



---

## PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI KEGIATAN DIGITAL ENTREPRENEURSHIP PADA MAHASISWA

Oleh

Ninik Srijani<sup>1</sup>, Slamet Riyanto<sup>2</sup>, Diah Santi Hariyani<sup>3</sup>, Ihtiari Prastyaningrum<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas PGRI Madiun

E-mail: <sup>1</sup>[niniksrijani@unipma.ac.id](mailto:niniksrijani@unipma.ac.id), <sup>2</sup>[selamat@unipma.ac.id](mailto:selamat@unipma.ac.id),

<sup>3</sup>[diah.santi@unipma.ac.id](mailto:diah.santi@unipma.ac.id), <sup>4</sup>[ihtiari.prastya@unipma.ac.id](mailto:ihtiari.prastya@unipma.ac.id)

---

### Article History:

Received: 11-11-2021

Revised: 14-12-2021

Accepted: 25-12-2021

### Keywords:

Digital, Entrepreneurship,  
Kewirausahaan,

**Abstract:** Program kegiatan Digital Entrepreneurship merupakan program pelatihan peningkatan kompetensi yang ditujukan kepada mahasiswa yang ingin atau telah memiliki usaha untuk menjalankan usaha secara digital atau memanfaatkan teknologi informasi. Kegiatan ini diikuti oleh 240 mahasiswa yang berasal dari 91 Perguruan Tinggi di Indonesia. Kegiatan pelatihan dilakukan secara daring dengan melibatkan 12 pengajar yang berasal dari akademisi dan praktisi. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari kegiatan ini, maka dilakukan ujian project mayor yang menjadi project wajib bagi semua peserta. Berdasarkan hasil penilaian yang dilakukan oleh tim penilai, maka diputuskan bahwa sebanyak 187 peserta dinyatakan lulus (42 peserta dinyatakan sangat kompeten dengan nilai A dan 145 peserta dinyatakan kompeten dengan nilai B). Sebanyak 53 peserta dinyatakan tidak lulus, dimana peserta yang dinyatakan tidak lulus dalam kegiatan ini, disebabkan karena: peserta tidak aktif dalam kegiatan course, peserta tidak mengerjakan/mengumpulkan project mayor, peserta memiliki nilai akhir kurang dari 60

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan internet di era digital telah mempengaruhi semangat dan perkembangan dari kegiatan wirausaha. Kegiatan wirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh potensi pasar dan inovasi produk, akan tetapi juga dipengaruhi oleh komitmen model pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang diikuti pelaku usaha. Oleh karena itu, studi tentang kewirausahaan di negara-negara industri dan berkembang menarik. Hal ini relevan dengan era internet yang memberikan peluang bagi berkembangnya etos wirausaha, khususnya bagi generasi muda<sup>1</sup>. Pada masa Covid-19, teknologi digital menjadi salah satu peluang untuk memulai usaha yang baru dan menciptakan kompetensi dalam digital ekosistem wirausaha. Perkembangan teknologi digital akan memudahkan pelaku usaha untuk mempromosikan produk, sehingga dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik<sup>2</sup>.

Kegiatan *Digital Entrepreneurship* merupakan program pelatihan peningkatan kompetensi yang ditujukan kepada mahasiswa yang ingin atau telah memiliki usaha menuju



digitalisasi usaha. Kegiatan pelatihan ini dapat membekali mahasiswa menjadi SDM yang unggul dalam mendukung era revolusi industri 5.0. Tujuan pelatihan ini adalah untuk turut berkontribusi mendorong pelaku usaha agar dapat naik kelas, sehingga mampu bersaing dan berinovasi dengan memanfaatkan teknologi digital.

Digital entrepreneurship merupakan sebagai pendidikan kewirausahaan berdasarkan teknologi informasi sehingga mampu untuk meningkatkan daya saing dan mengurangi pengangguran yang berdampak pada stabilitas ekonomi Indonesia. Kegiatan digital entrepreneurship merupakan kegiatan bisnis yang menarik, dimana peserta sangat antusias serta telah memulai kegiatan bisnis melalui marketplace yang sudah ada<sup>3,4</sup>. Pelatihan kewirausahaan berusaha mewujudkan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercreta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Kewirausahaan perlu ditanamkan dan dikembangkan sejak masih muda, sejak masih duduk di bangku sekolah.

Untuk mendukung keberhasilan program kegiatan ini, maka mitra yang terlibat dalam kegiatan ini adalah: Abad Rekan Yogyakarta, Tukoni.id, Ngotech dan Shopee. Untuk peserta kegiatan digital entrepreneurship sebanyak 240 peserta yang berasal dari 91 Perguruan Tinggi di Indonesia. Untuk peserta internal digital entrepreneurship sebanyak 68 peserta atau 28% (mahasiswa Universitas PGRI Madiun) dan peserta eksternal digital entrepreneurship sebanyak 172 peserta atau 72% (mahasiswa di luar Universitas PGRI Madiun). Lahirnya pelaku digital entrepreneurship akan melahirkan keterampilan, inovasi dan kreativitas yang cenderung dimiliki oleh kaum milenial yang sangat familier dengan teknologi<sup>5</sup>.

Implementasi pemasaran digital berhubungan positif dengan pencapaian bisnis wirausahawan muda tersebut seperti peningkatan penjualan dan laba, perluasan pangsa pasar, pendalaman loyalitas pelanggan, dan peningkatan keunggulan kompetitif<sup>6</sup>. Untuk menjalankan kegiatan digital entrepreneurship maka pelaku usaha harus banyak referensi dan tidak hanya mengandalkan kemampuan serta pengalaman pribadi yang diperoleh<sup>7</sup>.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan mulai bulan Agustus – Nopember 2021 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut:

**Tabel 1. Jadwal Kegiatan**

No	Tanggal	Agenda Kegiatan
1	2 Agustus 2021	Pembukaan dan pembekalan kegiatan
2	3 Agustus – 24 September 2021	Pelaksanaan kegiatan
3	25 September – 17 Oktober 2021	Pengerjaan project mayor
4	21-25 Oktober 2021	Ujian project mayor
5	26 – 30 Oktober 2021	Koreksi hasil project mayor
6	18 Nopember 2021	Penutupan kegiatan

Strategi pembelajaran dalam kegiatan ini dilakukan dengan cara pelatihan online/daring selama 16 pertemuan. Metode pembelajaran yang digunakan adalah *self-paced learning*/belajar mandiri, *live session*/webinar, *hands-on labs*, grup kelas dan evaluasi terhadap project yang diberikan. Adapun materi yang diberikan dalam kegiatan digital entrepreneurship ini diantaranya: pengantar bisnis di era digital dan perencanaan bisnis



model canvas, teknik foto & video produk pembuatan logo usaha, teknik pembuatan title produk, deskriptif produk & copywriting, pembuatan toko online di Shopee, pembuatan toko online di Tokopedia, menjual brand & produk melalui experience di media online marketplace, strategi peningkatan penjualan online dan manajemen keuangan usaha toko online.

Untuk mengetahui keberhasilan dari kegiatan ini, maka dibuat instrumen penilaian sebagai berikut:

**Tabel 2. Instrumen Penilaian**

No	Indikator	Penilaian	Skor
1	Design Thinking dan Noble Purpose (Dasar pemikiran dan Tujuan mulia)	Jenis usaha yang dilakukan baru atau akan dimulai, mampu mendeskripsikan tujuan membuka usaha, menyusun rencana aksi di awal usaha	4
		Jenis usaha yang dilakukan telah berjalan, mampu mendeskripsikan tujuan membuka usaha, menyusun rencana aksi di awal usaha	3
		Deskripsi tujuan usaha kurang jelas dan rencana aksi tidak sistematis	2
		Tidak mampu mendeskripsikan tujuan usaha dan rencana aksi tidak realistis	1
2	Business Model	Telah membuat business model canvas dengan deskripsi sembilan item secara lengkap	4
		Telah membuat business model canvas, dengan deskripsi sembilan item tidak lengkap	3
		Telah membuat business model canvas, akan tetapi tidak sesuai format	2
		Tidak membuat business model canvas	1
3	Teknik memfoto produk	Ketepatan pemilihan background dan sudut pengambilan gambar, minimal ada 3 foto produk yang berbeda	4
		Ketepatan pemilihan background dan sudut pengambilan gambar, foto produk kurang dari 3 produk yang berbeda	3
		Foto produk tidak memperhatikan pemilihan background	2
		Tidak melakukan foto produk	1
4	Teknik memvideo produk	Ketepatan dan kejelasan dalam pengambilan gambar serta editing video yang tepat	4
		Ketepatan dan kejelasan dalam pengambilan gambar tanpa dilakukan editing video	3
		Video produk tidak memperhatikan teknik pengambilan gambar	2
		Tidak melakukan video produk	1
5	Title, deskripsi produk dan	Membuat title, deskripsi produk terhadap produk yang akan dijual, minimal ada 3 produk yang berbeda	4



	copywriting	Membuat title, deskripsi produk terhadap produk yang akan dijual, kurang dari 3 produk yang berbeda	3
		Title dan deskripsi produk dibuat dari hasil copas produk yang sudah ada	2
		Tidak membuat title dan deskripsi produk	1
6	Pengaturan toko online marketplace Shopee	Toko Shopee telah memiliki profil toko, upload produk minimal 50 produk, pengaturan jasa kirim, promo & voucher toko dan telah melakukan proses pesanan di Shopee (closing)	4
		Toko Shopee telah memiliki profil toko, upload produk antara 20-49 produk, pengaturan jasa kirim, promo & voucher toko dan telah melakukan proses pesanan di Shopee (closing)	3
		Toko Shopee telah memiliki profil toko, upload produk kurang dari 20 produk, pengaturan jasa kirim, promo & voucher toko dan belum melakukan proses pesanan di Shopee (tidak closing)	2
		Pengaturan toko Shopee tidak lengkap	1
7	Pengaturan toko online marketplace Tokopedia	Toko Tokopedia telah memiliki profil toko, upload produk minimal 50 produk, pengaturan jasa kirim, promo & voucher toko dan telah melakukan proses pesanan di Tokopedia (closing)	4
		Toko Tokopedia telah memiliki profil toko, upload produk antara 20-49 produk, pengaturan jasa kirim, promo & voucher toko dan telah melakukan proses pesanan di Tokopedia (closing)	3
		Toko Tokopedia telah memiliki profil toko, upload produk kurang dari 20 produk, pengaturan jasa kirim, promo & voucher toko dan belum melakukan proses pesanan di Tokopedia (tidak closing)	2
		Pengaturan toko Tokopedia tidak lengkap	1
8	Kegiatan digital marketing	Telah mempromosikan toko onlinenya melalui kegiatan media sosial, minimal dilakukan di tiga medsos secara berkala	4
		Telah mempromosikan toko onlinenya melalui kegiatan media sosial, minimal dilakukan di tiga medsos tidak berkala	3
		Telah mempromosikan toko onlinenya melalui kegiatan media sosial, dilakukan kurang dari tiga medsos	2
		Tidak melakukan promosi di medsos	1
9	Performance toko Shopee	Memiliki follower lebih dari 100, persentase chat dibalas di atas 80% dan telah closing minimal 3 produk	4
		Memiliki follower antara 50-99, persentase chat	3



		dibalas di atas 80% dan telah closing minimal 1 produk	
		Memiliki follower antara 10-49, persentase chat dibalas di dibawah 80% dan belum closing	2
		Memiliki follower kurang dari 10, persentase chat dibalas di kurang 80% dan belum closing	1
10	Performance toko Tokopedia	Memiliki follower lebih dari 100, persentase chat dibalas di atas 80% dan telah closing minimal 3 produk	4
		Memiliki follower antara 50-99, persentase chat dibalas di atas 80% dan telah closing minimal 1 produk	3
		Memiliki follower antara 10-49, persentase chat dibalas di dibawah 80% dan belum closing	2
		Memiliki follower kurang dari 10, persentase chat dibalas di kurang 80% dan belum closing	1
11	Penyusunan keuangan usaha	Menunjukkan laporan keuangan usaha yang telah berjalan dan dilakukan pembukuan secara benar	4
		Menunjukkan laporan keuangan usaha tetapi masih belum benar	3
		Laporan keuangan belum disalin dengan benar	2
		Laporann keuangan tidak ada	1
12	Kelengkapan project mayor	Penulisan laporan ditulis lengkap, rapi dan disertai screenshot bukti kegiatan	4
		Penulisan laporan ditulis lengkap dan screenshot bukti kegiatan tidak lengkap	3
		Penulisan laporan tidak lengkap	2
		Tidak membuat laporan	1
13	Presentasi project mayor	Memiliki intonasi suara yang baik, pemaparan dilakukan secara sistematis, mampu menjawab pertanyaan penguji, dan presentasi dilakukan dengan pitch desk	4
		Memiliki intonasi suara yang baik, pemaparan dilakukan secara sistematis, mampu menjawab pertanyaan penguji, dan presentasi dilakukan dengan power point	3
		Memiliki intonasi suara yang baik, pemaparan kurang sistematis, jawaban pertanyaan kurang memuaskan, dan presentasi dilakukan dengan powerpoint	2
		Tidak melakukan presentasi	1

$$\text{Skor Penilaian Project Mayor} = \frac{\text{Total skor}}{52} \times 100\%$$

Sedangkan untuk perhitungan skor penilaian akhir mengacu pada indikator penilaian, sebagai berikut:

1. Presensi kehadiran
2. Tugas
3. Ujian project mayor



Untuk rumus nilai akhir sebagai:

Nilai akhir = (Presensi x 10%) + (Nilai tugas x 15%) + (Ujian Project Mayor x 75%)

Rentang Nilai

1. > 87 – 100 Lulus dengan predikat sangat baik/sangat kompeten
2. > 73 – 87 Lulus dengan predikat baik / kompeten
3.  $\geq$  60 – 73 Lulus dengan predikat cukup baik / cukup kompeten
4. < 60 Tidak lulus dengan predikat tidak kompeten

## HASIL

Jumlah peserta dalam kegiatan ini sebanyak 240 mahasiswa dan akan dibagi ke dalam 6 kelas, mulai dari kelas A – F. Untuk hasil penilaian akhir dari masing-masing kelas dapat ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 3. Hasil Penilaian Akhir**

Kelas	Mean	Median	Minimum	Maximum
Kelas A	69,48	84,00	0,00	92,00
Kelas B	77,60	87,00	0,00	94,00
Kelas C	67,28	80,00	10,00	87,00
Kelas D	72,93	80,00	43,00	90,00
Kelas E	61,98	76,00	12,00	94,00
Kelas F	77,20	86,00	19,00	87,00
Total	71,08	82,00	0,00	94,00

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa untuk kelas A memiliki nilai rata-rata sebesar 69,48 dengan nilai tertinggi sebesar 92 dan nilai terendah sebesar 0 serta nilai median sebesar 84,00. Untuk kelas B memiliki nilai rata-rata sebesar 77,60 dengan nilai tertinggi sebesar 94 dan nilai terendah sebesar 0 serta nilai median sebesar 87,00. Untuk kelas C memiliki nilai rata-rata sebesar 67,28 dengan nilai tertinggi sebesar 87 dan nilai terendah sebesar 10 serta nilai median sebesar 80,00. Untuk kelas D memiliki nilai rata-rata sebesar 72,93 dengan nilai tertinggi sebesar 90 dan nilai terendah sebesar 43 serta nilai median sebesar 80,00. Untuk kelas E memiliki nilai rata-rata sebesar 61,98 dengan nilai tertinggi sebesar 94 dan nilai terendah sebesar 12 serta nilai median sebesar 76,00. Untuk kelas F memiliki nilai rata-rata sebesar 77,20 dengan nilai tertinggi sebesar 87 dan nilai terendah sebesar 0 serta nilai median sebesar 86,00.

Secara keseluruhan nilai akhir dari peserta kegiatan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 71,08 dengan nilai tertinggi sebesar 94 dan nilai terendah sebesar 0 serta nilai median sebesar 82,00. Untuk hasil penilaian yang dilakukan oleh tim penilaian, maka diputuskan bahwa sebanyak 187 peserta dinyatakan lulus dimana sebanyak 42 peserta dinyatakan sangat kompeten dengan nilai A dan sebanyak 145 peserta dinyatakan kompeten dengan nilai B. Sedangkan dalam kegiatan ini terdapat 53 peserta dinyatakan tidak lulus. Peserta yang tidak lulus dalam kegiatan ini, disebabkan karena peserta tidak aktif dalam kegiatan, peserta tidak mengerjakan/mengumpulkan project mayor dan peserta memiliki nilai akhir kurang dari 60.

Peserta course yang dinyatakan lulus, memiliki kompetensi sebagai berikut: 1. Mampu membuat design thinking dan noble purpose (dasar pemikiran dan tujuan mulia) dalam memulai usaha dengan memanfaatkan teknologi informasi; 2. Mampu membuat



perencanaan Business Model Canvas sesuai dengan usaha yang akan dijalankan; 3. Mampu melakukan teknik memfoto dan memvideo produk; 4. Mampu membuat title, deskripsi produk dan copywriting dari suatu produk; 5. Mampu menyelesaikan pengaturan toko online marketplace Shopee dan menjalankannya; 6. Mampu menyelesaikan pengaturan toko online marketplace Tokopedia dan menjalankannya; 7. Mampu mengimplementasikan kegiatan digital marketing melalui media sosial; 8. Mampu melakukan penyusunan laoran keuangan usaha; 9. Melakukan presentasi project mayor atau proposal usaha

## DISKUSI

Berisi deskripsi tentang diskusi hasil pengabdian masyarakat, diskusi teoritik yang relevan dengan temuan hasil pengabdian masyarakat. Juga mendiskusikan tentang temuan teoritis dari proses pengabdian mulai awal sampai terjadinya perubahan sosial. Pembahasan hasil pengabdian masyarakat ini dikuatkan dengan referensi dan perspektif teoretik yang didukung dengan *literature review* yang relevan. Referensi menggunakan *Turabian Style*. (Cambria, size 12, Spacing: before 6 pt; after 0 pt, Line spacing: 1)

## KESIMPULAN

Untuk memberikan hasil yang optimal terhadap kegiatan digital entrepreneurship, maka ada beberapa tindak lanjut yang perlu dilakukan, diantaranya: 1. Peserta yang telah selesai mengikuti program digital entrepreneurship ini, diharapkan terus menjalankan usaha toko online yang telah dibuat selama mengikuti kegiatan digital entrepreneurship; 2. Untuk kegiatan selanjutnya, perlu melibatkan pelaku usaha toko online yang telah sukses untuk berbagi ilmu dan pengalaman serta memberikan kesempatan untuk mengajar dalam jumlah jam yang ideal. 3. Pelaksanaan course dilakukan dalam kelas kecil, sehingga mudah dalam melakukan kontrol dari hasil pembelajaran.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Pada kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Belmawa, Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Universitas PGRI Madiun beserta panitia dan tim pengajar selama kegiatan KMMI berlangsung. Kegiatan KMMI yang diselenggarakan juga diharapkan memberikan kontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan melalui publikasi ilmiah ini.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Achmad N, Saputro EP, Handayani S. Entrepreneurship in the Digital Era. *Din Pendidik Unnes*. 2016;11(2):102-107. doi:10.15294/dp.v11i2.8934
- [2] Azzahra H, Marditama T, Fithriani M, Febriyani V. Tren Inovasi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Keberlanjutan. 2021;2(1):6-14.
- [3] Gunawan A. Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*. 2020;3(1):38-45. doi:10.30738/ad.v3i1.4311
- [4] Gunawan A, Hazwardy D. Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. 2020;3(1):81-88. <https://mail.journal.unjani.ac.id/index.php/jkwk/article/view/11>
- [5] Nugraha AEP. Jurnal Nusamba Vol2 No.1 2017. *J Nusamba*. 2017;2(1):1-9.



<https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/701>

- [6] Prathivi MDG. Digital Marketing and Indonesia'S Youth Entrepreneurs' Business. *J Apl Manaj.* 2020;18(1):86-94. doi:10.21776/ub.jam.2020.018.01.08
- [7] Perwita D. Telaah digital entrepreneurship: suatu implikasi dalam mengatasi permasalahan ekonomi. *J Promosi.* 2021;9(2):40-51.