

STRATEGI MENUMBUHKAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN GENERASI Z DI TENGAH PERKEMBANGAN ERA DIGITAL PADA SISWA SMKN 1 KRAMATWATU

Safyan Nurhidayana 1*, Mohammad Aripin 2, Fredi Anggari Nugraha 3, Siti Anggi Akmalia 4

¹²³⁴Universitas Pamulang

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel:

Diterima 11-07-2026

Disetujui 10-08-2026

Diterbitkan 10-08-2026

Penulis Korespondensi*:

Safyan Nurhidayana

Universitas Pamulang, Indonesia

Safyan.nurhidayana@gmail.com



©2025 Penulis. Diterbitkan oleh PT. Good Novelty Group. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

ABSTRAK

Pembelajaran kewirausahaan di SMK tidak hanya menekankan teori bisnis, tetapi juga kemampuan siswa mengembangkan pola pikir kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Namun, masih banyak siswa yang ragu memulai usaha, termasuk di SMKN 1 Kramatwatu. Kegiatan pengabdian ini bertujuan menumbuhkan semangat kewirausahaan Generasi Z melalui pelatihan berbasis praktik dan pemanfaatan media digital. Metode meliputi penyampaian materi singkat, contoh usaha digital, diskusi interaktif, serta simulasi perencanaan usaha sederhana. Kegiatan dilaksanakan pada 8 Mei 2026 dengan melibatkan 36 siswi. Hasil menunjukkan peningkatan minat, pemahaman, dan kepercayaan diri siswa dalam melihat peluang usaha digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini berdampak positif dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan melalui pendekatan aplikatif dan kontekstual.

KATA KUNCI

Media Sosial; Kewirausahaan; Generasi Z; Era Digital; SMK

PENDAHULUAN

Perkembangan era digital telah mengubah lanskap dunia kerja dan dunia usaha secara signifikan, termasuk cara generasi muda memandang peluang ekonomi. Sebagai kelompok yang tumbuh berdampingan dengan teknologi, Generasi Z memiliki modal berupa kedekatan dengan media sosial, aplikasi digital, dan platform *e-commerce*, yang sebenarnya berpotensi besar dijadikan sarana untuk merintis usaha (Judijanto & Apriyanto, 2025). Sayangnya, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal, terutama di lingkungan pendidikan kejuruan. Ukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di SMK sejatinya bukan hanya seberapa jauh siswa memahami teori bisnis, melainkan sejauh mana mereka mampu mempraktikkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan nyata (Amalia Mulya et al., 2024). Kenyataannya, mayoritas siswa masih berorientasi sebagai pencari kerja ketimbang pencipta lapangan kerja, padahal kemajuan teknologi digital sesungguhnya membuka ruang usaha yang luas dengan modal yang relatif terjangkau, misalnya lewat media sosial, marketplace, dan berbagai aplikasi bisnis. Hal ini menjadi persoalan tersendiri, mengingat lulusan SMK idealnya dibekali bukan hanya untuk siap bekerja, tetapi juga siap membuka lapangan kerja bagi dirinya sendiri maupun orang lain (Satriyono et al., 2024).

Persoalan yang dijumpai pada mitra di SMKN 1 Kramatwatu adalah minimnya keberanian dan dorongan siswa untuk mulai berusaha, meski mereka tergolong aktif bermedia sosial dalam keseharian. Pemanfaatan teknologi digital pada siswa umumnya masih berhenti di tahap hiburan dan komunikasi, belum berkembang ke arah kegiatan yang produktif, sehingga muncul jarak antara kebiasaan digital siswa dengan pemanfaatan teknologi sebagai sarana berwirausaha (Genoveva & Ariestiningsih, 2024). Di samping itu, kepercayaan diri siswa untuk memulai usaha

juga tergolong rendah, dipicu oleh anggapan bahwa berwirausaha selalu identik dengan modal besar, lokasi usaha fisik, dan pengalaman yang panjang. Pandangan seperti ini kerap membuat siswa ragu untuk mencoba, padahal banyak model usaha digital yang bisa dijalankan dengan modal kecil, seperti menjadi reseller, jasa titip beli, hingga mempromosikan produk kerajinan melalui media sosial (Gunawan & Hazwardy, 2020). Kurangnya pendampingan serta minimnya contoh konkret yang dekat dengan keseharian siswa turut memperkuat keraguan tersebut, sehingga diperlukan bentuk intervensi berupa pelatihan yang bersifat aplikatif dan kontekstual (Lou & Hendriks, 2020).

Sejumlah kegiatan pengabdian dan penelitian terdahulu menegaskan bahwa pendekatan belajar sambil melakukan terbukti lebih efektif dibandingkan sekadar penyampaian teori, sebab keterlibatan langsung siswa dalam praktik nyata mampu mendorong peningkatan kreativitas dan pemahaman mereka (Nikolaos et al., 2024). Temuan lain juga memperlihatkan bahwa pelatihan kewirausahaan yang berbasis digital dapat meningkatkan literasi bisnis sekaligus mengubah cara pandang siswa, dari yang semula konsumtif menjadi lebih produktif (Baghas Budi Wicaksono et al., 2024). Pendekatan semacam ini dinilai jauh lebih sesuai untuk Generasi Z dibandingkan metode konvensional, karena selaras dengan kebiasaan mereka mengakses dan memanfaatkan teknologi sehari-hari. Berbagai temuan ini semakin mempertegas bahwa strategi pembelajaran kewirausahaan perlu diarahkan pada pendekatan yang aplikatif dan dekat dengan keseharian siswa, khususnya lewat pemanfaatan media digital yang sudah menjadi bagian dari keseharian Generasi Z, bukan sekadar penyampaian materi secara teoretis di ruang kelas (Indrawan et al., 2024).

Bertolak dari persoalan tersebut, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan Generasi Z di tengah pesatnya perkembangan era digital, melalui pelatihan yang berbasis praktik dan pemanfaatan media digital. Secara lebih rinci, kegiatan ini dirancang untuk membekali siswa dengan pemahaman dasar mengenai peluang usaha digital, sekaligus mendorong keberanian mereka untuk mulai bertindak, bukan sekadar memahami konsepnya secara teoretis (K. A. Yudha, 2025). Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah tumbuhnya minat, pemahaman, dan kepercayaan diri siswa dalam melihat peluang usaha sederhana berbasis teknologi, sehingga pada akhirnya dapat melahirkan wirausaha-wirausaha muda dari lingkungan sekolah kejuruan. Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan kebiasaan berpikir kreatif dan keberanian mengambil peluang usaha di kalangan siswa, sebagai bekal menghadapi persaingan dunia kerja yang kian ketat (Baghas Budi Wicaksono et al., 2024).

Atas dasar itu, solusi yang dipilih adalah memadukan penyampaian materi singkat mengenai dasar-dasar kewirausahaan digital, pemaparan contoh usaha digital yang relevan dengan keseharian siswa, sesi diskusi interaktif untuk menggali ide serta kendala yang dirasakan peserta, dan simulasi penyusunan rencana usaha sederhana sebagai bentuk latihan praktik langsung. Kombinasi metode ini dipilih karena dinilai mampu menjembatani kebiasaan digital siswa dengan pemanfaatannya secara produktif, sehingga siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga pengalaman langsung dalam merumuskan gagasan usaha. Melalui pendekatan ini, siswa diharapkan mampu bergeser dari sekadar pengguna media sosial menjadi individu yang produktif dan berorientasi pada kewirausahaan, selaras dengan tuntutan keterampilan abad ke-21 yang menekankan kreativitas, kemampuan beradaptasi, dan kemandirian ekonomi (Jaya et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMKN 1 Kramatwatu, Kabupaten Serang, pada tanggal 8 Mei 2026. Sasaran kegiatan adalah siswi kelas 10 SMK dengan jumlah peserta sebanyak 36 orang. Pemilihan mitra ini didasarkan pada kebutuhan sekolah untuk meningkatkan semangat kewirausahaan di kalangan siswa yang selama ini masih cenderung berorientasi sebagai pencari kerja, sehingga diperlukan intervensi yang mampu mendorong perubahan pola pikir mereka secara langsung dan terukur. Metode pengabdian yang digunakan berupa pelatihan partisipatif berbasis praktik dengan memanfaatkan media digital. Untuk mengukur efektivitas intervensi, kegiatan ini menerapkan desain *one-group pretest-posttest*, yaitu pengukuran dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan pada satu kelompok peserta yang sama

tanpa kelompok pembanding (*Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 2025). Desain ini dipilih karena memungkinkan tim pelaksana mengetahui secara langsung perubahan pemahaman dan sikap peserta sebagai dampak dari pelatihan yang diberikan, sekaligus sesuai dengan karakteristik kegiatan pengabdian yang berlangsung dalam waktu terbatas dan melibatkan satu kelompok sasaran.

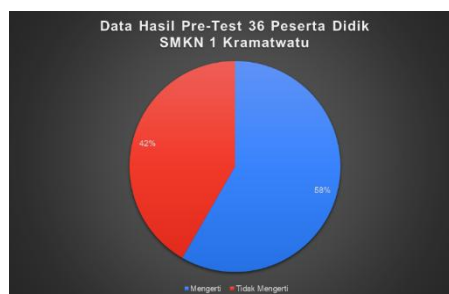
Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan. Tahap pertama adalah persiapan, yaitu melakukan pengamatan awal terhadap kondisi siswa, kebutuhan mitra, serta mempersiapkan sarana dan prasarana kegiatan, termasuk instrumen pre-test dan post-test yang akan digunakan untuk mengukur pemahaman peserta. Tahap kedua adalah pemberian pre-test kepada seluruh peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman awal mereka mengenai konsep dasar kewirausahaan digital, sebelum diberikan materi maupun pelatihan apa pun. Tahap ketiga adalah penyampaian materi singkat mengenai konsep dasar kewirausahaan dan peluang usaha di era digital, dilanjutkan dengan pemaparan contoh usaha digital sederhana, seperti promosi produk melalui Instagram, TikTok, dan platform sejenis, yang relevan dengan kebiasaan siswa sehari-hari. Tahap berikutnya adalah diskusi interaktif, di mana peserta diberi kesempatan untuk bertanya, menyampaikan ide usaha, dan berdiskusi mengenai strategi promosi digital. Tahap kelima berupa simulasi perencanaan usaha sederhana berbasis digital, yang bertujuan melatih siswa untuk mengembangkan gagasan usaha secara praktis dan aplikatif (Khodijah et al., 2024). Sebagai tahap penutup, peserta diberikan post-test dengan instrumen yang sama seperti pre-test, untuk mengetahui perubahan tingkat pemahaman setelah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan. Evaluasi kegiatan juga dilakukan secara langsung selama proses berlangsung dengan mengamati keaktifan peserta, respons terhadap materi, serta kemampuan mereka dalam menyusun ide usaha sederhana (Rahmayoga, 2025). Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang dekat dengan teknologi digital dan aktif menggunakan media sosial dalam keseharian mereka. Dengan metode pelatihan yang aplikatif dan kontekstual, serta pengukuran yang sistematis melalui pre-test dan post-test, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang objektif mengenai efektivitas kegiatan dalam meningkatkan pemahaman, rasa percaya diri, dan minat siswa terhadap peluang usaha berbasis media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Kegiatan pelatihan kewirausahaan digital di SMKN 1 Kramatwatu diawali dengan pembukaan, sambutan dari pihak sekolah, pemaparan materi oleh tim pelaksana, sesi tanya jawab, simulasi perencanaan usaha, hingga penutupan dan penyerahan cendera mata, dan secara keseluruhan berjalan dengan baik serta mendapat antusiasme tinggi dari peserta. Selama proses berlangsung, siswa menunjukkan keterlibatan aktif dalam diskusi, simulasi, dan penyampaian ide usaha sederhana. Untuk mengukur dampak kegiatan secara objektif, evaluasi dilakukan melalui pendekatan *pretest-posttest* pada satu kelompok peserta yang sama (Agustina, 2025), yaitu dengan memberikan pre-test sebelum pelatihan dan post-test setelah pelatihan menggunakan instrumen yang identik.

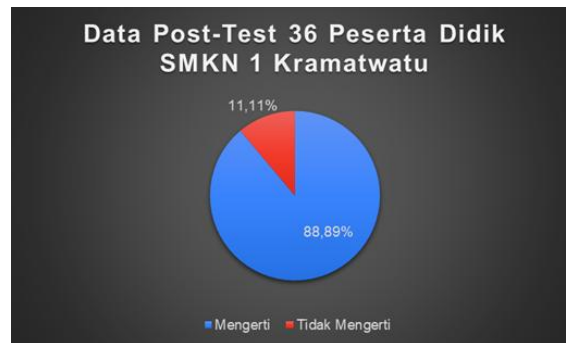
Sebelum kegiatan dimulai, siswa diberikan pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman awal. Dari 36 peserta, sebanyak 58% mengerti dan 42% tidak mengerti.



Gambar 1 Hasil Pre-test Siswa

Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa sebenarnya sudah memiliki bekal pengetahuan dasar tentang kewirausahaan, namun masih terdapat kesenjangan pemahaman yang

cukup besar pada hampir separuh peserta, sejalan dengan persoalan mitra yang diangkat di awal, yaitu rendahnya keberanian dan pemahaman siswa dalam melihat peluang usaha berbasis digital. Setelah pelatihan, dilakukan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman. Hasil menunjukkan bahwa 88,89% sudah mengerti dan 11,11% masih tidak mengerti.



Gambar 2 Hasil Post-test Siswa

Perbandingan hasil pre-test dan post-test memperlihatkan adanya peningkatan jumlah siswa yang mencapai skor maksimal, sekaligus penurunan jumlah siswa dengan skor rendah, dari 42% menjadi hanya 11,11%. Peningkatan sebesar 30,89 poin persentase ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik dan pemanfaatan media digital efektif dalam menumbuhkan pemahaman dan semangat kewirausahaan siswa dalam waktu yang relatif singkat.

2. Pembahasan

Selain peningkatan pemahaman yang tercermin dari hasil pre-test dan post-test, keberhasilan kegiatan ini juga dapat dilihat dari sejumlah indikator keterlibatan peserta selama pelatihan berlangsung, seperti tingkat kehadiran, partisipasi aktif dalam bertanya dan berdiskusi, serta tingkat antusiasme secara keseluruhan. Rangkuman indikator tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1 Indikator penilaian dan hasil kegiatan PKM di SMKN 1 Kramatwatu

No	Indikator Penilaian	Hasil
1	Jumlah peserta yang hadir	36 Peserta
2	Peserta mengikuti kegiatan	36 Peserta
3	Peserta aktif bertanya	2 Peserta
4	Peserta aktif dalam diskusi	5 Peserta
5	Tingkat antusias peserta	80%

Data pada Tabel 1 turut memperkuat temuan ini. Seluruh 36 peserta hadir dan mengikuti kegiatan hingga selesai, dengan tingkat antusiasme peserta mencapai 80%. Peningkatan pemahaman ini sejalan dengan konsep efikasi diri dalam berwirausaha, yaitu keyakinan seseorang atas kemampuan dirinya untuk memulai dan menjalankan usaha, yang terbukti dapat ditingkatkan melalui pembekalan pengetahuan dan pengalaman praktik langsung (Irma et al., 2022). Sebelum pelatihan, sebagian siswa masih beranggapan bahwa berwirausaha membutuhkan modal besar dan pengalaman panjang; setelah diberikan contoh usaha digital sederhana dan kesempatan mensimulasikan gagasan usaha sendiri, mereka mulai memahami bahwa usaha dapat dimulai dari hal kecil dengan memanfaatkan media sosial yang sudah mereka gunakan sehari-hari. Beberapa siswa bahkan mampu mengemukakan gagasan usaha sederhana berbasis digital, seperti penjualan makanan ringan secara daring, jasa titip, dan promosi produk kerajinan, yang menunjukkan bahwa perubahan bukan hanya terjadi pada aspek kognitif, tetapi juga pada kesiapan sikap untuk bertindak. Di sisi lain, hasil ini juga memperlihatkan keterbatasan kegiatan yang perlu menjadi catatan. Jumlah peserta yang aktif bertanya secara lisan hanya 2 dari 36 siswa, dan yang aktif berdiskusi hanya 5 orang, jauh lebih rendah dibandingkan tingkat antusiasme umum yang mencapai 80%. Kesenjangan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pemahaman secara kognitif tidak selalu diikuti oleh keberanian berpartisipasi secara verbal, sehingga metode diskusi terbuka mungkin perlu dilengkapi dengan pendekatan lain yang lebih inklusif, seperti

diskusi kelompok kecil, agar lebih banyak siswa merasa nyaman untuk terlibat aktif. Selain itu, masih adanya 11,11% peserta yang belum memahami materi meski telah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan menunjukkan bahwa durasi pelatihan yang relatif singkat mungkin belum cukup untuk menjangkau seluruh peserta secara merata, sehingga pendampingan lanjutan atau tindak lanjut pascapelatihan dapat dipertimbangkan untuk kegiatan serupa di masa mendatang.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik yang memadukan pemaparan materi, contoh usaha digital, diskusi, dan simulasi perencanaan usaha mampu menjawab persoalan mitra yang diangkat di awal kegiatan, yaitu rendahnya keberanian dan pemahaman siswa SMKN 1 Kramatwatu dalam melihat peluang usaha berbasis media digital. Kegiatan ini berhasil mengubah pola pikir sebagian besar siswa dari sekadar pengguna media sosial menjadi individu yang mulai melihat peluang usaha melalui teknologi digital, meskipun demikian, keterlibatan aktif secara verbal dan pemerataan pemahaman pada seluruh peserta masih menjadi ruang perbaikan untuk kegiatan pengabdian serupa selanjutnya.



Gambar 3. Foto Bersama



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab



Gambar 5. Pemaparan Materi

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di SMKN 1 Kramatwatu menjawab persoalan rendahnya keberanian dan pemahaman siswa dalam melihat peluang usaha berbasis media digital melalui pelatihan kewirausahaan berbasis praktik. Hasil evaluasi menggunakan desain *pretest-posttest* menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari 58% menjadi 88,89%, disertai peningkatan rasa percaya diri siswa dalam menyampaikan gagasan usaha sederhana berbasis digital, seperti penjualan makanan ringan secara daring, jasa titip, dan promosi produk kerajinan melalui media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan *learning by doing* yang memadukan pemaparan materi singkat, contoh usaha nyata, diskusi interaktif, dan simulasi perencanaan usaha efektif dalam mengubah pola pikir siswa dari sekadar pengguna media sosial menjadi individu yang mulai berorientasi pada kewirausahaan digital, sejalan dengan penguatan efikasi diri wirausaha yang tumbuh melalui pengalaman praktik langsung.

Meskipun demikian, kegiatan ini juga menyisakan ruang perbaikan, khususnya pada rendahnya tingkat partisipasi verbal peserta serta masih adanya sebagian kecil siswa yang belum sepenuhnya memahami materi meski telah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan. Hal ini mengindikasikan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dan pendampingan lanjutan pada kegiatan pengabdian serupa di masa mendatang, agar manfaat pelatihan dapat dirasakan lebih merata oleh seluruh peserta. Secara keseluruhan, strategi pembelajaran kewirausahaan yang menggabungkan praktik langsung, diskusi interaktif, dan pemanfaatan media digital terbukti menjadi alternatif yang relevan dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z, sekaligus dapat menjadi rujukan bagi sekolah menengah kejuruan lain dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan siswa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2025). SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat , SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat ,. *SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 513–520.
- Amalia Mulya, A., Rolanda, I., Istikomah, K., & Laksmiwati, M. (2024). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Generasi Z di SMK Insan Kamil Tartila Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang. *Dedikasi Pkm*, 5(2), 398–407. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38966>
- Baghas Budi Wicaksono, Sabam Simbolon, Etty Herijawati, Susanto Wibowo, & Eso Hernawan. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Pemanfaatan Bisnis Digital Bagi Siswa/I Di Smk Karmel Kota Tangerang. *Abdi Dharma*, 4(2), 165–174. <https://doi.org/10.31253/ad.v4i2.3099>
- Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi*. (2025). 12(2), 758–770.
- Genoveva, G., & Ariestiningsih, E. S. (2024). Wirausahawan Digital untuk Generasi Z. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2474. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.16186>
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81–88. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Indrawan, I. G. A., Ridwan, M., & Syahputra, A. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Di SMK Teuku Umar, Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 682–691. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v2i3.880>
- khodija, S., Harimurti, W., Supriyadi, T., Mulyadi, Widarto, R., Fadlan, A., Aprillia, S., & Zevanka, M. (2022). I-Com: Indonesian Community Journal. *Agustus*, 2(2), 416–425.
- Jaya, I., Jatiningrum, C., & Gumanti, M. (2023). Pelatihan Digital Enterpreneurship untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha bagi Generasi Muda pada SMK Miftahul Falah Sinar Mulya Kabupaten Pringsewu. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 89–95. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.1027>
- Judijanto, L., & Apriyanto, A. (2025). Pemetaan Evolusi Kewirausahaan Generasi Z dengan Analisis Bibliometrik. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(02), 85–94. <https://doi.org/10.58812/sek.v3i02.530>
- K. A. Yudha, L. S. (2025). Jurnal Pendidikan Teknik Mesin Undiksha. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin Undiksha*, 13(1), 14–21. <http://10.0.93.79/jptm.v10i2.51606>
- Khodijah, I., Muhammad, I., Nurmahadi, Muhammad, H., Hakim, M., Fikri, H., Riando, M., & Daspan, M. (2024). *Pelatihan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan*. 1(1), 1–6.
- Lou, A., & Hendriks, M. (2020). Embracing Service-Learning: Learning By Doing. *Jurnal Koinonia*, 12(1), 11–20.
- Nikolaos, N., Arifianto, Y. A., & Triposa, R. (2024). Strategi Pembelajaran Berbasis Proyek dalam

- Meningkatkan Kreativitas Siswa Sekolah Dasar. *ELEOS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 3(2), 142–153. <https://doi.org/10.53814/eleos.v3i2.73>
- 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 Gombong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(5), 2453–2459. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i5.2751>
- Satriyono, G., Rukmini, M., Prihardini, O. W., & Mayciella So. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Mitra SMK Tunas Bangsa. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 8(1), 155–159. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v8i1.6638>