



Optimalisasi Platform Digital Sebagai Sarana Kewirausahaan Minim Modal Bagi Pemuda Karang Taruna Melalui Model *Dropshipping*

Dendi Sunardi¹, Christien Rozali², Ayu Ernawati³, Rifda Latifah⁴, Alfina Saputri⁵, Navida Syahla⁶, Nayla Chaliya⁷, Mutiha Zahrotunisa⁸

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Pamulang
e-mail: dosen03144@unpam.ac.id

Abstrak

Keterbatasan modal, rendahnya pengetahuan kewirausahaan digital, dan kurangnya keterampilan pemasaran menjadi hambatan bagi pemuda Karang Taruna dalam memulai dan mengembangkan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana kewirausahaan bermodal minim melalui penerapan model bisnis *dropshipping*. Sasaran kegiatan adalah pemuda Karang Taruna Ikatan Remaja RT 01 RW 05, Cipayung, Ciputat, Tangerang Selatan. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif melalui sosialisasi, ceramah dan diskusi, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, serta evaluasi menggunakan *pre-test*, *post-test*, dan penilaian *mini project*. Luaran yang ditargetkan meliputi kemampuan merancang toko digital, memilih produk dan pemasok, serta membuat konten promosi yang menarik. Program ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun kompetensi *technopreneurship*, mendorong kreativitas dan kemandirian ekonomi, serta menumbuhkan minat pemuda untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang usaha yang produktif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Technopreneurship, Dropshipping, Kewirausahaan Digital, Karang Taruna, Digital Marketing.*

Abstract

Limited capital, a lack of knowledge regarding digital entrepreneurship, and insufficient marketing skills pose obstacles for the youth of the Karang Taruna (Youth Organization) in starting and growing businesses. This community service initiative aims to enhance the youth's understanding and skills in utilizing digital platforms for low-capital entrepreneurship by implementing the dropshipping business model. The target participants are the youth members of the Karang Taruna group from RT 01 RW 05, Cipayung, Ciputat, South Tangerang. The program employs a participatory and educational approach, incorporating awareness sessions, lectures and discussions, demonstrations, hands-on practice, and mentoring, alongside evaluations via pre-tests, post-tests, and mini-project assessments. Targeted outcomes include the ability to design digital stores, select products and suppliers, and create engaging promotional content. This program is expected to serve as a starting point for building technopreneurship competencies, fostering creativity and economic independence, and encouraging young people to leverage digital technology for productive and sustainable business opportunities.

Kata Kunci: *Technopreneurship, Dropshipping, Digital Entrepreneurship, Karang Taruna, Digital Marketing.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi ekonomi. Pemanfaatan platform digital, seperti *e-commerce*, *marketplace*, dan media sosial, memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk serta menjangkau konsumen secara lebih luas (Basry et al., 2024; Sulistiyowati & Rahmawati, 2024). Perubahan tersebut turut membuka kesempatan bagi generasi muda untuk mengembangkan kegiatan kewirausahaan yang sesuai dengan perkembangan ekonomi digital. Namun, pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan produktif perlu didukung oleh pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan. Kemampuan menggunakan media sosial saja belum cukup apabila tidak disertai keterampilan menyusun strategi promosi, membuat konten pemasaran, dan memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan usaha (Hertin et al., 2024).

Karang Taruna merupakan wadah pengembangan potensi pemuda di lingkungan masyarakat. Selain menjalankan aktivitas sosial, organisasi ini memiliki peluang untuk mendorong kegiatan ekonomi produktif anggotanya. Berdasarkan identifikasi kondisi mitra, sebagian pemuda telah familiar dengan perangkat digital, media sosial, dan *marketplace*, tetapi pemanfaatannya untuk kewirausahaan belum optimal. Hambatan yang diidentifikasi meliputi keterbatasan pengetahuan *technopreneurship*, anggapan bahwa usaha memerlukan modal awal besar, belum dipahaminya mekanisme *dropshipping*, keterampilan digital marketing yang perlu ditingkatkan, serta belum tersedianya pendampingan usaha berkelanjutan.

Model *dropshipping* dapat diperkenalkan sebagai salah satu alternatif pembelajaran kewirausahaan digital karena memungkinkan mahasiswa menjalankan bisnis daring tanpa harus menyimpan persediaan barang sendiri. Model ini memberikan peluang bagi pemula untuk memulai usaha dengan kebutuhan modal persediaan yang lebih rendah, meskipun tetap memiliki risiko yang berkaitan dengan kualitas produk, pengiriman, dan persaingan harga (Sa'bandiyah, 2024). Dalam penerapannya, *dropshipping* menuntut kecermatan dalam memilih pemasok, menetapkan harga, mengelola pesanan, serta menangani keluhan pelanggan (Fauzan & Kusmayadi, 2025). Oleh karena itu, pengenalan model ini dalam pembelajaran kewirausahaan perlu mencakup penguasaan keterampilan kewirausahaan, penggunaan platform digital, dan praktik pengelolaan proses bisnis secara terstruktur, bukan hanya berfokus pada peluang memperoleh keuntungan (Maziriri et al., 2025; Gabriella & Hakim, 2025).

Sejumlah kegiatan pengabdian terdahulu menunjukkan relevansi pelatihan digital bagi kelompok pemuda. Pranoto, Jasmani, dan Marayasa (2019) melaksanakan pelatihan digital marketing bagi anggota Karang Taruna Al Barkah

di Tangerang melalui seminar dan simulasi penggunaan perangkat digital untuk pemasaran. Nurpauzi, Hidayat, dan Meilya (2025) mengkaji pelatihan kewirausahaan berbasis digital untuk pemberdayaan pemuda Karang Taruna di Desa Margasari, dengan perhatian pada proses pelatihan serta faktor pendukung dan penghambatnya. Temuan dan fokus kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa penguatan kapasitas kewirausahaan pemuda membutuhkan proses pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan komunitas.

Studi pengabdian lain oleh Tasni et al. (2025) melaporkan pelatihan digital marketing bagi pemuda Karang Taruna untuk mempromosikan wisata dan produk lokal. Kegiatan tersebut menggunakan workshop partisipatif serta evaluasi *pre-test* dan *post-test*. Adila, Manggolo, dan Nashifa (2025) juga melaporkan pelatihan keterampilan digital marketing bagi Karang Taruna Candiretno melalui pemberian materi, diskusi, dan praktik, dengan hasil berupa peningkatan pemahaman dan keterampilan pemasaran digital. Sementara itu, Margareta, Hamid, dan A'ini (2025) menekankan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi untuk membantu pemuda memanfaatkan *e-commerce* serta media sosial. Rangkaian kajian tersebut mendukung pentingnya pendekatan yang tidak berhenti pada penyuluhan, tetapi menggabungkan praktik dan pendampingan.

Berangkat dari kondisi mitra dan pembelajaran dari kegiatan sebelumnya, program pengabdian ini memfokuskan materi pada *technopreneurship* dan penerapan model *dropshipping* sebagai alternatif kewirausahaan dengan kebutuhan modal awal yang relatif rendah. Kebaruan praktis kegiatan terletak pada penggabungan pengenalan peluang usaha, pemilihan produk dan pemasok, perancangan toko digital, pembuatan konten promosi, simulasi transaksi, serta evaluasi *mini project* dalam satu rangkaian pembelajaran bagi pemuda Karang Taruna.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan pemahaman pemuda Karang Taruna mengenai *technopreneurship* dan kewirausahaan digital, meningkatkan keterampilan menerapkan model bisnis *dropshipping*, serta mengembangkan kemampuan memanfaatkan *marketplace* dan media sosial untuk pemasaran. Kegiatan juga diarahkan untuk menghasilkan rancangan usaha digital sederhana yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peserta.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada Sabtu, 03 Oktober 2026 dengan mitra Karang Taruna Ikatan Remaja 01/05 yang diikuti oleh 35 orang peserta yang bertempat di Lapangan Masjid Arriyadh, Jalan Masjid Arriyadh No. 40, Cipayung, Ciputat, Tangerang Selatan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kompetensi pemuda Karang Taruna dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pengembangan kewirausahaan dengan modal yang relatif minim melalui penerapan model bisnis *dropshipping*. Metode pelaksanaan kegiatan mengombinasikan pendekatan pendidikan masyarakat, pelatihan, dan difusi ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEKS).

Pendekatan pendidikan masyarakat dilakukan melalui penyampaian materi mengenai konsep dasar kewirausahaan digital, pemanfaatan platform marketplace dan media sosial untuk kegiatan usaha, prinsip dan mekanisme bisnis dropshipping, serta strategi pemasaran digital. Kegiatan ini juga diarahkan untuk membangun pemahaman dan kesadaran peserta mengenai peluang usaha berbasis teknologi digital yang tidak memerlukan pengelolaan stok barang secara langsung. Dengan demikian, peserta diharapkan memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar dalam memilih produk dan pemasok, mengelola toko digital, serta menyusun konten promosi sebagai bekal untuk memulai usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Metode pelatihan dilaksanakan melalui demonstrasi, praktik langsung (*hands-on training*), dan pendampingan intensif (Oktavianus et al., 2023). Pada tahap ini, peserta diperkenalkan dengan pemanfaatan lima platform digital yang memiliki fungsi berbeda, tetapi saling melengkapi dalam mendukung kegiatan kewirausahaan berbasis model *dropshipping*. Platform tersebut meliputi ChatGPT untuk membantu penyusunan ide usaha, pembuatan deskripsi produk, dan penyusunan strategi pemasaran; Canva AI untuk merancang materi promosi visual, seperti poster dan katalog produk; Gamma AI untuk menyusun presentasi atau profil bisnis digital; Quizizz AI untuk membantu peserta mengukur pemahaman terkait konsep kewirausahaan digital dan mekanisme *dropshipping*; serta Google Gemini sebagai asisten dalam mencari informasi produk potensial, mengidentifikasi tren pasar, dan mengembangkan ide bisnis. Setiap peserta didampingi dalam mengoperasikan masing-masing platform serta diarahkan untuk menghasilkan produk pendukung usaha digital, mulai dari rancangan toko daring, deskripsi produk, hingga konten promosi yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk melalui *marketplace* maupun media sosial.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan PkM Platform Digital

Tahapan Kegiatan	Uraian Kegiatan	Luaran yang Diharapkan
Identifikasi Kebutuhan Mitra	Tim PkM melakukan koordinasi dan diskusi dengan pengurus serta pemuda Karang Taruna Ikatan Remaja RT 01 RW 05 untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan, tingkat pemahaman mengenai kewirausahaan digital, keterbatasan modal usaha, pemanfaatan platform digital, serta pengetahuan awal tentang model bisnis <i>dropshipping</i> .	Teridentifikasinya kebutuhan dan permasalahan mitra sebagai dasar penyusunan materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan kondisi peserta.
Penyampaian Materi	Tim PkM memberikan materi mengenai konsep dasar kewirausahaan digital, perkembangan platform digital dalam kegiatan bisnis, peluang dan tantangan usaha minim modal, konsep dan mekanisme bisnis	Peserta memahami konsep kewirausahaan digital, mekanisme bisnis <i>dropshipping</i> , serta peluang pemanfaatan platform digital untuk memulai usaha dengan

	<i>dropshipping</i> , pemilihan produk dan pemasok, serta strategi pemasaran melalui <i>marketplace</i> dan media sosial.	modal relatif minim.
Demonstrasi Platform Digital	Tim PkM mendemonstrasikan pemanfaatan beberapa platform digital dan kecerdasan buatan (AI) untuk mendukung kegiatan kewirausahaan. Platform tersebut meliputi ChatGPT untuk mengembangkan ide usaha, menyusun deskripsi produk, dan strategi pemasaran; Canva AI untuk membuat desain promosi dan katalog produk; Gamma AI untuk menyusun profil atau presentasi bisnis; Quizizz AI untuk mengevaluasi pemahaman peserta mengenai materi kewirausahaan digital; serta Google Gemini untuk membantu pencarian informasi produk, analisis tren pasar, dan pengembangan ide bisnis.	Peserta mengenal fungsi dan cara penggunaan masing-masing platform digital serta memahami pemanfaatannya dalam mendukung pengelolaan dan pemasaran usaha berbasis <i>dropshipping</i> .
Praktik dan Pendampingan	Peserta mempraktikkan secara langsung tahapan memulai usaha <i>dropshipping</i> , mulai dari menentukan ide dan memilih produk potensial, mengidentifikasi pemasok, merancang toko digital, menyusun deskripsi produk, hingga membuat konten promosi menggunakan platform digital. Kegiatan dilaksanakan dengan pendampingan tim dosen dan mahasiswa agar peserta mampu menerapkan materi yang telah diberikan.	Peserta mampu menghasilkan rancangan toko digital, menentukan produk dan pemasok potensial, menyusun deskripsi produk, serta membuat konten promosi yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran usaha <i>dropshipping</i> .
Refleksi dan Evaluasi	Kegiatan diakhiri dengan sesi diskusi, tanya jawab, refleksi pengalaman peserta selama pelatihan, serta peninjauan terhadap platform digital yang telah dihasilkan untuk memperoleh masukan dan perbaikan.	Diperoleh umpan balik mengenai pelaksanaan kegiatan serta meningkatnya pemahaman dan keterampilan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dirancang secara bertahap dengan menggunakan pendekatan partisipatif yang mengintegrasikan pendidikan masyarakat, pelatihan, dan difusi IPTEKS. Setiap tahapan saling berkaitan, dimulai dari identifikasi kebutuhan mitra, penyampaian materi, demonstrasi platform digital, praktik dan pendampingan, hingga refleksi dan evaluasi kegiatan. Melalui rangkaian tahapan tersebut, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai kewirausahaan digital dan mekanisme bisnis *dropshipping*, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam memanfaatkan berbagai platform digital untuk merintis dan mengembangkan usaha dengan modal relatif minim. Keberhasilan kegiatan diukur secara deskriptif berdasarkan keterlibatan aktif peserta selama pelatihan, peningkatan pemahaman

mengenai konsep kewirausahaan digital, kemampuan mengoperasikan platform digital yang diperkenalkan, serta keterampilan peserta dalam menghasilkan produk pendukung usaha, seperti rancangan toko digital, pemilihan produk dan pemasok potensial, penyusunan deskripsi produk, serta pembuatan konten promosi. Selain itu, evaluasi dilakukan melalui *pre-test*, *post-test*, penilaian hasil *mini project*, dan diskusi reflektif untuk memperoleh umpan balik mengenai manfaat kegiatan, kemudahan penggunaan platform, serta potensi penerapan model *dropshipping* sebagai peluang usaha bagi pemuda Karang Taruna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui koordinasi dan diskusi bersama pengurus Karang Taruna Ikatan Remaja RT 01 RW 05, Cipayung, Ciputat, Tangerang Selatan. Tahap ini bertujuan untuk memetakan tingkat pemahaman pemuda mengenai kewirausahaan digital, pemanfaatan platform digital untuk kegiatan usaha, serta pengetahuan awal tentang model bisnis *dropshipping*. Identifikasi juga dilakukan untuk mengetahui kendala yang dihadapi peserta dalam memulai usaha, khususnya terkait keterbatasan modal, pemilihan produk, pencarian pemasok, dan strategi pemasaran digital. Kondisi tersebut menjadi dasar dalam menentukan materi dan bentuk pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

Hasil identifikasi menunjukkan perlunya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemuda dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk membangun peluang usaha dengan modal relatif minim. Pemuda tidak hanya membutuhkan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan, tetapi juga pendampingan praktis dalam mengoperasikan platform digital, menentukan produk potensial, menjalin kerja sama dengan pemasok, serta mempromosikan produk melalui *marketplace* dan media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguatan kompetensi kewirausahaan digital menjadi salah satu langkah penting dalam mendorong kemandirian ekonomi pemuda. Oleh karena itu, pelatihan berbasis praktik melalui penerapan model *dropshipping* diharapkan dapat memberikan alternatif solusi bagi pemuda Karang Taruna untuk memulai usaha tanpa harus menyediakan stok barang dalam jumlah besar.

Pelatihan dilaksanakan pada Sabtu, 03 Oktober 2026 dengan melibatkan 35 peserta dari Karang Taruna Ikatan Remaja 01/05. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep dasar kewirausahaan digital, perkembangan platform digital dalam kegiatan bisnis, peluang dan tantangan usaha minim modal, serta mekanisme penerapan model *dropshipping*. Selanjutnya, peserta memperoleh demonstrasi penggunaan beberapa platform digital yang memiliki fungsi berbeda tetapi saling melengkapi dalam mendukung kegiatan usaha. Platform tersebut meliputi ChatGPT untuk mengembangkan ide bisnis dan menyusun deskripsi produk,

Canva AI untuk membuat desain promosi, Gamma AI untuk menyusun profil bisnis digital, Quizizz AI untuk mengevaluasi pemahaman peserta, serta Google Gemini untuk membantu pencarian informasi produk dan pengembangan strategi usaha. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung dan pendampingan agar peserta mampu menghasilkan rancangan toko digital serta konten promosi yang dapat digunakan sebagai langkah awal dalam menjalankan usaha berbasis *dropshipping*.



Gambar 1. Pelaksanaan PkM Platform Digital

Pada sesi praktik, peserta didampingi oleh tim pengabdian dan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi untuk mengoperasikan setiap platform sesuai kebutuhannya. Dalam kegiatan ini, pemanfaatan platform digital dan kecerdasan buatan (AI) diarahkan untuk mendukung berbagai tahapan pelaksanaan usaha berbasis *dropshipping*. ChatGPT dimanfaatkan untuk mengembangkan ide bisnis, menyusun deskripsi produk, membuat strategi pemasaran, serta menghasilkan konsep promosi yang sesuai dengan karakteristik produk. Canva AI digunakan untuk mendesain konten promosi, seperti poster digital, katalog produk, dan materi visual pemasaran yang menarik. Gamma AI dimanfaatkan untuk menyusun profil usaha dan presentasi bisnis secara lebih praktis dan sistematis. Quizizz AI digunakan sebagai sarana evaluasi untuk mengukur pemahaman peserta mengenai konsep kewirausahaan digital dan mekanisme bisnis *dropshipping*. Sementara itu, Google Gemini dimanfaatkan sebagai asisten digital dalam mencari informasi produk potensial, mengidentifikasi tren pasar, mengeksplorasi peluang usaha, serta mengembangkan ide pemasaran. Pemanfaatan kelima platform tersebut diharapkan dapat membantu peserta meningkatkan kreativitas, efisiensi, dan keterampilan dalam mengelola serta memasarkan produk secara digital, sehingga mendukung terbentuknya usaha rintisan dengan kebutuhan modal yang relatif minim.

Pendekatan pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*) dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep kewirausahaan digital, tetapi juga mengaplikasikannya secara langsung melalui model bisnis *dropshipping*. Peserta memperoleh pengalaman praktik dalam menentukan ide usaha, memilih produk dan pemasok potensial, merancang toko digital, menyusun deskripsi produk, serta

membuat konten promosi dengan memanfaatkan berbagai platform digital. Pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) dinilai relevan dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan digital karena memberikan kesempatan kepada peserta untuk belajar melalui penyelesaian tugas praktis, kolaborasi, dan identifikasi peluang usaha (Chen & Ifenthaler, 2023). Hal ini sejalan dengan kegiatan pengabdian Jamaluddin et al. (2024) yang menerapkan pelatihan *e-commerce* melalui praktik pembuatan toko daring, desain produk menggunakan Canva, dan simulasi menjadi *dropshipper*. Dengan demikian, pelatihan berbasis praktik dan pendampingan diharapkan dapat meningkatkan keterampilan digital, kreativitas, serta kepercayaan diri pemuda Karang Taruna dalam memulai usaha dengan kebutuhan modal yang relatif minim.

Salah satu luaran utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dihasilkannya berbagai produk pendukung kewirausahaan digital yang dikembangkan oleh peserta selama sesi praktik dan pendampingan. Peserta diarahkan untuk menghasilkan rancangan toko digital, menentukan produk dan pemasok potensial, menyusun deskripsi produk, serta membuat konten promosi dengan memanfaatkan berbagai platform berbasis AI. ChatGPT digunakan untuk membantu mengembangkan ide bisnis dan menyusun deskripsi produk, Canva AI dimanfaatkan untuk membuat desain promosi dan katalog produk, Gamma AI digunakan untuk menyusun profil usaha dalam bentuk presentasi digital, sedangkan Google Gemini membantu peserta mencari informasi produk dan mengembangkan ide pemasaran. Selain itu, Quizizz AI dimanfaatkan sebagai sarana evaluasi pemahaman peserta terhadap materi kewirausahaan digital dan mekanisme bisnis dropshipping. Produk-produk yang dihasilkan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi AI tidak hanya membantu menyederhanakan proses persiapan usaha, tetapi juga membuka peluang bagi peserta untuk mengembangkan kreativitas dalam merancang dan memasarkan produk. Integrasi berbagai platform digital tersebut memberikan kemudahan bagi pemuda Karang Taruna dalam mengoptimalkan kegiatan usaha, mulai dari perencanaan hingga promosi, sehingga dapat menjadi langkah awal untuk membangun usaha mandiri dengan kebutuhan modal yang relatif minim.



Gambar 2. Karya Peserta menggunakan CanvaAI

Pendekatan ini berbeda dengan sebagian besar pelatihan kewirausahaan digital yang umumnya hanya berfokus pada pengenalan satu platform atau aspek pemasaran tertentu. Pada kegiatan ini, peserta diperkenalkan pada ekosistem platform digital dan kecerdasan buatan (AI) yang mendukung seluruh tahapan kewirausahaan berbasis dropshipping, mulai dari pengembangan ide usaha, pemilihan produk dan pemasok, perancangan toko digital, penyusunan materi promosi, hingga evaluasi pemahaman kewirausahaan. Dengan demikian, peserta memperoleh pengalaman yang lebih komprehensif dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk merintis dan mengembangkan usaha dengan kebutuhan modal relatif minim. Hasil observasi selama pelatihan menunjukkan adanya perkembangan kemampuan operasional peserta dalam memanfaatkan berbagai platform digital. Selama sesi praktik, peserta mampu mengikuti tahapan penggunaan aplikasi, menyusun ide bisnis, mengidentifikasi produk potensial, merancang toko digital, serta membuat konten promosi. Peserta juga terlibat aktif dalam diskusi mengenai peluang dan tantangan penerapan model *dropshipping* sebagai alternatif usaha bagi pemuda.

Perkembangan keterampilan tersebut tercermin dari kemampuan peserta memanfaatkan beberapa platform digital sesuai dengan fungsi masing-masing. Sebelum pelatihan, pemanfaatan teknologi digital oleh peserta masih perlu dikembangkan untuk mendukung kegiatan kewirausahaan secara produktif. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memperoleh pengalaman dalam menggunakan ChatGPT untuk mengembangkan ide usaha dan menyusun deskripsi produk, Canva AI untuk mendesain konten promosi, Gamma AI untuk menyusun profil bisnis, serta Google Gemini untuk mencari informasi produk dan mengeksplorasi peluang pasar. Sementara itu, Quizizz AI dimanfaatkan untuk mengevaluasi pemahaman peserta mengenai materi kewirausahaan digital. Hasil praktik tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dan pendampingan memberikan kesempatan kepada peserta untuk menerapkan pengetahuan secara langsung serta menghasilkan produk awal yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan usaha dropshipping. Dengan demikian, kegiatan ini

berpotensi menjadi salah satu upaya untuk memperkuat kompetensi *technopreneurship*, kreativitas, dan kemandirian ekonomi pemuda Karang Taruna.

Rancangan kegiatan ini sejalan dengan Pranoto et al. (2019), yang menggunakan seminar dan simulasi untuk memperkenalkan digital marketing kepada anggota Karang Taruna di Tangerang. Fokus pada pemuda Karang Taruna juga memiliki kesamaan dengan Nurpauzi et al. (2025), yang membahas pelatihan kewirausahaan digital sebagai sarana pemberdayaan pemuda. Dengan demikian, kegiatan ini memperluas fokus pelatihan digital marketing ke tahapan model bisnis *dropshipping*, mulai dari pemilihan produk dan pemasok sampai simulasi transaksi. Penggunaan praktik dan evaluasi juga sejalan dengan Tasni et al. (2025) yang menerapkan workshop partisipatif dan *pre-test/post-test*, serta Adila et al. (2025) yang menggabungkan materi, diskusi, dan praktik *digital marketing*. Kesamaan pendekatan tersebut memperkuat alasan penggunaan metode partisipatif dan aplikatif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan teknis pemuda dalam mengoperasikan berbagai platform digital dan aplikasi berbasis *Artificial Intelligence* (AI), tetapi juga memperkuat kompetensi kewirausahaan digital dalam merancang, mengembangkan, dan memasarkan produk melalui model bisnis *dropshipping*. Penguasaan terhadap berbagai platform digital memungkinkan peserta tidak lagi memanfaatkan teknologi sebatas sebagai sarana komunikasi atau pencarian informasi, tetapi juga sebagai alat pendukung dalam mengidentifikasi peluang usaha, menentukan produk potensial, menyusun strategi pemasaran, dan mengembangkan konten promosi. Integrasi ChatGPT, Canva AI, Gamma AI, Quizizz AI, dan Google Gemini menunjukkan bahwa setiap platform memiliki fungsi yang saling melengkapi dalam mendukung tahapan kewirausahaan, mulai dari perencanaan ide bisnis, pengembangan identitas usaha, penyusunan materi promosi, hingga evaluasi pemahaman peserta. Pemanfaatan teknologi digital yang terintegrasi tersebut dapat membentuk ekosistem kewirausahaan digital yang lebih sistematis, kreatif, dan efisien. Hal ini sejalan dengan Chen dan Ifenthaler (2023) yang menjelaskan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat mendukung pengembangan sejumlah kompetensi kewirausahaan digital, khususnya identifikasi peluang usaha dan kolaborasi. Selain itu, Suseno (2025) menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital berbasis AI melalui kegiatan pengabdian dapat membantu peserta memahami pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan pemasaran produk. Dengan demikian, optimalisasi berbagai platform digital dalam kegiatan PKM ini menjadi salah satu upaya untuk membangun kompetensi *technopreneurship* dan mendorong kemandirian ekonomi pemuda melalui usaha dengan kebutuhan modal relatif minim.

Pemanfaatan berbagai platform digital secara terpadu memberikan peluang bagi pemuda Karang Taruna untuk mengembangkan kreativitas dan keterampilan dalam merintis usaha melalui model *dropshipping*. Berbagai teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendukung tahapan kewirausahaan, mulai dari menggali ide bisnis, mengidentifikasi produk potensial, merancang toko daring, membuat konten promosi, hingga memperluas jangkauan pemasaran melalui *marketplace* dan media sosial. Kondisi tersebut sejalan dengan tuntutan kewirausahaan di era digital yang mengharuskan calon wirausahawan memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi peluang, memanfaatkan teknologi, serta mengembangkan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar. Chen dan Ifenthaler (2023) menjelaskan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan digital, terutama dalam mengidentifikasi peluang dan membangun kolaborasi. Selain itu, Sari et al. (2025) menunjukkan bahwa pemberdayaan melalui pelatihan kewirausahaan digital dengan model *dropshipping* dan *print on demand* dapat menjadi sarana pengembangan keterampilan digital, pemasaran, dan operasional usaha bagi generasi muda. Oleh karena itu, integrasi berbagai platform digital dalam kegiatan pengabdian ini dapat dipandang sebagai strategi yang relevan untuk memperkuat kompetensi *technopreneurship*, menumbuhkan kreativitas berwirausaha, serta mendorong kemandirian ekonomi pemuda Karang Taruna melalui pengembangan usaha yang lebih fleksibel dan membutuhkan modal awal relatif minim.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan bersama pemuda Karang Taruna Ikatan Remaja RT 01 RW 05, Cipayung, Ciputat, Tangerang Selatan, diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana kewirausahaan melalui model bisnis *dropshipping*. Melalui pendekatan pendidikan masyarakat, pelatihan, dan pendampingan, peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus pengalaman praktis mengenai kewirausahaan digital, pemilihan produk dan pemasok, perancangan toko digital, serta strategi pemasaran daring. Pemanfaatan platform ChatGPT, Canva AI, Gamma AI, Quizizz AI, dan Google Gemini turut mendukung proses pengembangan ide usaha, penyusunan deskripsi produk, pembuatan konten promosi, dan evaluasi pemahaman peserta. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun kompetensi *technopreneurship*, meningkatkan kreativitas, serta mendorong kemandirian ekonomi pemuda melalui peluang usaha dengan kebutuhan modal relatif minim. Ke depan, program serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui pendampingan pengelolaan toko digital, penguatan strategi pemasaran, evaluasi perkembangan usaha, serta perluasan jejaring kerja sama dengan pemasok agar peserta mampu mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, A., Manggolo, N. S. K. H., & Nashifa, C. (2025). Pelatihan keterampilan digital marketing bagi Karang Taruna Candiretno. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1).
- Basry, A., Nurzaman, F., Yuliani, N., Gustina, D., Marnis, & Agus Suwartane, I. G. (2024). Pembelajaran kewirausahaan dan teknologi marketing dalam menggairahkan generasi muda untuk menjadi pengusaha. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(2), 37–41.
- Chen, L., & Ifenthaler, D. (2023). *Investigating digital entrepreneurship competence in an online practical training program. The International Journal of Management Education*, 21(3), 100894.
- Fauzan, Z. M., & Kusmayadi, D. (2025). Analisis sistem kerja *dropshipping* marketplace Tokopedia: Studi kasus pada Toko Hypedunk23. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 6(2).
- Hertin, R. D., Wijaya, H., Maghfuriyah, A., Anjara, F., Listiana, N., Nugroho, F., & Istiqomah, N. A. (2024). *Entrepreneurship dan social media promotion* dalam transformasi digital 4.0 di SMK Bina Rahayu. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(3), 331–336.
- Jamaluddin, J., Novita, H., Andronicus, M., Anggoro, M. A., & Purba, M. I. (2024). PKM pelatihan *e-commerce* sebagai bekal untuk berwirausaha pada siswa SMA Negeri 6 Medan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1).
- Margareta, A. A., Hamid, A. M., & A'ini, H. (2025). Optimalisasi ekonomi lokal Desa Paji melalui pengembangan kompetensi wirausaha muda Karang Taruna dalam pemanfaatan *e-commerce* dan platform media sosial. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 160–165.
- Maziriri, E. T., Chuchu, T., Nyagadza, B., Mabuyana, B., Maramura, T. C., & Dzingirai, M. (2025). *Next-gen university entrepreneurship: Unleashing the power of drop shipping for students. African Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(3), 287–314.
- Nurpauzi, A., Hidayat, D., & Meilya, I. R. (2025). Pelatihan kewirausahaan berbasis digital untuk pemberdayaan pemuda di Karang Taruna Desa Margasari Kabupaten Karawang. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 8(1).
- Oktavianus, A. J. E., Naibaho, L., & Rantung, D. A. (2023). Pemanfaatan *Artificial Intelligence* pada Pembelajaran dan Asesmen di Era Digitalisasi. *Jurnal Kridatama Sains dan Teknologi*, 05(2), 473–486.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan digital marketing untuk peningkatan perekonomian anggota Karang Taruna Al Barkah di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250–258.
- Sa'bandiyah, U. F. (2024). *Analysis of dropshipping and reseller business models as a low-risk e-commerce strategy*. Repositori Universitas Islam Darul Ulum.
- Santosa, W., Octaviani, D., Esther, A. M., Darmawan, A. A., Fadillah, R., & Haryanto, J. V. A. (2025). *Digital marketing training for aspiring entrepreneurs at Taruna Jaya Youth Social Institution, East Jakarta. JURPIKAT (Jurnal*

Pengabdian Kepada Masyarakat), 6(1), 516–524.

Sari, P. I., Yanto, S., & Suropto. (2025). *Digital entrepreneurship empowerment of vocational students via dropshipping and print on demand in the digital age*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 9(2), 13–33.

Sulistiyowati, E., & Rahmawati, I. D. (2024). *Digital marketing drives MSME sales growth in Indonesia*. Indonesian Journal of Law and Economics Review, 19(2).

Suseno, P. (2025). Pengembangan kompetensi mahasiswa dalam berwirausaha melalui workshop pemasaran digital berbasis AI. Jurnal Riset dan Pengabdian Interdisipliner, 2(3).

Tasni, N., Nurhajarurahmah, S. Z., Syukriani, S., Suhartini, S., & Asrifan, A. (2025). Pelatihan digital marketing bagi pemuda Karang Taruna untuk mempromosikan wisata dan produk lokal. Jurnal Sulapa Eppa', 1(2), 185–194.