

Pemanfaatan Platform *Shopee* untuk Menyiapkan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang

Lady Silk Moonlight^{1*}, Faoyan Agus Furyanto², Maulana Anifa Silvia³,
Anton Budiarto⁴, Ahmad Musadek⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi D3 Manajemen Transportasi Udara, Politeknik Penerbangan Surabaya,
Surabaya, Indonesia

*e-mail: lady@poltekbangsby.ac.id¹, faoyan_agusfuryanto@dephub.go.id²,
silvi@poltekbangsby.ac.id³, anton.atkpsby@gmail.com⁴, ahmad.5dk@poltekbangsby.ac.id⁵

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang melalui pemanfaatan platform *Shopee* sebagai marketplace digital. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah masih rendahnya pemahaman dan keterampilan siswa dalam kewirausahaan digital karena pembelajaran yang diterima lebih berfokus pada kompetensi teknis penerbangan. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari lima tahapan, yaitu sosialisasi kegiatan, edukasi dan pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Tahap sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya kewirausahaan digital dan peluang usaha berbasis marketplace. Tahap edukasi dan pelatihan berfokus pada pengenalan fitur *Shopee*, pembuatan akun toko daring, pengelolaan produk, strategi pemasaran digital, dan pelayanan pelanggan. Selanjutnya, penerapan teknologi dilakukan melalui praktik langsung pengoperasian toko daring menggunakan platform *Shopee*. Pada tahap pendampingan, siswa dibimbing dalam mengelola toko dan menyusun strategi pengembangan usaha. Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program dan kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi yang telah diberikan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa dari 30 siswa mitra yang mengikuti program, sebanyak 27 siswa (90%) mampu memahami materi, membuat toko daring, mengunggah produk, serta mengoperasikan fitur dasar *Shopee* secara mandiri. Sementara itu, sebanyak 3 siswa (10%) masih memerlukan pendampingan lanjutan terutama dalam aspek pemasaran digital dan optimalisasi pengelolaan toko.

Kata Kunci: *Shopee*, Kewirausahaan Digital, Marketplace, Pendidikan Vokasi, Pemasaran Digital.

Abstract

This community service program aimed to enhance the digital entrepreneurship competencies of students at SMK Penerbangan Angkasa Malang through the utilization of the *Shopee* platform as a digital marketplace. The main problem faced by the partner institution was the limited understanding and skills of students in digital entrepreneurship, as the learning process predominantly focused on aviation technical competencies. The implementation method consisted of five stages: program socialization, education and training, technology implementation, mentoring, and monitoring and evaluation. The socialization stage was conducted to increase students' awareness of the importance of digital entrepreneurship and marketplace-based business opportunities. The education and training stage focused on introducing *Shopee* features, creating online store accounts, product management, digital marketing strategies, and customer service. Furthermore, technology implementation was carried out through hands-on practice in operating online stores using the *Shopee* platform. During the mentoring stage, students were guided in managing their online stores and developing business strategies. Monitoring and evaluation were conducted to assess the effectiveness of the program and participants' ability to apply the knowledge and skills acquired during the training. The results showed that out of 30 participating students, 27 students (90%) were able to understand the training materials, create online stores, upload products, and independently operate the basic features of *Shopee*. Meanwhile, 3 students (10%) still required additional assistance, particularly in digital marketing and store management optimization.

Keywords: *Shopee*, digital entrepreneurship, marketplace, vocational education, digital marketing.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan revolusi industri 4.0 telah mengubah pola kerja dan kegiatan kewirausahaan secara signifikan. Generasi muda, khususnya siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), tidak hanya dituntut memiliki keterampilan teknis sesuai bidang keahliannya, tetapi juga kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan peluang usaha. Oleh karena itu, integrasi teknologi digital dalam pendidikan vokasi menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan daya saing lulusan di era ekonomi digital (Setiyawami, et al., 2019).

SMK Penerbangan Angkasa Malang merupakan sekolah vokasi yang berfokus pada pengembangan kompetensi di bidang penerbangan. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak sekolah, diketahui bahwa pembelajaran masih didominasi oleh kompetensi teknis penerbangan, sementara pemahaman dan keterampilan siswa dalam kewirausahaan digital masih relatif rendah. Sebagian besar siswa belum memiliki pengalaman memanfaatkan marketplace sebagai media bisnis, belum memahami strategi pemasaran digital, serta belum mampu mengelola toko daring secara mandiri. Kondisi ini menyebabkan siswa belum optimal dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital yang berkembang pesat.

Selain penguasaan kompetensi teknis, siswa SMK perlu memiliki karakter kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan melihat peluang usaha. Karakter tersebut penting untuk membentuk lulusan yang tidak hanya siap bekerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri (Suryana, 2017). Literasi digital juga berperan penting dalam meningkatkan self-efficacy dan niat berwirausaha siswa, sehingga menjadi salah satu faktor pendukung terbentuknya jiwa kewirausahaan di era digital (Mulyono et al., 2023).

Pemanfaatan media digital dalam aktivitas bisnis terbukti mampu meningkatkan daya saing usaha melalui perluasan pasar, komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan, serta strategi pemasaran yang lebih terukur (Nuseira & Aljumah, 2020). Digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional (ES, et al., 2017). Dalam konteks pendidikan vokasi, pembelajaran berbasis marketplace juga mampu memberikan pengalaman nyata kepada siswa dalam mengembangkan keterampilan branding, pemasaran digital, dan pelayanan pelanggan (Sonny, et al., 2023).

Salah satu marketplace yang potensial digunakan sebagai media pembelajaran kewirausahaan digital adalah Shopee. Platform ini memiliki jumlah pengguna yang besar, antarmuka yang mudah digunakan, serta berbagai fitur pendukung bisnis seperti pengelolaan toko, promosi, pembayaran digital, dan layanan logistik. Melalui fitur-fitur tersebut, siswa dapat mempelajari proses bisnis digital secara praktis mulai dari pengunggahan produk hingga pengelolaan transaksi. Pemanfaatan Shopee pada lingkungan SMK mampu meningkatkan pengalaman praktik kewirausahaan dan memperluas wawasan siswa mengenai bisnis digital (Wahjusaputri, et al., 2023).

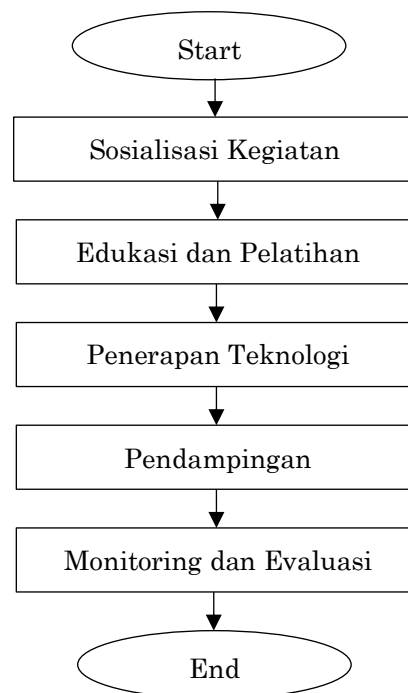
Meskipun demikian, sebagian besar program kewirausahaan digital masih berfokus pada SMK bidang bisnis dan teknologi, sedangkan SMK berbasis penerbangan masih relatif jarang menjadi sasaran kegiatan serupa. Padahal, penelitian Yulia menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing pada siswa SMK penerbangan mampu meningkatkan kemampuan promosi digital dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa (Yulia, et al., 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa siswa SMK penerbangan memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan kompetensi kewirausahaan apabila diberikan pelatihan dan pendampingan yang sesuai.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu meningkatkan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan siswa melalui pengalaman praktik yang nyata.

Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan memanfaatkan platform Shopee untuk menyiapkan jiwa kewirausahaan siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang melalui pelatihan dan pendampingan pengelolaan toko daring. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kewirausahaan digital, keterampilan pemasaran online, serta kepercayaan diri siswa dalam memanfaatkan peluang usaha di era digital. Shopee dipilih karena mudah diakses oleh siswa, memiliki antarmuka yang sederhana, serta menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan peserta mempelajari proses bisnis digital secara langsung mulai dari pembuatan toko, pemasaran produk, hingga pengelolaan transaksi.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode partisipatif yang mengombinasikan sosialisasi, edukasi dan pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 9 September 2025 di SMK Penerbangan Angkasa Malang yang beralamat di Jl. Rogonoto Timur No. 264 Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur, dengan melibatkan 30 siswa sebagai peserta. Tahapan pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap Kegiatan PKM

2.1. Sosialisasi Kegiatan

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dan komunikasi antara tim pengabdian dengan pihak SMK Penerbangan Angkasa Malang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, menentukan peserta, menyusun jadwal kegiatan, serta mempersiapkan sarana dan prasarana yang diperlukan. Selain itu, dilakukan survei awal pada tanggal 26 Agustus 2025 untuk memperoleh informasi mengenai tingkat pemahaman siswa terkait kewirausahaan digital dan penggunaan marketplace sebagai media pemasaran. Pada tahap ini juga dilakukan sosialisasi kepada peserta mengenai tujuan, manfaat, dan rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan.

2.2. Edukasi dan Pelatihan

Tahap edukasi dan pelatihan bertujuan meningkatkan pengetahuan dan wawasan siswa mengenai kewirausahaan digital. Materi yang diberikan meliputi konsep kewirausahaan digital, peluang usaha berbasis teknologi, digital marketing, strategi pemasaran online, serta pemanfaatan marketplace sebagai sarana bisnis. Selain penyampaian materi secara teoritis, peserta juga memperoleh pelatihan mengenai penggunaan platform Shopee Seller, mulai dari pembuatan akun toko, pengelolaan profil toko, pengunggahan produk, penyusunan deskripsi produk, penentuan harga, hingga penggunaan fitur promosi seperti voucher dan gratis ongkir.

2.3. Penerapan Teknologi

Pada tahap ini peserta mempraktikkan secara langsung penggunaan platform Shopee sebagai media pemasaran digital. Praktik meliputi pembuatan akun Shopee Seller, pengunggahan produk, pengaturan kategori produk, pengelolaan tampilan toko, serta pemahaman alur transaksi dan pengiriman barang. Melalui kegiatan ini peserta memperoleh pengalaman nyata dalam mengoperasikan marketplace sehingga mampu memahami proses bisnis digital secara lebih komprehensif.

2.4. Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan selama proses praktik penggunaan Shopee berlangsung. Tim pengabdian memberikan bimbingan kepada peserta yang mengalami kesulitan dalam penggunaan fitur-fitur Shopee, penyusunan strategi promosi, pembuatan konten produk, maupun simulasi pelayanan pelanggan. Selain itu, dilakukan sesi diskusi dan tanya jawab untuk membantu peserta memperoleh solusi atas berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan bisnis digital.

2.5. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan. Evaluasi awal dilakukan melalui pre-test untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital, pemasaran digital, dan marketplace sebelum mengikuti pelatihan. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan, peserta mengerjakan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman yang diperoleh setelah mengikuti kegiatan.

Instrumen pre-test dan post-test disusun berdasarkan indikator yang sama, yaitu pemahaman tentang kewirausahaan digital, pemasaran digital, pemanfaatan marketplace, dan niat berwirausaha. Penggunaan indikator yang sama bertujuan untuk memudahkan perbandingan hasil sebelum dan sesudah pelatihan sehingga peningkatan pengetahuan peserta dapat diukur secara lebih objektif.

Selain post-test, peserta juga mengisi kuesioner evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat kepuasan, motivasi berwirausaha, serta persepsi terhadap manfaat pelatihan yang telah diberikan. Data hasil pre-test, post-test, dan kuesioner dianalisis secara deskriptif dalam bentuk persentase dan nilai rata-rata untuk menilai efektivitas program dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan siswa terhadap kewirausahaan digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Tahap Sosialisasi Kegiatan

Tahap pertama kegiatan pengabdian diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian Politeknik Penerbangan Surabaya dan pihak SMK Penerbangan Angkasa Malang. Kegiatan ini bertujuan untuk menyamakan persepsi mengenai tujuan program,

menentukan peserta kegiatan, serta menyiapkan sarana dan prasarana pelatihan. Berdasarkan hasil koordinasi, ditetapkan sebanyak 30 siswa sebagai peserta kegiatan. Pada saat pelaksanaan, seluruh peserta hadir mengikuti kegiatan sosialisasi. Namun demikian, jumlah responden yang mengisi instrumen pre-test dan post-test tidak sama dengan jumlah peserta yang hadir. Dari total 30 peserta, sebanyak 29 siswa mengisi pre-test, sedangkan 27 siswa mengisi post-test secara lengkap. Perbedaan jumlah responden tersebut disebabkan oleh faktor teknis selama pelaksanaan kegiatan. Beberapa peserta datang setelah sesi pre-test dimulai sehingga tidak mengisi instrumen secara lengkap. Selain itu, terdapat peserta yang harus mengikuti kegiatan akademik sekolah lainnya sehingga tidak dapat menyelesaikan post-test. Oleh karena itu, analisis hasil dilakukan menggunakan data responden yang mengisi instrumen secara lengkap agar hasil yang diperoleh lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 1. Sosialisasi Program PKM

Gambar 1 menunjukkan kegiatan sosialisasi kepada pihak sekolah terkait tujuan, manfaat, dan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan Pembukaan Program PKM

Gambar 2 menunjukkan kegiatan pembukaan program yang dihadiri oleh tim pelaksana, pihak sekolah, guru pendamping, dan peserta kegiatan.

3.2. Tahap Edukasi dan Pelatihan

Tahap edukasi dan pelatihan bertujuan meningkatkan pemahaman siswa mengenai kewirausahaan digital dan pemanfaatan marketplace. Materi yang diberikan meliputi konsep digital entrepreneurship, peluang usaha digital bagi generasi muda, strategi pemasaran digital, branding produk, serta pemanfaatan marketplace Shopee sebagai media pemasaran. Sebelum materi diberikan, peserta mengerjakan pre-test untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal mengenai kewirausahaan digital. Pertanyaan pre-test dan post-test pada prinsipnya dirancang untuk mengukur indikator yang sama, yaitu pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital, strategi

pemasaran digital, penggunaan marketplace, dan niat berwirausaha. Namun terdapat perbedaan bentuk pertanyaan. Pre-test menggunakan kombinasi pertanyaan tertutup dan terbuka untuk menggali kondisi awal peserta, sedangkan post-test menggunakan skala Likert untuk mengukur perubahan persepsi dan tingkat pemahaman setelah mengikuti pelatihan.

Pertanyaan mengenai saran peserta terhadap pelaksanaan kegiatan tidak digunakan sebagai instrumen pengukuran pengetahuan, melainkan sebagai instrumen evaluasi program.



Gambar 3. Pelaksanaan Pre-Test

Gambar 3 menunjukkan peserta mengisi instrumen pre-test yang digunakan untuk mengukur kondisi awal pengetahuan dan pengalaman siswa terkait kewirausahaan digital.



Gambar 4. Penyampaian Materi Kewirausahaan Digital

Gambar 4 menunjukkan narasumber menyampaikan materi mengenai digital entrepreneurship, pemasaran digital, dan peluang usaha berbasis marketplace.

3.3. Tahap Penerapan Teknologi

Setelah memperoleh materi, peserta diberikan pelatihan praktik penggunaan platform Shopee Seller. Peserta diajarkan membuat akun toko, mengunggah produk, membuat deskripsi produk, menentukan harga, serta memanfaatkan fitur promosi seperti voucher diskon dan gratis ongkir. Praktik langsung ini bertujuan memberikan pengalaman nyata kepada siswa mengenai proses bisnis digital sehingga mereka tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung.



Gambar 5. Praktik Penggunaan Platform Shopee Seller

Gambar 5 menunjukkan peserta melakukan praktik pembuatan toko online dan simulasi pengunggahan produk pada platform Shopee Seller.

3.4. Tahap Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan selama proses praktik berlangsung. Tim pengabdian membantu peserta yang mengalami kesulitan dalam penggunaan fitur Shopee, penyusunan deskripsi produk, pemilihan foto produk, dan strategi promosi digital. Kegiatan pendampingan juga dilakukan melalui sesi diskusi dan tanya jawab sehingga peserta dapat memperoleh solusi terhadap berbagai kendala yang mungkin dihadapi ketika memulai usaha digital.



Gambar 6. Pendampingan dan Diskusi Peserta

Gambar 6 menunjukkan tim pengabdian memberikan pendampingan secara langsung kepada peserta selama praktik penggunaan marketplace.

3.5. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Karakteristik Peserta

Tabel 1 menunjukkan karakteristik peserta kegiatan berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 1. Karakteristik Peserta Kegiatan

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	24	80,0
Perempuan	6	20,0
Total	30	100

Berdasarkan hasil pre-test diketahui bahwa sebagian besar peserta berusia 16–17 tahun. Sebanyak 52% peserta belum pernah berwirausaha, sedangkan 48% pernah melakukan aktivitas usaha sederhana seperti menjual makanan ringan, minuman, pulsa, maupun aksesoris.

Hasil Pre-Test

Tabel 2. Hasil Pre-Test Peserta

Indikator	Persentase (%)
Pernah mendengar usaha digital	60
Memahami konsep usaha digital	20
Pernah menggunakan marketplace untuk bisnis	15
Memiliki pengalaman berwirausaha	48
Belum memiliki pengalaman berwirausaha	52

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mengenal istilah usaha digital, namun masih sedikit yang memahami implementasinya dalam kegiatan bisnis.

Temuan ini menunjukkan adanya kebutuhan peningkatan literasi digital dan kewirausahaan digital pada siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang

Hasil Perbandingan Pre-Test dan Post-Test

Tabel 3. Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test

Indikator	Pre-Test	Post-Test	Peningkatan
Kepercayaan diri memulai usaha digital	3,44	3,59	4,36%
Pemahaman entrepreneurship	3,59	3,72	3,62%
Strategi pemasaran digital	3,44	3,59	4,36%
Pemanfaatan media sosial dan marketplace	3,59	3,90	8,64%
Niat berwirausaha	2,00	3,00	50,00%

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan setelah pelatihan. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator niat berwirausaha yang meningkat sebesar 50%.

Evaluasi Kegiatan

Tabel 4. Hasil Evaluasi Kegiatan

Masukan Peserta	Persentase (%)
Menambah durasi praktik	56
Menambah variasi contoh produk	9
Pendampingan lanjutan	24
Pelatihan marketplace lainnya	11

Hasil evaluasi pada tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menginginkan durasi praktik yang lebih panjang, penambahan contoh produk yang lebih beragam, serta pendampingan lanjutan dalam pengelolaan toko *online*.



Gambar 7. Pelaksanaan Post-Test dan Evaluasi Kegiatan

Gambar 7 menunjukkan peserta mengisi instrumen post-test dan evaluasi kegiatan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai dilaksanakan

PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan platform Shopee berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai kewirausahaan digital, strategi pemasaran digital, dan pemanfaatan marketplace sebagai media bisnis. Peningkatan pemahaman ini menunjukkan bahwa metode edukasi yang dikombinasikan dengan praktik langsung mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih efektif dibandingkan penyampaian teori semata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wahjusaputri yang menyatakan bahwa pemanfaatan marketplace Shopee mampu meningkatkan pengalaman kewirausahaan siswa melalui praktik bisnis digital secara langsung (Wahjusaputri, et al., 2023).

Selain meningkatkan pengetahuan, kegiatan ini juga meningkatkan kepercayaan diri peserta untuk memulai usaha digital. Peningkatan skor kepercayaan diri menunjukkan adanya peningkatan self-efficacy setelah peserta memperoleh pengalaman langsung menggunakan platform Shopee. Menurut Bandura, self-efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan tindakan tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Semakin tinggi self-efficacy, semakin besar pula kecenderungan seseorang untuk memulai dan mempertahankan aktivitas kewirausahaan (Bandura, 1997).

Peningkatan niat berwirausaha yang ditunjukkan oleh peserta setelah mengikuti kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu memberikan pengaruh positif terhadap motivasi siswa untuk memulai usaha. Melalui pengenalan marketplace Shopee dan simulasi pengelolaan toko daring, siswa memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai peluang usaha digital yang dapat dijalankan. Temuan ini sejalan dengan pendapat Alma yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam membentuk pola pikir, motivasi, dan keberanian individu untuk menjadi pelaku usaha (Alma, 2013).

Peningkatan minat siswa untuk memanfaatkan marketplace sebagai sarana berwirausaha menunjukkan bahwa peserta mulai memahami peluang ekonomi yang ditawarkan oleh teknologi digital. Marketplace tidak hanya mempermudah proses pemasaran dan transaksi, tetapi juga memungkinkan pelaku usaha pemula menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik. Kondisi ini sejalan dengan Ratten yang menyatakan bahwa transformasi digital telah mengubah perilaku konsumen dan menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis melalui platform digital (Ratten, 2020).

Hasil kegiatan juga mendukung temuan Mulyono yang menyatakan bahwa peningkatan literasi digital berkontribusi terhadap peningkatan self-efficacy dan niat berwirausaha siswa (Mulyono, et al., 2023). Selain itu, OECD menegaskan bahwa penguasaan teknologi digital merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan daya saing individu pada era transformasi digital (OECD, 2021). Oleh karena itu, pengenalan marketplace kepada siswa SMK melalui kegiatan ini dapat menjadi langkah strategis untuk mempersiapkan lulusan yang lebih adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital dan kebutuhan dunia kerja.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pemanfaatan platform Shopee berhasil meningkatkan pemahaman siswa SMK Penerbangan Angkasa Malang mengenai kewirausahaan digital, pemasaran digital, dan penggunaan marketplace sebagai sarana bisnis. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan kepercayaan diri dan minat siswa untuk memulai usaha berbasis digital.

Pemanfaatan Shopee sebagai media pembelajaran memberikan pengalaman praktik yang membantu siswa memahami proses bisnis digital secara lebih nyata. Oleh karena itu, platform Shopee dapat digunakan sebagai sarana yang efektif untuk menumbuhkan literasi digital dan jiwa kewirausahaan siswa SMK. Kegiatan serupa perlu ditindaklanjuti melalui pendampingan berkelanjutan agar siswa dapat mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan usaha yang nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Politeknik Penerbangan Surabaya, khususnya Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PPPM), yang telah memberikan dukungan penuh dalam penyelenggaraa kegiatan pengabdian masyarakat ini.
2. SMK Penerbangan Angkasa Malang, yang telah bersedia menjadi mitra sekaligus

memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk melaksanakan sosialisasi dan pelatihan kewirausahaan digital.

3. Para guru pendamping dan seluruh siswa SMK Penerbangan Angkasa, yang telah berpartisipasi aktif, antusias, dan kooperatif selama kegiatan berlangsung.
4. Rekan-rekan tim pengabdian, yang telah bekerja sama dengann baik dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan kegiatan.

Semoga segala bantuan, kerja sama, dan partisipasi yang telah diberikan menjadi amal kebajikan serta memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan jiwa kewirausahaan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., 2013. *KEWIRAUSAHAAN : Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Bandura, A., 1997. *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- ES, D. P., Rahmi & Aditya, S., 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk)Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), pp. 1-17.
- Mulyono, L. A., Soetjipto, B. E. & Hermawan, A., 2023. Penerapan e-commerce berbasis Shopee di SMKN 3 Tangerang Selatan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan Digital. International Education Trend Issues*, I(3), pp. 500-515.
- Nuseira, M. T. & Aljumah, A., 2020. The Role of Digital Marketing in Business Performance with the Moderating Effect of Environment Factors among SMEs of UAE. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, XI(III), pp. 310-324.
- OECD, 2021. *The Digital Transformation of SMEs, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en> ed. Paris: OECD Publishing.
- Ratten, V., 2020. Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Issue <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0163>, p. 747–761.
- Setiyawami, Sugiyo, Sugiyono & Rahardjo, T., 2019. *The Industrial Revolution 4.0 Impact on Vocational Education in Indonesia*. Kudus, Indonesia, Conference: Proceeding of the 2nd International Conference Education Culture and Technology, (ICONECT) DOI:10.4108/eai.20-8-2019.2288089.
- Sonny, et al., 2023. Pembelajaran Online Marketplace Sebagai Bekal Kewirausahaan Bagi Siswa Smk Informatika Amanah Bangsa Cikarang. *Abdimas Galuh*, V(2), pp. 1277-1287.
- Suryana, 2017. *Kewirausahaan : Kiat dan Proses Menuju Sukses / Suryana*. Edisi ke 4 ed. Jakarta: Salemba empat.
- Wahjusaputri, S., Nastiti, T. I. & Noorlatipah, V., 2023. *Implementation Of E-Commerce Creating the Competitiveness of Entrepreneurship of Vocational Education Students*. Singaraja, Bali, Indonesia, Proceedings of the 5th International Conference on Vocational Education and Technology (IConVET) 2022, DOI 10.4108/eai.6-10-2022.2327333.
- Yulia, Sembiring, D., Butar, R. B. & Karnadi, V., 2024. Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Pada Siswa SMKS Penerbangan SPN Dirgantara Batam. *Jurnal PUAN Indonesia*, VI(1), pp. 89-96.