sector. The millennial generation is known to be very familiar with digital technology, so they have the ease of starting and managing a business. However, not a few of them face failure or difficulties in running their businesses, which are generally caused by a lack of



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

understanding of effective sales strategies. The role of the younger generation in national development today is very important. Their innovative mindset is able to bring positive changes and make them pioneers, not just following existing trends. They have great potential to create something new and beneficial to the wider community. This activity aims to provide insight to the younger generation, especially students at SMAN 3 Kota Bima, on how to recognize and utilize business opportunities. Overall, the main objective of this activity is to support the vision of Indonesia Emas by strengthening the first pillar, as well as encouraging an increase in the number of entrepreneurs to support national economic growth. The method used in this activity is through holding seminar.

Keyword: Opportunities And Challenges, Digital Economy

1. Pendahuluan

Pembangunan sektor ekonomi merupakan sektor fundamental di era globalisasi. Perkembangan sektor ekonomi juga selalu menjadi tolok ukur keberhasilan program pemerintah. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pesat didorong oleh beberapa sektor, salah satunya usaha mikro kecil dan menengah yang mempunyai peran strategis. UMKM adalah bisnis perorangan produktif kecil, menengah yang dimiliki oleh penduduk Indonesia. Beberapa tahun terakhir di Indonesia, jumlah penduduk usia kerja telah melebihi jumlah kesempatan kerja yang ada. Kondisi ini mendorong masyarakat, terutama kaum muda, untuk membuat peluangnya sendiri melalui usaha sendiri. Beberapa lapangan kerja saat ini tergolong usaha di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Peluang pertumbuhan UMKM ditandai dengan peningkatan konsumsi barang dan jasa disertai dengan peningkatan kesempatan kerja. Kondisi ini bersamaan dengan agenda pemerintah yang merupakan tujuan utama pembangunan ekonomi. Pemerintah harus mengajak masyarakatnya untuk berperan aktif dalam melaksanakan pembangunan. Salah satunya dengan melibatkan mereka dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). (Rohmana, 2023)

Wirausaha adalah individu yang berupaya menciptakan dan memperluas peluang ekonomi dengan memanfaatkan pasar, kesempatan, atau peluang, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. Secara etimologis, istilah "wirausaha" berasal dari gabungan kata "wira" yang mengandung arti berani, utama, atau perkasa, dan "usaha" yang merujuk pada kegiatan yang melibatkan upaya pikiran dan fisik untuk mencapai suatu tujuan (Abidin & Hayati, 2020). Wirausaha adalah kemampuan seseorang dalam mengembangkan ide baru untuk menyelesaikan masalah lama atau baru dengan menerapkan langkah-langkah pemecahan masalah yang tepat, dan memiliki keberanian untuk menghadapi risiko dengan bekerja keras untuk meraih dalam usaha bisnis maupun non-bisnis (Akbar and Faiz 2025). Keberhasilan suatu usaha, menurut Hadi, sangat tergantung pada kemauan keras untuk terus belajar dan membuka diri terhadap gagasan dari luar. Wirausaha tidak hanya bergantung pada pengetahuan dan usaha keras, namun juga terus mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dengan membuka diri terhadap informasi dan pengetahuan dari luar, terutama dalam era revolusi industri. (Zahra et al., 2024)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari sektor usaha yang dapat diandalkan sebagai indikator dalam stabilitas perekonomian baik di tingkat lokal maupun daerah bahkan dikala kondisi perekonomian negara ini mengalami shock/guncangan hebat. Tentu

saja keberadaan UMKM ini tidak terlepas dari gambaran/pemandangan aktivitas kita sehari-hari kita yang secara langsung kita manfaatkan dan gunakan layanannya, begitu juga produk/ barang serta hasil kreasi yang dijual oleh pelaku UMKM tersebut. Contohnya dalam mencari sarapan pagi hari atau memenuhi kebutuhan pokok di warung dekat rumah. Pelaku usaha dengan karakteristik tersebut dapat ditemukan disekitar kita baik itu saudara, tetangga, teman atau kita sendiri. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini memiliki kontribusi yang besar dan krusial bagi perekonomian kita secara makro; bagaimana tidak, berdasarkan data yang dilansir oleh Kementerian Koperasi dan UMKM secara resmi di websitenya bahwa di tahun 2018 hingga ke 2019 secara jumlah, UMKM menyumbang pangsa pasar sebesar 99,99 % atau sebesar 64,2 juta unit usaha dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia. (Simangunsong, 2022)

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyumbang 61% untuk PDB atau sama dengan Rp 8.573.000.000.000, dan merekrut 97% tenaga kerja negara. Seiring tingginya kontribusi UMKM pada perekonomian, pihak pemerintah terus fokus mengembangkan sektor UMKM. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia merupakan yang tertinggi dibandingkan negara lain, khususnya semenjak tahun 2014. Jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah dari tahun 2015, 2016 hingga 2017 jumlah pelaku UMKM di Indonesia akan terus bertambah seiring dengan perkembangan negara. jumlah usia produktif. Jumlah pelaku UMKM yang besar merupakan potensi yang sangat besar, terutama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. (Rohmana, 2023)

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, transformasi ekonomi digital telah menjadi tren global dalam beberapa tahun terakhir. Penerapan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan telah mengubah pola pikir, perilaku, dan interaksi antarindividu dan antar lembaga. Transformasi ekonomi digital membawa banyak dampak positif dan negatif, selain itu transformasi ekonomi digital juga membawa banyak peluang untuk pertumbuhan ekonomi dan inovasi bisnis. Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, diperlukan peran aktif dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital. (Sudiantini et al., 2023)

Pesatnya perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran dalam transaksi bisnis terutama dalam menjaga kesinambungan hubungan bisnis para pihak (Dwita et al. 2025). Sistem pembayaran yang merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan telah berkembang, yang semula hanya menggunakan uang tunai, kini sudah merambah pada sistem pembayaran digital atau bisa disebut sebagai electronic money (e-money). Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (currency) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran Non tunai umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran melainkan dengan cara transfer antar bank ataupun transfer antar bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan kartu sebagai alat pembayaran, misalnya dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit.

Tantangan dan peluang yang disuguhkan di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0 telah mendorong berbagai inovasi pendidikan dalam satu dekade terakhir. Adapun pada era revolusi industri 4.0 yang diprakarsai oleh Pemerintah Jerman ini, ahli pendidikan menyebutkan bahwa proses pembelajaran berusaha memadukan teknologi siber dan teknologi otomatisasi. Adanya revolusi industri tersebut juga membuat kegiatan pendidikan dapat dilakukan melalui genggaman dengan memanfaatkan internet. Selain itu dari sisi guru juga banyak memperoleh referensi serta metode yang tepat untuk proses pembelajaran. Dalam proses pembelajaran, setidaknya terdapat empat kompetensi yang harus dimiliki oleh guru, diantaranya adalah keterampilan berpikir kritis untuk memecahkan masalah, keterampilan dalam berkomunikasi dan berkolaborasi, kemampuan

berpikir secara kreatif dan inovatif, dan iterasi terhadap teknologi dan informasi, dimana guru diharapkan mampu memanfaatkan berbagai referensi pada internet guna menunjang proses pembelajaran.(Ayu Sakdiyyah & Risla H, 2021)

Digitalisasi telah menjadi fenomena global yang tak terelakkan, mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan manusia, mulai dari ekonomi, pendidikan, hingga sosial budaya. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital (Nisa et al., 2024). Mereka sering disebut sebagai digital natives karena mereka telah mengenal dan menggunakan teknologi sejak usia dini. Teknologi digital, termasuk internet, media sosial, dan perangkat pintar, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Generasi ini tidak hanya menggunakan teknologi untuk tujuan pribadi tetapi juga untuk pendidikan, pekerjaan, dan kegiatan ekonomi. Mereka lebih cenderung untuk berbelanja online, menggunakan aplikasi gig economy seperti Gojek atau Grab, dan bahkan memulai bisnis mereka sendiri secara online (Adha, 2022). Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi pola konsumsi tetapi juga bagaimana ekonomi beroperasi secara keseluruhan. Digitalisasi yang diinisiasi oleh Generasi Z telah membawa dampak signifikan pada berbagai sektor ekonomi, menciptakan peluang baru tetapi juga menimbulkan tantangan yang harus diatasi.(Zirzis, 2024)

Potensi Indonesia sebagai pusat e-commerce dan teknologi digital di masa depan sangatlah besar. Dengan jumlah penduduk sekitar 270 juta, membuat banyak perusahaan e-commerce melirik Indonesia sebagai pasar yang menjanjikan. Ditambah fakta bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 196 juta jiwa pada 2021. Jumlah ini setara dengan 70% dari total penduduk Indonesia. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna smartphone terbesar di Asia Tenggara dan potensi besar untuk menjadi pusat teknologi digital dan e-commerce di wilayah ini. Meskipun jumlah pengguna smartphone di Indonesia sangat besar, itu bukanlah satu-satunya indikator perkembangan teknologi digital di Indonesia. Menurut penelitian DBS Group Research, dampak teknologi digital pada bisnis akan terus bertambah dan sangat berpengaruh. Selain itu, pertumbuhan sektor UMKM di Indonesia juga sangat pesat dan telah berkembang terutama dari sisi kuantitas.(Juwita & Handayani, 2022)

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) memainkan peran yang sangat penting dalam membantu industri percetakan menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam era digitalisasi. Tantangan tersebut mencakup perubahan dalam proses produksi, penurunan permintaan untuk media cetak tradisional, dan peningkatan persaingan dengan platform digital. Di sisi lain, ada juga peluang baru yang terbuka, seperti pengembangan layanan cetak digital, personalisasi produk, dan adopsi teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.(Prasetyo et al., 2023)

Ekonomi digital saat ini terus berkembang di dunia tak terkecuali di Indonesia, hal ini ditandai dari meningkatnya pengguna internet. Pada awal tahun 2021 ini pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. 2 Ekonomi digital sendiri merupakan suatu hal yang menandakan adanya pertumbuhan dan perkembangan transaksi ekonomi yang lebih luas dan lebih mudah dengan menggunakan layanan internet sebagai media komunikasi dan bekerja sama antar individu maupun perusahaan. (Aysa, 2021).

2. Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini yaitu berupa sosialisasi yang termasuk di dalamnya diskusi dan tanya jawab. Dimana didalamnya terdapat Tahap Persiapan, Pelatihan, Pendampingan, dan Evaluasi.



1.1 Tahap persiapan

Tahap Persiapan pada tahap persiapan melakukan observasi awal yang dilakukan untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan siswa yang ada di SMAN 3 Kota Bima. Sebelum melaksanakan lebih lanjut tentang kegiatan fisik lapangan, maka dilakukan pengenalan sebagai ajang saling mengenal antara mahasiswa-mahasiswa PKM Universitas Muhammadiyah Bima dengan siswa sekaligus menganalisa kebutuhan sebelum melaksanakan kegiatan PKM. Adapun berdasarkan hasil dari observasi maka diidentifikasi beberapa masalah yang erat kaitannya dengan pelaksanaan kegiatan PKM yang akan dilaksanakan di SMAN 3 Kota Bima. Selanjutnya disusun perencanaan pelaksanaan pelatihan sesuai dengan kebutuhan siswa.

1.2 Tahap pelaksanaan

Kegiatan Seminar Kewirausahaan ini dilaksanakan di salah satu ruangan kelas SMAN 3 Kota Bima dan dihadiri oleh 23 siswa. Pada tahap ini kegiatan telah dirancang dan sudah dipersiapkan dengan matang. Adapun tahapan pelaksanaan Seminar Kewirausahaan ini adalah sebagai berikut:

1.) Tahap pembukaan

Kegiatan PKM ini dilakukan pada jam 09.00 WITA, yang kemudian berlangsung kurang lebih 1 jam, dimulai dengan pembacaan doa terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan sesi perkenalan.

2.) Tahap kegiatan inti

Pada kegiatan inti ini yakni pemaparan materi Seminar Kewirausahaan yang berjudul “Peluang dan Tantangan Di Era Ekonomi DiGitall”. Materi yang disampaikan menggunakan media powerpoint. Serta dibarengi dengan penyampaian materi yang tergolong asik dan menarik sehingga membuat siswa tidak cepat merasa bosan dalam menyimak. Cara lain yang dilakukan pemateri untuk membangkitkan kembali semangat siswa dalam menyimak dengan bercerita pengalaman salah satu pengusaha sukses yang dapat menginspirasi bagi siswa dan mengadakan sesi tanya jawab di akhir materi yang menghasilkan sebuah hadiah dari pemateri yang kemudian lebih membuka kembali pikiran siswa yang kurang fokus dan kembali mengarahkan kepada materi yang dibahas oleh pembicara. Penyampaian materi oleh pembicara ini berlangsung kurang lebih satu jam.

3.) Penutupan dan foto bersama

Sebelum kegiatan berakhir, acara terakhir dalam agenda Seminar Kewirausahaan ini adalah sesi foto untuk mengumpulkan dokumentasi sebagai bukti selama kegiatan seminar berlangsung.

1.3 Tahap Evaluasi

Tahapan ini dilakukan setelah pelaksanaan seminar di SMAN 3 Kota Bima. Evaluasi dilakukan dengan mengamati partisipasi aktif siswa selama kegiatan seminar berlangsung dengan cara melalui diskusi tanya jawab untuk mengetahui sejauh mana materi dipahami. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas kegiatan serupa dimasa yang akan datang.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan seminar ini berjalan dengan lancar yang bertempat di SMAN 3 Kota Bima pada tanggal 23 Mei 2025. Dalam kegiatan seminar ini, pemateri memaparkan materi-materi mengenai cara membidik dan bagaimana caranya menjadi pebisnis dengan memanfaatkan ekonomi digital bagi seorang pebisnis. Pemateri juga menyampaikan bahwa sebagai masyarakat yang berpendidikan, jangan hanya mencari pekerjaan, akan tetapi kita juga harus mampu menciptakan lapangan pekerjaan atau menjadi seorang entrepreneurship. Dan diharapkan kepada masyarakat mampu untuk berinovasi dan kreatif serta memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi agent of change, termasuk memanfaatkan peluang usaha pada era digitalisasi ini.



Gambar 1. Lokasi Sekolah

Untuk mengevaluasi potensi pasar terhadap produk atau layanan yang akan ditawarkan, pemateri membagikan beberapa strategi. Di zaman serba digital saat ini, media sosial memiliki peran penting dalam menjalankan promosi yang efektif dan efisien. Pemateri juga memperkenalkan beberapa ide bisnis yang dapat dijalankan oleh kalangan muda, misalnya dengan menjadi dropshipper atau reseller melalui internet. Aktivitas ini kini semakin mudah dilakukan berkat kehadiran berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Lazada, TikTok, dan lain-lain. Melalui platform-platform tersebut, para dropshipper dan reseller bisa lebih mudah menemukan pemasok atau distributor produk. Selain itu, pemateri juga menyoroti peluang bisnis di bidang kuliner berbasis online. Saat ini, layanan antar makanan seperti GoFood, GrabFood, dan Shopee Food sedang berkembang pesat. Usaha kuliner online menjadi sangat menjanjikan, mengingat tidak semua orang memiliki waktu atau keinginan untuk memasak sendiri. Dengan meningkatnya kebutuhan akan makanan praktis, permintaan terhadap produk kuliner pun ikut melonjak (Nursani et al. 2024).

Transformasi ekonomi digital di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan, didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta meningkatnya penggunaan internet di tengah masyarakat (Nursani et al. 2024). Kendati demikian, sejumlah tantangan masih dihadapi, antara lain ketimpangan akses terhadap infrastruktur digital, kebijakan yang belum sepenuhnya responsif terhadap perubahan, serta rendahnya tingkat literasi digital, khususnya di daerah-daerah terpencil. Meski begitu, ekonomi digital menghadirkan peluang besar, terutama dalam

memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memperluas sektor ekonomi kreatif, serta mendorong inklusi keuangan melalui pemanfaatan teknologi finansial (Rafiuddin et al. 2024).

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan lonjakan yang signifikan, seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, serta semakin meluasnya penggunaan internet di tengah masyarakat. Meski begitu, proses transformasi ini masih menghadapi berbagai kendala, di antaranya distribusi infrastruktur digital yang belum merata, kebijakan yang belum mampu menyesuaikan diri secara cepat dengan perubahan digital, serta tingkat literasi digital yang masih rendah, terutama di daerah-daerah pelosok. Di sisi lain, era digital membuka berbagai kesempatan strategis, khususnya dalam mendorong pertumbuhan pelaku UMKM, memperluas cakupan ekonomi kreatif, dan meningkatkan akses terhadap layanan keuangan melalui pemanfaatan teknologi finansial.

Selain itu, pemateri juga menghadirkan simulasi mengenai peluang bisnis berbasis online, salah satunya di sektor makanan dan minuman. Dalam penyampaian pemateri, disampaikan bahwa terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis ini. Pertama, penting untuk memahami berbagai jenis bahan baku serta ciri khas rasa kekinian yang tengah diminati oleh berbagai kalangan. Kedua, kenali dengan jelas siapa target konsumen yang ingin disasar, agar fokus dalam menawarkan produk. Menentukan sasaran pasar sejak awal sangat membantu dalam menyusun arah dan strategi bisnis. Ketiga, kualitas produk harus menjadi perhatian utama. Maka dari itu, penting untuk menjalin kerja sama dengan supplier yang terpercaya, yang menyediakan barang dan bahan baku berkualitas tinggi namun tetap dengan harga yang bersaing. Keempat, keterlibatan aktif di platform media sosial sangat dibutuhkan. Membangun citra brand yang positif di media sosial menjadi kunci sukses dalam era digital saat ini, karena akan berdampak langsung pada kepercayaan dan ketertarikan pelanggan.

Pelajar di masa kini tidak hanya mempelajari dunia bisnis demi meraih nilai akademik atau untuk mempersiapkan karier di masa mendatang, tetapi juga untuk membentuk dan menumbuhkan semangat wirausaha dalam diri mereka. Keterampilan ini tidak hanya mencakup sisi teknis seperti pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran, tetapi juga melibatkan kemampuan dalam hal inovasi, kreativitas, serta kepemimpinan. Di tengah perkembangan zaman yang begitu cepat, kemampuan untuk beradaptasi dan menemukan solusi kreatif menjadi sangat krusial. Oleh karena itu, keterampilan kewirausahaan turut berperan dalam membekali siswa agar mampu menghadapi tantangan dengan cara yang cerdas dan solutif. Selain itu, mempelajari kewirausahaan memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengenali dan mengembangkan potensi tersembunyi dalam diri mereka. Banyak di antara mereka yang sebenarnya memiliki ide-ide inovatif atau kemampuan tertentu yang belum pernah mereka sadari. Melalui pendidikan kewirausahaan, siswa dapat menemukan cara untuk mengubah ide atau bakat tersebut menjadi sesuatu yang konkret dan bernilai. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya wawasan mereka, tetapi juga membantu mereka mengenal diri sendiri dengan lebih dalam serta memahami arah dan tujuan hidup yang ingin mereka capai (Indah, dkk 2025).

Terkait dengan hal tersebut, pemateri mengajarkan bisnis melalui kisah dan cerita kesuksesan yang dimiliki oleh dari berbagai pengusaha. Salah satu contoh pengusaha sukses yang bisa menjadi inspirasi bagi para siswa adalah Edward Tirtana dan James Prananto. Siapa yang tidak kenal dengan brand Kopi Kenangan? Brand kopi yang satu ini sangat dekat dengan kalangan anak muda. Ia berhasil mencapai kesuksesannya dalam beberapa tahun sejak dibuka pada tahun 2017 lalu. Kehadiran Kopi Kenangan bermula dari James Prananto dan Edward Tirtanata yang melihat adanya kesenjangan antara cafe kelas atas dan kedai kopi kecil. Dari pengamatan tersebut, akhirnya terciptalah ide membangun Kopi Kenangan. Untuk membangun kesuksesan Kopi Kenangan, ada beberapa strategi yang dilakukan oleh dua pengusaha sukses ini, di antaranya:

1. Memahami kebutuhan anak muda yang menjadi sasaran utama brand
2. Jeli dalam melihat peluang
3. Inovatif dalam memberikan nama produk sehingga terasa lebih akrab dengan konsumen
4. Mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial
5. Melakukan eksperimen pada dengan menciptakan varian baru
6. Senantiasa menjaga kualitas dari bahan baku yang digunakan untuk produk Kopi Kenangan



Gambar 2. Kegiatan Seminar



Gambar 3. Dokumentasi Bersama Siswa SMAN 3 Kota Bima

Dengan menerapkan beberapa strategi tersebut, Kopi Kenangan kini berhasil membuka lebih dari 600 gerai yang tersebar di 45 kota. Tidak hanya di Indonesia, brand ini bahkan sudah melebarkan sayapnya hingga ke luar negeri. Diketahui, brand ini berhasil menjual hingga 3 juta gelas per bulannya. Berkat pencapaian tersebut, Kopi Kenangan mendapat suntikan dana dengan nilai sekitar Rp4,9 triliun. Kisah perjalanan hidup Edward Tirtana dan James Prananto Perjalanan bisnis yang diceritakan penuh dengan rintangan dan kegagalan, namun ia tetap teguh mengejar tujuan mereka tanpa pernah menyerah. Dalam sesi pembahasan tentang kewirausahaan untuk generasi muda, beberapa siswa turut aktif bertanya, seperti: "Apa strategi dalam menghadapi kompetitor yang menawarkan produk yang serupa ?" dan "Bagaimana cara menangani persaingan usaha yang tidak sehat?" serta pertanyaan lainnya.

Selama seminar berlangsung, pemateri juga membagikan berbagai tantangan serta hambatan yang kerap ditemui dalam dunia usaha. Menurutnya, kunci dalam menjalankan bisnis adalah tetap bersikap tenang, konsisten dalam berusaha, terus melakukan inovasi, dan mencoba menjangkau pasar yang berbeda agar bisnis tetap bertahan tanpa perlu melakukan pemutusan hubungan kerja. Selain itu, pemateri juga memberikan dorongan semangat kepada para siswa sebagai bagian dari generasi milenial dan masyarakat umum, untuk berani mencoba peruntungan di dunia usaha, mengembangkan ide-ide kreatif, terus berjuang, tidak mudah menyerah, dan mampu menghadapi rasa takut yang menjadi penghalang langkah mereka.

4. Kesimpulan

Kegiatan seminar kewirausahaan ini diselenggarakan sebagai sarana pembelajaran sekaligus peningkatan kapasitas, khususnya di bidang kewirausahaan. Beragam materi disampaikan dalam kegiatan ini, antara lain tentang bagaimana menumbuhkan ide bisnis, menemukan solusi saat menghadapi tantangan dalam memulai usaha, serta meningkatkan semangat dan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha sendiri. Melalui program kegiatan seminar ini, diharapkan siswa-siswi SMAN 3 Kota Bima dapat memperoleh manfaat nyata, seperti pemahaman seputar dunia bisnis dan kewirausahaan, serta pengetahuan praktis mengenai cara memulai dan mengelola usaha. Sebagai bagian dari pelaksanaan kegiatan seminar kewirausahaan, dosen dan mahasiswa dari Program Studi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Bima turut serta dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan menyelenggarakan seminar kewirausahaan di sejumlah sekolah menengah tingkat SMA/SMK yang berada di wilayah Bima. Salah satu langkah yang diambil adalah memberikan edukasi langsung kepada para siswa SMAN 3 Kota Bima guna membekali mereka dengan wawasan serta pemahaman dasar mengenai dunia wirausaha.

5. Ucapan Terima Kasih

Selaku tim pelaksana PKM, kami mengucapkan terimakasih kepada SMAN 3 Kota Bima, khususnya kepada Kepala Sekolah dan juga kepada siswa/i kelas X1 yang sudah berbaik hati memberikan kesempatan dan waktunya kepada tim pelaksana PKM untuk melakukan seminar wirausaha ini, sehingga dapat terlaksana dengan sangat baik. Ucapan terima kasih juga kepada Bapak Muhammad Akbar S.E.,M.M atas support dan arahannya sehingga kegiatan ini terlaksana tanpa ada kendala.

Referensi

Akbar, Muhammad, and M Alvin Faiz. 2025. "Potensi Kewirausahaan Dalam Kreativitas Remaja : Menjelajahi Ide-Ide Bisnis Kreatif Yang Dapat Dijalankan Oleh Generasi Z DI SMA NEGERI 4 KOTA BIMA Entrepreneurial Potential in Teen Creativity : Exploring Creative Business Ideas That Can Be Run by Generation Z AT SMA NEGERI 4 BIMA CITY." 1(1).

Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>

Ayu Sakdiyyah, D., & Risla H, T. (2021). Peran literasi ekonomi digital terhadap motivasi siswa dalam berwirausaha. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(3), 219–231. <https://doi.org/10.17977/um066v1i32021p219-231>

Dwita, Nabila et al. 2025. "Membidik Peluang Wirausaha Yang Tepat Pada Generasi Milenial Di SMK NEGERI 2 Kota Bima Targeting the Right Entrepreneurial Opportunities for the Millennial Generation at SMK NEGERI 2 Bima City." 1(1).

Era, P., Industri, R., & Indonesia, D. I. (2019). *IAIN Palangka Raya*. 4, 60–75.

Indah Purnamasari, Muhammad Akbar, Nurrahman Zakiah, Suci Mirnawati, and Muhammad Rizkan Donis Aditya, Fajrin Hardinandar. 2025. “Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Kalangan Remaja Di Sma Negeri 2 Woha Kabupaten Bima.” *Taroa Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(1): 1–11. <https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/taroa>.

Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255. <https://doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255>

Akbar, Muhammad, and M Alvin Faiz. 2025. “Potensi Kewirausahaan Dalam Kreativitas Remaja : Menjelajahi Ide-Ide Bisnis Kreatif Yang Dapat Dijalankan Oleh Generasi Z DI SMA NEGERI 4 KOTA BIMA Entrepreneurial Potential in Teen Creativity : Exploring Creative Business Ideas That Can Be Run by Generation Z AT SMA NEGERI 4 BIMA CITY.” 1(1).

Dwita, Nabila et al. 2025. “Membidik Peluang Wirausaha Yang Tepat Pada Generasi Milenial Di SMK NEGERI 2 Kota Bima Targeting the Right Entrepreneurial Opportunities for the Millennial Generation at SMK NEGERI 2 Bima City.” 1(1).

Indah Purnamasari, Muhammad Akbar, Nurrahman Zakiah, Suci Mirnawati, and Muhammad Rizkan Donis Aditya, Fajrin Hardinandar. 2025. “Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Kalangan Remaja Di Sma Negeri 2 Woha Kabupaten Bima.” *Taroa Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(1): 1–11. <https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/taroa>.

Nursani, Nursani et al. 2024. “Menumbuhkan Kewirausahaan Digital Pada Generasi Z Di SMAN 1 Wawo Melalui Kegiatan Sosialisasi.” *Journal of Excellence Humanities and Religiosity* 1(1): 37–50.

Rafiuddin, Nurwahidah, Muhammad Akbar, and Nasrullah. 2024. “Seminar Pembuatan Legalitas Usaha Bagi Pelaku UMKM Untuk Mengakses Pendanaan KUR Di Bank.” *Journal of Excellence Humanities and Religiosity* 1(1): 70–80.

Prasetyo, S., Rahayu, B., Anbiya, Z., Hidayaty, D. E., Pertwi, S., & Sandi, H. (2023). Tantangan Dan Peluang Msdm Dalam Menghadapi Era Digitalisasi Dalam Industri Percetakaan Ariez. *Cross-Border*, 6(2), 950–957.

Rafiuddin, Nurwahidah, Muhammad Akbar, and Nasrullah. 2024. “Seminar Pembuatan Legalitas Usaha Bagi Pelaku UMKM Untuk Mengakses Pendanaan KUR Di Bank.” *Journal of Excellence Humanities and Religiosity* 1(1): 70–80.

Rohmana, D. W. (2023). Peranan Ekonomi Digital dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan. *In Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)*, 1(1), 42–48.

Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *JUREKA (Jurnal Ekonomi Pembangunan)*, 25–39. <https://jureka.fekonubt.net/index.php/jureka/article/view/21>

Sudiantini, D., Ayu, M. P., Aswan, M. C. A. S., Prastuti, M. A., & Apriliya Melani. (2023). Transformasi Digital : Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3), 21–30.

Zahra, S., Andini, Z. R., Putri, L. S., & Keling, M. (2024). Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital : Tantangan dan Peluang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 54–63.

Zirzis, M. (2024). Evolusi ekonomi di era digital: kontribusi generasi Z dalam perekonomian. *Jurnal Literasi Indonesia (JLI)*, 1(2), 77–83. <https://jli.staiku.ac.id/index.php/st/index>