



MENINGKATKAN PERAN GENERASI MUDA DALAM MEMBANGUN PEREKONOMIAN MASYARAKAT

Bahri Majid

Universitas Megarezky

Email: bahrimajid11@gmail.com

Abstrak

Peranan generasi muda dalam membangun perekonomian Masyarakat sangat penting khususnya bagi siswa-siswi SMAS Batara Gowa. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang kami lakukan terfokus pada generasi muda atau Generasi Z merujuk pada mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 dan saat ini masih duduk di bangku sekolah SMA kelas X dan XI yakni siswa-siswi SMAS Batara Gowa. Mereka adalah kelompok yang tumbuh di tengah-tengah kemajuan Ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat. Tujuan pelaksanaan PKM ini adalah siswa-siswi SMAS Batara Gowa yang diharapkan dapat berkontribusi dalam pembangunan perekonomian masyarakat, memperluas kesempatan karier, mengembangkan kreativitas dan inovasi, meningkatkan kesadaran branding dan pemasaran.

Kata kunci: Peran Pemuda, Membangun, Ekonomi

Abstract

The role of the younger generation in building the community's economy is very important, especially for Batara Gowa SMAS students. Our Community Service implementation focuses on the younger generation or Generation Z referring to those who were born between 1995 and 2010 and are currently still in high school grades X and XI, namely SMAS Batara Gowa students. They are a group that has grown in the midst of very rapid scientific and technological advances. The aim of implementing this PKM is that Batara Gowa SMAS students are expected to be able to contribute to community economic development, expand career opportunities, develop creativity and innovation, increase branding and marketing awareness.

Keywords: *The Role of Youth, Building, Economy*

PENDAHULUAN

Generasi muda merujuk kepada kelompok usia yang relatif muda, biasanya antara akhir remaja hingga usia 30-an. Karakteristik dan ciri khas generasi muda dapat bervariasi tergantung pada konteks sosial, budaya, dan ekonomi di suatu negara atau wilayah. Namun, ada beberapa tren dan pola umum yang dapat ditemukan pada generasi muda di berbagai belahan dunia.(Irianto & Febrianti, 2017)

Namun, pada kesempatan ini, pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang kami lakukan terfokus pada generasi muda atau Generasi Z merujuk pada mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 dan saat ini masih duduk di bangku sekolah SMA kelas X dan XI. Mereka adalah kelompok yang tumbuh di tengah-tengah kemajuan Ekonomi global yang sangat pesat. Generasi Z memiliki ciri khas yang membedakannya dari generasi sebelumnya, seperti: 1)Teknologi yang melekat: Generasi Z tumbuh dengan teknologi maju yang meliputi perangkat mobile, internet, media social sebagai alat untuk

membangun ekonomi baik diperkotaan maupun dipedesaan, dan mereka memiliki pemahaman dan keterampilan teknologi yang kuat. 2) Multitasking: Generasi Z cenderung melakukan banyak hal secara bersamaan, seperti mengakses media sosial, dan belajar online untuk pengetahuan rangka pengembangan ekonomi masyarakat. Mereka memiliki kemampuan multitasking yang baik. 3) Keterbukaan terhadap keberagaman: Generasi Z umumnya memiliki sikap yang lebih terbuka terhadap keberagaman, baik dalam hal budaya, agama, atau identitas gender. 4) Kemandirian: Generasi Z cenderung memiliki dorongan untuk menjadi mandiri dan memiliki pengaruh yang kuat dalam membuat keputusan, termasuk dalam hal pendidikan, karier, dan gaya hidup. 5) Keinginan akan makna dan tujuan: Generasi Z sering mencari makna dan tujuan dalam hidup mereka. Mereka cenderung tertarik pada pekerjaan yang memberikan dampak positif dan memberikan nilai-nilai yang sejalan dengan kepercayaan mereka.

Memperluas Kesempatan Karier: Pemahaman pembangunan ekonomi kerakyatan memberikan Generasi Z keunggulan kompetitif di pasar kerja yang semakin kompetitif. Mereka dapat menggunakan keterampilan digital marketing untuk membangun ekonomi masyarakat profil profesional mereka, meningkatkan visibilitas mereka di dunia bisnis, dan menarik perhatian perusahaan atau klien potensial. Generasi Z juga dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk mencari peluang kerja dan menjalin hubungan dengan profesional di bidang yang diminati.

Mengembangkan Kreativitas dan Inovasi: membangun ekonomi kerakyatan memberikan platform yang luas bagi Generasi Z untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi mereka. Mereka dapat menciptakan lapangan kerja yang menarik, mengelola kampanye pemasaran barang, dan berinteraksi dengan audiens secara langsung. Pemahaman tentang pembangunan ekonomi kerakyatan (masyarakat memungkinkan Generasi Z untuk mengeksplorasi ide-ide baru, menguji strategi pemasaran yang berbeda, dan belajar dari hasilnya.



Meningkatkan Kesadaran bagi generasi muda tentang ekonomi rakyat: Generasi Z adalah tulang punggung pembangunan ekonomi Negara dan sadar akan sadar betapa pentingnya pengembangan ekonomi demi untuk kesejahteraan masyarakat. Mereka memiliki kecenderungan untuk mencari informasi, membaca ulasan, dan melakukan riset sebelum

membuat keputusan. Pemahaman pembangunan ekonomi kerakyatan (masyarakat) memungkinkan Generasi Z untuk memahami strategi pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan ekonomi kerakyatan dan membantu mereka membuat keputusan yang lebih informasional dan cerdas saat berbelanja. Mereka juga dapat menggunakan keterampilan digital marketing untuk membangun merek pribadi mereka sendiri atau berkontribusi pada strategi pemasaran merek yang ada.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: Transfer ilmu : Kegiatan PKM ini dilaksanakan selama satu hari berbentuk pelatihan/workshop. Untuk memberikan pemahaman kepada siswa-siswi SMAS Batara Gowa tentang prospek pembangunan ekonomi dalam masyarakat dimasa yang akan datang, yang bisa menjadi peluang besar untuk menjadi wirausahawan yang handal Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian sebagai salah satu program Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan tema kegiatan “ Peranan generasi muda dalam masyarakat” Menjadi salah satu kegiatan dimana dosen dapat mengaktualisasikan kompetensi terkhusus dosen Sarjana Kewirausahaan Univeristas Megarezky. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang kami lakukan terfokus pada siswa/siswi SMAS Barata Gowa yang merupakan generasi muda atau Generasi Z merujuk pada mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 dan saat ini dan masih duduk di bangku sekolah SMA kelas X dan XI. Mereka adalah kelompok yang tumbuh di tengah-tengah masyarakat yang merupakan ujung tombak kemajuan perekonomian dimasa yang akan datang. (Latiep & Putri, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil yang dicapai merujuk pada tahapan pelaksanaan yang meliputi 3 tahapan yakni: 1) Tahap Perencanaan. 2) Tahap Pelaksanaan. 3) Tahap Evaluasi.

Berdasarkan tahapan tersebut hasil yang dicapai adalah sebagai berikut.

1. Perencanaan Pada tahap perencanaan panitia pelaksana melakukan startegi pelaksanaan kegiatan dengan cara berkoordinasi dengan pihak SMAS Barat Gowa sebagai lokasi tempat pelaksanaan PKM dan memastikan kesiapan pemateri dalam memberikan materi sesuai dengan hasil keputusan rapat panitia.
2. Pelaksanaan Tahapan kedua adalah pelaksanaan. Sesi sosialisasi dilaksanakan selama 1 hari dengan memberikan materi yang lagi trend dan sesuai dengan jaman anak generasi z yang sangat bermanfaat dalam berwirausaha.
3. Evaluasi Akhir kegiatan atau tahap evaluasi dengan jalan tanya jawab/diskusi terhadap materi yang telah disampaikan.

Pembahasan



Kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi siswa/siswi SMAS Barata Gowa untuk memahami materi yang disajikan tentang peranan generasi muda dalam pembangunan ekonomi masyarakat, yang sangat menarik bagi generasi muda jika ingin berwirausaha dengan modal kecil bahkan tanpa modal. Dengan peranan generasi muda dalam membangun ekonomi masyarakat, secara tidak langsung mereka dilatih untuk menjadi wirausahawan yang sukses.

KESIMPULAN

Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya untuk memberikan pemahaman tentang peranan generasi muda dalam pembangunan ekonomi masyarakat yang sangat penting bagi siswa/siswi SMAS Barata Gowa yang keseluruhannya adalah generasi Z yang merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang di era diera pasar bebas.

Walaupun demikian perlu program-program lebih lanjut dilakukan untuk tetap berkoordinasi dengan para siswa/siswi SMAS Barata Gowa .

DAFTAR PUSTAKA

Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan.

Latiep, Ifah Finatry, & Putri, A. Reski Fausia. (2023). *Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk.* 1(2), 1–6.

MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 26–30.

Dopades, M., & Adi, A. E. (2022). Video 360 Sebagai Media Promosi Produk Mitra UMKM Kabupaten Bandung. *Charity*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.25124/charity.v5i1.3456>

Irianto, Putri Oviolanda, & Febrianti, Lifia Yola. (2017). Pentingnya Penguasaan Literasi Bagi Generasi Muda Dalam Menghadapi Mea. *Conference Proceedings Center for International Language Development of Unissula*, 640–647. Retrieved from <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ELIC/article/view/1282>