



Pelatihan dan Pendampingan *Digital Entrepreneurship* Berbasis E-Commerce melalui Canva APP sebagai Strategi Promosi Unggulan Sekolah dan Mendukung SDGs di SMAN 5 Merangin

Training and Mentoring on E-commerce-based Digital Entrepreneurship using the Canva App as a Strategy for Promoting School Excellence and Supporting the SDGs at SMAN 5 Merangin

Novia Sri Dwijayanti^{1*}, Iwan Putra², Sahara³, Dwi Rayana Siregar⁴, Sudawan Supriadi⁵, Destri Yaldi⁶

¹⁻⁶ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Jambi, Indonesia

*Penulis Korespondensi: noviasrid63@unja.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 25 Juli 2026;
Revisi: 01 September 2026;
Diterima: 27 September 2026;
Terbit: 30 September 2026

Keywords: *Business Plan; Digital Entrepreneurship; E-Commerce; Student Entrepreneurship; Sustainable Education.*

Abstract: *Digital transformation requires students to develop practical digital literacy and entrepreneurial competencies to respond to the growing digital economy. However, technology utilization at SMA Negeri 5 Merangin needs further development to shift students from digital content consumers toward creative producers and aspiring entrepreneurs. This community engagement program aimed to enhance students' digital entrepreneurship competencies through business plan development, podcastpreneurship, virtual assistant bookkeeping, content creation, and the utilization of Canva and e-commerce for promotion and marketing. The program employed a participatory approach comprising needs analysis, program socialization, training, hands-on practice, mentoring, digital marketing simulations, monitoring, and evaluation. The implementation results indicated that participants gained practical experience in designing digital promotional materials using Canva, developing product content, understanding basic digital bookkeeping, and integrating creativity with business planning and digital marketing. The promotional designs produced by participants also demonstrated potential for supporting product marketing and strengthening the school's institutional identity. These findings suggest that practice-based learning and mentoring can serve as an initial strategy for developing a school-based digital entrepreneurship ecosystem. Program sustainability should be strengthened through curricular integration, the establishment of a school digital entrepreneurship community, and the continued development of student portfolios to support quality education and sustainable entrepreneurial learning.*

Abstrak

Transformasi digital menuntut peserta didik memiliki keterampilan literasi digital dan kewirausahaan yang aplikatif untuk menghadapi perkembangan ekonomi digital. Namun, pemanfaatan teknologi di SMA Negeri 5 Merangin masih perlu dioptimalkan agar tidak terbatas pada konsumsi informasi, tetapi juga mendukung penciptaan produk dan peluang usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi digital entrepreneurship siswa melalui penyusunan business plan, podcastpreneurship, virtual assistant bookkeeping, content creation, serta pemanfaatan Canva dan e-commerce sebagai sarana promosi dan pemasaran. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui analisis kebutuhan, sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, simulasi pemasaran digital, monitoring, dan evaluasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pengalaman praktis dalam membuat desain promosi digital menggunakan Canva, mengembangkan konten produk, memahami pencatatan keuangan sederhana, serta mengintegrasikan kreativitas dengan perencanaan dan pemasaran bisnis digital. Produk desain promosi peserta juga berpotensi dimanfaatkan sebagai media pemasaran dan penguatan identitas sekolah. Kegiatan ini mengindikasikan bahwa pembelajaran berbasis praktik dan pendampingan dapat menjadi langkah awal pengembangan ekosistem kewirausahaan digital di sekolah. Keberlanjutan program perlu diperkuat melalui

integrasi kegiatan dalam pembelajaran, pembentukan komunitas kewirausahaan digital, dan pengembangan portofolio karya siswa untuk mendukung pendidikan berkualitas berkelanjutan.

Kata Kunci: Business Plan; Digital Entrepreneurship; E-Commerce; Kewirausahaan Siswa; Pendidikan Berkelanjutan.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara individu belajar, bekerja, berkomunikasi, memasarkan produk, dan membangun usaha. Perubahan tersebut menjadikan literasi digital tidak lagi cukup dipahami sebagai kemampuan mengoperasikan perangkat teknologi, tetapi berkembang menjadi kemampuan menciptakan nilai melalui teknologi, mengidentifikasi peluang, membangun jejaring, menghasilkan konten, mengelola transaksi, serta mengambil keputusan berbasis informasi. Dalam konteks pendidikan, perubahan tersebut menuntut sekolah untuk mempersiapkan peserta didik tidak hanya sebagai pengguna teknologi, tetapi juga sebagai *digital creator*, *problem solver*, dan calon *digital entrepreneur*.

Perkembangan pendidikan kewirausahaan juga menunjukkan pergeseran dari pendekatan konvensional menuju pembelajaran yang lebih aktif, eksperimental, berbasis teknologi, dan berorientasi pada kompetensi. *Systematic review* terbaru menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan yang bersifat eksperimental dan aktif lebih efektif dalam mengembangkan *self-efficacy*, kreativitas, inovasi, dan keberanian mengambil risiko dibandingkan pembelajaran yang hanya mengandalkan pendekatan tradisional (Branca et al., 2025).

Kondisi tersebut menjadi semakin relevan dengan perkembangan ekonomi digital. Bagi generasi muda, teknologi digital membuka peluang kewirausahaan yang relatif fleksibel dan tidak selalu membutuhkan modal fisik yang besar. Peluang dapat dikembangkan melalui *e-commerce*, *content creation*, podcast, *digital marketing*, *virtual assistance*, *digital bookkeeping*, *freelance services*, dan berbagai bentuk jasa berbasis keterampilan. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan pada jenjang sekolah menengah perlu mulai diarahkan pada penguasaan *digital entrepreneurial competencies* yang aplikatif.

Bukti empiris di Indonesia memperlihatkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital memiliki hubungan positif dengan *digital entrepreneurial self-efficacy* dan *digital entrepreneurial intention*. Penelitian terhadap 309 mahasiswa Indonesia menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital berpengaruh signifikan terhadap efikasi diri dan intensi kewirausahaan digital, sementara *digital entrepreneurial self-efficacy* berperan sebagai mediator penting dalam hubungan tersebut (Kumar et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran *digital entrepreneurship* perlu dirancang bukan hanya untuk menyampaikan

pengetahuan, tetapi juga untuk memberikan pengalaman praktik yang memungkinkan peserta didik mencoba, menghasilkan, mengevaluasi, dan memperbaiki produk atau model bisnisnya.

Dalam konteks tersebut, SMA Negeri 5 Merangin merupakan mitra strategis untuk pengembangan program kewirausahaan digital berbasis sekolah. SMA Negeri 5 Merangin merupakan sekolah menengah negeri yang berada di Kabupaten Merangin, Provinsi Jambi. Sekolah ini memiliki sejarah panjang dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengembangan kompetensi peserta didik. Informasi profil sekolah menunjukkan bahwa pengembangan kompetensi peserta didik dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta pembekalan keterampilan menjadi bagian dari arah pengembangan SMAN 5 Merangin.

Dari sisi kesiapan terhadap teknologi pendidikan, SMA Negeri 5 Merangin juga bukan merupakan lingkungan yang sepenuhnya baru terhadap pemanfaatan teknologi digital. Dokumentasi pengembangan pembelajaran sebelumnya menunjukkan adanya penggunaan berbagai *digital learning tools*, seperti Google Classroom, Telegram, Kahoot, WhatsApp, Edmodo, dan *digital storytelling*. Namun, pengalaman tersebut juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan akses jaringan pada sebagian wilayah tempat tinggal peserta didik dan kebutuhan peningkatan kapasitas dalam pemanfaatan teknologi secara optimal.

Perkembangan terbaru menunjukkan bahwa kebutuhan literasi digital di lingkungan sekolah semakin penting. Pada kegiatan Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah tahun 2026, siswa SMA Negeri 5 Merangin juga mendapatkan penguatan mengenai penggunaan media sosial secara bijak sebagai bagian dari kesiapan generasi muda menghadapi lingkungan digital (Diskominfo Merangin, 2026). Kondisi ini menunjukkan bahwa tantangan sekolah bukan lagi sekadar bagaimana memperkenalkan teknologi kepada siswa, tetapi bagaimana menggeser pemanfaatan teknologi dari aktivitas konsumtif menuju aktivitas produktif, kreatif, edukatif, dan bernilai ekonomi.

Atas dasar tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengembangkan program “Pelatihan dan Pendampingan Business Plans Digital Entrepreneurship (*Podcastpreneurship*, *Virtual Assistant Bookkeeping*, dan *Content Creation*) Berbasis E-Commerce melalui Canva App sebagai Strategi Promosi Unggulan Sekolah dalam Mendukung Pendidikan Berkualitas Berkelanjutan (SDGs) di SMA Negeri 5 Merangin.”

2. METODE

Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) ini menggunakan pendekatan partisipatif, aplikatif, dan berkelanjutan melalui pelatihan, praktik langsung,

pendampingan, implementasi, serta evaluasi berbasis produk. Kegiatan dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital peserta didik SMA Negeri 5 Merangin melalui penyusunan *business plan*, *podcastpreneurship*, *virtual assistant bookkeeping*, *content creation*, pemanfaatan Canva, dan pemasaran berbasis *e-commerce*. Pendekatan partisipatif menempatkan mitra sebagai pihak yang terlibat aktif dalam identifikasi kebutuhan, pelaksanaan kegiatan, evaluasi, dan pengembangan keberlanjutan program. Prinsip tersebut sejalan dengan pendekatan *action research* yang menekankan kolaborasi, refleksi, dan perbaikan praktik berdasarkan kondisi nyata di lapangan (Stringer, 2014).

Pelaksanaan program diarahkan pada tiga bidang permasalahan utama, yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Bidang produksi berfokus pada pengembangan keterampilan menciptakan produk dan konten digital. Bidang manajemen usaha menitikberatkan pada penyusunan rencana bisnis, pencatatan transaksi, dan pengelolaan keuangan sederhana. Sementara itu, bidang pemasaran diarahkan pada pemanfaatan Canva, media sosial, dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan promosi serta memperkuat identitas produk dan sekolah.

Metode kegiatan juga mengintegrasikan pembelajaran berbasis praktik (*learning by doing*), pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), demonstrasi, simulasi, konsultasi, dan pendampingan kelompok. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk menerapkan pengetahuan melalui pembuatan produk nyata, memperoleh umpan balik, serta memperbaiki hasil pekerjaannya. Seluruh proses diarahkan agar hasil pelatihan dapat diterapkan dalam kegiatan kewirausahaan sekolah secara berkelanjutan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PPM.

No.	Tahapan Kegiatan	Uraian Kegiatan	Metode Pelaksanaan
1	Persiapan dan Analisis Kebutuhan	Melakukan observasi, wawancara, diskusi, identifikasi permasalahan dan potensi siswa, serta koordinasi dengan pihak sekolah untuk menyusun rencana dan materi kegiatan.	Observasi, wawancara, diskusi, koordinasi.
2	Sosialisasi Program	Menjelaskan tujuan, manfaat, mekanisme kegiatan, dan konsep digital entrepreneurship, termasuk peluang pemanfaatan teknologi untuk kewirausahaan.	Ceramah interaktif, diskusi, tanya jawab.
3	Pelatihan Podcastpreneurship	Mengenalkan podcast sebagai media kewirausahaan, menentukan tema dan target audiens, menyusun naskah, melakukan rekaman dan penyuntingan, serta praktik langsung mempelajari publikasi dan promosi.	Demonstrasi, pelatihan, praktik langsung.
4	Pelatihan Virtual Assistant Bookkeeping	Memberikan pemahaman tentang pencatatan pemasukan dan pengeluaran, klasifikasi transaksi, pengelolaan bukti transaksi, serta penyusunan laporan keuangan sederhana secara digital.	Pelatihan, simulasi, praktik terbimbing.
5	Pelatihan Content Creation Berbasis E-Commerce	Melatih peserta mengidentifikasi target pasar, menyusun pesan promosi, membuat konten visual, konten.	Demonstrasi, praktik langsung, evaluasi.

		menerapkan copywriting, dan mengembangkan identitas merek produk atau jasa.	
6	Pelatihan Canva untuk Promosi	Mengenalkan fitur Canva serta praktik membuat poster, katalog digital, konten media sosial, dan materi promosi yang sesuai dengan karakteristik produk atau jasa.	hands-on learning, praktik langsung.
7	Pendampingan Penyusunan Business Plan	Membimbing peserta mengidentifikasi ide bisnis, menganalisis pasar dan konsumen, menyusun value proposition, merencanakan pemasaran dan operasional, serta memperhitungkan aspek keuangan dan risiko project-based learning.	diskusi, konsultasi, usaha.
8	Pendampingan Produksi Konten dan Produk	Mendampingi peserta dalam mengembangkan produk atau jasa, membuat konten promosi melalui Canva dan podcast, memperkuat identitas merek, serta menyempurnakan produk berdasarkan umpan balik.	intensif, praktik, konsultasi.
9	Simulasi Implementasi Pemasaran Digital	Melatih peserta mengunggah atau menyimulasikan publikasi produk melalui platform e-commerce dan media sosial, menyusun deskripsi produk, serta mempraktikkan komunikasi dan pelayanan kepada konsumen.	Simulasi, praktik langsung, diskusi dan evaluasi.

Tabel 2. Evaluasi Pelaksanaan Program PPM.

No.	Tahapan Evaluasi	Aspek yang Dievaluasi	Teknik Pengumpulan Data	Analisis Evaluasi
1	Evaluasi Awal (Pre-Implementation)	Pengetahuan dan keterampilan awal peserta mengenai kewirausahaan digital, penggunaan Canva, pembukuan awal sederhana, pembuatan konten, dan pemasaran digital.	Observasi, wawancara, diskusi, atau tes kemampuan awal apabila pelatihan, dan instrumen tersedia.	Mengidentifikasi kebutuhan awal, dan aspek yang memerlukan pendampingan.
2	Evaluasi Proses (Process Evaluation)	Kehadiran, partisipasi, keterlibatan peserta dalam praktik, pemahaman materi, perkembangan tugas, serta kendala selama pelatihan dan pendampingan.	Observasi, catatan kegiatan, diskusi, pemeriksaan tugas, dan konsultasi.	Menilai keterlaksanaan kegiatan, mengidentifikasi hambatan, dan menentukan kebutuhan perbaikan selama program berlangsung.
3	Evaluasi Akhir (Post-Implementation)	Pemahaman dan keterampilan peserta setelah pelatihan, business plan, kemampuan membuat konten, pencatatan keuangan, serta pemahaman pemasaran digital.	Tes akhir apabila tersedia, penilaian pemeriksaan dokumen, umpan balik peserta serta mitra.	Menilai ketercapaian tujuan kegiatan dan perkembangan berdasarkan bukti yang tersedia.
4	Evaluasi Penerapan	Pemanfaatan keterampilan yang telah dipelajari dalam kegiatan kewirausahaan dan promosi di lingkungan sekolah.	Observasi penerapan, dokumentasi, diskusi dengan guru pendamping, dan pemeriksaan implementasi aktivitas digital.	Menilai penerapan hasil pelatihan serta mengidentifikasi faktor pendukung dan kendala.
5	Evaluasi Keberlanjutan	Konsistensi kewirausahaan keterlibatan guru pemanfaatan konten, aktivitas digital, pendampingan, serta Monitoring berkala, wawancara, dokumentasi, dan perbaikan program.	Monitoring berkala, wawancara, dokumentasi, dan perbaikan program.	Menilai keberlanjutan kegiatan serta merumuskan strategi tindak lanjut dan perbaikan program.

integrasi kegiatan dalam aktivitas diskusi sekolah.	bersama mitra.
--	-------------------

Keterangan: Evaluasi awal, proses, dan akhir digunakan untuk menilai pelaksanaan serta perkembangan kompetensi peserta. Evaluasi penerapan dan keberlanjutan digunakan untuk melihat penggunaan keterampilan setelah pelatihan. Pernyataan mengenai peningkatan kompetensi harus didukung hasil pengukuran atau bukti aktual, bukan hanya berdasarkan asumsi.

3. HASIL

Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Digital Entrepreneurship

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) di SMA Negeri 5 Merangin dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif yang mengintegrasikan pelatihan, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi. Program ini berfokus pada pengembangan digital entrepreneurship melalui penyusunan business plan, podcastpreneurship, virtual assistant bookkeeping, content creation, serta pemanfaatan aplikasi Canva dan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran dan promosi sekolah. Pelaksanaan kegiatan dirancang untuk mengubah pemanfaatan teknologi digital dari aktivitas yang cenderung konsumtif menjadi aktivitas yang produktif, kreatif, dan berpotensi menghasilkan nilai ekonomi.

Tahapan kegiatan meliputi persiapan dan analisis kebutuhan mitra, sosialisasi program, pelatihan keterampilan digital, pendampingan penyusunan rencana bisnis, pengembangan konten dan produk digital, serta simulasi pemasaran digital. Pendekatan learning by doing dan project-based learning digunakan agar peserta memperoleh pengalaman praktis dalam menerapkan pengetahuan yang dipelajari. Melalui pendekatan ini, kegiatan tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga pada pengembangan kemampuan peserta dalam menghasilkan karya digital dan merancang aktivitas kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan sekolah.

Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak sekolah, observasi lingkungan pembelajaran, dan identifikasi kebutuhan peserta. Hasil analisis menunjukkan bahwa sekolah telah memiliki fasilitas dasar berupa komputer dan akses internet, tetapi pemanfaatannya untuk pengembangan kewirausahaan digital masih perlu diperkuat. Potensi siswa dalam menggunakan media sosial, membuat desain, dan berkomunikasi melalui platform digital perlu diarahkan agar menghasilkan produk kreatif yang memiliki nilai edukatif, promosi, dan ekonomi. Berdasarkan kondisi tersebut, materi pelatihan dirancang

secara terpadu untuk menghubungkan keterampilan digital dengan perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran usaha.

Hasil Pelatihan Content Creation dan Pemanfaatan Canva

Pelatihan content creation diarahkan pada pengembangan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten digital untuk memperkenalkan produk, membangun identitas merek, dan mendukung pemasaran melalui media sosial maupun e-commerce. Materi pelatihan mencakup identifikasi target audiens, penyusunan pesan promosi, copywriting, visualisasi produk, storytelling, serta strategi distribusi konten digital. Peserta juga memperoleh pendampingan dalam menggunakan Canva untuk membuat desain promosi yang memadukan elemen visual, informasi produk, keunggulan produk, dan ajakan bertindak.

Hasil kegiatan terdokumentasi melalui produk desain Canva peserta, termasuk materi promosi produk lokal yang ditampilkan dalam laporan PPM pada halaman 26–28. Produk tersebut antara lain desain promosi madu hutan Merangin dan keripik pisang. Karya ini memperlihatkan penerapan keterampilan desain digital dalam konteks promosi produk yang dekat dengan potensi ekonomi lokal. Dengan demikian, Canva berfungsi tidak hanya sebagai perangkat desain, tetapi juga sebagai media pembelajaran untuk mengintegrasikan kreativitas, komunikasi pemasaran, dan pengenalan peluang usaha.

Proses demonstrasi dan praktik terbimbing memberikan pengalaman kepada peserta dalam memilih templat, mengatur komposisi visual, memasukkan informasi produk, serta menyusun materi promosi yang lebih terstruktur. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat menghasilkan luaran yang konkret dan berpotensi digunakan sebagai portofolio digital siswa maupun materi promosi sekolah. Meskipun demikian, besarnya peningkatan keterampilan peserta secara kuantitatif masih memerlukan dukungan data evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan.

Pengembangan Business Plan dan Keterampilan Manajemen Usaha Digital

Pendampingan penyusunan business plan dilaksanakan untuk membantu peserta menghubungkan ide kreatif dengan perencanaan usaha yang lebih sistematis. Proses pendampingan mencakup identifikasi dan validasi ide bisnis, analisis pasar dan konsumen, penyusunan value proposition, perencanaan pemasaran, pengelolaan operasional dan keuangan, serta identifikasi risiko usaha. Melalui kegiatan tersebut, peserta diarahkan untuk memahami bahwa kewirausahaan digital tidak hanya membutuhkan kreativitas dalam menghasilkan produk, tetapi juga kemampuan merencanakan dan mengelola usaha.

Aspek manajemen usaha diperkuat melalui pelatihan virtual assistant bookkeeping, yang memperkenalkan pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran, pengelompokan

transaksi, pengelolaan dokumen, dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Keterampilan ini relevan untuk membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang tertib sejak tahap awal pengembangan usaha. Penggunaan templat pembukuan digital juga memberikan alternatif bagi peserta untuk mendokumentasikan aktivitas usaha secara lebih sistematis dan mempermudah evaluasi keuangan.

Sementara itu, pelatihan podcastpreneurship memperkenalkan podcast sebagai media komunikasi, produksi konten, dan pengembangan peluang usaha. Peserta diarahkan untuk memahami proses penentuan tema, identifikasi audiens, penyusunan naskah, perekaman, penyuntingan, dan publikasi konten. Ketiga komponen tersebut business plan, virtual assistant bookkeeping, dan podcastpreneurship saling melengkapi dalam membangun pemahaman kewirausahaan digital yang mencakup aspek perencanaan, produksi, komunikasi, dan pengelolaan usaha. Namun, capaian setiap komponen perlu dibedakan antara keterampilan yang telah dipraktikkan dan hasil usaha yang telah berjalan secara nyata.

Simulasi Pemasaran Digital Berbasis E-Commerce

Simulasi pemasaran digital menjadi tahap yang menghubungkan produksi konten dengan strategi distribusi dan promosi produk. Dalam kegiatan ini, peserta diperkenalkan pada penyusunan informasi produk, penentuan harga, pembuatan deskripsi produk, pemilihan foto, publikasi konten, serta simulasi interaksi dengan calon konsumen. Pendekatan tersebut membantu peserta memahami bahwa desain promosi perlu disusun berdasarkan tujuan pemasaran dan karakteristik audiens, bukan hanya pertimbangan estetika.

Integrasi content creation, Canva, dan e-commerce memberikan gambaran mengenai alur pemasaran digital, mulai dari pengenalan produk (awareness), pembentukan ketertarikan (interest), pertimbangan konsumen (consideration), hingga transaksi. Dalam konteks sekolah, pendekatan ini juga membuka peluang pemanfaatan karya siswa untuk memperkenalkan produk lokal dan memperkuat identitas sekolah melalui media digital.

Dokumentasi produk promosi dalam laporan menunjukkan adanya penerapan desain digital pada materi pemasaran produk. Akan tetapi, keberhasilan pemasaran dalam bentuk peningkatan jangkauan audiens, interaksi konsumen, transaksi, atau pendapatan belum dapat disimpulkan hanya berdasarkan keberadaan desain promosi. Indikator tersebut perlu diukur melalui data publikasi, statistik interaksi, aktivitas kanal penjualan, dan pencatatan transaksi pada tahap pengembangan berikutnya.

Produk dan Luaran Program Pengabdian

Pelaksanaan program menghasilkan sejumlah produk teknologi dan inovasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengembangan kewirausahaan digital di SMA Negeri 5

Merangin. Luaran tersebut mencakup desain dan konten digital, prototipe podcast, templat virtual assistant bookkeeping, rancangan business plan, materi promosi, kanal atau etalase digital, digital content bank, modul pelatihan, serta model pembelajaran Digital Entrepreneurship School.

Ragam luaran tersebut menunjukkan bahwa orientasi kegiatan tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan peserta, tetapi juga diarahkan pada pembentukan portofolio dan aset digital yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Desain promosi dapat dimanfaatkan sebagai materi publikasi, templat pembukuan sebagai alat pencatatan usaha, sedangkan rancangan bisnis dapat menjadi dasar pengembangan produk dan jasa siswa. Sementara itu, digital content bank berpotensi menjadi wadah dokumentasi karya siswa yang dapat digunakan kembali untuk kebutuhan pembelajaran dan promosi sekolah.

Untuk memperjelas keterkaitan antara aktivitas pendampingan dan hasil yang diperoleh, rangkuman luaran program disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pelatihan dan Luaran Program Digital Entrepreneurship.

Bidang kegiatan	Bentuk kegiatan	Hasil atau luaran
Perencanaan bisnis	Identifikasi ide, analisis pasar, dan perencanaan usaha	Rancangan business plan
Podcastpreneurship	Penentuan tema, penyusunan naskah, dan pengenalan produksi podcast	Prototipe atau rancangan konten podcast
Virtual assistant bookkeeping	Pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan rekapitulasi transaksi	Templat pembukuan digital sederhana
Content creation	Penyusunan pesan, visualisasi produk, dan materi promosi	Konten promosi digital
Pelatihan Canva	Praktik pembuatan desain dan materi publikasi	Desain promosi produk, termasuk madu hutan dan keripik pisang
Pemasaran digital	Simulasi publikasi dan pengenalan kanal penjualan digital	Materi pemasaran dan rancangan etalase digital
Pengembangan sekolah	Dokumentasi karya dan integrasi kegiatan kewirausahaan	Dasar pengembangan digital content bank dan model Digital Entrepreneurship School

Tabel 3 memperlihatkan keterkaitan antara pelatihan, praktik, dan luaran yang dihasilkan. Integrasi antarkomponen menjadi aspek penting karena keterampilan desain dan produksi konten dapat mendukung pemasaran, sementara business plan dan pembukuan membantu memperkuat aspek manajerial. Walaupun demikian, keberadaan produk dan templat perlu dibedakan dari tingkat pemanfaatannya. Keberlanjutan luaran akan ditentukan oleh penggunaan secara konsisten, penyempurnaan produk, publikasi, dan evaluasi berdasarkan kebutuhan pengguna.

Perubahan Perilaku dan Potensi Transformasi Sosial

Perubahan yang menjadi orientasi utama program adalah pergeseran cara pandang peserta terhadap teknologi digital. Sebelum program dirancang, salah satu permasalahan yang diidentifikasi adalah penggunaan media sosial yang cenderung berorientasi pada hiburan dan belum diarahkan secara sistematis untuk kegiatan produktif. Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta diperkenalkan pada pemanfaatan teknologi untuk membuat konten, menyusun rencana usaha, mendokumentasikan transaksi, mengembangkan portofolio, serta mempromosikan produk dan jasa.

Pada tingkat individu, proses tersebut memberikan pengalaman dalam mengembangkan kreativitas, kolaborasi, keterampilan digital, dan pemahaman kewirausahaan. Perubahan yang diharapkan tidak hanya berupa kemampuan menggunakan aplikasi, tetapi juga terbentuknya pola pikir yang melihat teknologi sebagai sarana untuk mengenali peluang, memecahkan masalah, dan menghasilkan karya yang bermanfaat. Dalam kerangka ini, transformasi peserta dirumuskan sebagai pergeseran dari digital consumer menjadi digital creator, kemudian berkembang menuju digital service provider dan digital entrepreneur. Pergeseran tersebut merupakan arah pengembangan program yang perlu terus diperkuat melalui praktik dan pendampingan berkelanjutan.

Pada tingkat kelembagaan, program memberikan dasar bagi sekolah untuk mengembangkan kegiatan kewirausahaan digital yang terintegrasi dengan pembelajaran, kegiatan ekstrakurikuler, dan strategi promosi sekolah. Guru dapat mengambil peran sebagai fasilitator, sedangkan siswa yang telah memiliki pengalaman praktik dapat dilibatkan sebagai pendamping sebaya dalam kegiatan berikutnya. Pembentukan komunitas kewirausahaan digital dan penunjukan student digital entrepreneur mentor merupakan strategi keberlanjutan yang direncanakan, bukan capaian kelembagaan yang dapat dinyatakan telah terbentuk tanpa bukti implementasi.

Pada tingkat masyarakat, kemampuan membuat konten, mengelola pembukuan, memasarkan produk, dan menyediakan jasa digital berpotensi membuka peluang keterlibatan siswa dalam aktivitas ekonomi lokal. Produk seperti madu hutan Merangin dan keripik pisang menunjukkan relevansi pelatihan dengan promosi produk yang memiliki kedekatan dengan lingkungan setempat. Apabila dikembangkan lebih lanjut melalui kemitraan dengan pelaku usaha, sekolah dapat berperan sebagai ruang pembelajaran yang menghubungkan pendidikan, kreativitas, dan pengenalan pasar digital.

Dengan demikian, kontribusi sosial program terutama terletak pada pembentukan fondasi keterampilan dan perubahan orientasi pemanfaatan teknologi. Dampak yang lebih luas,

seperti terbentuknya pemimpin lokal, komunitas yang aktif, peningkatan pendapatan, atau terciptanya usaha baru, masih memerlukan pemantauan dan bukti empiris pada tahap implementasi selanjutnya.

Keberlanjutan Program dan Kontribusi terhadap SDGs

Keberlanjutan merupakan aspek penting agar manfaat program tidak berhenti pada pelaksanaan pelatihan. Laporan PPM mengarahkan tahap berikutnya pada penguatan kompetensi peserta, penyempurnaan produk dan konten, optimalisasi e-commerce, pengembangan digital content bank, peningkatan kapasitas guru pendamping, pembentukan komunitas kewirausahaan digital, serta integrasi kegiatan ke dalam proyek pembelajaran atau ekstrakurikuler. Program juga direncanakan untuk diperluas melalui jejaring dengan UMKM dan mitra lain, diseminasi praktik baik, serta pengembangan model yang dapat direplikasi.

Arah keberlanjutan tersebut dapat diterapkan melalui siklus pelatihan, praktik, produksi, publikasi, evaluasi, perbaikan, dan regenerasi peserta. Siklus ini memungkinkan karya siswa tidak hanya menjadi luaran sesaat, tetapi berkembang menjadi portofolio yang terdokumentasi dan dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pembelajaran maupun promosi sekolah. Guru pendamping berperan penting dalam menjaga kesinambungan kegiatan, memberikan umpan balik, dan memastikan bahwa pemanfaatan teknologi tetap sesuai dengan tujuan pendidikan.

Program ini relevan dengan SDG 4 (Quality Education) melalui penguatan keterampilan digital dan pembelajaran aplikatif; SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) melalui pengenalan kewirausahaan dan peluang kerja berbasis teknologi; SDG 9 (Industry, Innovation and Infrastructure) melalui penerapan teknologi dan inovasi; serta SDG 17 (Partnerships for the Goals) melalui kemitraan perguruan tinggi dan sekolah. Kontribusi tersebut terutama berada pada tingkat penguatan kapasitas dan penyediaan fondasi program. Penilaian terhadap dampak jangka panjang perlu didukung oleh indikator terukur, seperti keberlanjutan penggunaan produk digital, aktivitas pemasaran, keterlibatan mitra, perkembangan kompetensi, dan keberlangsungan komunitas kewirausahaan digital.

Secara keseluruhan, pelaksanaan PPM di SMA Negeri 5 Merangin menunjukkan pendekatan pengabdian yang mengintegrasikan literasi digital, kreativitas, perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, dan pemasaran dalam satu kerangka pembelajaran kewirausahaan digital. Kekuatan program terletak pada keterhubungan antara pelatihan dan produksi luaran nyata. Tahap berikutnya perlu difokuskan pada pengukuran perubahan kompetensi secara sistematis dan penguatan adopsi program agar fondasi Digital Entrepreneurship School dapat berkembang menjadi ekosistem kewirausahaan digital yang berkelanjutan.

4. DISKUSI

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di SMA Negeri 5 Merangin dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan digital entrepreneurship yang mencakup penyusunan business plan, podcastpreneurship, virtual assistant bookkeeping, content creation, serta pemanfaatan Canva dan e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung membantu peserta mengembangkan keterampilan dalam membuat desain promosi digital dan mengenal pemanfaatan teknologi untuk kegiatan kewirausahaan. Produk desain Canva yang dihasilkan peserta juga berpotensi mendukung promosi dan penguatan citra sekolah.

Temuan ini sejalan dengan teori pembelajaran berdasarkan pengalaman (experiential learning) yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam membangun pengetahuan dan keterampilan (Kolb, 1984). Pendampingan juga mendorong perubahan pola pemanfaatan teknologi, dari sekadar konsumsi media digital menuju aktivitas yang lebih produktif, kreatif, dan berorientasi kewirausahaan. Namun, keberlanjutan dampak kegiatan masih memerlukan pendampingan lanjutan, evaluasi kompetensi, serta integrasi program ke dalam kegiatan pembelajaran sekolah. Dengan demikian, kegiatan ini berpotensi mendukung SDG 4 tentang pendidikan berkualitas dan SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.

5. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di SMA Negeri 5 Merangin memberikan kontribusi dalam pengembangan kompetensi digital entrepreneurship melalui pelatihan dan pendampingan penyusunan business plan, podcastpreneurship, virtual assistant bookkeeping, content creation, pemanfaatan Canva, dan pemasaran berbasis e-commerce. Kegiatan berbasis praktik dan pendampingan menghasilkan berbagai produk digital serta memberikan pengalaman kepada siswa dalam mengembangkan kreativitas, keterampilan digital, perencanaan bisnis, dan pemasaran. Program ini menjadi fondasi bagi pengembangan ekosistem kewirausahaan digital sekolah yang mendukung pendidikan berkualitas dan pembangunan berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Jambi atas dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima

kasih juga disampaikan kepada pihak SMA Negeri 5 Merangin, para guru, dan seluruh siswa yang telah berpartisipasi aktif serta memberikan dukungan selama kegiatan pelatihan dan pendampingan Digital Entrepreneurship berlangsung. Apresiasi diberikan kepada seluruh anggota tim pelaksana yang telah berkontribusi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pendampingan kegiatan. Dukungan dan kolaborasi seluruh pihak tersebut sangat berarti dalam mendukung peningkatan kompetensi kewirausahaan digital, kreativitas, literasi digital, serta pengembangan strategi promosi sekolah yang berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Asdar, A. S., Hasbiah, S., & Mulyadi, A. R. (2024). Do self-efficacy, financial literacy, and digital literacy among students contribute to entrepreneurial behavior through entrepreneurship education? *Pinisi Journal of Entrepreneurship Review*, 2(1). <https://doi.org/10.62794/pjer.v2i1.2471>
- Branca, E., Vanderstraeten, J., Slabbinck, H., & Maes, I. M. R. (2025). The impact of entrepreneurial education on key entrepreneurial competencies: A systematic review of learning strategies and tools. *The International Journal of Management Education*, 23(2), 101144. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101144>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Harlow, England: Pearson.
- Digital entrepreneurial education and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model.* (2024). *Social Sciences & Humanities Open*, 10, Article 101178. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101178>
- European Commission. (2018). *Entrepreneurship competence framework (EntreComp)*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2019). *EntreComp into action: Get inspired, make it happen*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2021). *Digital education action plan 2021–2027*. Brussels, Belgium: European Commission.
- Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). *Evaluating training programs: The four levels* (3rd ed.). San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kumar, A., Dwivedi, A. K., & Aashish, K. (2024). Entrepreneurship education in higher education (2002–2022): A technology-empowered systematic literature review. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 100993. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100993>
- Lubis, R., Wong, N. P., Megawan, S., Tanti, & Gea, S. E. K. (2026). Canva-based digital portfolio website training as a community service intervention to enhance students' digital literacy. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 22(1). <https://doi.org/10.20414/transformasi.v22i1.15273>

- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- Nguyen, P. N. D., & Nguyen, H. H. (2024). Using technology acceptance model to investigate digital business intention among Indonesian students. *Cogent Business & Management*, 11(1), Article 2314253. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2314253>
- Notonegoro, H. A., Nurhamida, N., Sunengsih, N., Abdullah, S., Jannah, M., & Qolbi, F. N., et al. (2024). Increasing youth competency in creating digital content using Canva for digital marketing. *Journal of Community Service in Science and Engineering*, 3(1).
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *OECD digital education outlook 2020: Pushing the frontiers with artificial intelligence, blockchain and robots*. Paris, France: OECD Publishing.
- Primario, S., Rippa, P., & Secundo, G. (2024). Rethinking entrepreneurial education: The role of digital technologies to assess entrepreneurial self-efficacy and intention of STEM students. *IEEE Transactions on Engineering Management*. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3199709>
- Rahman, A., et al. (2022). Teacher readiness in digital entrepreneurship education: A systematic review. *Journal of Education and Learning*, 16(2), 210–220.
- Stringer, E. T. (2014). *Action research* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- UNESCO. (2017). *Education for sustainable development goals: Learning objectives*. Paris, France: UNESCO.
- UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*. Paris, France: UNESCO.
- W. K. Kellogg Foundation. (2004). *Logic model development guide*. Battle Creek, MI: Author.
- Wu, T., & Tien, K. Y. (2024). An empirical study on the effectiveness of e-commerce entrepreneurial learning: The mediating effect of social media flow experience. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440241261131>