

MENUMBUHKAN JIWA ENTREPRENEUR YANG BERETIKA: SOSIALISASI HUKUM BISNIS UNTUK GENERASI Z DI LINGKUNGAN SMA DI KOTA GORONTALO

Jufri Samadi¹, Novita Rolinsa Madina², Ratih Arifin³
Universitas Bina Taruna Gorontalo
samadijufri.mkn@gmail.com¹, novitamadina6@gmail.com²

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan mengembangkan model sosialisasi hukum bisnis yang efektif dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z guna menumbuhkan jiwa entrepreneur beretika di lingkungan SMA Kota Gorontalo. Metode pelaksanaan meliputi tiga tahap, yakni persiapan (survei awal, penyusunan materi interaktif), pelaksanaan workshop dua hari (dengan pendekatan partisipatif berbasis teknologi), dan evaluasi (post-test dan pembentukan komunitas tindak lanjut). Hasil pre-test menunjukkan rendahnya pemahaman siswa terhadap aspek hukum bisnis dasar seperti perizinan, perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, dan etika bisnis. Namun setelah kegiatan, pemahaman siswa meningkat signifikan. Lebih dari 85% peserta menyatakan metode penyampaian menarik dan relevan. Model yang digunakan terbukti mampu menggugah minat siswa terhadap dunia usaha yang legal dan etis. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan edukasi hukum yang kontekstual, interaktif, dan berbasis teknologi efektif dalam membentuk generasi muda yang sadar hukum dan memiliki integritas sebagai calon pelaku usaha di masa depan.

Kata Kunci: **Hukum Bisnis; Generasi Z; Entrepreneur Muda; Etika Bisnis;**

ABSTRACT

This service aims to develop an effective business law socialization model that is tailored to the characteristics of Generation Z in order to foster an ethical entrepreneurial spirit in high schools in Gorontalo City. The implementation method consists of three stages, namely preparation (initial survey, development of interactive materials), a two-day workshop (using a technology-based participatory approach), and evaluation (post-test and formation of a follow-up community). Pre-test results indicated low student understanding of basic business law aspects such as licensing, consumer protection, intellectual property rights, and business ethics. However, after the activity, student understanding improved significantly. Over 85% of participants stated that the delivery method was engaging and relevant. The model used proved effective in sparking students' interest in the legal and ethical business world. This activity demonstrates that a contextual, interactive, and technology-based legal education approach is effective in shaping a legally aware and integrity-driven younger generation as future business leaders.

Keywords: *Business Law; Generation Z; Young Entrepreneurs; Business Ethics;*

PENDAHULUAN

Era digital dan ekonomi kreatif saat ini telah membuka peluang besar bagi generasi muda untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan sejak usia dini (Kasali, 2017). Generasi Z, khususnya siswa Sekolah Menengah Atas (SMA), memiliki karakteristik yang sangat adaptif terhadap teknologi dan inovasi, sehingga berpotensi

besar menjadi entrepreneur masa depan (Seemiller & Grace, 2019). Di Kota Gorontalo, semangat kewirausahaan di kalangan remaja mulai menunjukkan tren positif, terlihat dari berbagai aktivitas bisnis kecil-kecilan yang mereka jalankan melalui media sosial dan platform digital (BPS Kota Gorontalo, 2023). Namun, antusiasme ini perlu diimbangi dengan pemahaman yang memadai tentang aspek hukum dalam berbisnis agar dapat menciptakan wirausaha muda yang tidak hanya inovatif tetapi juga beretika dan taat hukum (Zimmerer et al., 2020).

Minimnya pengetahuan hukum bisnis di kalangan siswa SMA menjadi tantangan serius yang perlu segera diatasi (Ibrahim, 2019). Berdasarkan penelitian Wijayanti (2021), banyak siswa yang memulai usaha kecil tanpa memahami aspek-aspek hukum dasar seperti perizinan, perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, dan etika bisnis. Kondisi ini berpotensi menimbulkan berbagai masalah di kemudian hari, mulai dari sengketa bisnis, pelanggaran regulasi, hingga praktik bisnis yang tidak etis (Fuad & Bowen, 2018). Padahal, pemahaman hukum bisnis sejak dini akan menjadi fondasi kuat bagi terbentuknya entrepreneur yang tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan aspek legalitas, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial (Porter & Kramer, 2019).

Kota Gorontalo sebagai salah satu pusat pendidikan dan ekonomi di wilayah Sulawesi Utara memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekosistem kewirausahaan yang sehat dan berkelanjutan (Pemkot Gorontalo, 2022). Dengan jumlah SMA yang cukup banyak dan dukungan pemerintah daerah terhadap program pengembangan ekonomi kreatif, diperlukan upaya sistematis untuk memberikan edukasi hukum bisnis kepada generasi muda (Dinas Pendidikan Kota Gorontalo, 2023). Hal ini sejalan dengan visi pembangunan nasional yang mengutamakan pembentukan sumber daya manusia unggul dan berintegritas (Kementerian PPN/Bappenas, 2020). Melalui sosialisasi hukum bisnis yang tepat sasaran, diharapkan dapat tercipta generasi entrepreneur yang tidak hanya mampu bersaing di era global tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan kepatuhan hukum (Shane & Venkataraman, 2018).

Program pengabdian masyarakat ini menjadi sangat strategis dalam menjawab kebutuhan tersebut (Dharma, 2019). Dengan melibatkan akademisi, praktisi hukum, dan pelaku usaha, program ini akan memberikan pemahaman komprehensif tentang dasar-dasar hukum bisnis yang aplikatif bagi siswa SMA di Kota Gorontalo (Sulistiyowati et al., 2021). Melalui pendekatan yang interaktif dan sesuai dengan karakteristik generasi Z, diharapkan program ini dapat menumbuhkan kesadaran hukum sekaligus memotivasi siswa untuk menjadi entrepreneur muda yang beretika, inovatif, dan berkelanjutan (Twenge, 2017). Investasi edukasi hukum bisnis pada generasi muda ini akan memberikan dampak jangka panjang bagi pembangunan ekonomi daerah yang berbasis pada prinsip-prinsip good governance dan sustainable development (Sachs, 2015).

METODE PELAKSANAAN

Tahap I: Persiapan dan Koordinasi

Tahap persiapan dimulai dengan koordinasi intensif antara tim pengabdian masyarakat dengan pihak sekolah SMA di Kota Gorontalo untuk menentukan jadwal, target peserta, dan kebutuhan teknis pelaksanaan kegiatan. Tim akan melakukan survei awal untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman siswa tentang hukum bisnis melalui pre-test dan wawancara singkat dengan guru ekonomi serta siswa yang telah memiliki usaha kecil-kecilan. Selanjutnya, tim menyiapkan materi sosialisasi yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z, termasuk penyusunan modul interaktif, presentasi multimedia, video edukasi, dan studi kasus bisnis lokal yang relevan dengan konteks Kota Gorontalo. Tahap ini juga mencakup persiapan instrumen evaluasi, pembentukan tim narasumber yang terdiri dari akademisi hukum bisnis, praktisi pengacara, dan pengusaha sukses, serta koordinasi dengan media lokal untuk dokumentasi kegiatan (Sulistyowati et al., 2021).

Tahap II: Pelaksanaan Sosialisasi dan Workshop

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan dalam format workshop interaktif selama dua hari dengan metode pembelajaran yang variatif dan engaging bagi siswa SMA. Hari pertama fokus pada pemaparan dasar-dasar hukum bisnis meliputi aspek perizinan usaha, perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, dan etika bisnis yang disampaikan melalui presentasi multimedia, diskusi kelompok, dan analisis kasus-kasus nyata dari pengalaman pelaku usaha lokal. Hari kedua diisi dengan workshop praktis berupa simulasi pendirian usaha, role play penyelesaian sengketa bisnis, dan sesi tanya jawab langsung dengan narasumber praktisi hukum dan entrepreneur sukses. Metode pembelajaran menggunakan pendekatan participatory learning dengan memanfaatkan teknologi digital seperti aplikasi polling interaktif, breakout session virtual, dan gamifikasi materi untuk meningkatkan engagement siswa sesuai dengan karakteristik digital native Generasi Z (Twenge, 2017; Seemiller & Grace, 2019).

Tahap III: Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap evaluasi dilaksanakan melalui post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa tentang hukum bisnis, serta pengisian kuesioner kepuasan dan feedback terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Tim akan menganalisis data pre-test dan post-test untuk menilai efektivitas program, sementara feedback dari peserta dan guru pendamping digunakan sebagai bahan evaluasi perbaikan program ke depan. Sebagai tindak lanjut, tim akan membentuk komunitas "Young Entrepreneur Club" di masing-masing sekolah yang difasilitasi dengan grup media sosial untuk konsultasi berkelanjutan tentang hukum bisnis dan mentoring pengembangan ide bisnis siswa. Program juga akan menghasilkan video dokumenter kegiatan dan modul digital yang dapat diakses secara online sebagai sumber belajar mandiri, serta rencana program lanjutan berupa kompetisi business plan yang menerapkan prinsip-prinsip hukum bisnis dan etika entrepreneurship (Dharma, 2019; Porter & Kramer, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Pemahaman Siswa SMA Di Kota Gorontalo Terhadap Aspek-Aspek Hukum Bisnis Dasar Yang Diperlukan Untuk Menjalankan Usaha Yang Beretika Dan Berkelanjutan

Hasil pre-test yang dilakukan terhadap 120 siswa SMA di Kota Gorontalo menunjukkan tingkat pemahaman yang masih rendah terhadap aspek-aspek hukum bisnis dasar dengan rata-rata skor 45,3 dari skala 100. Dari total responden, hanya 23% siswa yang memiliki pemahaman baik tentang perizinan usaha, 18% memahami konsep perlindungan konsumen, dan 15% mengetahui dasar-dasar hak kekayaan intelektual. Data ini sejalan dengan temuan Wijayanti (2021) yang menyatakan bahwa minimnya kurikulum hukum bisnis di tingkat sekolah menengah menjadi faktor utama rendahnya literasi hukum di kalangan remaja. Kondisi ini mengkhawatirkan mengingat sebanyak 67% siswa menyatakan memiliki minat untuk berwirausaha setelah lulus, namun tidak memiliki bekal pengetahuan hukum yang memadai untuk menjalankan usaha secara legal dan etis (Ibrahim, 2019).

Analisis mendalam terhadap pemahaman siswa tentang etika bisnis menunjukkan hasil yang lebih memprihatinkan, dimana hanya 12% siswa yang mampu mengidentifikasi praktik bisnis tidak etis seperti monopoli, kartel, atau persaingan curang. Mayoritas siswa (78%) masih memiliki persepsi bahwa keuntungan adalah satu-satunya tujuan berbisnis tanpa mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini bertentangan dengan konsep sustainable entrepreneurship yang dikemukakan oleh Porter & Kramer (2019) tentang pentingnya creating shared value dalam praktik bisnis modern. Temuan ini juga mengkonfirmasi penelitian Fuad & Bowen (2018) yang menunjukkan bahwa generasi muda cenderung mengabaikan aspek etika dalam berbisnis karena minimnya pendidikan nilai-nilai bisnis yang berkelanjutan sejak dini.

Dalam aspek pemahaman tentang perlindungan konsumen, hasil survei mengungkapkan bahwa 85% siswa tidak mengetahui hak-hak dasar konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan layanan yang berkualitas. Sebagian besar siswa (73%) bahkan tidak menyadari pentingnya transparansi informasi produk, garansi, dan mekanisme penyelesaian keluhan konsumen dalam menjalankan usaha. Kondisi ini sangat ironis mengingat siswa sebagai Generasi Z adalah konsumen aktif dalam era digital yang seharusnya lebih sadar akan hak-haknya (Seemiller & Grace, 2019). Minimnya pemahaman ini dapat berdampak pada praktik bisnis yang merugikan konsumen ketika mereka menjadi pelaku usaha di masa depan, sebagaimana dikhawatirkan oleh Zimmerer et al. (2020) dalam studinya tentang pentingnya edukasi konsumen dalam ekosistem kewirausahaan.

Aspek hak kekayaan intelektual (HKI) menunjukkan tingkat pemahaman yang paling rendah dengan hanya 8% siswa yang memahami konsep paten, merek dagang, dan hak cipta dalam konteks bisnis. Padahal, di era ekonomi kreatif saat ini,

perlindungan HKI menjadi sangat krusial bagi keberlanjutan usaha kreatif yang banyak diminati generasi muda (Kasali, 2017). Mayoritas siswa (92%) tidak mengetahui bahwa pelanggaran HKI dapat berakibat pada sanksi hukum yang berat, termasuk denda hingga penjara. Ketidapahaman ini berpotensi menimbulkan masalah serius di kemudian hari, terutama dalam bisnis berbasis teknologi dan konten digital yang menjadi tren kewirausahaan Generasi Z. Sebagaimana ditekankan oleh Shane & Venkataraman (2018), pemahaman tentang perlindungan aset intelektual merupakan fondasi penting bagi inovasi dan daya saing usaha di era digital.

Hasil wawancara mendalam dengan 20 siswa yang sudah memiliki usaha kecil-kecilan mengungkapkan praktik bisnis yang mengkhawatirkan, dimana 75% dari mereka mengoperasikan usahanya tanpa izin resmi dan 85% tidak memiliki catatan keuangan yang proper. Kebanyakan siswa entrepreneur ini mengandalkan platform media sosial untuk berjualan tanpa memahami regulasi e-commerce dan kewajiban perpajakan. Fenomena ini mencerminkan gap yang signifikan antara semangat kewirausahaan dengan pemahaman aspek legal, sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian Sulistyowati et al. (2021) tentang tantangan edukasi hukum bisnis bagi generasi digital. Kondisi ini juga menunjukkan urgensi program sosialisasi yang komprehensif untuk membekali siswa dengan pengetahuan hukum bisnis sebelum mereka terjun ke dunia usaha secara serius.

Temuan-temuan di atas mengkonfirmasi hipotesis awal bahwa tingkat pemahaman siswa SMA di Kota Gorontalo terhadap aspek hukum bisnis masih sangat rendah dan belum memadai untuk menjalankan usaha yang beretika dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan kondisi nasional yang dilaporkan oleh Dharma (2019) tentang perlunya intervensi edukasi yang sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan literasi hukum bisnis di kalangan generasi muda. Rendahnya pemahaman ini tidak hanya mengancam keberlanjutan usaha yang akan mereka jalankan, tetapi juga berpotensi menciptakan ekosistem bisnis yang tidak sehat di tingkat lokal. Oleh karena itu, program sosialisasi hukum bisnis menjadi sangat strategis untuk memutus siklus ketidapahaman ini dan membangun fondasi kewirausahaan yang berintegritas di Kota Gorontalo, sesuai dengan visi pembangunan berkelanjutan yang diamanatkan dalam SDGs (Sachs, 2015).

Pengembangkan Model Sosialisasi Hukum Bisnis Yang Efektif Dan Sesuai Dengan Karakteristik Generasi Z Untuk Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Beretika Di Lingkungan SMA Kota Gorontalo

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z—yakni generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012—mampu meningkatkan minat serta pemahaman siswa SMA terhadap prinsip-prinsip dasar hukum bisnis. Generasi ini memiliki ciri khas sebagai digital native, sangat responsif terhadap visual, interaktif, dan pendekatan berbasis teknologi (Turner, 2015). Dalam kegiatan ini, penggunaan media interaktif seperti video

animasi, kuis berbasis aplikasi, dan studi kasus berbasis simulasi bisnis memberikan hasil positif terhadap keterlibatan peserta.

Lebih lanjut, materi hukum bisnis yang diberikan secara kontekstual, misalnya melalui simulasi pembuatan usaha kecil dan pengenalan kontrak sederhana, terbukti lebih mudah dipahami oleh siswa. Mereka menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap topik-topik seperti perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, serta kewajiban perpajakan pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa pendidikan hukum yang kontekstual dan aplikatif lebih efektif dalam membentuk kesadaran hukum pada usia dini (Soetandyo Wignjosoebroto, 2002).

Model sosialisasi yang dikembangkan juga mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis melalui diskusi kasus-kasus pelanggaran etika yang viral di media sosial. Diskusi ini menjadi cara efektif untuk menggugah kesadaran moral peserta tentang pentingnya membangun bisnis yang tidak hanya legal, tetapi juga etis. Seperti yang diungkapkan oleh Velasquez et al. (2015), etika bisnis bukan hanya soal kepatuhan hukum, tetapi menyangkut integritas dan tanggung jawab sosial pelaku usaha terhadap masyarakat.

Hasil kuesioner evaluasi yang dibagikan kepada peserta menunjukkan bahwa lebih dari 85% siswa merasa model penyampaian yang digunakan menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan kondisi kekinian. Mereka juga mengakui bahwa kegiatan ini menambah wawasan tentang pentingnya menjalankan usaha secara legal dan beretika. Temuan ini memperkuat argumen bahwa keberhasilan sosialisasi hukum sangat tergantung pada metode komunikasi yang menyesuaikan dengan gaya belajar dan kebutuhan generasi sasaran (Prensky, 2001).



Adapun tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan ini antara lain adalah perbedaan tingkat literasi hukum antar sekolah dan keterbatasan waktu pelaksanaan. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pengabdian memberikan modul digital yang dapat diakses mandiri oleh siswa, serta menyediakan pelatihan lanjutan bagi guru

pendamping. Pendekatan ini selaras dengan prinsip *blended learning* dalam penguatan pendidikan karakter dan keterampilan abad 21 (Redecker, 2017).

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan gambaran bahwa pengembangan model sosialisasi hukum bisnis yang inovatif, partisipatif, dan berbasis teknologi dapat menjadi sarana strategis dalam menanamkan jiwa kewirausahaan yang beretika sejak dini. Pendidikan hukum yang menyentuh aspek moral, sosial, dan praktis akan menjadi bekal penting bagi generasi muda dalam membangun ekosistem bisnis yang berdaya saing dan berintegritas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan model sosialisasi hukum bisnis yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa SMA di Kota Gorontalo terhadap aspek-aspek penting hukum bisnis, seperti perizinan usaha, perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, dan etika bisnis. Dengan pendekatan interaktif, kontekstual, dan berbasis teknologi, kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran hukum dan memotivasi generasi muda untuk menjadi entrepreneur yang tidak hanya inovatif, tetapi juga beretika dan patuh hukum. Model ini sekaligus menjawab tantangan rendahnya literasi hukum bisnis di kalangan pelajar dan menjadi langkah strategis dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang sehat, berkelanjutan, dan berintegritas di tingkat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kota Gorontalo. (2023). *Statistik Ekonomi Kreatif Kota Gorontalo*. Badan Pusat Statistik Kota Gorontalo.
- Dharma, S. (2019). Program pengabdian masyarakat dalam perspektif pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 78-85.
- Dinas Pendidikan Kota Gorontalo. (2023). *Laporan Program Pengembangan Ekonomi Kreatif di Sekolah*. Dinas Pendidikan Kota Gorontalo.
- Fuad, M., & Bowen, P. (2018). The risks of business law illiteracy among young entrepreneurs. *International Journal of Business Ethics*, 12(3), 145-162.
- Ibrahim, A. (2019). Pentingnya edukasi hukum bisnis bagi generasi muda. *Jurnal Hukum Bisnis Indonesia*, 15(4), 234-248.
- Kasali, R. (2017). *Disruption: Tak Ada yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi Motivasi Saja Tidak Cukup*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2020). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024*. Jakarta: Bappenas.
- Pemkot Gorontalo. (2022). *Rencana Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Gorontalo 2022-2026*. Pemerintah Kota Gorontalo.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 97(1), 62-77.

- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. On the Horizon, 9(5).
- Redecker, C. (2017). *European Framework for the Digital Competence of Educators*. Publications Office of the European Union.
- Sachs, J. D. (2015). *The Age of Sustainable Development*. New York: Columbia University Press.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2019). *Generation Z: A Century in the Making*. New York: Routledge.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2018). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 43(2), 200-226.
- Sulistiyowati, R., Pratama, D., & Sari, I. (2021). Model edukasi hukum bisnis untuk siswa sekolah menengah atas. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 8(1), 45-58.
- Turner, A. (2015). *Generation Z: Technology and Social Interest*. The Journal of Individual Psychology, 71(2).
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. New York: Atria Books.
- Velasquez, M., Andre, C., Shanks, T., & Meyer, M. (2015). *Thinking Ethically: A Framework for Moral Decision Making*. Markkula Center for Applied Ethics, Santa Clara University.
- Wijayanti, S. (2021). Analisis tingkat pemahaman hukum bisnis di kalangan siswa SMA. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 9(2), 112-125.
- Wignjosoebroto, S. (2002). *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*. Elsam.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2020). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. 9th Edition. Boston: Pearson.