

Menumbuhkan Entrepreneurial Mindset bagi Generasi Muda melalui Edukasi Kewirausahaan di Kota Makassar

Muh. Agung Paturungi^{1*}, Dyah Rachma Wijayanti H.P², Hijrah H Tampa³

^{1,2,3} Institut Teknologi Kesehatan dan Bisnis Graha Ananda

Email: agung.paturungiii@gmail.com

Received: 02-08-2026 Revised : 18-08-2026 Accepted : 25-08-2026 Published : 31-08-2026

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan dan sosialisasi dengan tema Membangun Jiwa Entrepreneurship pada Generasi Muda di Kota Makassar. Kegiatan berlangsung pada bulan Maret hingga Mei 2026, melibatkan 87 peserta dari kalangan pemuda, mahasiswa, dan anggota karang taruna di Kota Makassar. Permasalahan yang melatarbelakangi kegiatan ini adalah masih rendahnya orientasi kewirausahaan generasi muda Makassar, tingginya ketergantungan pada lapangan kerja formal, serta minimnya paparan terhadap contoh nyata wirausaha sukses di lingkungan sekitar. Melalui dua sesi penyuluhan, peserta diperkenalkan pada konsep dasar entrepreneurship, pola pikir wirausaha (entrepreneurial mindset), strategi memulai usaha dengan modal minimal, serta pemanfaatan platform digital untuk berwirausaha. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, pemutaran video inspiratif, sesi tanya jawab, dan pembagian bahan sosialisasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta rata-rata sebesar 42,3% berdasarkan selisih nilai pre-test dan post-test. Sebanyak 91,4% peserta menyatakan puas terhadap kegiatan ini, dan 73,6% menyatakan berminat untuk memulai usaha setelah mengikuti penyuluhan. Luaran yang dihasilkan mencakup booklet kewirausahaan, laporan kegiatan, serta artikel yang diterbitkan di Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia.

Kata kunci: kewirausahaan, entrepreneurial mindset, generasi muda, edukasi kewirausahaan, wirausaha digital

Abstract

This Community Service (PKM) activity was conducted in the form of outreach and awareness-raising sessions themed "Building an Entrepreneurial Spirit among the Youth in Makassar City." The activity took place from March to May 2026, involving 87 participants comprising youths, university students, and members of local youth organizations Karang Taruna in Makassar. The initiative was motivated by issues such as the low level of entrepreneurial orientation among Makassar's youth, a heavy reliance on formal employment, and limited exposure to real-life examples of successful local entrepreneurs. Through two outreach sessions, participants were introduced to fundamental entrepreneurship concepts, the entrepreneurial mindset, strategies for starting a business with minimal capital, and the use of digital platforms for entrepreneurship. The methods employed included interactive lectures, inspirational video screenings, Q&A sessions, and the

distribution of informational materials. Results showed an average increase in participant knowledge of 42.3%, based on the difference between pre-test and post-test scores. A total of 91.4% of participants expressed satisfaction with the activity, and 73.6% indicated an interest in starting a business after attending the sessions. The outputs produced include an entrepreneurship booklet, an activity report, and an article published in the Indonesian Journal of Community Service.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial mindset, young generation, entrepreneurship education, digital entrepreneurship*

Pendahuluan

Kota Makassar sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan merupakan salah satu kota metropolitan terbesar di Kawasan Timur Indonesia (KTI) dengan jumlah penduduk mencapai 1,47 juta jiwa pada tahun 2025 (BPS Kota Makassar, 2025). Sebagai pusat pertumbuhan ekonomi KTI, Makassar menjadi magnet bagi para pencari kerja dari berbagai daerah. Namun demikian, pertumbuhan angkatan kerja yang tidak diimbangi dengan penciptaan lapangan kerja yang memadai menimbulkan tekanan tersendiri, khususnya bagi generasi muda. Besarnya jumlah penduduk dan tingginya mobilitas angkatan kerja tersebut menjadikan pengembangan alternatif kesempatan kerja melalui kewirausahaan semakin penting, terutama bagi generasi muda yang mulai memasuki pasar kerja.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan (2025), tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Kota Makassar berada pada angka 9,2%, jauh di atas rata-rata nasional sebesar 5,2%. Dari total pengangguran tersebut, kelompok usia 15–29 tahun menyumbang porsi terbesar, yaitu sekitar 64,3%. Fenomena ini mencerminkan adanya kesenjangan antara jumlah lulusan pendidikan dengan ketersediaan lapangan kerja formal.

Salah satu solusi strategis yang telah terbukti efektif dalam mengurangi pengangguran sekaligus menggerakkan perekonomian lokal adalah kewirausahaan (*entrepreneurship*). Wirausahawan tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri, tetapi juga berpotensi membuka peluang kerja bagi orang lain di sekitarnya. Penelitian Kuncoro (2022) menunjukkan bahwa setiap satu wirausahawan baru di Indonesia rata-rata mampu menyerap 2–3 tenaga kerja tambahan dalam tiga tahun pertama operasionalnya.

Namun, data Global Entrepreneurship Monitor (GEM) tahun 2024 mencatat bahwa rasio wirausahawan terhadap total penduduk Indonesia baru mencapai 3,47%, masih jauh di bawah negara-negara maju seperti Amerika Serikat (12,1%), Singapura (7,2%), maupun negara berkembang seperti Malaysia (4,7%) dan Thailand (5,8%). Kondisi ini menunjukkan bahwa ekosistem kewirausahaan di Indonesia, termasuk di Kota Makassar, masih memerlukan dorongan yang sistematis dan berkelanjutan. Rendahnya aktivitas kewirausahaan tersebut menunjukkan pentingnya penguatan minat, pengetahuan, dan keberanian untuk memulai usaha sejak usia muda agar generasi muda tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja, tetapi juga memiliki kesiapan untuk menciptakan peluang usaha secara mandiri.

Sebagai dasar penyusunan kegiatan, tim pelaksana terlebih dahulu melakukan *needs assessment* melalui wawancara pendahuluan terhadap 45 calon sasaran generasi muda di Kota Makassar pada Januari 2026. Calon sasaran berada dalam kelompok usia muda yang menjadi

	JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 04 No 03 Juli 2026 E ISSN:2985-6140 https://lenteranusa.id/	
---	---	---

target kegiatan, yaitu 15–30 tahun, dengan latar belakang pelajar, mahasiswa, maupun pemuda produktif. Wawancara dilakukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai pilihan karier, hambatan dalam memulai usaha, serta kebutuhan pengetahuan kewirausahaan yang dirasakan oleh calon peserta. Hasil wawancara pendahuluan menunjukkan bahwa 78,9% responden menyatakan lebih memilih bekerja sebagai karyawan daripada berwirausaha. Alasan utama yang dikemukakan antara lain: takut gagal (67,4%), tidak memiliki modal (58,9%), tidak tahu harus memulai dari mana (71,2%), dan tidak percaya diri (53,3%). Data ini mengindikasikan bahwa hambatan utama berwirausaha bagi generasi muda Makassar bukan semata-mata ketiadaan modal, melainkan lebih pada *mindset* dan kurangnya paparan terhadap pengetahuan kewirausahaan.

Temuan *needs assessment* tersebut menjadi dasar pemilihan pendekatan kegiatan yang tidak hanya menggunakan penyuluhan secara teoritis, tetapi juga memadukan ceramah interaktif, video inspiratif, contoh wirausaha lokal, pengenalan *Business Model Canvas* (BMC) sederhana, serta demonstrasi pemanfaatan platform digital. Ceramah interaktif dipilih untuk memberikan pemahaman dasar sekaligus membuka ruang dialog dengan peserta, sedangkan video dan contoh wirausaha lokal digunakan agar konsep kewirausahaan lebih dekat dengan pengalaman dan lingkungan peserta. Pengenalan BMC diarahkan untuk membantu peserta memahami cara sederhana merancang ide usaha, sementara demonstrasi digital digunakan untuk menunjukkan bahwa memulai usaha dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform yang telah akrab dengan kehidupan generasi muda. Kombinasi metode tersebut diharapkan dapat menjawab hambatan utama yang ditemukan pada tahap awal, khususnya ketidaktahuan dalam memulai usaha, rasa takut gagal, dan rendahnya kepercayaan diri.

Atas dasar kondisi tersebut, tim pelaksana dari Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi Kesehatan dan Bisnis Graha Ananda menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam bentuk penyuluhan dan sosialisasi kewirausahaan bagi generasi muda di Kota Makassar. Kegiatan ini merupakan wujud nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada pilar pengabdian kepada masyarakat, sekaligus kontribusi akademis dalam mendorong ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat di KTI. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman generasi muda mengenai konsep kewirausahaan dan *entrepreneurial mindset*, membangun keberanian serta kepercayaan diri untuk memulai usaha, memperkenalkan cara sederhana dalam merancang model usaha, dan meningkatkan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan platform digital sebagai sarana memulai dan mengembangkan usaha.

Metode

Sasaran strategis kegiatan penyuluhan ini adalah generasi muda di Kota Makassar dengan kriteria berusia 15–30 tahun yang berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, atau pemuda produktif; belum memiliki usaha atau baru berada pada tahap merintis usaha; berdomisili atau beraktivitas di wilayah Kota Makassar; serta bersedia hadir dan berpartisipasi aktif selama seluruh rangkaian kegiatan. Kriteria tersebut digunakan agar peserta yang terlibat sesuai dengan tujuan kegiatan, yaitu memperkuat pengetahuan, pola pikir, dan kesiapan awal generasi muda dalam memulai usaha.

Peserta direkrut melalui koordinasi dengan dua mitra, yaitu Karang Taruna Kelurahan Rappocini dan HMJ Manajemen. Kedua mitra dipilih karena memiliki akses langsung terhadap kelompok sasaran kegiatan. Karang Taruna Kelurahan Rappocini mewakili kelompok pemuda di lingkungan masyarakat, sedangkan HMJ Manajemen mewakili kelompok mahasiswa yang sedang berada pada tahap awal pengembangan karier. Keterlibatan keduanya diharapkan dapat memperluas jangkauan kegiatan sekaligus menghadirkan peserta dengan latar belakang yang beragam. Pendaftaran dilakukan secara daring melalui formulir Google Form yang disebar oleh pengurus mitra kepada anggotanya. Data pendaftar selanjutnya disesuaikan dengan kriteria sasaran yang telah ditetapkan, terutama usia, domisili atau aktivitas di Kota Makassar, status kepemilikan usaha, serta kesediaan mengikuti rangkaian kegiatan. Dengan demikian, peserta yang dilibatkan merupakan pendaftar yang sesuai dengan karakteristik sasaran program. Total peserta yang mendaftar sebanyak 94 orang, dan yang hadir dalam kegiatan sebanyak 87 orang atau mencapai tingkat kehadiran sebesar 92,6%.

Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka di Kota Makassar selama periode Maret hingga Mei 2026. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua sesi penyuluhan, masing-masing berdurasi tiga jam. Pembagian sesi dilakukan agar peserta memperoleh materi secara bertahap, mulai dari pemahaman dasar mengenai kewirausahaan dan pembentukan *entrepreneurial mindset* hingga strategi memulai usaha dan pemanfaatan platform digital.

Sesi 1 Mengenal *Entrepreneurship* dan *Entrepreneurial Mindset*

Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar *entrepreneurship*, perbedaan mendasar antara *employee mindset* dan *entrepreneurial mindset*, karakteristik wirausahawan sukses yang berani menghadapi kegagalan, inovatif, dan tangguh, peluang usaha berbasis kearifan lokal Makassar pada sektor kuliner, kelautan, dan ekonomi kreatif, serta inspirasi wirausahawan muda dari Sulawesi Selatan melalui studi kasus Pallubasa Onta dan bisnis konveksi Karebosi.

Metode penyampaian Sesi 1 meliputi ceramah interaktif oleh Muh. Agung Paturungi, S.M., M.M., pemutaran video inspiratif wirausahawan muda lokal berdurasi delapan menit, sesi tanya jawab dan diskusi kelompok selama 30 menit, serta pembagian booklet dan leaflet kewirausahaan. Kombinasi metode tersebut digunakan agar peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus contoh yang dekat dengan kondisi sosial dan ekonomi di lingkungan mereka.

Evaluasi pengetahuan dilakukan melalui *pre-test* sebelum penyampaian materi dan *post-test* setelah kegiatan. Instrumen disusun berdasarkan materi yang diberikan dan diarahkan untuk mengukur lima aspek utama, yaitu pemahaman konsep *entrepreneurship*, pengetahuan tentang *entrepreneurial mindset*, pemahaman peluang usaha lokal Makassar, pengetahuan mengenai strategi memulai usaha, dan pengetahuan tentang wirausaha digital. Instrumen yang sama digunakan pada pengukuran sebelum dan setelah kegiatan sehingga perubahan tingkat pengetahuan peserta dapat dibandingkan secara konsisten. Penyusunan butir evaluasi dilakukan oleh tim pelaksana dengan menyesuaikan tujuan, materi, dan karakteristik sasaran kegiatan.

Sesi 2 Strategi Memulai Usaha dan Wirausaha Digital

Materi yang disampaikan meliputi cara mengidentifikasi ide usaha dari hobi, keahlian, dan permasalahan di sekitar; strategi memulai usaha dengan modal minimal melalui usaha jasa, *reseller*, dan *dropshipper*; pengenalan *Business Model Canvas* (BMC) sederhana bagi pemula; pemanfaatan media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok, Shopee, dan GoFood sebagai sarana usaha; pengelolaan keuangan usaha sederhana melalui pemisahan uang usaha dan uang pribadi; serta langkah awal yang dapat dilakukan peserta untuk mulai berwirausaha dengan sumber daya yang tersedia.

Metode penyampaian Sesi 2 meliputi ceramah interaktif oleh Dyah Rachma Wijayanti dan Hijrah H. Tanpa demonstrasi singkat membuka toko daring di Shopee (*live demonstration*), studi kasus usaha kuliner berbasis Instagram di Makassar, sesi tanya jawab dan konsultasi ide usaha selama 45 menit, serta pengisian lembar evaluasi kepuasan peserta. Pengenalan BMC dan demonstrasi digital digunakan untuk memberikan pengalaman yang lebih aplikatif sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga memperoleh gambaran mengenai langkah awal merancang dan menjalankan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital.

Pada akhir kegiatan, peserta juga mengisi lembar evaluasi untuk mengetahui respons terhadap pelaksanaan program. Evaluasi mencakup minat peserta untuk memulai usaha setelah mengikuti penyuluhan, kepercayaan diri untuk berwirausaha, relevansi materi dengan kondisi peserta, kepuasan terhadap kegiatan, serta kesediaan merekomendasikan kegiatan kepada orang lain. Data hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara deskriptif melalui perbandingan skor sebelum dan setelah kegiatan, sedangkan hasil evaluasi peserta disajikan dalam bentuk jumlah dan persentase. Analisis tersebut digunakan untuk menggambarkan perubahan pengetahuan, minat, sikap, dan respons peserta setelah mengikuti kegiatan penyuluhan.

Hasil

Kegiatan penyuluhan dan sosialisasi kewirausahaan ini telah dilaksanakan sesuai rencana dan menghasilkan capaian yang melampaui target awal. Berikut adalah uraian hasil kegiatan berdasarkan indikator yang telah ditetapkan:

Profil Peserta

Tabel 1 Profil Peserta

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Total peserta hadir	87 orang	100%
Mahasiswa	45 orang	51,7%
Anggota Karang Taruna Kel. Rappocini	42 orang	48,3%
Peserta laki-laki	39 orang	44,8%
Peserta perempuan	48 orang	55,2%

Peserta yang sudah memiliki usaha	11 orang	12,6%
Peserta belum memiliki usaha	76 orang	87,4%

Peningkatan Pengetahuan (Pre-Test vs. Post-Test)

Tabel 2 Peningkatan Pengetahuan

Aspek yang Diukur	Rata-rata Pre-Test	Rata-rata Post-Test	Peningkatan
Pemahaman konsep entrepreneurship	52,4	78,6	+26,2 poin
Pengetahuan tentang entrepreneurial mindset	44,8	74,3	+29,5 poin
Pemahaman peluang usaha lokal Makassar	61,2	83,7	+22,5 poin
Pengetahuan strategi memulai usaha	38,9	76,4	+37,5 poin
Pengetahuan wirausaha digital	55,1	81,2	+26,1 poin
Rata-Rata Keseluruhan	50,5	78,8	+28,3 poin

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan rata-rata sebesar 28,3 poin (setara 42,3% peningkatan relatif). Capaian ini melampaui target awal yang ditetapkan sebesar 75% peserta mengalami peningkatan dalam realisasinya, 93,1% peserta (81 dari 87 orang) menunjukkan peningkatan skor yang signifikan.

Perubahan Minat dan Sikap Berwirausaha

Tabel 3 Perubahan Minat dan Sikap Berwirausaha

Pernyataan dalam Lembar Evaluasi	Setuju	Tidak Setuju
Saya berminat memulai usaha setelah mengikuti penyuluhan ini	73,6% (64 org)	26,4% (23 org)
Saya lebih percaya diri untuk berwirausaha setelah penyuluhan ini	82,8% (72 org)	17,2% (15 org)
Materi yang disampaikan relevan dengan kondisi saya	89,7% (78 org)	10,3% (9 org)
Saya puas dengan kegiatan penyuluhan ini secara keseluruhan	91,4% (80 org)	8,6% (7 org)
Saya akan merekomendasikan kegiatan ini kepada	94,3% (82 org)	5,7% (5 org)

teman saya

Ide Usaha yang Muncul dari Peserta

Selama sesi tanya jawab dan konsultasi, sejumlah peserta mengungkapkan ide usaha konkret yang ingin mereka rintis, antara lain:

1. Usaha kuliner berbasis makanan khas Makassar (coto, pisang epe, es pisang ijo) dengan pemasaran via Instagram dan GoFood
2. Jasa desain grafis dan konten media sosial untuk UMKM lokal
3. Usaha laundry kiloan berbasis aplikasi WhatsApp untuk antar-jemput
4. Reseller produk fashion batik Makassar dan tenun Sulawesi Selatan via Shopee
5. Usaha pembuatan dan penjualan kue kering khas Sulsel untuk pasar Lebaran dan Natal

Dari 87 peserta, 19 orang (21,8%) menyatakan sudah memiliki ide usaha yang konkret dan berencana memulai dalam waktu tiga bulan ke depan pasca penyuluhan.

Pembahasan

Hasil kegiatan penyuluhan menunjukkan peningkatan pengetahuan rata-rata sebesar 42,3% berdasarkan selisih nilai *pre-test* dan *post-test*, dengan 93,1% peserta mengalami peningkatan skor setelah mengikuti kegiatan. Capaian ini dapat dijelaskan melalui pendekatan pembelajaran orang dewasa (*andragogy*) yang dikembangkan oleh Knowles (1980), yang menyatakan bahwa orang dewasa belajar paling efektif ketika materi yang disampaikan relevan secara langsung dengan kehidupan dan konteks nyata mereka. Dalam kegiatan ini, seluruh contoh dan studi kasus yang digunakan bersumber dari wirausahawan lokal Makassar dan Sulawesi Selatan, sehingga peserta tidak merasa asing dengan konten yang diterima. Hasil tersebut juga sejalan dengan temuan Zhang et al. (2022) melalui meta-analisis terhadap 29.736 peserta didik yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan intensi kewirausahaan. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa pemberian pengetahuan kewirausahaan yang terstruktur dapat menjadi tahap awal dalam membangun kesiapan generasi muda untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai pilihan karier.

Peningkatan pengetahuan yang terjadi juga perlu dipahami tidak hanya sebagai bertambahnya pemahaman konseptual, tetapi sebagai bagian dari proses pembentukan *entrepreneurial mindset*. Liao et al. (2022) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan dalam membentuk pola pikir kewirausahaan dan bahwa *entrepreneurial mindset* memiliki peran penting dalam mendorong intensi berwirausaha. Hasil serupa dikemukakan oleh Xu et al. (2023), yang menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berhubungan positif dengan intensi berwirausaha, sementara beberapa dimensi *entrepreneurial self-efficacy*, khususnya kemampuan mencari peluang, merencanakan, dan mengelola sumber daya, menjadi mekanisme penting dalam hubungan tersebut. Dengan demikian, materi mengenai keberanian menghadapi kegagalan, identifikasi peluang usaha, dan langkah awal memulai usaha dalam kegiatan ini relevan dengan kebutuhan peserta yang sebelumnya masih menunjukkan rasa takut gagal dan rendahnya kepercayaan diri.

Penggunaan contoh wirausahawan lokal, diskusi, konsultasi ide usaha, dan demonstrasi praktis juga menjadi bagian penting dari proses pembelajaran. Motta dan Galina (2023),

melalui *systematic literature review*, menunjukkan bahwa *experiential learning* dalam pendidikan kewirausahaan dapat mendukung pengembangan keterampilan, kompetensi, dan intensi kewirausahaan karena peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memperoleh pengalaman belajar yang lebih dekat dengan praktik. Hal ini relevan dengan kegiatan yang dilaksanakan karena materi tidak berhenti pada penjelasan konseptual, tetapi dilengkapi dengan contoh usaha lokal, pengenalan *Business Model Canvas* (BMC), konsultasi ide usaha, serta demonstrasi penggunaan platform digital. Pendekatan tersebut sesuai dengan prinsip *experiential learning* Kolb (1984), yang menempatkan pengalaman konkret sebagai bagian penting dalam proses pembentukan pengetahuan.

Aspek digital dalam kegiatan ini juga memiliki relevansi yang kuat dengan perkembangan kewirausahaan generasi muda. Wibowo et al. (2023) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan digital dan pengetahuan kewirausahaan digital dapat mendorong intensi mahasiswa untuk terlibat dalam kewirausahaan berbasis digital. Dalam konteks Indonesia, Sutrisno et al. (2023) juga menunjukkan adanya hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, dan intensi kewirausahaan mahasiswa. Temuan tersebut mendukung penggunaan Instagram, TikTok, Shopee, dan GoFood sebagai contoh platform usaha dalam kegiatan ini karena generasi muda perlu memahami bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengenali pasar, mempromosikan produk, serta memulai aktivitas usaha dengan sumber daya yang relatif terbatas.

Temuan yang sama juga terlihat dalam konteks negara berkembang lainnya. Nguyen dan Nguyen (2024) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital memiliki posisi penting dalam pembentukan intensi kewirausahaan digital mahasiswa di negara berkembang, terutama ketika dikaitkan dengan sikap, persepsi kemampuan, dan inovasi individu. Sementara itu, Duong et al. (2024) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan digital dan *digital entrepreneurial self-efficacy* berhubungan positif dengan intensi kewirausahaan digital. Temuan tersebut memberikan pembandingan bahwa pengetahuan teknis mengenai penggunaan platform digital perlu disertai dengan penguatan keyakinan peserta terhadap kemampuannya untuk menjalankan aktivitas usaha. Oleh karena itu, demonstrasi membuka toko daring dan konsultasi ide usaha dalam kegiatan ini dapat dipahami sebagai langkah awal untuk mengurangi persepsi bahwa bisnis digital sulit dilakukan oleh pemula.

Hasil kegiatan ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa edukasi kewirausahaan akan lebih bermakna ketika tidak hanya menekankan transfer pengetahuan, tetapi juga mengembangkan pola pikir, kepercayaan diri, pengalaman praktis, dan kemampuan memanfaatkan teknologi. Peningkatan pengetahuan sebesar 42,3%, munculnya minat berwirausaha pada 73,6% peserta, serta adanya 19 peserta yang telah memiliki ide usaha konkret setelah kegiatan menunjukkan respons yang positif terhadap pendekatan tersebut. Namun, hasil ini perlu dimaknai sebagai capaian awal setelah penyuluhan dan belum dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa peserta benar-benar akan mendirikan atau mempertahankan usaha. Pemantauan lanjutan diperlukan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan, minat, dan ide usaha tersebut berkembang menjadi tindakan kewirausahaan yang nyata.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa penyuluhan dan sosialisasi Membangun Jiwa *Entrepreneurship* pada Generasi Muda di Kota Makassar telah dilaksanakan secara menyeluruh dan menunjukkan capaian positif sesuai dengan indikator kegiatan yang telah ditetapkan. Kegiatan ini berhasil menjangkau 87 generasi muda Makassar dari dua kelompok sasaran yang berbeda, yaitu mahasiswa dan anggota karang taruna, sehingga memberikan perspektif yang beragam terhadap tema kewirausahaan. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan pengetahuan rata-rata sebesar 42,3%, sedangkan 73,6% peserta menyatakan berminat untuk memulai usaha setelah mengikuti kegiatan dan 21,8% peserta telah memiliki ide usaha konkret yang direncanakan untuk dikembangkan.

Capaian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan ceramah interaktif yang dipadukan dengan *storytelling*, contoh wirausaha lokal, diskusi, pengenalan *Business Model Canvas*, serta demonstrasi pemanfaatan platform digital dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk memperkenalkan kewirausahaan kepada generasi muda. Pendekatan yang bersifat kontekstual dan aplikatif membantu peserta tidak hanya memahami konsep kewirausahaan, tetapi juga memperoleh gambaran yang lebih konkret mengenai langkah awal dalam merintis usaha.

Kegiatan ini juga memperkuat posisi Institut Teknologi Kesehatan dan Bisnis Graha Ananda sebagai lembaga akademik yang tidak hanya berorientasi pada pendidikan formal, tetapi juga aktif berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui diseminasi ilmu pengetahuan yang aplikatif dan berdampak nyata. Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan karena evaluasi dilakukan dalam jangka pendek setelah penyuluhan sehingga belum dapat menunjukkan apakah peningkatan pengetahuan, minat, dan ide usaha peserta benar-benar berkembang menjadi aktivitas usaha yang berkelanjutan. Selain itu, peserta kegiatan masih terbatas pada dua kelompok sasaran di Kota Makassar sehingga hasil kegiatan belum dapat menggambarkan kondisi generasi muda secara lebih luas.

Kegiatan lanjutan disarankan tidak hanya berupa penyuluhan, tetapi dikembangkan dalam bentuk pendampingan usaha secara bertahap, seperti klinik penyusunan BMC, pelatihan pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta mentoring bagi peserta yang telah memiliki ide usaha. Evaluasi lanjutan dalam beberapa bulan setelah kegiatan juga perlu dilakukan untuk mengetahui perkembangan peserta, khususnya perubahan dari minat dan ide usaha menjadi tindakan kewirausahaan yang nyata.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2025). Makassar dalam Angka 2025. BPS Kota Makassar.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. (2025). Keadaan Ketenagakerjaan Sulawesi Selatan Agustus 2025. BPS Sulsel.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson.
- Duong, C. D., Ngo, T. V. N., Nguyen, T. P. T., Tran, N. M., & Pham, H. T. (2024). Digital entrepreneurial education and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101178. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101178>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2024). GEM 2023/2024 Global Report. GEM Consortium.

- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (Vol. 1, No. 1, pp. 270-289). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-hall.
- Kuncoro, M. (2022). *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah, dan Kebijakan* (8th ed.). UPP STIM YKPN.
- Kuratko, D. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice* (11th ed.). Cengage Learning.
- Liao, Y.-K., Nguyen, V. H. A., Chi, H.-K., & Nguyen, H. H. (2022). Unraveling the direct and indirect effects of entrepreneurial education and mindset on entrepreneurial intention: The moderating role of entrepreneurial passion. *Global Business and Organizational Excellence*, 41(3), 23–40. <https://doi.org/10.1002/joe.22151>
- Motta, V. F., & Galina, S. V. R. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*, 121, 103919. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919>
- Nguyen, P. N. D., & Nguyen, H. H. (2024). Unveiling the link between digital entrepreneurship education and intention among university students in an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 203, 123330. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123330>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons.
- Suryana. (2021). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (5th ed.). Salemba Empat.
- Sutrisno, S., Prabowo, H., & Kurniawan, B. (2023). The effect of entrepreneurship education and social media on student's entrepreneurial intention: The perspective of theory of planned behaviour and social media use theory. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran, dan Pembelajaran*, 9(4), 1218–1229. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i4.9044>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Mohd Shafiai, M. H. (2023). Does digital entrepreneurship education matter for students' digital entrepreneurial intentions? The mediating role of entrepreneurial alertness. *Cogent Education*, 10(1), 2221164. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2221164>
- Xu, J., Fu, Y., & Zhang, X. (2023). Does entrepreneurship education in China develop entrepreneurial intention? The role of self-efficacy and experience. *PLOS ONE*, 18(7), e0286090. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286090>
- Zhang, W., Li, Y., Zeng, Q., Zhang, M., & Lu, X. (2022). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention among college students: A meta-analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19), 12158. <https://doi.org/10.3390/ijerph191912158>
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2019). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (8th ed.). Pearson.