

PELATIHAN DIGITAL ENTERPRENEURSHIP UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA BAGI GENERASI MUDA PADA ORGANISASI MUDA KATOLIK GEREJA ST. FRANSISKUS ASISI KOLHUA

**Selfiana Goetha, Ignatia Thomasita Bau Mau, Mariano Firmansyah, Stefanie
Noviega Bribin Burin, Septiani Arbania, Apryanus Fallo, Hedwig Hendrikus
Temai Lejap, Paskalis Seran, David Manafe, Herman Silver Crespo Koy**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandira
selfigoetha18@unwira.ac.id

Abstract

Entrepreneurship plays a strategic role in improving the community's economy, but low digital literacy and entrepreneurial skills remain a challenge for the younger generation. This community service activity aims to improve the digital entrepreneurship skills of Catholic Youth (OMK) from St. Francis of Assisi Church, Kolhua, through training covering digital marketing, promotional content creation, pamphlet design, and online store management. The methods used included field research, interviews, seminars, technical training, mentoring, and evaluation. Pre-test results indicated that participants' understanding was still very limited, but after participating in the training, their knowledge and skills significantly improved. Participants were able to produce digital content, design simple online stores, and implement digital marketing strategies. Several OMK members have started small digital-based businesses. This activity has had a positive impact on the economic empowerment of the younger generation and serves as a model for an effective partnership between universities and church communities.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Digital Literacy, Digital Marketing, Promotional Content.

Abstrak

Kewirausahaan memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun rendahnya literasi digital dan keterampilan berwirausaha masih menjadi tantangan bagi generasi muda. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital entrepreneurship bagi Orang Muda Katolik (OMK) Gereja St. Fransiskus Asisi Kolhua melalui pelatihan yang mencakup digital marketing, pembuatan konten promosi, desain pamflet, dan pengelolaan toko online. Metode yang digunakan meliputi penelitian lapangan, wawancara, seminar, pelatihan teknis, pendampingan, dan evaluasi. Hasil pre-test menunjukkan pemahaman peserta masih sangat terbatas, namun setelah mengikuti pelatihan terjadi peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan mereka. Peserta mampu menghasilkan konten digital, merancang toko online sederhana, serta menerapkan strategi pemasaran digital. Beberapa anggota OMK mulai merintis usaha kecil berbasis digital. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi generasi muda dan menjadi model kemitraan efektif antara perguruan tinggi dan komunitas gereja.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Literasi Digital, Digital Marketing, Konten Promosi.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan mempunyai peran penting dalam perkembangan perekonomian. Dalam hal ini kewirausahaan yang efektif dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sumbangsinya terhadap pertumbuhan ekonomi maupun pemerataan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat akan berdampak pula pada pengurangan pengangguran dan angka kemiskinan (Jaya et al., 2023). Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) mencatat rasio wirausaha Indonesia masih 3,35 % dari total angkatan kerja per Oktober 2024. Nilai ini jauh dari target pemerintah yaitu 4%. Rasio wirausaha Indonesia lebih rendah dibandingkan negara lain seperti Malaysia yaitu 4,74%, Singapura 8,76%, dan Amerika Serikat yaitu 12% (Indrawan et al., 2024). Pertumbuhan jiwa wirausaha dapat memberikan manfaat finansial maupun non finansial (Wibowo et al., n.d.), namun dengan terbatasnya informasi, kemauan, kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat menjadi tantangan tersendiri dalam mewujudkan minat masyarakat untuk berwirausaha (Goetha et al., n.d.). Dalam hal ini, kehadiran internet dapat menjadi solusi utama dalam mengembangkan bisnis, karena mampu menyediakan akses luas terhadap informasi, pelatihan, dan peluang bisnis yang dapat meningkatkan keterampilan dan wawasan masyarakat.

Kehadiran internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan. Baik dalam hal komunikasi untuk keperluan bisnis, pekerjaan, pendidikan, transportasi, pemasaran produk dan jasa, maupun berbelanja online. Semakin meningkatnya jumlah

pelaku usaha maka semakin ketat persaingan yang ada, sehingga kinerja usaha harus ditingkatkan (Nay et al., 2024). Melihat peluang saat ini para pelaku usaha memerlukan peningkatan penggunaan teknologi digital untuk memulai bisnis (Nasir et al., 2022). Digital entrepreneurship merupakan suatu gambaran mengenai bagaimana kewirausahaan akan ditransformasikan oleh teknologi menuju dunia digital, mulai dari cara merancang serta memasarkan suatu produk, menjangkau dan memberikan pelayanan kepada konsumen, mengelola arus keuangan, berkolaborasi dengan mitra, serta menganalisis peluang, strategi, risiko, target pemasaran, dan sebagainya (Jaya et al., 2023). Hal ini tentunya berlandaskan ilmu pengetahuan. Pada praktiknya ilmu pengetahuan merupakan fondasi utama sedangkan teknologi adalah tulang punggung pembangunan. Ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan segi yang tidak dapat dikesampingkan dari kehidupan dan kesejahteraan manusia (Fallo et al., 2024).

Dalam era digital saat ini, peran ilmu pengetahuan dan teknologi semakin nyata dalam kehidupan generasi muda, yang tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi. Generasi muda erat kaitannya dengan dunia digital, karena sering memanfaatkan teknologi untuk berkomunikasi, belajar, dan berinovasi dalam berbagai aspek kehidupan. Generasi muda mampu bergabung ke dalam komunitas digital entrepreneurship. Pengembangan digital entrepreneurship tidak boleh berhenti dan generasi muda diharapkan dapat memberikan dorongan untuk menjadi role model yang mampu menginspirasi.

Orang Muda Katolik (OMK) Gereja St. Fransiskus Asisi merupakan

salah satu komunitas yang menjadi wadah untuk kaum muda untuk berkreatifitas dan melakukan pengembangan diri pada lingkungan stasi atau paroki gereja katolik Roma. Anggota OMK Paroki Gereja St. Fransiskus Asisi secara keseluruhan berjumlah 52 orang termasuk para pengurus. OMK berada di bawah naungan Komisi kepemudaan yang merupakan perangkat Gereja dengan tugas khusus memberi perhatian pada pembinaan dan pendampingan kaum muda (Goetha & Manafe, n.d.). Anak-anak muda memiliki pola pikir yang inovatif, kreatif, serta memiliki wawasan yang dekat dengan era masa kini. Orang Muda Katolik (OMK) Gereja St. Fransiskus Asisi memiliki semangat yang besar untuk menjadi perpanjangan tangan bagi gereja dalam menjaring semua kalangan. Hal ini karena, anak muda dapat berdiri di tengah-tengah lini, baik bagi anak kecil (usia sekolah), sesama remaja (OMK), dan bahkan dapat bergabung dengan kaum dewasa (umum). Berkaitan dengan fleksibilitas anak muda khususnya dalam lini sesama remaja (OMK), maka dibutuhkan anak-anak muda yang lebih berperan aktif dan kreatif (Rahmawati et al., 2019).



Gambar 1. Kegiatan pembinaan Iman OMK Paroki St. Fransiskus Asisi

Kebutuhan akan wirausaha mudah merupakan sesuatu yang harus dipersiapkan sejak dini, hal ini dapat menjadi solusi dalam mengurangi angka pengangguran di kemudian hari. Peran serta elemen masyarakat sangat dibutuhkan dalam menunjang minat wirausaha kaum muda. Pemuda memiliki peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat tidak terkecuali dunia pendidikan ataupun gereja. Dunia pendidikan tidak hanya berfokus pada urusan-urusan kampus atau akademis, begitu juga gereja tidak hanya mengurus masalah kerohanian tetapi juga memiliki kewajiban usaha meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat (Rahmawati et al., 2019).

Beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh Orang Muda Katolik (OMK) Gereja St. Fransiskus Asisi adalah tidak semua memiliki pemahaman yang cukup tentang

bagaimana memanfaatkan platform digital untuk membangun usaha. Banyak yang hanya menggunakan internet untuk hiburan dan komunikasi tanpa mengembangkan keterampilan digital yang bermanfaat dalam bisnis. Selain itu tidak semua anggota OMK memiliki akses ke pelatihan atau mentoring yang dapat membimbing mereka dalam menggunakan teknologi untuk berwirausaha (Hun et al., n.d.). Minimnya pelatihan tentang pemasaran digital, e-commerce, dan manajemen bisnis online menjadi kendala bagi anak muda yang ingin memulai usaha. Kurangnya inspirasi dan contoh sukses dari komunitas sendiri juga merupakan salah satu permasalahan yang membuat mereka kurang termotivasi untuk terjun ke dunia wirausaha digital.

Berdasarkan hal tersebut, perlunya diadakan sinergi kegiatan antara institusi pendidikan dalam hal ini Universitas Katolik Widya Mandira dengan Gereja St. Fransiskus Asisi Kolhua yang diwakili oleh elemen kepemudaan dengan merancang model Digital Entrepreneurship yang sesuai dengan kebutuhan OMK (Orang Muda Katolik) Paroki St. Fransiskus Asisi Kolhua.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini berupa penelitian lapangan, studi Pustaka, diskusi, hingga implementasi pembuatan konten digital, pamflet promosi, toko online, dan pemilihan strategi pemasaran. Metode penelitian lapangan dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan mitra (Zulkha Ermayda et al., 2019), dengan melakukan wawancara terhadap ketua OMK (Orang Muda Katolik) Paroki St. Fransiskus Asisi Kolhua bersama 8 anggota lainnya. Setelah ditemukan beberapa masalah maka tim pengabdian

mencari solusi pemecahan masalah dengan mengadakan pelatihan berupa :

1. Mengadakan seminar dan pelatihan tentang kewirausahaan digital, membuat konten digital, pamflet promosi, toko online, dan pemilihan strategi pemasaran yang tepat.

2. Pendampingan dan Mentoring: Melibatkan wirausaha muda atau profesional di bidang digital untuk membimbing anak muda dalam memulai dan mengembangkan bisnis

3. Mendorong anak muda untuk melihat peluang bisnis di dunia digital melalui Pelatihan dan diskusi bersama para wirausaha muda yang telah sukses dalam dunia bisnis.

Anggota OMK (Orang Muda Katolik) akan diarahkan untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan program pelatihan. Sebelum pelatihan dimulai akan diadakan Pre-Test guna mengukur pengetahuan mereka tentang digital entrepreneurship. Tim pengabdian juga akan mengadakan sesi diskusi/tanya jawab seputar materi yang diberikan. Setelah pelatihan dilakukan akan kembali diadakan Post-Test untuk melihat kembali tingkat pemahaman materi yang diberikan, kegiatan berikutnya anggota OMK (Orang Muda Katolik) diberikan ruang untuk memberikan usul dan saran tentang produk yang paling dibutuhkan. Selain itu, tim pengabdian bersama dengan mitra akan terlibat dalam pembuatan konten promosi. Setelah pelatihan ini berjalan akan diadakan evaluasi pada mitra. Evaluasi ini dilakukan dengan cara melihat jumlah anggota OMK (Orang Muda Katolik) yang mulai berwirausaha. Dalam meningkatkan keberlanjutan kegiatan maka tim pengabdian akan melakukan pendampingan pada Anggota OMK (Orang Muda Katolik) yang mulai berwirausaha sampai dinilai sudah benar – benar berkembang. Indikator

penilaiannya adalah Peningkatan Pendapatan dan Laba serta memiliki Produktivitas yang Meningkat.

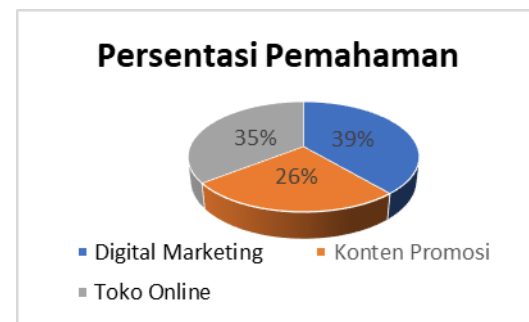
Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah mengikuti sesi pelatihan serta menyampaikan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi dalam kewirausahaan digital. Setelah pelatihan, mitra sasaran mulai mengembangkan usaha berbasis digital dengan pendampingan mentor. Beberapa peserta yang sudah memiliki usaha diarahkan untuk mengoptimalkan bisnis mereka dengan teknik digital marketing yang telah dipelajari. Selain itu Mitra sasaran juga memberikan masukan mengenai efektivitas pelatihan dalam evaluasi program serta membagikan pengalaman tentang tantangan yang dihadapi dalam menerapkan ilmu digital entrepreneurship di lapangan.

Pada kegiatan pengabdian ini, masing – masing tim pelaksana mengerjakan bagiannya sesuai dengan uraian tugas masing – masing. Ketua pelaksana bertugas memberikan ceramah tentang pentingnya digital entrepreneurship, menyiapkan peralatan dan perlengkapan kegiatan, mendesain pamflet promosi, menyusun laporan kegiatan, melakukan evaluasi kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Digital Entrepreneurship bagi OMK Gereja St. Fransiskus Asisi Kolhwa berlangsung dua hari, yaitu dari tanggal 18 November 2025 – 19 November 2025. Kegiatan ini dimulai dari pukul 09:00 WITA – 15:00 WITA. Peserta terdiri dosen dan anggota OMK yang berjumlah 54 orang. Kegiatan ini memberikan gambaran bahwa peningkatan literasi digital dan kemampuan berwirausaha generasi muda dapat dicapai melalui rangkaian

kegiatan yang terstruktur dan aplikatif. Kegiatan dimulai dengan identifikasi masalah melalui penelitian lapangan dan wawancara, yang menunjukkan bahwa sebagian besar anggota OMK belum memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk membangun usaha. Kondisi ini kemudian diperkuat dengan hasil pre-test, yang memperlihatkan bahwa pengetahuan peserta mengenai digital marketing, pembuatan konten promosi, dan pengelolaan toko online masih sangat terbatas. Berikut merupakan persentase hasil pre-test



Gambar 2. Persentase Pre-test

Tahap ini menjadi dasar penting untuk merancang materi pelatihan yang sesuai kebutuhan mitra .

Selanjutnya, kegiatan inti pelatihan dilaksanakan melalui seminar tentang konsep dasar digital entrepreneurship, yang membekali peserta dengan pemahaman mengenai pentingnya teknologi dalam dunia usaha masa kini. Setelah materi dasar diberikan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan teknis, yaitu pembuatan konten digital, desain pamflet promosi, pengelolaan toko online, dan pemilihan strategi pemasaran yang tepat. Pada tahap ini peserta terlibat aktif dalam praktik langsung menggunakan aplikasi digital seperti Canva dan platform media sosial untuk membangun branding usaha. Keaktifan peserta semakin terlihat pada sesi diskusi dan tanya jawab, di mana peserta

berinteraksi dengan mentor untuk menggali ide usaha, memahami tantangan di lapangan, serta mencari solusi yang relevan. Kegiatan ini memberikan pemahaman mendalam karena peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga mempraktikkan keterampilan yang dapat langsung diterapkan (Hapsari & Sholikin, 2024).



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pada Hari pertama

Salah satu rangkaian penting dalam kegiatan ini adalah pendampingan dan mentoring, di mana tim pengabdian dan beberapa wirausaha muda memberikan bimbingan personal bagi peserta yang mulai merintis atau mengembangkan usaha. Melalui pendampingan ini, peserta mampu mengidentifikasi peluang usaha digital yang sesuai dengan minat dan lingkungan mereka. Bahkan, beberapa peserta berhasil menghasilkan konten promosi yang siap dipublikasikan dan merancang toko online sederhana. Pendampingan juga menjadi tahap

penting untuk memastikan keberlanjutan kegiatan, karena peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi mengenai perkembangan bisnis, hambatan yang dihadapi, serta strategi peningkatan penjualan.

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, dilakukan post-test untuk mengukur tingkat peningkatan pemahaman peserta. Berikut merupakan persentase hasil post-test



Gambar 4. Presentase Post-test

Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan pre-test, yang membuktikan bahwa metode pelatihan yang digunakan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta (Indrawan et al., 2024). Selain itu, evaluasi lapangan menunjukkan bahwa beberapa peserta mulai berani memulai usaha kecil berbasis digital, sementara peserta yang sebelumnya sudah memiliki usaha dapat meningkatkan kualitas promosi dan jangkauan pasar melalui teknik digital marketing yang telah dipelajari. Rangkaian kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat posisi OMK sebagai komunitas yang produktif dan berdaya saing dalam era digital.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan Pada Hari Kedua.

Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan mulai dari identifikasi masalah, seminar, pelatihan teknis, pendampingan, hingga evaluasi akhir menunjukkan bahwa pelatihan digital entrepreneurship ini berhasil menjawab kebutuhan mitra dan memberikan dampak sosial-ekonomi yang nyata (Halim et al., 2023). Kegiatan ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, serta menciptakan model kemitraan yang efektif antara dunia pendidikan

dan komunitas gereja. Dengan meningkatnya literasi digital dan semangat berwirausaha di kalangan OMK, kegiatan ini menjadi langkah konkret dalam mempersiapkan generasi muda agar mampu beradaptasi dan berinovasi menghadapi tantangan ekonomi digital di masa depan .

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan Digital Entrepreneurship yang dilaksanakan bersama OMK Gereja St. Fransiskus Asisi Kolhua berhasil memberikan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi bagi generasi muda dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha. Melalui rangkaian kegiatan mulai dari identifikasi masalah, seminar, pelatihan teknis, pendampingan, hingga evaluasi, peserta mampu memahami konsep kewirausahaan digital serta menguasai keterampilan praktis seperti pembuatan konten promosi, desain pamflet, strategi pemasaran digital, dan pembuatan toko online. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam literasi digital peserta dan munculnya beberapa usaha baru berbasis digital yang dirintis oleh anggota OMK.

Selain itu, kegiatan ini berhasil menjawab permasalahan mitra terkait rendahnya literasi digital dan kurangnya akses terhadap pelatihan kewirausahaan. Kehadiran mentor dan pendampingan lanjutan memberikan dampak yang berkelanjutan, memastikan peserta dapat terus meningkatkan usaha mereka. Kegiatan ini juga mendukung pencapaian indikator kinerja utama (IKU) perguruan tinggi dan memberikan kontribusi nyata bagi pemberdayaan ekonomi generasi muda di lingkungan gereja. Dengan demikian, pelatihan ini dapat dijadikan model kegiatan pemberdayaan berbasis digital

yang efektif untuk diterapkan di komunitas-komunitas lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih saya ucapkan pada Universitas katolik Widya Mandira yang telah memberikan dukungan pada penulis sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fallo, A., Goetha, S., Burin, S. N. B., & Mau, I. T. B. (2024). Transformasi Digital UMKM Desa Nitneo: Meningkatkan Keahlian Dengan Aplikasi Keuangan dan Desain Grafis. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 2553–2559. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i4.10449>
- Goetha, S., & Manafe, H. A. (n.d.). *The Impact of customer engagement in the promotion of live streaming of marketplace products upon purchase intentions and Customer Acquisition In Kupang City*. 5.
- Goetha, S., Neno, M. S., & Makandolu, S. M. (n.d.). *Pelatihan kewirausahaan dan promosi berbasis digital bagi kelompok tani desa Oeltua*.
- Halim, F., Sherly, S., Lie, D., Supitriyani, S., & Sudirman, A. (2023). Optimalisasi Digital Entrepreneurship Melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Siswa-Siswi SMA Swasta Sultan Agung Pematangsiantar. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(1), 90–97. <https://doi.org/10.29407/ja.v7i1.17855>
- Hapsari, C. M., & Sholikin, M. (2024). Pentingnya Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dan Pelaku Umkm Di Kalurahan Triwidadi Kapanewon Pajangan Bantul. . . *Oktober*, 3.
- Hun, K. B., Niha, S. S., Watu, E. G. C., Goetha, S., & Manajemen, P. (n.d.). *Kajian Hubungan Antara Kualitas Pelayanan E-Commerce, Kepuasan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian*.
- Indrawan, I. G. A., Ridwan, M., & Syahputra, A. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Di SMK Teuku Umar, Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 682–691. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i3.880>
- Jaya, I., Jatiningrum, C., & Gumanti, M. (2023). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha bagi Generasi Muda pada SMK Miftahul Falah Sinar Mulya Kabupaten Pringsewu. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 89–95. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.1027>
- Nasir, Wali, M., & Sufyan. (2022). Pelatihan Manajemen Pengembangan Usaha bagi UMKM Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), 33–38. <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.65>
- Nay, Y. A., Goetha, S., & Malut, M. G. (2024). Digitalisasi Model Sistem Akuntansi Terintegrasi Bagi Usaha Bersama Simpan Pinjam di Kota Kupang. *Jurnal*

Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, 11(4), 855–866.
<https://doi.org/10.25126/jtiik.1148908>

Rahmawati, V., Tulipa, D., & Widya Mandala Surabaya Catholic University Indonesia. (2019). Pelatihan Mengaplikasikan Model Kewirausahaan Bagi OMK (Orang Muda Katolik) Paroki di Surabaya. *Peka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 43–55.
<https://doi.org/10.33508/peka.v2i1.2861>

Wibowo, F. X. P., Alexander, Simbolon, S., Limajatini, Winata, S., & Gultom, J. B. (n.d.). Pelatihan Kewirausahaan dan Digital Marketing Bagi Pemuda dan Pemudi di Era Pandemi Covid 19 Kelurahan Kotabumi Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. *Universitas Buddhi Dharma*, 02(1), 5–10.
<https://doi.org/10.31253/ad.v2i1.1073>

Zulkha Ermayda, R., Ikrima Nanda, H., & Dwi Narullia. (2019). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Pkk. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 3(2), 80–84.
<https://doi.org/10.37859/jpumri.v3i2.1506>