

Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Kapasitas Kewirausahaan pada Generasi Z

Ivan Dika Lesmana^{1*}, Khairul Hawani Rambe², Tya Wildana Hapsari Lubis³, Rizky Damayanti Ritonga⁴, Zulpa Salsabila⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Mikroskil

*Corresponding author, e-mail: ivan.lesmana@mikroskil.ac.id.

Abstrak

Pelatihan Digital Entrepreneurship ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan wawasan kewirausahaan digital di kalangan siswa MA Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan. Jumlah siswa yang terdaftar pada pelatihan sebanyak 72 siswa. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 28–30 April 2025. Generasi Z, yang merupakan generasi yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan pesat teknologi digital, memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan masa depan. Namun, masih banyak di antara mereka yang mengalami keterbatasan dalam hal pengetahuan praktis dan pengalaman langsung dalam memanfaatkan teknologi secara optimal untuk tujuan bisnis. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui serangkaian tahapan terstruktur, mulai dari identifikasi kebutuhan peserta, penyusunan materi pelatihan yang relevan, pelaksanaan kegiatan pelatihan secara interaktif, hingga evaluasi hasil pembelajaran. Metode pelatihan yang diterapkan mencakup kombinasi antara ceramah, studi kasus, serta praktik langsung yang difokuskan pada penggunaan platform digital populer seperti TikTok dan Tokopedia sebagai media promosi dan pemasaran produk. Kesimpulan Hasil utama dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan, keterampilan, serta keberanian siswa untuk memulai dan mengembangkan usaha secara mandiri. Program ini tidak hanya memperkuat rasa percaya diri peserta, tetapi juga diharapkan menjadi kontribusi nyata dalam upaya meningkatkan jumlah wirausaha muda di Indonesia dan dapat dijadikan model pelatihan yang aplikatif serta dapat direplikasi di institusi pendidikan lainnya.

Kata Kunci: Digital; Generasi Z; Kewirausahaan; Pelatihan.

Abstract

This Digital Entrepreneurship Training aims to enhance the understanding, skills, and insights of digital entrepreneurship among MA students at Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan. Generation Z, born and raised amid rapid technological advancement, holds great potential to become the entrepreneurs of the future. However, many of them still face limitations in practical knowledge and direct experience in optimally utilizing technology for business purposes. Therefore, this community service activity is implemented through a series of structured stages, starting from identifying participants' needs, preparing relevant training materials, conducting interactive training sessions, and evaluating learning outcomes. The training methods include a combination of lectures, case studies, and hands-on practice focusing on the use of popular digital platforms such as TikTok and Tokopedia as media for product promotion and marketing. The main results of this activity show a significant improvement in students' knowledge, skills, and confidence to initiate and develop their own businesses. This program not only strengthens participants' self-confidence but is also expected to make a real contribution to increasing the number of young entrepreneurs in Indonesia and serve as a practical and replicable training model for other educational institutions.

Keywords: Digital; Entrepreneurship; Generation Z; Training.

How to Cite: Lesmana, I. D. et al. (2026). Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Kapasitas Kewirausahaan pada Generasi Z. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 94-101.



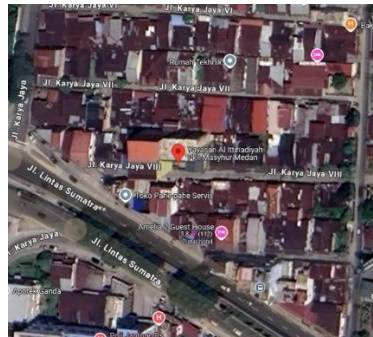
This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2026 by author.

Pendahuluan

Kewirausahaan memiliki peran strategis dalam membangun ketahanan dan kemajuan perekonomian suatu bangsa. Di Indonesia, peningkatan jumlah wirausahawan, terutama dari kalangan muda, menjadi tantangan yang terus dihadapi (Khamimah, 2021). Berdasarkan data terbaru, rasio kewirausahaan Indonesia pada tahun 2023 hanya mencapai 3,47%, masih jauh di bawah negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia (Widodo et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan produktif (Oktaviana et al., 2025). Salah satu kunci penting dalam menjawab tantangan tersebut adalah membekali generasi muda, khususnya generasi Z, dengan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan sejak dini (Patimah et al., 2024).

Generasi Z, yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi digital (Alimuddin & Poddala, 2023). Keseharian mereka lekat dengan penggunaan internet, media sosial, dan berbagai aplikasi digital yang memudahkan aktivitas komunikasi maupun konsumsi informasi (Febriana & Salam, 2024). Potensi generasi ini dalam bidang kewirausahaan sangat besar, terutama dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi, pemasaran, dan pengelolaan usaha (Misbahuddin et al., 2024). Namun, potensi ini belum sepenuhnya dioptimalkan, terutama oleh kalangan pelajar yang masih duduk di bangku sekolah menengah atas (Suhendra et al., 2024). Kurangnya pembekalan tentang konsep dasar kewirausahaan, strategi pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi menjadi kendala utama dalam mendorong mereka untuk terjun ke dunia usaha (Firmansyah & Masril, 2021).

Permasalahan ini terlihat nyata pada mitra kegiatan, yaitu siswa-siswi MA Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan, salah satu sekolah swasta di Medan, Sumatera Utara. Mitra merupakan sekolah yang beralamat di Jl. Karya Jaya Gg. Karya VIII No. 7A, Medan. Untuk lokasi mitra dan tampak depan dari tempat mitra dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2 berikut ini.



Gambar 1. Lokasi Mitra Pada Peta



Gambar 2. Halaman Depan Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sebagian besar siswa memiliki minat terhadap kewirausahaan, namun belum memahami bagaimana memulai usaha, menyusun strategi pemasaran, dan memanfaatkan media digital secara efektif. Beberapa siswa bahkan sudah mencoba menjual produk seperti menjual makanan hasil kreasi siswa secara sederhana, tetapi masih mengalami kesulitan dalam memperluas pasar dan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Hal ini diperparah oleh minimnya program pelatihan yang menasar pemanfaatan teknologi digital secara praktis dalam konteks kewirausahaan. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan yang mendesak untuk memberikan pelatihan yang terstruktur, aplikatif,

dan sesuai dengan karakteristik generasi Z. Selain itu, pendekatan konvensional dalam pembelajaran kewirausahaan sering kali tidak menarik bagi siswa. Mereka membutuhkan metode yang lebih interaktif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Platform seperti TikTok dan Tokopedia, yang sangat familiar bagi generasi ini, sebenarnya dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam memperkenalkan konsep digital marketing dan membangun keterampilan promosi produk secara kreatif (Nugraha et al., 2022). Melalui pendekatan berbasis praktik langsung dengan media sosial, siswa tidak hanya belajar teori tetapi juga dapat merasakan secara nyata bagaimana menjalankan bisnis secara digital (Wahyuni et al., 2024).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kepercayaan diri siswa MA dalam bidang kewirausahaan digital (Costa, 2024). Pelatihan ini difokuskan pada pengenalan konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta praktik simulasi bisnis sederhana dengan menggunakan platform populer (Yanti et al., 2025). Melalui pelatihan ini, siswa diharapkan mampu mengembangkan ide usaha, merancang strategi pemasaran digital, serta membangun branding produk yang menarik dan sesuai dengan target pasar.

Program pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi peserta, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap upaya peningkatan angka wirausaha muda di Indonesia. Dengan memberdayakan generasi muda sejak di bangku sekolah, diharapkan akan tumbuh lebih banyak pelaku usaha yang inovatif, adaptif, dan mampu bersaing di era digital (Agunawan et al., 2024). Selain itu, kegiatan ini juga menjadi bentuk kontribusi nyata dari civitas akademika perguruan tinggi dalam mendukung agenda pembangunan nasional melalui pemberdayaan masyarakat (Suryanti et al., 2024).

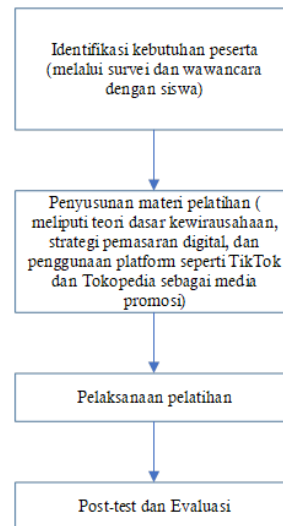
Kajian literatur yang mendasari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan (Baharuddin et al., 2025). Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa integrasi media sosial dalam proses pembelajaran kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi, kreativitas, dan kemampuan berpikir kritis peserta (Khamimah, 2021). Selain itu, pelatihan yang berbasis praktik langsung cenderung memberikan hasil yang lebih berdampak dibandingkan metode ceramah semata (Setiawan et al., 2025). Dalam konteks Indonesia, pendekatan ini sangat relevan mengingat penetrasi internet dan penggunaan media sosial di kalangan remaja sangat tinggi (Sari et al., 2024). Perbedaan Pengabdian ini menggabungkan pelatihan berbasis digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan diintegrasikan media sosial dalam proses pembelajaran kewirausahaan untuk dapat meningkatkan motivasi, kreativitas, dan kemampuan berpikir kritis siswa MA Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan.

Dengan mengacu pada prinsip pemberdayaan dan kolaborasi, kegiatan ini juga melibatkan dukungan penuh dari pihak sekolah, dosen, dan mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator pelatihan. Pendekatan partisipatif ini diharapkan menciptakan suasana belajar yang aktif, menyenangkan, dan berorientasi pada hasil. Di sisi lain, keikutsertaan mahasiswa dalam kegiatan ini memberikan pengalaman nyata yang memperkaya kompetensi akademik dan sosial mereka.

Secara keseluruhan, pelatihan digital entrepreneurship ini dirancang sebagai solusi atas kebutuhan mitra dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan dan keterampilan digital siswa. Kegiatan ini juga bertujuan untuk menciptakan model pelatihan yang dapat direplikasi di sekolah-sekolah lain, sehingga dapat memberikan dampak yang lebih luas dalam mendukung pertumbuhan wirausaha muda yang inovatif dan tangguh di Indonesia.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif, dengan menekankan pada pelatihan langsung dan pendampingan yang aplikatif (Kandriasari et al., 2024). Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memberdayakan siswa MA Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan melalui peningkatan kapasitas di bidang kewirausahaan digital. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling efektif untuk menjawab permasalahan mitra, yaitu rendahnya pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha (Riscal & Sahbany, 2023). Setiap tahapan kegiatan dirancang agar siswa tidak hanya menerima informasi secara teoritis, tetapi juga dapat langsung mempraktikkan keterampilan kewirausahaan digital sesuai dengan kondisi dan minat mereka (Suhendra et al., 2024).

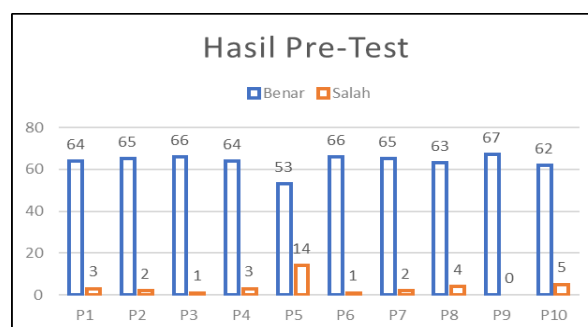


Gambar 3. Tahapan kegiatan pengabdian

Tahapan pertama adalah identifikasi kebutuhan peserta, yang dilakukan melalui survei dan wawancara dengan siswa untuk mengukur tingkat pemahaman awal mereka terhadap kewirausahaan dan digital marketing. Tahap ini bertujuan agar pelatihan yang diberikan dapat disesuaikan dengan latar belakang pengetahuan peserta. Selanjutnya, dilakukan penyusunan materi pelatihan yang relevan dan kontekstual, meliputi teori dasar kewirausahaan, strategi pemasaran digital, dan penggunaan platform seperti TikTok dan Tokopedia sebagai media promosi. Setelah materi siap, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan yang dibagi ke dalam tiga sesi utama. Sesi pertama membahas pengenalan kewirausahaan digital dan pentingnya digital marketing di era saat ini. Sesi kedua difokuskan pada teknik pembuatan konten promosi, termasuk praktik langsung menggunakan media sosial. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik langsung agar peserta terlibat aktif dan memahami materi secara menyeluruh. Sebagai tahap akhir, dilakukan post-test dan evaluasi kegiatan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dibandingkan sebelum pelatihan. Selain itu, dikumpulkan umpan balik dari siswa untuk perbaikan kegiatan serupa di masa mendatang. Kegiatan ini juga didukung penuh oleh pihak sekolah dalam penyediaan fasilitas, serta melibatkan mahasiswa sebagai pendamping teknis untuk memperkuat implementasi pelatihan. Dengan metode ini, diharapkan solusi yang ditawarkan dapat berjalan secara efektif, berkelanjutan, dan mampu direplikasi di sekolah lainnya yang memiliki permasalahan serupa.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan “Digital Entrepreneurship: Pemanfaatan Teknologi bagi Generasi Z dalam Berwirausaha” telah dilaksanakan sesuai dengan rencana, dengan melibatkan siswa MA Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan sebagai mitra utama. Selama pelaksanaan kegiatan, diperoleh berbagai hasil yang mengindikasikan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi siswa dalam memahami dan menerapkan konsep kewirausahaan digital (Khamimah, 2021). Pembahasan hasil ini disajikan berdasarkan tahapan pelaksanaan kegiatan, mulai dari pre-test, pelaksanaan pelatihan, hingga post-test dan evaluasi akhir (Bungai et al., 2024).



Gambar 4. Hasil pre-test pemanfaatan teknologi bagi generasi z dalam berwirausaha

Tahap awal kegiatan dimulai dengan proses identifikasi kebutuhan melalui wawancara dan survei terhadap peserta (Wahyuni et al., 2024). Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum memahami secara utuh apa itu kewirausahaan digital. Dari 30 responden, hanya 20% yang memahami bahwa media sosial dapat digunakan secara strategis untuk pemasaran, dan hanya 10% yang pernah mencoba memasarkan produk secara daring. Namun, minat terhadap wirausaha cukup tinggi, dengan lebih dari 70% siswa menyatakan ingin memiliki usaha sendiri di masa depan.

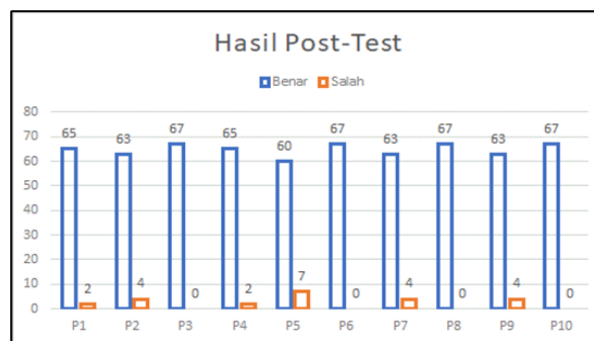
Hasil pre-test yang diberikan sebelum pelatihan memperkuat temuan ini. Skor rata-rata pemahaman siswa terhadap materi digital marketing hanya 45 dari skala 100. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan yang signifikan dan menjadi justifikasi pentingnya pelatihan ini. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firmansyah & Masril (2021), yang menyebutkan bahwa kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital menjadi salah satu penghambat utama lahirnya wirausahawan muda dari lingkungan sekolah.



Gambar 5. Pemberian materi kepada MA Yayasan Al Ittihadiyah

Pelatihan dilaksanakan dalam dua sesi utama. Pada sesi pertama, siswa diperkenalkan dengan konsep kewirausahaan, tantangan dunia usaha saat ini, serta pentingnya pemanfaatan teknologi digital (Irawan et al., 2024). Materi disampaikan secara interaktif menggunakan video pendek, studi kasus lokal, dan diskusi terbuka. Para siswa menunjukkan antusiasme tinggi, dan banyak di antara mereka mulai memahami bahwa media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Tokopedia bukan hanya tempat hiburan, melainkan juga alat bisnis yang sangat potensial.

Sesi kedua berfokus pada teknik dasar digital marketing. Para siswa diperkenalkan pada strategi membuat konten yang menarik, teknik copywriting sederhana, pemilihan waktu unggah yang tepat, serta bagaimana membaca insight atau statistik dari platform digital (Suhendra et al., 2024). Siswa memaparkan studi kasus berupa rencana promosi dari produk fiktif pilihan mereka seperti makanan ringan, aksesoris, dan jasa desain digital (Kandriasari et al., 2024).



Gambar 6. Hasil post-test pemanfaatan teknologi bagi generasi z dalam berwirausaha

Setelah seluruh sesi pelatihan selesai, dilakukan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dengan rata-rata skor naik menjadi 80 dari skala 100. Secara umum, 90% peserta mengalami peningkatan skor sebesar ≥ 30 poin dibandingkan pre-test. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap digital marketing dan kewirausahaan.

Selain itu, dilakukan evaluasi kualitatif melalui wawancara dan kuesioner kepuasan peserta (Oktaviana et al., 2025). Sebanyak 86,7% peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan menyarankan agar kegiatan serupa diadakan secara rutin. Beberapa siswa menyatakan akan mulai merintis usaha kecil-kecilan secara daring dengan memanfaatkan media sosial, serta membentuk komunitas bisnis kecil di sekolah.

Pelatihan ini memberikan dampak langsung terhadap mitra, yakni meningkatnya semangat dan motivasi siswa dalam berwirausaha (Satrio & Muhandono, 2022). Pihak sekolah juga menyampaikan rencana untuk menjadikan pelatihan ini sebagai program tahunan dalam kurikulum kewirausahaan. Guru-guru yang terlibat juga mengapresiasi pendekatan praktis dan relevan yang digunakan, serta menyatakan siap untuk mendampingi siswa lebih lanjut.

Temuan ini menguatkan hasil studi oleh Nugraha et al., (2022), yang menekankan pentingnya integrasi teknologi digital dalam pelatihan kewirausahaan bagi pelajar. Digitalisasi tidak hanya membuat proses belajar lebih menarik, tetapi juga menyiapkan generasi muda untuk menghadapi realita pasar yang dinamis dan kompetitif.

Kegiatan ini tidak hanya memberikan pemahaman kognitif, tetapi juga mendorong siswa untuk berani bereksperimen dan melakukan inovasi dalam konteks nyata (Wahyuni et al., 2024). Hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa platform populer seperti TikTok dan Tokopedia bisa dijadikan media edukatif yang kuat jika digunakan dengan pendekatan yang tepat.

Hasil kegiatan ini menyiratkan bahwa pengembangan kewirausahaan digital harus dimulai sejak jenjang pendidikan menengah. Perlu ada kolaborasi lebih lanjut antara sekolah, perguruan tinggi, dan dunia usaha untuk membentuk ekosistem pembelajaran yang mendukung siswa menjadi wirausahawan digital. Penggunaan pendekatan praktik langsung, simulasi, dan pemanfaatan media sosial harus menjadi bagian penting dari kurikulum kewirausahaan di era digital.

Kegiatan ini juga dapat menjadi prototipe atau model yang dapat direplikasi di sekolah-sekolah lain, terutama di wilayah urban dan semi-urban. Untuk efektivitas jangka panjang, pelatihan lanjutan dengan cakupan materi yang lebih dalam seperti strategi branding digital, pengelolaan keuangan usaha, dan pembuatan toko online profesional juga sangat direkomendasikan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kepercayaan diri siswa MA Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan dalam bidang kewirausahaan digital. Pelatihan yang dirancang dengan pendekatan edukatif dan partisipatif ini berhasil menjawab kebutuhan mitra akan program pemberdayaan yang relevan dengan perkembangan teknologi serta karakteristik generasi Z. Penerapan metode interaktif melalui ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung menggunakan media sosial terbukti efektif dalam membantu siswa memahami konsep kewirausahaan dan digital marketing secara lebih konkret. Peningkatan hasil post-test dibandingkan pre-test menjadi indikator nyata bahwa terjadi peningkatan pemahaman siswa terhadap materi yang diberikan. Program ini juga mendapat respon positif dari pihak sekolah yang mendukung keberlanjutan kegiatan serupa di masa depan sebagai bagian dari penguatan kurikulum kewirausahaan. Dari sisi tim pelaksana, kegiatan ini berkontribusi terhadap pencapaian target luaran berupa publikasi ilmiah dan diseminasi informasi melalui media massa. Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis digital yang dirancang secara kontekstual dan aplikatif mampu menjadi solusi nyata dalam menumbuhkan wirausaha muda di lingkungan pendidikan. Ke depan, pengembangan program serupa dengan cakupan materi yang lebih luas, termasuk aspek manajemen usaha dan strategi pemasaran lanjutan, sangat dianjurkan agar dampaknya semakin optimal dan berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Yayasan Al Ittihadiyah Pkl. Masyhur Medan atas kerja sama dan dukungan selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga kepada Fakultas Informatika Universitas Mikroskil serta seluruh pihak yang telah membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Agunawan, Ifani, A. Z., & Jama, I. M. (2024). Digitalisasi Umkm, Tantangan Perekonomian Desa Bonto Bulaeng Kecamatan Sinoa di Era Society 5.0. *Transformasi : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4, 349–361. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/transformasi/index>
- Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1). <https://journal.amkop.id/jcd/article/view/29>

-
- Baharuddin, G. et al. (2025). Pengembangan Karakter Kewirausahaan Pada Generasi Z: Membangun Generasi Inovatif Dan Mandiri. *Abdi Implementasi Pancasila: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 7-13
- Bungai, J., Perdana, I., Pancawati, R., & Korespondensi, P. (2024). Edukasi kewirausahaan berbasis digital melalui pelatihan dan pendampingan bagi siswa tingkat Sekolah Menengah Atas. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1497–1506.
- Costa, R. O. (2024). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Melalui Technopreneurship Bagi Peserta Didik SMA 7 Bekasi. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 2(3).
- Firmansyah, & Masril. (2021). Membangun Wirausaha di Kalangan Siswa Sekolah. In *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(1).
- Irawan, E. P., Saifulloh, M., & Lumban Toruan, R. R. M. (2024). Pelatihan Branding Produk bagi Siswa SMK Calon Pelaku UMKM di Kota Tangerang. *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 83–94. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v7i1.3674>
- Kandriasari, A., Fadiati, A., Agniya, B. F., & Firmansyah, F. (2024). Edukasi Masyarakat Sekolah Melalui Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan dan Menggali Ide Usaha. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(4), 22–38. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i4.3207>
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Misbahuddin, A. F., Hamris, H., & Nuran, A. S. (2024). PKM Menumbuhkan Semangat Kewirausahaan di Kalangan Generasi Z Melalui Digitalisasi di Jurusan Pendidikan Teknik Elektro. *Abdimas*, 2(1). <https://journal.unm.ac.id/index.php/jpm/index%0APKM>
- Nugraha, M. E., Armawati, Jusriadi, & Rasyid, A. (2022). Penguatan Kewirausahaan Berbasis Digital pada Mahasiswa Tingkat Akhir di PSDKU UNTAD Morowali. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 351–356. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v1i3.945>
- Oktaviana, N., Soleh, A., Panjaitan, D., Zoniarti, & Sachanovrisa, S. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Tedunan Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma. *Jurnal Dehasen Mengabdikan*, 4(1), 117 – 122.
- Patimah, S., Manusiwa, G. A. J., Nazmah, N., Pratama, S. S., Abidin, A. Z., Zenitadion, V., ... & Faidah, A. N. (2024). Membangun Jiwa Wirausaha Generasi Muda: Implementasi Program Pengabdian Masyarakat melalui Sosialisasi Kewirausahaan bagi Generasi Z di Wilayah Banjarmasin. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(2), 2579-2585.
- Putri, A., & Salam, R. (2024). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Belajar IPS Siswa Kelas VIII di SMP Negeri 22 Semarang. *Sosiolium: Jurnal Pembelajaran IPS*, 6(1).
- Riscal, D. A., & Sahbany, S. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(2), 335–346. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.1169>
- Sari, F. H., Cahyadi, R., & Rahmawati, R. (2024). Pengenalan sistem informasi akuntansi dan sistem pemasaran melalui sosial media dengan memperhatikan etika digital di lingkungan SMA Negeri 09 Pinrang. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 150–158. <https://doi.org/10.46963/ams.v5i2.2337>
- Satrio, D., & Muhardono, A. (2022). Membangun Wirausaha dengan Sekolah Wirausaha "Aisyiyah (SWA) Kabupaten Pekalongan. *Abdimasku*, 5(2)
- Setiawan, E., Juliansyah, F., Wulansari, D., & Safitri, R. (2025). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Digital Di Desa Kebon Kalapa. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 1736–1749. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i3.13229>
- Suhendra, Priyowidodo, A., Alexander, A., Limajatini, L., Sutisna, N., Parameswari, R., & Budiman, J. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital 6.0 Pada Sekolah SMA Buddhi Dharma Tangerang. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 2(4), 120–131. <https://doi.org/10.59024/jnb.v2i4.534>
- Suryanti, E., Pd, S., Faqih, H., Kom, S., Kom, M., Zulfa, F., & Pd, M. (2024). Pembinaan Jiwa Wirausaha Dan Digitalisasi Pemasaran Sebagai Bentuk Pembekalan Dunia Usaha Industri Pada Anak Asuh Lksa Puteri Aisyiyah Slawi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (AJPKM)*, 8(2). <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v%vi%i.3531>
- Wahyuni, P. R., Rahman, S. A., Holid, & Santosa, R. (2024). Peningkatan Minat Berwirausaha Bagi Siswa SMKN I Kalianget Dengan Pelatihan Dan Pendampingan Shopee Affiliate Program. *ABDINA: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.1234/jpe.v15i2.101115>
- Widodo, Z. D., Wijastuti, S., Handoko, T., Al Husin, S., Vanesa, P. R., Rahmadani, N., Tunas, U., & Surakarta, P. (2024). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Mengembangkan Potensi Ibu Rumah Tangga Mandiri Dalam Ekonomi Kreatif. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).
-

Yanti, R. T., Handayani, S., Ariska, Y. I., & Effendi, Y. (2025). Pengenalan Pemasaran Media Sosial bagi Generasi Z di SMA Negeri 4 Kabupaten Kepahiang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).