

STRATEGI ENTREPRENEUR GENERASI Z DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BERBASIS ONLINE DI KECAMATAN BERASTAGI

Diki Febrianto Marbun¹, Frans Antoni Sihite², Frengky Imanuel Situmorang³, Maslan Tarigan⁴, Adit Francois Surbakti⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Quality Berastagi

dikimarboen@gmail.com¹, franssihite86@gmail.com², frengkygf@gmail.com³,
maslantarigan36@gmail.com⁴, aditsurbakti700@gmail.com⁵

Abstract: *The rapid development of today's technology opens up great opportunities for the young generation in Indonesia to start a business or enterprise. Generation Z is often referred to as the technology-literate generation, which has an important position and great potential to become innovative entrepreneurs, especially in developing online-based entrepreneurs to increase their income. As a form of optimizing this potential, knowledge and understanding of the various opportunities that exist, challenges or threats that will be faced, and effective strategies in entrepreneurship are needed. This Community Service aims to help Generation Z implement entrepreneurial strategies to increase online-based income. The main focus of this activity is to provide education and socialization related to types of online-based businesses in marketing or selling their products so that Generation Z is able to compete with other business actors and provide recommendations for effective strategies to help Generation Z overcome challenges and take advantage of opportunities in the current era of online-based businesses. Through education and socialization, it is hoped that Generation Z will be able to realize businesses that are not only innovative but can be implemented sustainably and have a good effect on the community environment.*

Keywords: *Innovative Entrepreneur Strategy_Generation Z_Increasing Online Income.*

Abstrak: Pesatnya perkembangan teknologi masa kini membuka peluang besar kepada generasi muda yang ada di Indonesia untuk memulai usaha atau bisnis. Generasi Z sering disebut sebagai generasi melek teknologi mempunyai posisi penting dan berpotensi besar untuk menjadi *entrepreneur* inovatif, terkhusus pengembangan *entrepreneur* berbasis *online* demi peningkatan pendapatan mereka. Sebagai bentuk optimalisasi potensi tersebut maka diperlukan pengetahuan dan pemahaman berbagai peluang yang ada, tantangan atau ancaman yang akan dihadapi, dan strategi yang efektif dalam berwirausaha. Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki tujuan untuk membantu generasi Z untuk menerapkan strategi kewirausahaan demi meningkatkan pendapatan berbasis *online*. Yang menjadi fokus utama dalam kegiatan ini yaitu memberikan edukasi dan sosialisasi terkait jenis usaha berbasis *online* dalam memasarkan ataupun menjual produknya agar generasi Z mampu bersaing dengan pelaku bisnis lainnya serta memberikan rekomendasi strategi yang efektif membantu generasi Z mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada pada era bisnis berbasis *online* saat ini. Melalui edukasi dan sosialisasi diharapkan generasi Z mampu mewujudkan usaha yang bukan hanya inovatif tetapi bisa diterapkan secara berkesinambungan dan berefek baik bagi lingkungan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi *Entrepreneur*_Inovatif_Generasi Z_Peningkatan Pendapatan_Online.

I. PENDAHULUAN

Di masa perkembangan teknologi dan bisnis digital dalam beberapa tahun belakangan ini memberikan dampak besar terhadap beberapa sektor kehidupan, salah satunya kewirausahaan (Di et al., 2024). Generasi Z mulai muncul pada masa teknologi modern dimana teknologi informasi semakin berkembang pesat (Rahman et al., 2024). Generasi Z ini merupakan babak kedua dari generasi Y atau sering disebut generasi milenial (Olivia et al., 2021). Generasi Z juga bisa disebut sebagai generasi *centennials* yang berarti generasi yang lahir mulai tahun 1997 sampai dengan tahun 2012, generasi Z lahir setelah generasi *millennium* atau generasi Y (Sekar Arum et al., 2023). Ada berbagai hal yang bisa dilakukan generasi Z yang bersentuhan langsung dengan media sosial ataupun dunia maya serta memiliki pemahaman yang kompleks tentang *platform online* (Febrianto Marbun et al., 2024). Generasi yang paling mendominasi jumlah penduduk di Indonesia ialah generasi Z (Olivia et al., 2021). Ada satu hasil survei menunjukkan bahwa 9 dari 10 responden percaya bahwa usia terbaik untuk memulai usaha ialah kalangan yang berusia dibawah 40 tahun atau rata-rata usia 27 tahun (Serli Oktapiani et al., 2022) dimana dalam hal ini umur 27 tahun masih masuk ke dalam kategori generasi Z. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa cukup besar peluang dan potensi generasi Z untuk memulai bisnis kecil-kecilan karena kedekatannya dengan teknologi (Olivia et al., 2021).

Saat ini angka pengangguran sedang meningkat, sehingga mendesak orang-orang untuk lebih kreatif dalam memenuhi segala kebutuhannya. Sehingga kehadiran wirausaha menjadi hal yang sangat penting dalam menggerakkan ekonomi negara (Rahman et al., 2024). Kreativitas dan inovasi jika dijadikan kombinasi bagi kewirausahaan dapat secara maksimal menjadi metode yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Josefien et al., 2023). Indonesia sebagai salah satu pasar digital pertumbuhan paling cepat secara global dan diprediksi akan selalu bertumbuh di tahun berikutnya dengan memanfaatkan pemasaran digital dengan media *online* ataupun inovasi teknologi (Josefien et al., 2023). Tidaklah mudah untuk membentuk pengusaha-pengusaha muda di Indonesia karena individu yang ingin menjadi seorang *entrepreneur* diharuskan memiliki rasa percaya diri, berpikir untuk masa depan, berani mengambil resiko, kreatif, inovatif, memiliki pengetahuan, mental, keterampilan teknis, dan

sikap kewirausahaan serta mampu menemukan peluang pada semua target pasar (Rahman et al., 2024). Manajemen diri memiliki efek yang sangat penting terhadap penentuan suatu kesuksesan berwirausaha (Serli Oktapiani et al., 2022).

Memandang adanya kehadiran *entrepreneur* yang cukup penting maka sangat diperlukan kegiatan pelatihan kewirausahaan bagi generasi Z yang bisa dilakukan dalam bentuk *workshop*, seminar, pelatihan, sosialisasi ataupun diskusi yang mampu mengedukasi pelaku-pelaku usaha generasi Z terkhusus di Kecamatan Berastagi. Digital *entrepreneur* bisa dikatakan sebagai rangkaian kegiatan kewirausahaan dengan menggunakan teknologi digital, berbasis *online*, dan menggunakan informasi digital yang mampu menciptakan model bisnis baru yang memiliki daya saing internasional (Giones & Brem, 2017). Akan tetapi ada salah satu kendala kalangan generasi Z dalam memulai berwirausaha yaitu keterbatasan modal (Sulaeman et al., 2023) namun istimewanya generasi Z memiliki kemampuan memulai usaha, kemampuan menggunakan *platform digital*, dan gen Z memahami bahwa memulai usaha *online* atau menjalankan bisnis digital harus memerlukan waktu yang cukup dan harus cerdas mengatur waktu agar kegiatan bisnis dengan kegiatan lainnya tidak saling mengganggu. Adanya perkembangan teknologi yang pesat saat ini mendorong para pelaku usaha menerima kemudahan akses internet (Life Changer Alianz, 2018) sebagai media berbisnis, promosi, dan pemasaran (*marketing*).

Dari permasalahan kompleks yang dibahas sebelumnya, potensi yang dimiliki generasi Z belum dimanfaatkan secara maksimal dan sebenarnya mereka membutuhkan arahan strategi yang tepat untuk memadukan pengetahuan teknis dan pengetahuan kewirausahaan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menjadi salah satu poin dari Tri Dharma Perguruan Tinggi (Di et al., 2024). Sebagai bentuk pengaplikasian program pengabdian kepada masyarakat ini, dosen program studi Manajemen Universitas Quality Berastagi mempunyai peran penting dalam membantu dan memberikan kontribusi nyata dengan menyelenggarakan seminar kewirausahaan di kalangan generasi Z yang ada di Kecamatan Berastagi. Adapun tujuan diselenggarakan kegiatan ini nantinya akan berfungsi sebagai media *transfer knowledge*, memberikan pelatihan untuk membangun kegiatan bisnis berbasis *online*, serta memberikan pemahaman kepada generasi Z akan pentingnya kewirausahaan berbasis *online* di masa perkembangan bisnis digital sekarang ini. Pengabdian masyarakat ini juga berharap agar

generasi Z lebih terampil dan memiliki karakter *entrepreneur* yang mumpuni untuk menjawab tantangan-tantangan yang dihadapi generasi Z dalam menjalankan usaha atau bisnisnya.

Perpaduan antara kemampuan teknis dan pengetahuan bisnis sangat diperlukan untuk menjawab tantangan di era digital sekarang ini. Dalam pengabdian masyarakat ini, seminar kewirausahaan yang dilaksanakan nantinya akan menggabungkan atau memadukan antara pengetahuan teori kewirausahaan dengan aplikasi teknologi digital, misalnya pemasaran secara *online* dengan menggunakan *platform marketplace*, pengelolaan bisnis *online*, dan inovasi produk pada penjualan *online*. Dalam pengabdian ini, dosen dan mahasiswa Manajemen Universitas Quality Berastagi mengharapkan generasi Z di Kecamatan Berastagi mampu menjadi sosok yang inovatif, kreatif, mandiri, dan berperan dalam pembangunan ekonomi lokal maupun pembangunan ekonomi nasional. Seminar ini juga menginginkan kalangan generasi Z di Kecamatan Berastagi semakin terpacu untuk lebih percaya diri dan lebih bersemangat dalam memulai usaha baru berbasis *online* agar mampu bersaing ditengah-tengah dunia kerja yang berubah-ubah dan berbasis digital. Dalam pengabdian ini dimungkinkan juga nantinya beberapa mahasiswa Universitas Quality Berastagi yang sedang menjalankan usaha kulinernya dengan menggunakan media *online* untuk berbagi cerita dan pengetahuan untuk menambah kaidah pengetahuan dan memotivasi peserta seminar dalam memulai usaha atau mengembangkan usaha *online* nya. Dengan pelaksanaan kegiatan kolaboratif ini nantinya akan memperluas jaringan dengan membangun komunitas kewirausahaan yang produktif dan berdaya saing di kalangan generasi Z khususnya di Kecamatan Berastagi.

Beberapa jurnal pengabdian dan riset lainnya menunjukkan dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema kewirausahaan serta menunjukkan hasil positif memotivasi masyarakat memupuk jiwa *entrepreneur* (Josefien et al., 2023). Hasil pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan jiwa *entrepreneur* peserta meningkat secara signifikan seperti aspek perasaan tertarik meningkat sebesar 20%, aspek perasaan senang meningkat 12%, kemudian dalam aspek motivasi dan harapan meningkat 19% (Josefien et al., 2023). Pengabdian lainnya juga mendapatkan hasil yang menyebutkan bahwa generasi Z mendapatkan pemahaman yang dapat digunakan untuk berbisnis kreatif, pemasaran digital, membangun *audiens* yang loyal di media sosial, dan menggunakan analisis data untuk mempelajari perilaku konsumen yang akan menjadi target pasar mereka (Di et al., 2024).

Permasalahan Mitra Dan Solusi

Permasalahan yang terjadi saat ini di masyarakat yaitu banyaknya pengangguran sehingga memaksa orang-orang untuk lebih kreatif dalam memenuhi segala kebutuhannya sehari-hari (Sulaeman et al., 2023). Salah satu faktor rendahnya tingkat kewirausahaan dikalangan muda terkhusus generasi Z di Kecamatan Berastagi disebabkan kurangnya edukasi dan pengetahuan terkait topik kewirausahaan. Adapun faktor lainnya yang menjadi masalah disebabkan oleh keraguan yang berlebihan dalam memulai usaha, takut mengalami kerugian, sulitnya membuka usaha, rendahnya minat dalam *entrepreneur* berbasis *online*, serta kurangnya motivasi yang didapatkan generasi Z di Kecamatan Berastagi untuk memulai usaha atau melakukan wirausaha. Generasi Z yang ada di Kecamatan Berastagi terdiri dari berbagai latar belakang suku, agama, pendidikan, bahasa, pengetahuan, dan keluarga yang berbeda sehingga kita sebagai akademisi tidak mengetahui persis sejauh mana pemahaman mereka terhadap pengetahuan, keterampilan, dan seni menjalankan usaha berbasis *online*. Dengan kondisi tersebut maka sangat diperlukan keterlibatan dosen dan mahasiswa untuk memberikan pengenalan, pengetahuan, pemahaman, motivasi, dan pembekalan tentang bisnis atau wirausaha berbasis *online* agar mampu meningkatkan kemampuan generasi Z untuk membuka dan mengembangkan usahanya.

Dari observasi awal yang dilakukan, terdapat ketidaktahuan generasi Z di Kecamatan Berastagi bahwa adanya strategi kewirausahaan berbasis *online* yang diaplikasikan secara kompleks sehingga menyebabkan mereka kurang tertarik dan sulit mengembangkan suatu model usaha berbasis *online*. Solusi strategi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan diatas maka perlu diadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan tema “Strategi *entrepreneur* generasi Z dalam meningkatkan pendapatan berbasis *online* di Kecamatan Berastagi”. Kemudian, rangkaian kegiatan pengabdian yang akan dilakukan yaitu mengenalkan kepada peserta apa saja jenis-jenis usaha berbasis *online* dan apa saja manfaat usaha *online* tersebut. Dalam hal ini, dosen dan mahasiswa akan mempersentasikan power point yang mereka punya untuk di *share* kepada peserta. Kedua, peserta akan mendapatkan pengetahuan tentang isu-isu atau studi kasus bisnis *online* yang ada di Indonesia, mengapa terjadi kegagalan dalam menjalankan bisnis serta pemateri akan mengarahkan kepada peserta bagaimana memilih usaha dan memulai bisnis yang baik. Ketiga, peserta akan mendapatkan materi pembelajaran bagaimana menggunakan aplikasi *online* dalam berbisnis, bagaimana cara

marketing digital bekerja dan mengedukasi peserta untuk berani memulai usaha-usaha kecil terlebih dahulu. Terakhir, kegiatan yang akan dilakukan ialah mendengarkan testimoni mahasiswa yang sedang menjalankan usaha *online* nya agar mampu memberikan gambaran kepada peserta bagaimana gambaran bisnis online itu jika diaplikasikan.

Target Penyelesaian

Adapun target utama dari kegiatan pengabdian ini ialah untuk memberikan pemahaman, pengetahuan, keterampilan, motivasi, dan pembekalan tentang bisnis atau wirausaha berbasis *online*. Selanjutnya, pengabdian ini juga memiliki tujuan lain untuk menciptakan keberanian dan kepercayaan diri peserta dalam memulai usaha *online*, mencari solusi yang tepat untuk meningkatkan pendapatan generasi Z di Kecamatan Berastagi dari bisnis *online* nya, membangun jiwa *entrepreneur* generasi Z, serta memunculkan pandangan baru kepada generasi Z terkait berwirausaha sukses dengan cara *online* atau menggunakan media *online*. Kegiatan pengabdian ini juga bisa dijadikan oleh generasi lain atau wilayah lainnya untuk meningkatkan pendapatan masyarakatnya dengan berbisnis secara *online*.

Tabel 1. Target Penyelesaian Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi ilmiah pada jurnal ber- ISSN	Ada
2.	Terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, keberanian, kepercayaan diri, dan motivasi peserta tentang cara berbisnis online demi meningkatkan pendapatan (dalam hal ini Generasi Z di Kecamatan Berastagi)	Ada

Sumber : Tabel rancangan yang telah diolah pengusul (2025)

II. METODE PENELITIAN

1. Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan pada:

Tempat : Sekretariat Karang Taruna Kecamatan Berastagi

Hari : Kamis

Tanggal : 29 Mei 2025

2. Penyampaian Materi (Teori Dan Praktik)

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan oleh beberapa orang yang berasal dari dosen dan mahasiswa program studi Manajemen Universitas Quality Berastagi dan dibentuk menjadi satu tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang akan diselenggarakan di Kantor Kecamatan Berastagi atau Sekretariat Karang Taruna Kecamatan Berastagi. Dalam kegiatan PKM ini menggunakan metode dengan cara melakukan sosialisasi, edukasi, dan *sharing* pengetahuan yang disesuaikan dengan materi yang akan di *share* kepada peserta seminar. Kita sebagai penyelenggara seminar juga akan berupaya melengkapi kaidah pengetahuan yang akan dibutuhkan peserta ketika kegiatan seminar sedang berlangsung. Beberapa langkah-langkah yang ditempuh untuk menyelenggarakan kegiatan ini yaitu :

1. Pengamatan yang telah dilakukan secara langsung kepada generasi Z yang ada di Kecamatan Berastagi
2. Telah dilakukannya pendekatan dan kerjasama kolaborasi yang dijalin antara penyelenggara seminar dengan pihak perangkat Kecamatan Berastagi dan karang taruna Kecamatan Berastagi.
3. Pengembangan materi bisnis *online* atau bisnis berbasis digital yang akan di *share* kepada peserta nantinya
4. Nantinya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan selama 1 hari bertempat di Kantor Kecamatan Berastagi atau Sekretariat Karang Taruna Kecamatan Berastagi dengan metode seminar, diskusi, dan praktik.

3. Sasaran Kegiatan

Dalam kegiatan PKM ini, yang menjadi sasaran kegiatannya ialah pengurus, anggota karang taruna dan kalangan generasi Z yang ada di Kecamatan Berastagi. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan ialah melalui interaksi, wawancara, dan diskusi kepada kalangan generasi Z di Kecamatan Berastagi mengenai pemahaman, pengetahuan, keterampilan, dan sikap berwirausaha berbasis *online* selama kegiatan berlangsung serta PKM ini juga mengetahui permasalahan yang dihadapi peserta dan mencari solusi yang dibutuhkan sehingga

PKM ini berdampak dan bermanfaat bagi siapapun yang memerlukan. PKM ini juga dapat menjadi referensi untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian berikutnya. Analisis data PKM ini adalah dengan menggunakan teknik deskriptif yang diutarakan secara naratif perencanaan, pelaksanaan kegiatan, berbagi pengalaman bisnis, permasalahan yang dihadapi ketika pelaksanaan kegiatan, dan solusi yang diberikan untuk menjawab masalah yang ada.

Uraian tugas dan peran dari masing-masing anggota tim sesuai dengan bidang dan penugasan mahasiswa adalah sebagai berikut:

No.	Nama/ NIDN/NPM	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi waktu (jam/ minggu)	Uraian Tugas
1.	Diki Febrianto Marbun, S.AB., M.A.B./	Dosen Universitas Quality Berastagi	Manajemen	5	• Penyusunan proposal • Survei awal lokasi pengabdian • Pemateri dalam seminar • Pengumpulan data
2.	Frans Antoni Sihite, S.Pd., M.M./	Dosen Universitas Quality Berastagi	Manajemen	5	• Penyusunan proposal • Survei awal lokasi pengabdian • Pengumpulan data

3.	Frengky Imanuel Situmorang/ 2312010020	Mahasiswa Universitas Quality Berastagi	Manajemen	2	Melakukan dokumentasi kegiatan dan memberikan salah satu materi seminar
4.	Maslan Tarigan / 2312010019	Mahasiswa Universitas Quality Berastagi	Manajemen	2	Membantu kegiatan dalam hal pengurusan transportasi, akomodasi, dan tempat kegiatan
5.	Adit Francois Surbakti/ 2312010014	Mahasiswa Universitas Quality Berastagi	Manajemen	2	Membantu pengoperasian tampilan <i>slide power point</i> ketika persentase dalam seminar

4. Biaya

ITEM	VOLUME	SATUAN	HARGA	TOTAL
Konsumsi				
Konsumsi peserta	20	Kotak	Rp. 20.000	Rp. 400.000
Konsumsi dosen	2	Kotak	Rp. 35.000	Rp. 70.000
Konsumsi mahasiswa	3	Kotak	Rp. 20.000	Rp. 60.000
Aqua	2	Kotak	Rp. 50.000	Rp. 100.000
Publikasi				
Publikasi Hasil	1	Paket	Rp. 300.000	Rp. 300.000
Perlengkapan				
Spanduk	1	Buah	Rp. 40.000	Rp. 40.000
Transportasi				

Survei Awal dan perizinan ke lokasi PKM (beserta konsumsi)	3	Orang	Rp. 30.000	Rp. 90.000
ITEM	VOLUME	SATUAN	HARGA	TOTAL
Transport pelaksanaan pengabdian dan biaya lain-lain	3	Orang	Rp. 30.000	Rp. 90.000
Cendera mata				
Cendera mata kepada Camat dan pengurus karang taruna kecamatan	2	Paket	Rp. 300.000	Rp. 600.000
Total				Rp.1.750.000

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kami dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Program Studi Manajemen Universitas Quality Berastagi telah menyelenggarakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada hari Senin, tanggal 16 Juni 2025 yang di mulai pada pukul 10.00 WIB sampai dengan selesai. Kegiatan ini bertempat di Kantor Jambur Taras yang merupakan Kantor Sekretariat Karang Taruna Kecamatan Berastagi dan lokasi PKM ini beralamat di Jalan Letjen Jamin Ginting Desa Rumah Berastagi Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. PKM kali ini berjudul: “Strategi *Entrepreneur* Generasi Z Dalam Meningkatkan Pendapatan Berbasis *Online* Di Kecamatan Berastagi”. Kegiatan ini melibatkan 2 (dua) orang dosen Prodi Manajemen yaitu Diki Febrianto Marbun dan Frans Antoni Sihite. Kemudian, kegiatan ini juga melibatkan 3 (tiga) orang mahasiswa Prodi Manajemen yaitu : Frengky Imanuel Sembiring, Adit Francois Surbakti, dan Maslan Tarigan. PKM yang kami lakukan ini menggunakan metode pelatihan dan sharing terkait penggunaan media *online* dalam melakukan penjualan produk kreatif untuk meningkatkan pendapatan generasi Z di Kecamatan Berastagi.

Melalui PKM ini, kami menyarankan dan mengedepankan penggunaan website, iklan, dan *social media* Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, dan juga Google Maps untuk memasarkan produk dan mendapatkan ulasan dari konsumen. *Social media* digunakan user untuk membagikan berbagai informasi dan berkomunikasi dengan wujud berupa gambar, suara (audio), kata dan juga bisa berupa video kepada pelanggan atau suatu usaha dan begitu juga

sebaliknya (Kotler & Keller, 2016). Penggunaan social media yang dipilih dalam suatu usaha untuk mengetahui, mengerti, dan juga berkomunikasi dengan pelanggan sehingga mampu mendapatkan tujuan yang diharapkan suatu usaha disebut dengan *social media marketing* (Haliyani, 2019).

Berhubungan dengan topik PKM kami ini maka kita mengetahui bahwa dengan menggunakan media sosial dan berinovasi dengan produk kreatif untuk menjangkau pelanggan dan meningkatkan pendapatan generasi z di Kecamatan Berastagi. Strategi *entrepreneur* berbasis *online* memiliki beberapa fungsi yaitu: membangun citra usaha, meningkatkan loyalitas konsumen, meningkatkan pendapatan si penjual, dan mentargetkan pelanggan baru (Haliyani, 2019).

Pada penyelenggaraan PKM dilapangan, kami membuat rangkaian kegiatan berupa pemaparan materi kewirausahaan, pentingnya berbisnis *online*, dan bagaimana strategi yang tepat menjalankan bisnis online. Kemudian, kami juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa prodi Manajemen UQB yaitu Sdri Librena Olivia dan Ade Selvia untuk memberikan testimoni dan *sharing* pengalaman usaha kripik pisang kekinian, pisang *crispy*, dimsum kekinian, usaha pakaian *trifling*, dan usaha pakaian *prelove*. Kegiatan terakhir kami yaitu *sharing* pengalaman wirausaha mahasiswa UQB berbasis *online* dan wirausaha binaan karang tuna Kecamatan Berastagi yang masih berbasis *offline*. Adapun jenis produk usaha binaan karang taruna yaitu: produk makanan keripik buah berupa keripik ubi, keripik ketela, keripik kentang, dan akan membuat produk kripik sayur-sayuran. Keterbatasan pengaplikasian media *online* dalam memasarkan produk keripik binaan karang taruna masih menjadi penghalang tersalurkannya informasi produk keripik kepada pelanggan yang masih banyak belum terjangkau. Biasanya keripik binaan karang taruna masih mengedepankan kegiatan *marketing offline* berupa pameran pada pesta bunga buah dan kegiatan pameran UMKM di Kecamatan Berastagi.

Dari kasus diatas maka tepatlah momentum kegiatan PKM ini diadakan sebagai salah satu solusi marketing yang cukup menjanjikan kedepannya dengan selalu membina kerjasama, *share* informasi, serta berbagi ilmu kewirausahaan yang kreatif dan inovatif. Saran yang diberikan oleh pengurus Karang Taruna Kecamatan Berastagi yaitu menambahkan produk makanan lain berupa makanan khas Kabupaten Karo seperti Cimpa dengan varian isian rasa strowbery, nenas, kacang, dan makanan berbahan dasar ayam olahan dengan rasa kekinian.

Karang taruna juga menyarankan kepada generasi z untuk semakin inovatif dan kreatif membuat konten yang mengedepankan konten berbudaya atau bercirikan budaya Karo. Sebagai masukan terakhir, Karang Taruna Kecamatan Berastagi menyarankan kolaborasi dengan Prodi Manajemen UQB untuk saling terlibat dalam pengembangan industri kreatif generasi z di Kecamatan Berastagi.

Beberapa dokumentasi dari rangkaian kegiatan PKM ini terlampir pada gambar di bawah ini:



Gambar 1: Pemaparan Materi Kewirausahaan oleh Dosen UQB



Gambar 2: Penjelasan Mengenai Produk Kreatif Generasi Z



**Gambar 3: Mahasiswa Prodi Manajemen UQB menceritakan kesan saat berbisnis
*online***



Gambar 4: Pihak mitra memberikan opini perihal entrepreneur berbasis online

Dalam materi PKM, pengusul PKM memberikan beberapa strategi memulai usaha, antara lain:

1. Terlebih dahulu kita harus memulai usaha dari hal-hal apa yang kita suka
2. Kita sebaiknya membuka usaha dari fenomena apa yang lagi *hype* atau *trend* saat ini
3. Kita harus membuat usaha dengan produk yang unik, berbeda, memodifikasi produk yang sudah ada

4. Harus segera memulai usaha tersebut sebelum orang lain menjalankannya terlebih dahulu.

Dengan adanya strategi tersebut, kemudian beberapa step memulai usaha online ialah sebagai berikut:

1. *Create product*: dilakukan setelah kita sudah percaya diri untuk menjual barang yang akan kita pasarkan
2. *Packaging*: Kita harus mencari *packaging* atau kemasan produk yang aman dan murah terlebih dahulu
3. *Brand/ Merek*: Ditujukan untuk membuat ciri khas produk kita. Merek dibuat untuk memudahkan konsumen mendapatkan produk kita.
4. *Create Market*: Jika sudah ada pasar, penjualan akan lebih mudah, lebih tepat sasaran dan lebih efektif.
5. *Social Media*: Berfungsi untuk *engagement* dan memperluas cakupan atau target pasar.

Kemudian beberapa cara generasi z melakukan strategi marketing online ialah sebagai berikut:

- 1) Pastikan produk laku→*Product Market Fit*.
- 2) *Channel → How to Reach*: bisa menggunakan *Instagram, Youtube, Google, Website, Marketplace*.
- 3) *Content → Explaining Value* : Berawal dari mimpi atau impian, kemudian adanya masalah, dan berlanjut ke penyelesaian masalah tersebut.
- 4) *Funnel → Urutan Content: Video Ads→Landing Page→\$\$\$→List→Upset 20-25% Omset*.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Tim PKM dalam hal ini Dosen dan mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Quality Berastagi dengan judul pengabdiannya yaitu:“Strategi *Entrepreneur* Generasi Z Dalam Meningkatkan Pendapatan Berbasis *Online* Di Kecamatan Berastagi” mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi generasi z untuk meningkatkan pendapatan dengan menjalankan usaha online sangat diperlukan, khususnya di kalangan generasi z Kecamatan Berastagi.
2. Mengingat persaingan usaha masa kini yang berlomba menggunakan media online seharusnya mendorong kalangan generasi z selalu berpikir kreatif dan inovatif menciptakan produk yang kekinian.
3. Karang Taruna Kecamatan Berastagi sebagai mitra PKM ini mengharapkan keterlibatan Universitas Quality Berastagi melalui Dosen dan mahasiswa Prodi Manajemen agar selalu bekerja sama mengamati dan mengembangkan UMKM dan industri kreatif di Kecamatan Berastagi dengan program-program yang menarik dan berkelanjutan, secara khusus untuk peningkatan pendapatan generasi z di Kecamatan Berastagi.

Kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebaiknya lebih banyak dilakukan dan dijalankan dengan melibatkan generasi Z sebagai generasi muda penerus bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Di, D., Pendidikan, J., & Elektro, T. (2024). *PKM Menumbuhkan Semangat Kewirausahaan Di Kalangan Generasi Z Melalui*. 2, 279–284.
- Febrianto Marbun, D., Wijayanto, A., & Author, C. (2024). *The Implementation of Stimulus Organism Response on Repeat Purchase Intention for fashion products on Tokopedia (Study of Generation Z in Semarang City)*. 2(2), 2988–7615.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51. <https://doi.org/10.22215/timreview1076>
- Haliyani, F. P. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Starbuck Indonesia (Studi Pada Pengakses Akun Instagram @starbucksindonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1), 1–14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5670>
- Josefien, A., Radianto, V., Rifkhi Fauzan S, M., Kilay, T. N., Saija, C., Renleeuw, M. D. I., & Christine, T. N. (2023). Membangun Jiwa Kewirausahaan Bagi Generasi Muda (Gen Z)

- Dengan Pemanfaatan Sosial Media Pada Era Digitalisasi. *Jabb*, 4(2), 1–5.
<https://www.jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/view/779>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E).
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Life Changer Alianz. (2018). Membangun Bisnis Sendiri Bukan Lagi Sebuah Mimpi.
Kompas.Com. https://www.kompas.id/baca/adv_post/life-changer-membangun-bisnis-sendiri-bukan-lagi-sebuah-mimpi.
- Olivia, G., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kecil (Small Business) Di Kalangan Gen Z Berdasarkan Nilai – Nilai Ekonomi Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Politika*, 4(2), 83–94. <https://doi.org/10.34128/jra.v4i2.80>
- Rahman, R., Fendy Hariatama, Hidayati, & Sundari. (2024). Membangun Jiwa Entrepreneur Pada Generasi - Z Di SMK Negeri 4 Palangka Raya. *Pengabdian Kampus : Jurnal Informasi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat*, 11(1), 62–67.
<https://doi.org/10.52850/jpmupr.v11i1.12192>
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Serli Oktapiani, Sri Andriani, Hartini, Putri Reno Kemala Sari, & Muhammad Nur Fietroh. (2022). Meningkatkan Young Enterprenership Dan Creative Enterprenership Di Smkn 2 Sumbawa Besar. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 83–92.
<https://doi.org/10.32665/mafaza.v2i1.445>
- Sulaeman, Zubaedy, & Irwang. (2023). Pelatihan digital entrepreneurship mewujudkan Generasi Z berjiwa wirausaha pada mahasiswa. *Journal of Community Engagement*, 5(2), 132–144.