



TikTok, Marketplace, dan Artificial Intelligence: Wajah Baru Pendidikan Entrepreneurship

Abidzar Al Ghifari¹, Mohammad Ja'far Firdaus², Amelia Gita Maharani³, Muhammad Rizqiyanto⁴, Ferida Rahmawati⁵

^{1,2,3,4,5} Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

¹abidzar.al.ghifari24078@mhs.uingusdur.ac.id, ²mohammad.jafar.firdaus24065@mhs.uingusdur.ac.id,

³amelia.gita.maharani24049@mhs.uingusdur.ac.id, ⁴muhhammad.rizqiyanto23318@mhs.uingusdur.ac.id,

⁵ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id

Abstract

The development of digital technology has brought significant changes to various aspects of life, including entrepreneurship education. The emergence of TikTok, marketplace platforms, and Artificial Intelligence (AI) has not only supported business activities but also provided new learning opportunities that encourage entrepreneurial interest and competencies among the younger generation. This study aims to analyze the role of TikTok, marketplaces, and AI as new faces of entrepreneurship education in the digital era and their influence on entrepreneurial interest. This research employed a qualitative approach using a literature review method. The data were obtained through the identification and selection of relevant scientific sources, including nationally accredited SINTA journals, international journals, books, conference proceedings, and research reports related to digital technology and entrepreneurship education. The collected data were analyzed using content analysis techniques to identify patterns, concepts, and research findings regarding the utilization of digital technology in entrepreneurship learning. The results of the study indicate that TikTok functions as a promotional and educational medium that enhances creativity and entrepreneurial interest through interactive digital content. Marketplace platforms provide practical experiences in managing digital businesses, including marketing strategies and online transactions. Meanwhile, AI supports entrepreneurial activities through data analysis, content creation, and information-based decision-making processes. The integration of these three technologies creates a more adaptive, innovative, and relevant entrepreneurship learning ecosystem in response to the demands of the digital economy era. Therefore, TikTok, marketplaces, and AI play a strategic role in strengthening entrepreneurial interest and transforming entrepreneurship education in the digital era.

Keyword: Entrepreneurship education, TikTok, Marketplace, Artificial Intelligence, Entrepreneurial Interest.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada bidang pendidikan kewirausahaan. Kehadiran TikTok, marketplace, dan *Artificial Intelligence* (AI) tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendukung aktivitas bisnis, tetapi juga menjadi media pembelajaran yang mampu mendorong tumbuhnya minat dan kompetensi kewirausahaan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran TikTok, marketplace, dan AI sebagai wajah baru pendidikan entrepreneurship di era digital serta pengaruhnya terhadap minat berwirausaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian literatur (*literature review*). Data diperoleh melalui penelusuran dan seleksi berbagai sumber ilmiah yang relevan, meliputi artikel jurnal nasional terakreditasi SINTA, jurnal internasional, buku, prosiding, dan laporan penelitian yang diterbitkan dalam beberapa tahun terakhir. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) untuk mengidentifikasi pola, konsep, dan temuan penelitian terkait pemanfaatan teknologi digital dalam pendidikan kewirausahaan. Hasil kajian menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai media promosi dan pembelajaran yang mampu meningkatkan kreativitas serta minat berwirausaha melalui konten yang interaktif. Marketplace memberikan pengalaman praktis dalam menjalankan bisnis digital, mulai dari pemasaran hingga pengelolaan transaksi. Sementara itu, AI mendukung efisiensi aktivitas kewirausahaan melalui analisis data, pembuatan konten, dan pengambilan keputusan berbasis informasi. Integrasi ketiga teknologi tersebut membentuk ekosistem pembelajaran kewirausahaan yang lebih adaptif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan era ekonomi digital. Dengan demikian, TikTok, marketplace, dan AI memiliki peran strategis dalam memperkuat minat berwirausaha sekaligus mentransformasi pendidikan entrepreneurship di era digital.

Kata Kunci: Pendidikan Entrepreneurship, TikTok, Marketplace, Artificial Intelligence, Minat Berwirausaha.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa masyarakat ke era digital, yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan teknologi digital, berbagai kebutuhan dapat dipenuhi dengan lebih efisien dan efektif. Namun, beberapa masyarakat tidak memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Proses digitalisasi memerlukan perubahan dan

pemahaman yang lebih baik tentang teknologi karena beberapa orang masih mengalami kesulitan memahami dan menggunakannya. Tetapi digitalisasi terus berkembang dan telah masuk ke hampir semua bidang kehidupan (Sinaga & Peniarsih, 2024).

Kemajuan teknologi seperti internet, kecerdasan buatan (AI), dan *Internet of Things (IoT)* telah menyebabkan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dunia bisnis. Berbagai kemajuan teknologi ini tidak hanya mengubah cara orang berkomunikasi dan mendapatkan informasi, tetapi juga memengaruhi bagaimana bisnis dijalankan dan berkembang. Perusahaan dan pelaku usaha yang dapat memahami dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital memiliki peluang yang lebih besar untuk bersaing dan memimpin pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital telah menjadi penting untuk mendukung bisnis dan kewirausahaan di era sekarang (Aminah et al., 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok mengalami perkembangan fungsi yang signifikan, dari yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan menjadi media yang juga dimanfaatkan untuk kegiatan edukasi dan pemasaran digital. Karakteristiknya yang mudah digunakan, berbasis visual, dan menarik menjadikan platform ini mampu menjangkau berbagai kelompok pengguna secara luas. Penyajian informasi dalam bentuk video singkat dan kreatif membantu pengguna memahami beragam materi digital, mulai dari keamanan siber, etika penggunaan media sosial, hingga teknik pemasaran digital. Melalui TikTok, berbagai informasi yang kompleks dapat disampaikan dengan cara yang lebih sederhana dan mudah dipahami, khususnya oleh generasi muda yang mendominasi penggunaan platform tersebut. Selain berfungsi sebagai media pembelajaran, TikTok juga menjadi salah satu instrumen social media marketing yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek, memperkuat interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, serta memengaruhi keputusan pembelian. Pemanfaatan konten yang menarik, interaktif, dan sesuai dengan tren yang sedang berkembang memungkinkan pelaku usaha, terutama UMKM, menjangkau pasar yang lebih luas dan spesifik dibandingkan dengan metode promosi konvensional. Selain itu, konten yang mampu mengikuti tren memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh perhatian publik secara luas dan meningkatkan efektivitas pemasaran melalui penyebaran yang cepat di platform digital (Jundrio et al., 2026). Selain penggunaan media sosial, perkembangan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak turut membuka peluang yang lebih luas bagi pengembangan kegiatan kewirausahaan di era digital. Pemanfaatan platform tersebut memungkinkan pelaku usaha maupun peserta didik yang mempelajari bidang kewirausahaan untuk memperoleh pengalaman praktis dalam memasarkan produk, mengelola proses transaksi, memahami perilaku dan kebutuhan konsumen, serta menyusun strategi bisnis yang sesuai dengan dinamika pasar digital. Dengan demikian, marketplace tidak hanya berfungsi sebagai sarana perdagangan elektronik, tetapi juga menjadi media pembelajaran yang mendukung penguatan kompetensi kewirausahaan di era transformasi digital (Syuhardi et al., 2025).

Pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)* yang semakin berkembang menjadi salah satu indikator penting dalam kemajuan teknologi digital di berbagai sektor, termasuk bidang kewirausahaan. Integrasi AI dalam transformasi bisnis digital membuka berbagai peluang, seperti terciptanya inovasi model bisnis, peningkatan efektivitas operasional, pengembangan konten kreatif, perluasan jangkauan pasar, serta penguatan ekosistem kewirausahaan digital bagi generasi muda. Kemajuan teknologi ini memberikan ruang yang lebih besar bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha kreatif yang memanfaatkan platform digital, media sosial, AI, dan ekonomi berbasis konten sebagai sumber nilai tambah. Peran AI dalam konteks tersebut menjadi semakin penting karena mampu mendukung peningkatan daya saing ekonomi kreatif di tengah pesatnya transformasi digital. Meskipun demikian, perkembangan teknologi digital tidak hanya menawarkan berbagai peluang ekonomi, tetapi juga menuntut kesiapan dari aspek sosial, pendidikan, dan regulasi agar pemanfaatan teknologi dapat berjalan selaras dengan prinsip keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat (Sarman et al., 2026).

Kombinasi TikTok, marketplace, dan AI menciptakan wajah baru pendidikan entrepreneurship yang inovatif, adaptif, dan berbasis teknologi. Pembelajaran tidak lagi terbatas pada ruang kelas. Saat ini, siswa dapat belajar sambil melakukan bisnis secara langsung melalui berbagai platform digital. Kondisi ini memberikan peluang besar untuk membangun generasi pengusaha muda yang memiliki kemampuan digital, inovasi, dan siap menghadapi persaingan ekonomi global.

Meskipun demikian, masih ada banyak tantangan untuk menggunakan teknologi digital dalam pendidikan entrepreneurship. Beberapa hambatan yang perlu diperhatikan adalah kurangnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, risiko penyalahgunaan AI, dan ketergantungan pada algoritma platform digital. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki pemahaman menyeluruh tentang kemajuan platform digital, bagaimana teknologi digunakan dalam pembelajaran, bagaimana hal itu memengaruhi keinginan untuk berwirausaha, dan berbagai tantangan dan peluang yang muncul saat menerapkannya.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mempelajari perkembangan platform digital, penggunaan teknologi dalam pembelajaran entrepreneurship, pengaruhnya terhadap minat berwirausaha, dan peluang dan hambatan yang muncul dari penggunaan TikTok, marketplace, dan AI sebagai wajah baru pendidikan entrepreneurship di era digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian literatur (*literature review*). Data penelitian berupa data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal nasional terakreditasi SINTA, jurnal internasional, buku ilmiah, prosiding seminar, dan laporan penelitian yang relevan dengan tema TikTok, marketplace, Artificial Intelligence (AI), serta pendidikan kewirausahaan. Literatur dikumpulkan melalui proses penelusuran, seleksi, dan dokumentasi berdasarkan kesesuaian topik, kredibilitas sumber, dan keterbaruan publikasi.

Data yang telah terkumpul kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga fokus kajian utama, yaitu peran TikTok dalam meningkatkan minat berwirausaha, kontribusi marketplace terhadap pengembangan bisnis digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence dalam aktivitas serta pembelajaran kewirausahaan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dengan cara mengidentifikasi, membandingkan, dan mensintesis berbagai temuan penelitian untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kontribusi teknologi digital terhadap pendidikan entrepreneurship. Hasil analisis disajikan secara deskriptif untuk menggambarkan keterkaitan antara perkembangan teknologi digital dan transformasi pendidikan kewirausahaan di era ekonomi digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Perkembangan Platform Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk pendidikan dan kewirausahaan. Platform digital merupakan sistem teknologi internet yang memungkinkan pengguna melakukan interaksi, berbagi informasi, dan melakukan transaksi secara daring. Perkembangan internet dan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan dan kewirausahaan. Saat ini, platform digital tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran dan pengembangan bisnis (Tuty et al., 2025). Pada era Revolusi Industri 4.0, platform digital tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran yang mampu meningkatkan kreativitas, inovasi, dan keterampilan peserta didik dalam berwirausaha. Integrasi teknologi digital dalam pembelajaran menjadi kebutuhan agar proses pendidikan tetap relevan dengan perkembangan zaman (Tuty et al., 2025).

Salah satu perkembangan platform digital yang paling menonjol adalah hadirnya media sosial seperti TikTok. Awalnya TikTok digunakan sebagai media hiburan, namun saat ini berkembang menjadi sarana edukasi, pemasaran, dan promosi bisnis. Melalui fitur video pendek dan siaran langsung (live streaming), pengguna dapat mempelajari strategi pemasaran, pembuatan konten, hingga cara membangun usaha secara digital. Hal ini menjadikan TikTok sebagai media yang efektif dalam mendukung pembelajaran kewirausahaan (Tuty et al., 2025). Selain media sosial, perkembangan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada juga memberikan dampak besar terhadap dunia entrepreneurship. Marketplace memungkinkan pelaku usaha menjual produk secara lebih mudah tanpa harus memiliki toko fisik. Kehadiran marketplace membuka peluang bagi siswa dan mahasiswa untuk belajar langsung mengenai proses bisnis digital, mulai dari pemasaran produk, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan transaksi online (Prasetyo & Veri, 2025).

Perkembangan platform digital juga didukung oleh kemajuan *Artificial Intelligence* (AI). Teknologi AI mampu membantu pelaku usaha dalam menganalisis data pasar, memahami kebutuhan konsumen, membuat konten pemasaran, serta meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan. Dalam dunia pendidikan entrepreneurship, AI menjadi alat yang membantu peserta didik memahami proses bisnis modern berbasis data dan teknologi (Tuty et al., 2025). Dengan demikian, perkembangan TikTok, marketplace, dan AI telah menciptakan ekosistem digital yang mendukung pembelajaran kewirausahaan. Peserta didik tidak hanya memperoleh teori, tetapi juga dapat mempraktikkan langsung keterampilan bisnis melalui berbagai platform digital yang tersedia (Rakib et al., 2025).

Pemanfaatan Teknologi dalam Pembelajaran

Dunia pendidikan telah mengalami perubahan besar karena kemajuan teknologi digital, termasuk pembelajaran bisnis. Saat ini, peserta didik dapat belajar kewirausahaan secara lebih interaktif melalui berbagai platform digital seperti TikTok, marketplace, dan AI. Sebelumnya, pembelajaran kewirausahaan lebih banyak diajarkan melalui ceramah dan studi kasus dalam buku. Dengan teknologi ini, siswa dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman kerja berwirausaha.

Media sosial, seperti TikTok, adalah salah satu jenis media baru yang sangat memengaruhi pembelajaran saat ini. Platform ini telah menjadi bagian dari industri media digital yang terus berkembang, dan mereka memiliki potensi besar untuk membantu siswa belajar tentang kewirausahaan dan bisnis. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai platform pendidikan dengan berbagai konten yang membahas bisnis dan kewirausahaan. TikTok memiliki banyak fitur yang tersedia, seperti live streaming, video pendek, dan Toko TikTok, di mana pengguna dapat belajar tentang teknik pemasaran digital, pengelolaan bisnis, pengembangan

produk, dan cara berkomunikasi dengan pelanggan. TikTok juga memungkinkan orang untuk mempromosikan barang, berinteraksi dengan pengguna, dan meningkatkan jangkauan pemasaran.

TikTok telah terbukti sebagai media berwirausaha yang dapat membantu pengusaha belajar lebih banyak dan lebih baik dalam membangun bisnis mereka sendiri. Pelaku usaha dapat meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat identitas merek mereka dengan membuat konten yang kreatif, informatif, dan menarik secara visual. Dengan fitur live streaming dan TikTok Shop juga membuka peluang bagi pengguna untuk memperoleh pengalaman langsung dalam aktivitas perdagangan digital sehingga proses belajar menjadi lebih aktif. TikTok dapat digunakan sebagai media pembelajaran dalam pendidikan kewirausahaan karena memberikan pengalaman belajar yang lebih praktis, interaktif, dan relevan dengan perkembangan era digital. Jika digunakan dengan benar, platform ini tidak hanya mendukung proses pembelajaran kewirausahaan tetapi juga mengajarkan peserta didik tentang dunia bisnis nyata dan memberi mereka kemampuan untuk menghadapi tantangan ekonomi digital di masa depan. Oleh karena itu, optimalisasi media sosial TikTok adalah langkah strategis untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan masyarakat (Mahiruna et al., 2025)

Selain TikTok, marketplace memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pendidikan kewirausahaan. Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada dapat digunakan sebagai sarana praktis untuk menjalankan bisnis. Melalui marketplace, siswa dapat mempelajari proses penjualan produk, pengelolaan toko daring, layanan pelanggan, dan strategi promosi marketplace digital yang memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan bisnis (Syuhardi et al., 2025).

Pengalaman ini memungkinkan siswa tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga menerapkannya dalam situasi yang berkaitan dengan dunia bisnis. Dengan cara ini, marketplace menjadi media pendidikan yang efektif untuk meningkatkan kecakapan bisnis dan pemahaman terhadap mekanisme transformasi digital.

Selain itu, pemanfaatan AI juga semakin berkembang, AI adalah salah satu teknologi yang membantu pembelajaran entrepreneurship di era digital yang dapat membantu siswa membuat konsep bisnis, menganalisis pasar, membuat strategi pemasaran, dan membuat konten promosi. Pemanfaatannya dapat dilakukan diberbagai aplikasi, seperti chatbot bisnis, analisis perilaku konsumen, desain grafis otomatis, dan pembuatan konten digital. Penggunaan AI dalam pembelajaran kewirausahaan juga dapat meningkatkan minat berwirausaha karena memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan relevan dengan kebutuhan dunia bisnis modern. AI memungkinkan peserta didik untuk menciptakan peluang usaha di era ekonomi digital dengan memungkinkan mereka untuk menjadi kreatif, inovatif, dan beradaptasi (Sopyan, 2026).

Oleh karena itu, TikTok, marketplace, dan AI telah memainkan peran penting dalam mengubah pendidikan entrepreneur. Ketiga teknologi tersebut tidak hanya dapat membantu pembelajaran tetapi juga dapat membuat belajar lebih menarik dan interaktif. Mereka juga dapat memenuhi tuntutan era digital dengan membuat pengalaman belajar lebih praktis. Oleh karena itu, pengembangan terus-menerus teknologi pembelajaran harus dilakukan untuk mempersiapkan siswa untuk menjadi wirausahawan yang inovatif, fleksibel, dan kompetitif di masa depan.

Pengaruh Terhadap Minat Berwirausaha

Pengaruh TikTok

Platform TikTok, khususnya fitur TikTok Shop, berperan penting sebagai saluran promosi kreatif dan forum jual-beli online generasi muda. Studi kualitatif Simanjourang & Nawawi (Simanjourang et al., 2022) menemukan bahwa TikTok meningkatkan minat berwirausaha milenial karena memudahkan promosi produk tanpa biaya cetak materi. Penelitian kuantitatif Ginting dkk. (Ginting et al., 2024) di kalangan mahasiswa UIN Sumatera Utara juga mengungkap bahwa peningkatan penggunaan TikTok secara signifikan meningkatkan intensi bisnis mereka (koefisien determinasi 41,3%). Lebih khusus, analisis Kharisma & Nawawi (Kharisma & Nawawi, 2023) menunjukkan mahasiswa menyetujui bahwa TikTok Shop menawarkan kemudahan (90% responden) dan keuntungan transaksi (85,6%), dengan persepsi risiko yang rendah (93,4%), sehingga fitur-fitur TikTok Shop tersebut memacu penggunaan platform ini untuk kegiatan kewirausahaan. Secara keseluruhan, fitur interaktif dan viral di TikTok (video kreatif, algoritma rekomendasi) serta jangkauan komunitas luas memberi inspirasi dan motivasi tambahan bagi pelajar untuk tertarik membuka usaha online.

Pengaruh Marketplace (E-Commerce)

Marketplace digital (e-commerce) menyediakan akses pasar yang lebih luas dan memudahkan penjualan produk tanpa hambatan geografis. Studi Osman dkk. (Az-zahra Osman et al., 2025) menemukan penggunaan platform Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dengan sistem informasi akuntansi juga mendukung ($R^2=67,3\%$). Penjelasan penulis bahwa penguasaan Shopee dan kemudahan transaksi meningkatkan kepercayaan diri serta kesempatan usaha mahasiswa. Temuan sejalan dengan hasil Limbak dkk. (Limbak et al., 2023) yang menunjukkan lingkungan marketplace (studi di Facebook Marketplace Kota Kupang) secara simultan mendorong minat berwirausaha melalui penguatan motivasi dan modal sosial. Faktor-faktor kunci meliputi penurunan biaya pemasaran (promosi murah lewat platform), peningkatan visibilitas produk, dan mekanisme transaksi yang mudah. Dengan kata lain, platform e-commerce dan marketplace sosial menumbuhkan

ekosistem kewirausahaan digital dengan menyediakan pasar dan jaringan yang lebih inklusif bagi calon wirausaha muda.

Pengaruh Artificial Intelligence (AI)

Penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) mendukung minat berwirausaha melalui peningkatan kemampuan analitis dan efisiensi operasional. Herawati & Hardiansyah (Herawati & Hardiansyah, 2025) dalam survei SEM-PLS kepada generasi Z di Sumbawa menemukan pemanfaatan AI berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha. Dengan alat AI untuk analisis pasar dan otomatisasi (misalnya rekomendasi produk, chatbot), pelajar mampu mengenali peluang dan merancang strategi bisnis lebih cepat. Selain itu, keterlibatan aktif dalam komunitas digital (forum online, grup media sosial) memperkuat modal sosial dan sumber daya informasi, sehingga mendorong kesiapan berwirausaha. Temuan ini konsisten dengan literatur internasional bahwa AI mengubah lanskap kewirausahaan dengan menurunkan hambatan teknis dan memungkinkan munculnya inovasi baru. Ringkasnya, penguasaan AI oleh generasi muda (misalnya kemampuan mengoperasikan tools AI) dipandang sebagai pendorong utama minat mereka untuk memulai usaha.

Sinergi Antar Platform Digital

Platform-platform ini saling berinteraksi membentuk ekosistem kewirausahaan digital. TikTok Shop adalah contoh konvergensi media sosial dan marketplace dalam satu aplikasi, mempercepat pemasaran produk tanpa bertemu langsung konsumen. Algoritma AI di balik platform media sosial/e-commerce tersebut juga meningkatkan efektivitas iklan dan rekomendasi produk. Kharisma & Nawawi (Kharisma & Nawawi, 2023) mencatat bahwa fitur-fitur TikTok Shop (kemudahan dan manfaat transaksi) membuat mayoritas mahasiswa termotivasi menggunakan platform itu untuk usaha. Demikian pula, integrasi marketplace seperti Shopee dengan teknologi informasi akuntansi (misalnya sistem pembayaran online) meningkatkan kredibilitas dan kemudahan berwirausaha digital. Kolaborasi antara media sosial, e-commerce, dan AI menciptakan jalur baru (pipeline) berwirausaha: konten kreatif di TikTok dapat langsung ditautkan ke toko online, didukung oleh rekomendasi berbasis data. Dengan sinergi ini, generasi muda semakin dipermudah melihat dan memanfaatkan peluang bisnis secara online, mempercepat terwujudnya minat berwirausaha mereka.

Peluang dan Hambatan

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pelaksanaan pendidikan entrepreneurship, dari pendekatan yang sebelumnya berorientasi pada teori menuju pembelajaran yang lebih praktis, inovatif, dan berbasis teknologi. Kehadiran platform TikTok, marketplace, serta *Artificial Intelligence* (AI) memberikan kesempatan yang lebih luas bagi peserta didik untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan melalui pengalaman langsung, seperti mempelajari strategi pemasaran digital, melakukan analisis kebutuhan pasar, dan merancang pengembangan produk. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital tidak lagi sekadar dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, melainkan juga sebagai media pembelajaran yang efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan, kreativitas, serta kemampuan adaptasi peserta didik dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang terus berkembang (Azizaha et al., 2026).

Salah satu peluang yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi digital adalah semakin luasnya akses terhadap pembelajaran kewirausahaan yang bersifat praktis dan kontekstual. Melalui platform TikTok dan marketplace, peserta didik dapat mempelajari berbagai aspek bisnis secara langsung, seperti tren pasar, perilaku konsumen, serta strategi pemasaran yang digunakan oleh para pelaku usaha dalam waktu nyata (real time). Keberadaan platform tersebut menjadikan proses pembelajaran tidak lagi hanya berpusat pada penyampaian teori di dalam kelas, tetapi juga memungkinkan peserta didik memperoleh pengalaman belajar yang terhubung secara langsung dengan praktik bisnis digital di dunia nyata (Sari et al., 2025).

Peluang berikutnya dapat dilihat dari kemampuan Artificial Intelligence (AI) dalam menunjang pengembangan kompetensi kewirausahaan peserta didik. Teknologi AI mampu membantu berbagai aktivitas bisnis, mulai dari melakukan analisis dan riset pasar, menyusun perencanaan usaha, merancang strategi pemasaran, hingga menghasilkan konten promosi yang lebih menarik dan efisien. Pemanfaatan AI dalam pembelajaran entrepreneurship juga memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kreativitas, keterampilan berpikir kritis, kemampuan memecahkan masalah, serta ketepatan dalam mengambil keputusan yang diperlukan dalam kegiatan kewirausahaan (Sari et al., 2025).

Di samping itu, pemanfaatan marketplace dalam pendidikan entrepreneurship memberikan peluang bagi peserta didik untuk mempelajari berbagai aspek kegiatan bisnis secara komprehensif, mulai dari manajemen produk, pelayanan konsumen, pelaksanaan transaksi digital, hingga analisis hasil penjualan. Pengalaman tersebut menghadirkan pembelajaran yang bersifat autentik karena peserta didik dapat terlibat langsung dalam praktik kewirausahaan yang nyata. Melalui proses tersebut, kesiapan peserta didik dalam menghadapi tantangan dan dinamika ekonomi digital dapat semakin meningkat. Selain itu, keberadaan TikTok Shop dan berbagai platform marketplace lainnya turut memberikan kesempatan bagi pelajar maupun mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan usaha sejak usia dini dengan kebutuhan modal yang relatif terjangkau (Jannah & Pramono, 2024)

Meskipun menawarkan berbagai peluang, pemanfaatan TikTok, marketplace, dan Artificial Intelligence (AI) dalam pendidikan entrepreneurship juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Salah satu hambatan yang paling menonjol adalah masih rendahnya tingkat literasi digital dan literasi AI di kalangan peserta didik maupun pendidik. Kondisi tersebut menyebabkan tidak semua pengguna mampu memanfaatkan teknologi secara efektif dan produktif. Akibatnya, penggunaan platform digital sering kali lebih berorientasi pada aktivitas hiburan dan konsumsi informasi dibandingkan sebagai sarana untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, serta kompetensi kewirausahaan yang dibutuhkan di era digital (Azizaha et al., 2026).

Tantangan lain yang perlu diperhatikan adalah munculnya risiko ketergantungan terhadap penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Berbagai kemudahan yang ditawarkan AI, seperti membantu menghasilkan gagasan, menyusun konten, serta merancang strategi bisnis, dapat berdampak pada menurunnya kemampuan berpikir kritis dan kreativitas peserta didik apabila dimanfaatkan secara berlebihan. Oleh karena itu, dalam pendidikan entrepreneurship, peserta didik perlu tetap mengembangkan kemampuan analisis, pemecahan masalah, dan inovasi secara mandiri agar proses pembelajaran tidak sepenuhnya bergantung pada teknologi otomatis, melainkan tetap mendorong lahirnya jiwa kewirausahaan yang kreatif dan adaptif (Sari et al., 2025).

Selain berbagai peluang yang ditawarkan, penggunaan TikTok, marketplace, dan Artificial Intelligence (AI) dalam pendidikan entrepreneurship juga menghadapi tantangan yang berkaitan dengan aspek etika dan keamanan digital. Tantangan tersebut mencakup potensi penyalahgunaan data pribadi, manipulasi algoritma, penyebaran informasi yang tidak valid, serta munculnya praktik persaingan usaha yang kurang sehat di ruang digital. Oleh sebab itu, implementasi pendidikan entrepreneurship yang memanfaatkan teknologi digital perlu disertai dengan penguatan literasi digital, pemahaman etika bisnis, serta pengembangan kemampuan berpikir kritis pada peserta didik. Upaya tersebut penting agar teknologi dapat digunakan secara bijaksana, produktif, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, TikTok, marketplace, dan AI berpotensi menjadi sarana strategis dalam membentuk generasi entrepreneur yang mampu beradaptasi, berinovasi, dan bersaing secara efektif di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin dinamis.

4. Kesimpulan

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan transformasi yang signifikan dalam pendidikan entrepreneurship melalui pemanfaatan TikTok, marketplace, dan Artificial Intelligence (AI). Ketiga teknologi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendukung kegiatan bisnis, tetapi juga menjadi media pembelajaran yang mampu memberikan pengalaman praktis kepada peserta didik dalam memahami proses kewirausahaan. TikTok berperan sebagai media edukasi dan promosi yang mendorong kreativitas serta meningkatkan minat berwirausaha, marketplace memberikan kesempatan untuk mempelajari dan mempraktikkan aktivitas bisnis digital secara langsung, sedangkan AI membantu meningkatkan efisiensi dalam analisis data, penyusunan strategi bisnis, dan pengambilan keputusan. Integrasi ketiganya membentuk ekosistem pembelajaran yang lebih interaktif, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan era ekonomi digital.

Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat berwirausaha generasi muda. Kemudahan akses informasi, peluang pemasaran yang lebih luas, serta dukungan teknologi berbasis data mendorong peserta didik untuk lebih percaya diri dalam memulai dan mengembangkan usaha. Selain itu, penggunaan TikTok, marketplace, dan AI memungkinkan peserta didik memperoleh pengalaman belajar yang lebih kontekstual dan aplikatif sehingga kompetensi kewirausahaan dapat berkembang secara lebih optimal.

Meskipun demikian, implementasi teknologi digital dalam pendidikan entrepreneurship masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital, risiko ketergantungan terhadap teknologi, serta permasalahan etika dan keamanan digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital, kemampuan berpikir kritis, dan pemahaman etika bisnis agar pemanfaatan teknologi dapat dilakukan secara bijaksana dan produktif. Dengan dukungan yang tepat, TikTok, marketplace, dan AI berpotensi menjadi instrumen strategis dalam membentuk generasi wirausaha yang kreatif, adaptif, inovatif, dan mampu bersaing di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin dinamis.

Reference

- Aminah, S., Kusima, A. A., Kurnia, R., Kurniawan, H., Sofwan, M., & Sholeh, M. (2024). Studi Literatur: Tantangan Dan Peluang Kewirausahaan Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 2(1), 54–63.
- Az-zahra Osman, R. N., Farhana, D. Y., Yuliusman, Y., & Gowon, M. (2025). Pengaruh E-Commerce Shopee, Sistem Informasi Akuntansi, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas di Jambi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 3(2), 9. <https://doi.org/10.47134/jampk.v3i2.955>
- Azizaha, N. A., Istiqomah, N., Aprilandis, S. A., Kusuma, W., & Rahmawati, F. (2026). *EDUPRENEUR MUDA : TRANSFORMASI IDE MAHASISWA MENJADI PRODUK*. 2(6), 45–54.
- Ginting, M. B., Nasution, M. I. P., & Nurbaiti, N. (2024). The Role of Tiktok Social Media in Increasing Student's Interest In Entrepreneurship. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 8(2), 117–124. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v8i2.22917>
- Herawati, Y., & Hardiansyah, R. (2025). PENGARUH PEMANFAATAN AI DAN KEBERDAYAAN KOMUNITAS DIGITAL

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.10799>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

-
- TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA GENERASI-Z DI KABUPATEN SUMBAWA. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(02), 250–268.
- Jannah, S. N., & Pramono. (2024). ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM MELALUI E-BUSSINES DENGAN TIKTOK SHOP. *Jkpim : Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(2), 25–36. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i2.396>
- Jundrio, H., Utami, R., Tribhuwana, I., Dewi, T., & Andri, S. (2026). OPTIMALISASI TIKTOK SEBAGAI IMPLEMENTASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL BAGI PELAJAR WIRUSAHA. *Jurnal Abdi Mandala*, 05(1), 40–50. <https://doi.org/10.52859/jam.v5i1.944>
- Kharisma, D. A., & Nawawi, Z. M. (2023). PENGARUH APLIKASI TIK TOK SHOP TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen FEBI UINSU). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 53(1), 1–19.
- Limbak, A. A., Nursiani, N. P., & Fanggih, R. E. (2023). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Marketplace Facebook Kota Kupang). *Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 157–166. <https://doi.org/10.61401/relevansi.v7i2.108>
- Mahiruna, A., Istiawan, D., & Mega, J. (2025). Utilizing TikTok as a Media Marketing Development Tool. *Jurnal Dikmas*, 7.
- Prasetyo, E. B., & Veri, J. (2025). Pemanfaatan E-Commerce sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan: Systematic Literature Review. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(5 SE-Articles), 8078–8087. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i5.3977>
- Rakib, M., Halim, N., Isma, A., Haruna, H., & Dewantara, H. (2025). Pelatihan Pemanfaatan Platform Digital untuk Menumbuhkan Kewirausahaan Berkelanjutan. *Researchgate.Net*, 5(2), 126–135.
- Sari, D. M., Putri, W. A. M., Sasmita, R. L., Zulfiani, P. C., & Sihombing, M. A. (2025). THE IMPACT OF CHATGPT-BASED ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE. *Jurnal Muara Pendidikan*, 10(2), 269–275.
- Sarman, R., Sari, R. K., & Pasundan, U. (2026). TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL GENERASI MUDA DI ERA ARTIFICIAL INTELLIGENCE : PELUANG DAN. *Al-Mizan Media Universitas Pasundan*, 2(1), 79–97.
- Simanjorang, R., Nawawi, Z. M., Islam, U., & Sumatera, N. (2022). the Role of Social Media Tiktok in Increasing the Interest in Entrepreneurship In The Millenial Generation. *Journal of Business, Social and Technology (Bustechno)*, 3(1), 1–4.
- Sinaga, D., & Peniarisih. (2024). MENGHADAPI PERUBAHAN DUNIA MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL MENUJU KESUKSESAN PADA ERA DIGITALISASI. 2, 306–312.
- Sopyan, Y. (2026). Penguatan Literasi Digital Berbasis AI untuk Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Siswa SMK. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian*, 2(2), 137–157.
- Syuhardi, Y. I., Sutrisno, D., Sonny, M., Trista, R. T., & Asmoro, E. T. (2025). Pendampingan UMKM dalam Pemasaran Produk Melalui Media Sosial dan Marketplace. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 2(2), 377–383. <https://doi.org/10.62710/pcd3q350>
- Tuty, Sirait, H., & Simanuhuruk, E. U. P. (2025). Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan di Sekolah dan Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 13(1), 114–126.