

PERAN KECERDASAN BUATAN DALAM PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN BISNIS UNTUK SISWA SMA NEGERI RANCAKALONG KABUPATEN SUMEDANG

Puspita Kencana Sari^{1*}, Ratih Hendayani², Dwi Fitrizal Salim³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

puspitakencana@telkomuniversity.ac.id^{1*}

ratihhendayani@telkomuniversity.ac.id²

dwifitrizalslm@telkomuniversity.ac.id³

*corresponding author

Received: 30-06-2026

Revised: 10-07-2026

Approved: 10-08-2026

ABSTRAK

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) membuka peluang pemanfaatan teknologi digital dalam pembelajaran kewirausahaan dan pemasaran di tingkat sekolah menengah. Namun, pemahaman siswa mengenai penggunaan AI untuk mendukung aktivitas bisnis dan pemasaran masih terbatas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan keterampilan siswa SMA Negeri Rancakalong dalam memanfaatkan AI untuk pembelajaran marketing dan kewirausahaan. Metode yang digunakan adalah pelatihan berbasis experiential learning yang meliputi penyampaian materi, demonstrasi penggunaan AI, diskusi interaktif, serta praktik langsung pembuatan konten pemasaran dan pengembangan ide bisnis berbantuan AI. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 21 Mei 2025 dan diikuti oleh 40 siswa yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan sekolah. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner skala Likert lima poin yang mengukur persepsi peserta terhadap pelaksanaan pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata 92,5% peserta memberikan respons positif terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Tingkat persetujuan tertinggi terdapat pada indikator keberlanjutan program sebesar 97,5%, sedangkan 92,5% peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka dan mudah dipahami. Selain itu, peserta mampu menghasilkan ide bisnis, konten promosi, dan strategi pemasaran digital sederhana dengan memanfaatkan AI. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan wawasan peserta mengenai pemanfaatan AI dalam aktivitas marketing dan kewirausahaan. Oleh karena itu, program serupa perlu dikembangkan secara berkelanjutan melalui pendampingan lanjutan agar kompetensi kewirausahaan digital siswa dapat terus meningkat.

Kata Kunci: AI Literacy, Entrepreneurship Education, ChatGPT, Kewirausahaan, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin bergesernya lingkungan pendidikan ke arah integrasi digital, penerapan kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI) di dalam kelas menjadi penting untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan yang inovatif dan proaktif di kalangan siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Pemanfaatan teknologi AI memungkinkan personalisasi pengalaman belajar sekaligus menyediakan simulasi bisnis yang realistis bagi siswa untuk menguji ide-ide inovatif mereka secara mendalam (Setyowati et al., 2025). Selain itu, otomatisasi berbasis AI dapat memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih strategis melalui analisis data yang kompleks sehingga siswa mampu mengidentifikasi peluang pasar dengan akurasi yang lebih tinggi (Sahulata & Lontaan, 2025). Integrasi teknologi ini tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga berperan sebagai katalisator kreativitas yang membekali siswa dengan kompetensi kewirausahaan berbasis AI untuk beradaptasi dengan lanskap ekonomi modern (Bayhaqi et al., 2026). Implementasi teknologi AI pada jenjang menengah juga menjadi langkah strategis dalam membangun fondasi ekonomi digital

yang tangguh karena adaptasi AI sejak dini dapat menumbuhkan orientasi kewirausahaan yang lebih inovatif dan adaptif di masa depan (Hidayah & Sulisworo, 2024).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa AI dapat dimanfaatkan sebagai alat pedagogis untuk mendukung simulasi analisis pasar, perbandingan kompetitif, hingga pengembangan model bisnis secara iteratif sehingga mampu mengubah konsep teoretis menjadi pengalaman belajar yang lebih aktif (Bell & Bell, 2023; Somià & Vecchiarini, 2024). Selain itu, teknologi AI memungkinkan pengujian konsep bisnis secara cepat dengan biaya yang relatif rendah sehingga dapat mengurangi hambatan dalam proses validasi ide usaha (Zhou et al., 2024). Meskipun demikian, pemanfaatan AI dalam pembelajaran kewirausahaan di tingkat sekolah menengah masih belum optimal, terutama pada sekolah yang belum memiliki pengalaman dan pendampingan yang memadai dalam penggunaan teknologi tersebut untuk mendukung aktivitas bisnis dan pemasaran.

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak sekolah yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan, diperoleh informasi bahwa siswa telah memiliki minat terhadap kegiatan kewirausahaan melalui berbagai program sekolah dan pengembangan produk kreatif sederhana. Namun, sebagian besar siswa masih mengandalkan pendekatan pemasaran konvensional serta belum memahami pemanfaatan teknologi digital secara optimal dalam proses pengembangan usaha. Selain itu, penggunaan Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung identifikasi peluang usaha, analisis pasar, pembuatan konten promosi, dan pengembangan strategi pemasaran masih relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kewirausahaan yang dimiliki siswa dengan kompetensi digital yang dibutuhkan untuk menghadapi perkembangan ekonomi berbasis teknologi sehingga diperlukan program pelatihan yang dapat menjembatani kebutuhan tersebut.

SMA Negeri Rancakalong merupakan sekolah menengah atas negeri yang berada di Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Sekolah ini memiliki program kepemimpinan dan pengenalan kewirausahaan yang mendorong siswa untuk mengembangkan ide usaha dari produk kreasi sendiri, seperti aksesoris handmade maupun produk lokal khas Sumedang. Namun demikian, siswa masih mengalami kesulitan dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif, memahami perilaku pasar, serta mengembangkan ide bisnis yang inovatif dan relevan dengan perkembangan era digital. Di sisi lain, pemanfaatan AI sebagai alat bantu dalam pembelajaran marketing dan kewirausahaan juga masih sangat terbatas sehingga siswa belum memiliki wawasan yang memadai mengenai peluang penggunaan teknologi tersebut dalam aktivitas bisnis.

Berdasarkan kondisi tersebut, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom bekerja sama dengan SMA Negeri Rancakalong melaksanakan pelatihan peningkatan wawasan dan keterampilan penggunaan AI untuk pembelajaran marketing dan kewirausahaan bagi siswa. Kegiatan ini dilaksanakan pada Rabu, 20 Mei 2026 di SMA Negeri Rancakalong, Sumedang. Kebaruan program ini dibandingkan kegiatan sejenis terletak pada integrasi AI generatif sebagai alat praktis yang dapat dimanfaatkan siswa pada seluruh tahapan pengembangan usaha, mulai dari eksplorasi ide bisnis, analisis pasar, penyusunan strategi pemasaran, hingga pembuatan konten promosi yang relevan dengan target konsumen. Dengan demikian, siswa tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai kewirausahaan, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung dalam memanfaatkan teknologi AI sebagai pendukung pengambilan keputusan bisnis.

Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi peningkatan literasi AI, kemampuan pemasaran digital, serta pola pikir kewirausahaan siswa yang lebih kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain memberikan manfaat bagi siswa, kegiatan ini juga berkontribusi dalam mendukung upaya sekolah untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi kewirausahaan digital yang selaras dengan kebutuhan transformasi ekonomi dan perkembangan industri berbasis teknologi.

Tinjauan Pustaka

Wacana akademis saat ini menggarisbawahi bagaimana kecerdasan buatan generatif mengubah pendidikan kewirausahaan dari pembelajaran pasif berbasis ceramah menjadi upaya kolaboratif yang dinamis (Yu et al., 2025). Dengan memanfaatkan alat yang mendukung penyempurnaan model bisnis secara instan, lingkungan pasar simulasi, dan brainstorming kreatif, siswa dapat berpartisipasi dalam proses pengujian berulang yang sangat mirip dengan aktivitas kewirausahaan di dunia nyata. Evolusi dalam pedagogi ini menjanjikan potensi besar bagi siswa sekolah menengah, karena penggunaan AI sebagai mitra interaktif membantu mereka menavigasi konsep-konsep kompleks sambil mengembangkan keterampilan penting seperti berpikir kritis, kreativitas, dan fleksibilitas strategis. Selain itu, ketika instruktur membingkai teknologi ini sebagai alat bantu untuk mengatasi hambatan yang terkelola, peserta didik lebih mampu membangun ketahanan dan disposisi proaktif yang diperlukan untuk menavigasi kompleksitas ekonomi global modern.

Dengan beralih dari metode pengajaran konvensional menuju model bimbingan yang dipersonalisasi dan terstruktur, pendidik dapat memberdayakan siswa untuk mengambil kepemilikan atas pembelajaran mereka sambil menavigasi kompleksitas fungsional dan etis kecerdasan buatan, yang pada akhirnya mengubah rasa ingin tahu menjadi kecerdasan bisnis praktis dan mempersiapkan mereka untuk sukses dalam lanskap ekonomi yang semakin terotomatisasi. Pendekatan berbasis pengalaman ini sejalan dengan temuan bahwa pelatihan yang mengintegrasikan praktik langsung dengan teknologi digital mampu meningkatkan literasi serta kreativitas siswa dalam merancang solusi bisnis yang aplikatif (Haris et al., 2025), (Rahmayoga, 2025).

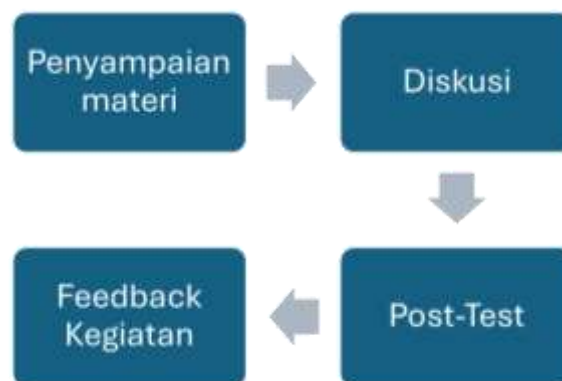
Dengan mengintegrasikan alat-alat analitis ini ke dalam kurikulum, siswa memperoleh kemampuan untuk mendasarkan keputusan bisnis mereka pada bukti empiris, secara efektif menjembatani kesenjangan antara konsep pemasaran abstrak dan aplikasi praktis sekaligus menghilangkan misteri proses evaluasi kelayakan pasar dan memperkuat disiplin penting yang diperlukan untuk memvalidasi ide-ide inovatif dalam lanskap kompetitif. Selanjutnya, kolaborasi strategis antara institusi pendidikan dan sektor industri menjadi krusial untuk memastikan bahwa kurikulum berbasis AI tetap relevan dengan dinamika kebutuhan pasar kerja yang terus berubah (Bayhaqi et al., 2026).

METODE PELAKSANAAN

Pelatihan ini dirancang menggunakan pendekatan eksperiensial yang melibatkan siswa dalam serangkaian sesi workshop, mulai dari pemahaman dasar ideasi bisnis hingga penerapan teknis alat bantu kecerdasan buatan dalam menyusun strategi pemasaran digital (Yusup et al., 2024). Program ini juga menekankan pengembangan kompetensi inti seperti literasi digital dan etika penggunaan teknologi, yang krusial bagi siswa dalam mengevaluasi akurasi serta bias informasi yang dihasilkan oleh sistem AI

(Ayala-Pazmiño, 2023; Chan, 2023). Pelaksanaan kegiatan ini mengadopsi metode pembelajaran berbasis praktik untuk menjamin peserta didik mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara langsung dengan memanfaatkan berbagai perangkat kecerdasan buatan (Sudriyanto et al., 2025). Metode ini memungkinkan peserta untuk mentransformasi ide bisnis mereka menjadi konten promosi yang lebih kreatif, komunikatif, dan selaras dengan kebutuhan pasar saat ini.

Pelatihan telah dilaksanakan pada tanggal 21 Mei 2025 di SMA Negeri Rancakalong yang melibatkan 40 siswa yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan sekolah. Pelatihan ini mencakup materi mengenai konsep dasar kewirausahaan digital dan teknik copywriting menggunakan bantuan AI. Gambar 1 menunjukkan flowchart kegiatan pelatihan pembelajaran AI untuk kewirausahaan dan pemasaran. Pelatihan tersebut mengintegrasikan metode experiential learning melalui tahapan pemberian materi, hingga praktik langsung pembuatan konten pemasaran, yang terbukti mampu meningkatkan kompetensi peserta dalam merancang strategi promosi produk secara signifikan (Fanani et al., 2025).



Gambar 1
Flowchart pelatihan

Materi pelatihan ini meliputi:

1. Mengenal AI di dunia marketing: definisi, contoh nyata, dan praktik pencarian ide pemasaran menggunakan AI
2. Copywriting dan konten dengan AI: prompt engineering, caption produk, dan praktik pembuatan caption di media sosial
3. Etika penggunaan AI
4. Generasi AI-Preneur: Mengubah Ide Menjadi Bisnis Nyata di Bangku SMA



Gambar 2 menunjukkan pelaksanaan pelatihan kepada siswa SMA Negeri Rancakalong.



Gambar 2 Penyampaian Materi

Untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian menggunakan instrumen kuesioner kepuasan peserta yang diberikan pada akhir pelatihan. Instrumen evaluasi menggunakan skala Likert lima poin yang terdiri atas Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Kuesioner diberikan kepada seluruh peserta pelatihan yang berjumlah 40 siswa untuk mengukur persepsi mereka terhadap kualitas dan manfaat kegiatan yang dilaksanakan.

Indikator yang diukur dalam evaluasi meliputi: (1) kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, (2) kesesuaian waktu pelaksanaan kegiatan, (3) kejelasan dan kemudahan pemahaman materi yang disampaikan, (4) kualitas pelayanan panitia selama kegiatan berlangsung, dan (5) kebermanfaatan kegiatan serta harapan peserta terhadap keberlanjutan program serupa di masa mendatang. Kelima indikator tersebut digunakan untuk menilai tingkat penerimaan dan kepuasan peserta terhadap program pelatihan AI untuk pembelajaran marketing dan kewirausahaan.

Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan menghitung frekuensi dan persentase jawaban pada setiap kategori penilaian. Efektivitas pelaksanaan kegiatan dievaluasi berdasarkan tingkat kepuasan peserta yang tercermin dari proporsi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada setiap

indikator. Semakin tinggi persentase jawaban positif yang diperoleh, maka semakin baik tingkat penerimaan dan keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembelajaran AI di SMA Negeri Rancakalong, khususnya mengenai pemasaran dan kewirausahaan, akan menghasilkan siswa yang lebih kompetitif, inovatif, dan siap menghadapi dunia kerja atau berwirausaha di era digital. Integrasi AI bukan hanya menambah pengetahuan teknis, tetapi juga mengubah cara siswa berpikir, berkreasi, dan memecahkan masalah bisnis. Program ini membekali siswa dengan keterampilan literasi AI, di mana mereka tidak hanya belajar teori, tetapi memahami cara menggunakan alat-alat AI seperti ChatGPT, Gemini, dan Dola untuk menyelesaikan tugas sehari-hari di dunia bisnis. Hasilnya terwujud dalam produk dan proyek nyata, mulai dari menyusun rencana bisnis yang lengkap, kampanye pemasaran digital yang dipersonalisasi mencakup konten iklan di media sosial, serta ide produk atau jasa baru yang telah divalidasi menggunakan data dari AI. Selain itu, siswa juga mengembangkan pola pikir wirausaha yang lebih matang dimana mereka belajar melihat AI sebagai mitra strategis, bukan sebagai pengganti manusia, sehingga mampu menggabungkan kreativitas manusia dengan efisiensi AI secara harmonis.



Gambar 3 Foto Bersama

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada peserta setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memberikan respons yang sangat positif terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada indikator kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, sebanyak 92,5% responden memberikan penilaian positif berupa jawaban Setuju dan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa materi mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk marketing dan kewirausahaan dinilai relevan dengan kebutuhan siswa dalam menghadapi perkembangan teknologi digital.

Tabel 1 Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Responden	Persentase (%) Positif (S + SS)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	0	0	3	16	21	40	92,5%
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	0	0	6	17	17	40	85%
3	Materi atau kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	0	0	3	13	24	40	92,5%
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	1	0	1	12	26	40	95%
5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	1	0	0	10	29	40	97,5%
Total Persentase (%)		1%	0%	6,5%	34%	58%	100%	92,5%

Dari hasil tabel 1, didapatkan temuan pada indikator kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, sebanyak 92,5% responden memberikan penilaian positif yang terdiri atas 40,0% responden menjawab Setuju dan 52,5% responden menjawab Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan telah sesuai dengan kebutuhan siswa dalam memahami pemanfaatan AI untuk mendukung aktivitas pemasaran dan kewirausahaan. Tingginya tingkat persetujuan pada indikator ini mengindikasikan bahwa topik yang diberikan relevan dengan tantangan yang dihadapi siswa dalam menghadapi perkembangan teknologi digital.

Pada indikator kesesuaian waktu pelaksanaan kegiatan, sebesar 85,0% responden memberikan respons positif, terdiri atas 42,5% responden menjawab Setuju dan 42,5% responden menjawab Sangat Setuju. Meskipun memperoleh persentase paling rendah dibandingkan indikator lainnya, hasil tersebut tetap menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa waktu pelaksanaan kegiatan sudah cukup sesuai dan tidak mengganggu aktivitas pembelajaran mereka.

Selanjutnya, pada indikator kejelasan dan kemudahan pemahaman materi, sebanyak 92,5% responden memberikan penilaian positif. Sebanyak 32,5% responden menyatakan Setuju dan 60,0% responden menyatakan Sangat Setuju bahwa materi yang disampaikan mudah dipahami. Hasil ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi penggunaan AI, diskusi interaktif, dan praktik langsung mampu membantu peserta memahami konsep serta penerapan AI dalam konteks pemasaran dan kewirausahaan secara lebih efektif.

Pada indikator pelayanan panitia selama kegiatan berlangsung, sebanyak 95,0% responden memberikan penilaian positif, dengan rincian 30,0% responden menjawab Setuju dan 65,0% responden menjawab Sangat Setuju. Tingginya tingkat kepuasan pada

indikator ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan telah didukung oleh koordinasi, fasilitasi, dan pendampingan yang baik sehingga peserta dapat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan nyaman.

Sementara itu, indikator keberlanjutan program memperoleh nilai tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Sebanyak 97,5% responden menyatakan Setuju dan Sangat Setuju bahwa kegiatan serupa perlu dilaksanakan kembali pada masa mendatang. Persentase tersebut terdiri atas 25,0% responden menjawab Setuju dan 72,5% responden menjawab Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa peserta merasakan manfaat yang nyata dari kegiatan yang dilaksanakan serta memiliki antusiasme yang tinggi terhadap pengembangan program pelatihan AI untuk mendukung pembelajaran marketing dan kewirausahaan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan AI untuk pembelajaran marketing dan kewirausahaan di SMA Negeri Rancakalong telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Tingginya tingkat kepuasan peserta pada seluruh indikator mengindikasikan bahwa kegiatan mampu memberikan tambahan wawasan dan pengalaman praktis mengenai pemanfaatan AI dalam pengembangan ide bisnis, penyusunan konten promosi, dan perancangan strategi pemasaran digital sederhana. Hasil ini juga menunjukkan bahwa integrasi teknologi AI dalam pembelajaran kewirausahaan memiliki potensi untuk mendukung peningkatan literasi digital dan kompetensi kewirausahaan siswa di tingkat sekolah menengah.

Di dalam pembelajaran pemasaran produk, siswa mendapatkan manfaat langsung dalam hal personalisasi dan penargetan dengan menganalisis target pelanggan secara mendalam untuk menciptakan iklan yang tepat sasaran. Mereka juga mempelajari automasi kampanye, seperti membuat konten otomatis dan copywriting yang sesuai dengan target pemasaran. Hasil akhirnya, siswa mampu menyusun strategi pemasaran yang jauh lebih efisien, murah, dan efektif jika dibandingkan dengan metode tradisional yang selama ini digunakan.

Pada pembelajaran kewirausahaan, AI menjadi katalis utama dalam proses penciptaan ide dan validasi, membantu siswa melakukan brainstorming ide bisnis, riset pasar secara cepat, serta menyusun konsep minimum viable product (MVP). Selain itu, perencanaan bisnis menjadi lebih mudah berkat kemampuan AI dalam membuat business model canvas dan menganalisis risiko secara otomatis. Dampak paling nyata dari manfaat ini adalah tumbuhnya keberanian siswa untuk memulai usaha kecil—baik itu jasa konten AI, e-commerce, maupun startup sederhana—karena berbagai hambatan teknis dan biaya kini terasa jauh lebih rendah.

Hasil dari pelatihan tentang pentingnya AI untuk menumbuhkan jiwa bisnis pada siswa SMA biasanya sangat positif dan transformatif, terutama jika disampaikan secara interaktif, inspiratif, dan diikuti dengan contoh praktis. Dalam hal peningkatan kesadaran dan pola pikir, siswa menjadi lebih paham bahwa AI bukan pengganti manusia, melainkan "mitra" yang mempercepat ide bisnis, mengurangi risiko, dan menurunkan biaya startup. Hal ini memunculkan entrepreneurial mindset yang lebih kuat, di mana siswa lebih berani berpikir inovatif, melihat peluang di era digital, dan tidak takut gagal karena AI membantu memvalidasi ide dengan cepat; sebuah proses yang didukung oleh temuan studi bahwa literasi AI meningkatkan entrepreneurial intention melalui peningkatan self-efficacy dan perceived feasibility (Duong, 2025).

Dari sisi hasil langsung yang terukur, pelatihan ini memicu motivasi dan antusiasme tinggi di kalangan siswa, yang terlihat dari ketertarikan mereka mencoba

perangkat AI untuk jasa konten, e-commerce, atau produk digital. Keterampilan praktis siswa juga meningkat pesat, mencakup kemampuan melakukan brainstorming ide bisnis, riset pasar cepat, hingga membuat rencana bisnis, dan materi pemasaran. Perubahan sikap ini tercermin dari studi workshop AI yang menunjukkan peningkatan signifikan pada persepsi manfaat dan pemahaman teknologi, yang berkorelasi langsung dengan niat menggunakan AI untuk bisnis (Mavlutova et al., 2026).

Pada jangka menengah dan panjang, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah siswa yang memulai bisnis, baik dalam bentuk proyek sekolah maupun startup kecil, sekaligus meningkatkan kesiapan karier mereka sebagai pelaku usaha digital, pembuat konten, atau analis bisnis. Sebagai bukti nyata, pelatihan serupa di Indonesia telah menghasilkan siswa yang langsung menerapkan perangkat AI untuk meningkatkan produktivitas dan kreativitas bisnis mereka (Yuliana et al., 2025). Secara global, pelatihan AI untuk siswa dan entrepreneur muda juga terbukti meningkatkan sikap kewirausahaan dan menghasilkan ide-ide inovatif yang lebih cepat diwujudkan (Diagarajan et al., 2026).

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelatihan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk pembelajaran marketing dan kewirausahaan di SMA Negeri Rancakalong telah terlaksana dengan baik dan memperoleh respons positif dari peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata 92,5% peserta memberikan penilaian positif terhadap pelaksanaan kegiatan, yang mencerminkan bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta serta mudah dipahami. Selain itu, peserta mampu mengaplikasikan penggunaan AI dalam kegiatan praktis seperti pengembangan ide bisnis, penyusunan konten promosi, dan perancangan strategi pemasaran digital sederhana. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan wawasan peserta mengenai pemanfaatan AI sebagai pendukung aktivitas marketing dan kewirausahaan serta mendorong tumbuhnya minat untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil kegiatan, program pengabdian selanjutnya disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan materi yang lebih mendalam, seperti pengembangan business model canvas berbantuan AI, analisis pasar digital, pembuatan konten multimedia, dan pemanfaatan AI untuk validasi ide bisnis. Selain itu, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan berupa proyek kewirausahaan berbasis AI agar peserta tidak hanya memahami konsep dan praktik dasar, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh dalam pengembangan usaha nyata di lingkungan sekolah maupun masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayala-Pazmiño, M. (2023). Artificial Intelligence in Education: Exploring the Potential Benefits and Risks. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(3), 892–899. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1827>
- Bayhaqi, I., Nuraida, I., Rukoyah, S. Y., & Rahmawati, S. (2026). The AI-Preneur: Konvergensi Kecerdasan Buatan Dalam Metodologi Pengajaran Kewirausahaan. *Didaktik Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 12(1), 20–32. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i01.11323>

- Bell, R., & Bell, H. (2023). Entrepreneurship education in the era of generative artificial intelligence. *Entrepreneurship Education*, 6(3), 229–244. <https://doi.org/10.1007/s41959-023-00099-x>
- Chan, C. K. Y. (2023). A comprehensive AI policy education framework for university teaching and learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00408-3>
- Diagarajan, M. S., Vaithilingam, C. A., & Thangiah, M. (2026). *Make a Difference Enterprise (MADE): Catalyzing AI-Driven Design Thinking in Student Learning* (pp. 9–24). <https://doi.org/10.1201/9781003633433-2>
- Duong, C. D. (2025). AI literacy and higher education students' digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model of AI self-efficacy and digital entrepreneurial self-efficacy. *Industry and Higher Education*, 40(2), 242–255. <https://doi.org/10.1177/09504222251370089>
- Fanani, G. P. I., Rifaldi, D., & Trisanti, N. (2025). Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI dan Canva bagi Siswa SMK di Klaten untuk Meningkatkan Kompetensi Promosi Produk. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (PEMAS)*, 2(2), 101–109. <https://doi.org/10.63866/pemas.v2i2.97>
- Haris, A., Usman, M., Mario, M., Amirullah, A., Fajar, A., & Armita, D. (2025). Pelatihan Peningkatan Pembelajaran melalui AI bagi Pelajar SMA Negeri 1 Pinrang. *KREATIF Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(2), 198–212. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v5i2.6289>
- Hidayah, N., & Sulisworo, D. (2024). Transformasi pendidikan kewirausahaan melalui teknologi. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi, Kearifan Lokal dan Pendidikan Transformatif*, 2(1), 200–204. <https://doi.org/10.12928/sntekad.v2i1.19045>
- Mavljutova, I., Vilunas, E., Valeinis, J., & Lešinskis, K. (2026). AI-Embedded Digital Tools in Business Education and Entrepreneurial Intention: Gender-Based Structural Modeling. In *Preprints.org*. <https://doi.org/10.20944/preprints202602.1884.v1>
- Rahmayoga, R. R. (2025). Pelatihan Kewirausahaan dan Pengenalan Digital Marketing pada Siswa SMK dalam Mendukung Perkembangan UMKM di Era Pemasaran Digital di SMK Ma'arif 2 Gombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(5), 2453–2459. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i5.2751>
- Sahulata, R. A., & Lontaan, R. J. (2025). Mendekatkan Teknologi AI Pada Peserta Didik di Tingkat SLTA Untuk Melihat Tantangan dan Peluang Dunia Kerja. *Servitium Smart Journal*, 4(1), 197–205. <https://doi.org/10.31154/servitium.v4i1.39>
- Setyowati, E. M., Rahmawati, R., Nashrullah, A. H., Haqi, S., Wardana, L. W., & Narmaditya, B. S. (2025). Penggunaan Teknologi Artificial Intelligence (AI) Terhadap Pendidikan Bisnis (Sytematic Literature Review Analysis). *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 4(2), 308–329. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v4i2.2285>
- Somià, T., & Vecchiarini, M. (2024). Navigating the new frontier: the impact of artificial intelligence on students' entrepreneurial competencies. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 30(11), 236–260. <https://doi.org/10.1108/ijebr-08-2023-0788>
- Sudriyanto, S., Malik, K., & Jamal, J. (2025). Empowering Gen-Z: Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI untuk Siswa SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.24929/abhakte.v3i2.4140>
- Yu, G., Ramayah, T., & Lin, Z. (2025). Toward understanding the role of generative AI in entrepreneurship education: A systematic review. *Computers and Education*

- Artificial Intelligence*, 9, 100470–100470.
<https://doi.org/10.1016/j.caeai.2025.100470>
- Yuliana, L., S, R. R. P. M., & Edinov, S. (2025). Easy and Fast Way to Create Student Entrepreneurship Development Program Proposals for Students at Universitas Nahdlatul Ulama, West Sumatra, Padang, Using Artificial Intelligence. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Biologi, Edukasi Dan Kesehatan*, 2(1), 89–94.
<https://doi.org/10.56778/jabdimasbioeduk.v2i1.551>
- Yusup, A. K., Josephine, C., Limanto, K. A., Dewi, T. D. K., & Putri, K. (2024). Membangun Entrepreneur Muda di Kalangan Siswa Melalui Pelatihan Ideasi dan Pitching. *SHARE SHaring - Action - REflection*, 10(2), 61–69.
<https://doi.org/10.9744/share.10.2.61-69>
- Zhou, X., Zhang, J., & Chan, C. (2024). Unveiling Students' Experiences and Perceptions of Artificial Intelligence Usage in Higher Education. *Journal of University Teaching and Learning Practice*, 21(6). <https://doi.org/10.53761/xzjprb23>