

Penyuluhan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Motivasi dan Kesiapan Berwirausaha di Era Digital

Arya Darmawan*^{ID}, Zulkarnaini, Meita Pragiwani, Sri Handoko Sakti, Irfan Arif Husen,
Farmansyah Maliki

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Jakarta, Indonesia

*Email korespondensi: arya_darmawan@stei.ac.id

ABSTRACT

This Community Service Program aimed to enhance students' understanding of entrepreneurship and increase their motivation to pursue entrepreneurial activities as an alternative career path. The program was conducted on April 16, 2026, at SMA Negeri 36 Jakarta by lecturers from STIE Indonesia Jakarta. The methods employed included lectures, case study presentations, interactive discussions, and question-and-answer sessions. The materials covered fundamental entrepreneurship concepts, business opportunities, entrepreneurial characteristics, and real-life cases of successful and unsuccessful businesses. The results indicated that the program effectively improved students' understanding of entrepreneurship and increased their interest in developing business ideas. Students actively participated in discussions and demonstrated greater awareness of entrepreneurship as a means of achieving economic independence and creating employment opportunities. Evaluation results also showed an increase in students' motivation to learn more about entrepreneurship and explore their creative potential. The program concludes that entrepreneurship education can play an important role in fostering entrepreneurial mindsets among young people and preparing them to face future economic challenges.

Keywords: *Entrepreneurship, Student Motivation, Business Planning*

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi siswa terhadap kewirausahaan sebagai salah satu alternatif pilihan karier di masa depan. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 16 April 2026 di SMA Negeri 36 Jakarta oleh dosen STIE Indonesia Jakarta. Metode yang digunakan meliputi ceramah, penyampaian studi kasus, diskusi interaktif, dan tanya jawab. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar kewirausahaan, peluang usaha, karakteristik wirausahawan, serta studi kasus usaha yang berhasil maupun yang mengalami kegagalan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program ini mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai kewirausahaan serta menumbuhkan minat untuk mengembangkan ide-ide usaha. Siswa berpartisipasi aktif selama kegiatan dan menunjukkan peningkatan kesadaran bahwa kewirausahaan dapat menjadi sarana untuk mencapai kemandirian ekonomi serta menciptakan peluang kerja. Hasil evaluasi juga menunjukkan adanya peningkatan motivasi siswa untuk mempelajari dan mengembangkan potensi kewirausahaan yang dimiliki. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa edukasi kewirausahaan berperan penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan generasi muda sejak dini.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Motivasi Siswa, Perencanaan Bisnis.

Received: 5/7/2026/ Accepted: 5/21/2026 / Online: 6/17/2026

PENDAHULUAN

Keterbatasan lapangan pekerjaan saat ini menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA). Jumlah angkatan kerja yang terus meningkat tidak sebanding dengan daya serap dunia kerja, baik pada sektor pemerintah maupun swasta. Kondisi tersebut menyebabkan banyak lulusan SMA mengalami kesulitan memperoleh pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan. Permasalahan ini semakin dirasakan oleh lulusan yang berasal dari keluarga kurang mampu, karena mereka dituntut untuk segera mandiri dan membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Kewirausahaan dapat menjadi alternatif bagi lulusan SMA untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri sehingga tidak hanya bergantung pada ketersediaan lowongan kerja. Generasi muda, khususnya siswa SMA, memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan karena pada umumnya memiliki karakter berani, kreatif, inovatif, serta menyukai tantangan (Liska et al., 2022). Potensi tersebut perlu diarahkan dan dikembangkan melalui kegiatan edukasi dan motivasi yang tepat.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia usaha dan membuka berbagai peluang bisnis baru melalui pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya. Era digital memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha secara mandiri dengan jangkauan pasar yang lebih luas dan biaya operasional yang lebih fleksibel (Efendi et al., 2024).

Perkembangan teknologi informasi dan internet juga telah mengubah pola bisnis di masyarakat. Saat ini dunia memasuki era digital yang ditandai dengan penggunaan internet, media sosial, YouTube, TikTok, dan berbagai platform online yang mendominasi aktivitas bisnis. Kondisi tersebut berbeda dengan era sebelumnya yang lebih berfokus pada sektor pertanian dan industri. Dalam era digital, pelaku usaha dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar bisnis dapat berkembang dan memperoleh keuntungan secara maksimal (Astuti & Nugraeni, 2023).

Selain itu, strategi pemasaran juga mengalami perubahan yang sangat signifikan. Media sosial menjadi salah satu sarana promosi yang efektif karena memiliki biaya relatif rendah namun mampu menjangkau pasar yang luas. Iklan atau advertising merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan mempromosikan produk atau jasa agar menarik minat konsumen. Selain penggunaan visual, narasi atau pesan dalam iklan memiliki pengaruh besar dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens (Amelia, 2025). Oleh karena itu, pemahaman mengenai digital marketing, komunikasi bisnis, dan advertising menjadi penting bagi siswa SMA agar mampu mengikuti perkembangan dunia usaha modern.

Pentingnya pendidikan kewirausahaan sejak dini juga dikemukakan oleh Ningrum et al., (2022) yang menyatakan bahwa usaha untuk membangun jiwa usaha kreatif sebaiknya dimulai sejak usia muda, bahkan dapat diperkenalkan sejak masih kecil. Sikap inovatif, disiplin, kreatif, bertanggung jawab, ramah, serta mampu berinteraksi dengan baik merupakan karakter penting yang harus dimiliki seorang wirausahawan (Martiningtiyas et al., 2023). Dengan kemampuan komunikasi yang baik, siswa diharapkan mampu mengembangkan usaha serta membangun jaringan bisnis secara lebih luas.

Selain pengetahuan kewirausahaan, motivasi juga menjadi faktor penting dalam membentuk minat berwirausaha pada siswa SMA. Motivasi yang berasal dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang merupakan faktor psikologis yang dapat mendorong seseorang untuk bertindak dan

mencapai tujuan tertentu. Menurut Siregar, (2020), motivasi merupakan keseluruhan dorongan, keinginan, kebutuhan, dan daya yang mengarahkan perilaku seseorang. Oleh karena itu, pemberian motivasi kepada siswa SMA sangat diperlukan agar mereka memiliki keberanian dan semangat untuk memulai usaha secara mandiri.

Meskipun pendidikan tingkat SMA telah memberikan pengetahuan dasar yang memadai, kenyataannya masih banyak lulusan yang menghadapi kesulitan dalam memperoleh pekerjaan (Edwar, 2019). Kondisi ini menunjukkan bahwa lulusan SMA tidak hanya membutuhkan pendidikan formal, tetapi juga perlu dibekali kemampuan praktis dan mental mengenai kewirausahaan digital agar mampu memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai peluang untuk menciptakan usaha mandiri dan tidak hanya bergantung pada ketersediaan lapangan kerja formal (Efendi et al., 2024).

Namun demikian, masih terdapat berbagai hambatan yang menyebabkan lulusan SMA enggan memulai usaha. Salah satu hambatan terbesar adalah faktor ketakutan, seperti ketakutan akan kegagalan dan risiko usaha yang akan dihadapi (Wijaya & Reyta., 2019). Ketakutan tersebut menyebabkan banyak lulusan lebih memilih mencari pekerjaan dibandingkan menciptakan pekerjaan sendiri. Padahal, keterbatasan daya serap tenaga kerja menyebabkan masa tunggu memperoleh pekerjaan menjadi semakin lama.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada siswa SMA Negeri 36 Jakarta dengan tujuan memberikan penyuluhan, motivasi, dan pemahaman mengenai kewirausahaan di era digital. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan siswa tentang dunia usaha serta menumbuhkan keberanian dan minat untuk menjadi pengusaha muda. Selain itu, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan motivasi siswa untuk menjadi pengusaha muda yang kreatif, inovatif, dan mandiri, serta memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi sehingga dapat menciptakan peluang usaha sendiri di tengah persaingan dunia kerja yang semakin ketat.

Masalah yang ingin dipecahkan

Permasalahan utama yang ingin dipecahkan dalam kegiatan ini adalah rendahnya pemahaman dan minat siswa SMA terhadap kewirausahaan, serta kecenderungan mereka untuk lebih memilih menjadi pegawai dibandingkan menciptakan usaha sendiri. Selain itu, terdapat hambatan berupa kurangnya motivasi, ketakutan akan risiko dan kegagalan, serta persepsi bahwa memulai usaha membutuhkan modal finansial yang besar. Dukungan dari lingkungan keluarga yang masih rendah terhadap pilihan berwirausaha juga menjadi kendala tambahan. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini difokuskan untuk memberikan pemahaman bahwa kewirausahaan dapat dimulai dengan modal pengetahuan, kreativitas, dan kemauan yang kuat, serta menumbuhkan keberanian siswa dalam menghadapi tantangan bisnis.

Solusi dan Target

Target peserta pada kegiatan ini adalah siswa SMA Negeri 36 Jakarta sebagai generasi muda yang sedang berada pada tahap penentuan arah masa depan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya kewirausahaan serta membangun motivasi agar mereka tidak hanya berorientasi menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Melalui penyuluhan ini, diharapkan siswa memiliki pengetahuan dasar tentang dunia usaha, mampu mengembangkan ide bisnis, serta memiliki kesiapan untuk menyusun perencanaan usaha sederhana yang dapat diintegrasikan dengan pembelajaran di sekolah.

MATERI DAN METODE

Lokasi dan waktu

Waktu pelaksanaan kegiatan adalah pada hari Kamis, 16 April 2026, bertempat di Gedung SMA Negeri 36 Jakarta, Jl. Perhubungan, RT.19/RW.6, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur.

Khalayak sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah siswa SMA Negeri 36 Jakarta, khususnya siswa tingkat akhir yang akan segera memasuki dunia kerja maupun melanjutkan pendidikan. Pemilihan siswa SMA sebagai sasaran kegiatan didasarkan pada kondisi bahwa lulusan SMA saat ini menghadapi tantangan besar dalam memperoleh pekerjaan karena keterbatasan lapangan kerja yang tidak sebanding dengan jumlah angkatan kerja. Selain itu, sebagian siswa berasal dari keluarga dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah sehingga membutuhkan alternatif solusi agar mampu mandiri secara ekonomi setelah lulus sekolah.

Siswa SMA dipilih karena generasi muda memiliki karakter yang potensial untuk menjadi wirausahawan, seperti kreatif, inovatif, berani mengambil risiko, dan menyukai tantangan. Pada usia remaja, siswa juga berada pada tahap pembentukan pola pikir dan karakter sehingga lebih mudah diberikan motivasi serta pemahaman mengenai pentingnya kewirausahaan sejak dini. Melalui kegiatan penyuluhan ini, siswa diharapkan mampu memahami bahwa kewirausahaan dapat menjadi pilihan karier yang menjanjikan dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan secara mandiri.

Metode / pendekatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup ceramah dan diskusi interaktif. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi mengenai kewirausahaan di era digital, termasuk pemanfaatan teknologi dan media digital dalam pengembangan usaha. Selanjutnya, diskusi interaktif dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam bertanya, menyampaikan pendapat, serta mendalami materi yang telah disampaikan. Melalui metode ini, peserta diharapkan dapat memahami pentingnya kewirausahaan di era digital serta memperoleh wawasan yang relevan dengan perkembangan dunia bisnis saat ini.

Pembicara dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah dosen-dosen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Indonesia. Dalam pelaksanaannya, setiap dosen menggunakan presentasi PowerPoint untuk memastikan materi yang disampaikan sesuai dengan yang diharapkan.

Metode evaluasi dan Indikator keberhasilan

Metode evaluasi kegiatan dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner sederhana yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Kuesioner tersebut bertujuan untuk mengukur tingkat motivasi dan pemahaman siswa terhadap kewirausahaan di era digital. Evaluasi sebelum kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta, sedangkan evaluasi setelah kegiatan dilakukan untuk melihat perubahan motivasi dan pemahaman siswa setelah memperoleh materi melalui metode ceramah dan diskusi interaktif.

Indikator keberhasilan kegiatan PKM ini dapat dilihat dari meningkatnya pemahaman dan motivasi siswa terhadap kewirausahaan setelah mengikuti penyuluhan. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada 80 siswa SMAN 36 Jakarta, sebanyak 60 siswa menunjukkan peningkatan motivasi terhadap kewirausahaan di era digital setelah mengikuti kegiatan. Keberhasilan kegiatan juga tercermin dari antusiasme peserta selama sesi diskusi dan tanya jawab, di mana siswa aktif mengajukan pertanyaan serta menunjukkan ketertarikan terhadap peluang usaha berbasis digital. Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan mampu memahami pentingnya sikap mandiri, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi perkembangan dunia kerja, sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat menjadi bekal dalam menciptakan peluang usaha secara mandiri di masa mendatang.

REALISASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan/Realisasi Kegiatan

Kegiatan ini melibatkan tim dosen dari STIE Indonesia Jakarta sebagai narasumber yang terdiri dari beberapa bidang keahlian, antara lain kewirausahaan, digital bisnis, pemasaran, komunikasi bisnis, dan periklanan. Peserta kegiatan adalah siswa SMA Negeri 36 Jakarta yang mengikuti penyuluhan secara langsung di dalam kelas.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dari pembukaan oleh panitia, dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh para narasumber sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Materi yang disampaikan meliputi bisnis di era digital, motivasi menjadi pengusaha, cara memulai usaha, pemasaran dalam bisnis, komunikasi bisnis, serta pentingnya advertising dalam mendukung keberhasilan usaha. Setiap materi disampaikan secara sistematis dengan pendekatan ceramah yang dikombinasikan dengan diskusi interaktif dan sesi tanya jawab.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2026).

Gambar 1. Pemberian Materi ke Peserta

Dalam proses pelaksanaan, para narasumber juga menyampaikan berbagai studi kasus nyata yang terjadi di dunia bisnis, baik yang mengalami keberhasilan maupun kegagalan. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran praktis kepada siswa mengenai tantangan dan peluang dalam berwirausaha. Suasana kegiatan berlangsung dinamis karena adanya interaksi aktif antara pemateri dan peserta, yang ditandai dengan banyaknya pertanyaan serta diskusi yang berkembang selama kegiatan berlangsung.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2026).

Gambar 2. Sesi Diskusi Interaktif

Selain itu, dalam sesi diskusi interaktif, sebagian besar siswa menunjukkan ketertarikan terhadap ide bisnis berbasis digital, seperti usaha makanan dan minuman yang dipasarkan melalui media sosial, penjualan produk fashion secara online, serta bisnis jasa desain dan konten digital. Siswa juga memberikan respons positif terhadap strategi pemasaran digital yang diperkenalkan dalam materi, terutama penggunaan platform media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi usaha dengan biaya yang relatif rendah dan jangkauan pasar yang luas.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapat respons positif dari peserta. Antusiasme siswa terlihat dari partisipasi aktif dalam diskusi serta ketertarikan terhadap materi yang disampaikan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang aplikatif serta mendorong siswa untuk mulai merencanakan dan mengembangkan usaha secara mandiri.

Pembahasan dan evaluasi

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menunjukkan bahwa penyuluhan kewirausahaan yang diberikan kepada siswa SMA Negeri 36 Jakarta memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan motivasi siswa mengenai pentingnya kewirausahaan sebagai salah satu alternatif pilihan karier. Hal ini terlihat dari tingginya partisipasi peserta selama

kegiatan berlangsung, terutama pada sesi diskusi dan tanya jawab. Siswa menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap materi yang disampaikan serta aktif mengajukan pertanyaan terkait peluang usaha, tantangan dalam memulai bisnis, dan strategi menghadapi risiko usaha.

Penyampaian materi yang dikombinasikan dengan studi kasus nyata dari pelaku usaha yang berhasil maupun yang mengalami kegagalan memberikan pemahaman yang lebih konkret mengenai dunia kewirausahaan. Melalui studi kasus tersebut, siswa dapat memahami bahwa keberhasilan usaha memerlukan kreativitas, ketekunan, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Selain itu, siswa mulai menyadari bahwa kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Hasil evaluasi yang dilakukan melalui kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan menunjukkan adanya peningkatan motivasi dan pemahaman siswa terhadap kewirausahaan. Dari 80 peserta yang mengikuti kegiatan, sebanyak 60 siswa menunjukkan peningkatan minat untuk mempelajari lebih lanjut mengenai kewirausahaan dan mengembangkan ide usaha yang sesuai dengan potensi serta minat mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan mampu mendorong terbentuknya pola pikir kewirausahaan sejak usia sekolah.

Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa sekolah memiliki peran penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada generasi muda. Kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah melalui kegiatan PKM dapat menjadi sarana efektif dalam memberikan edukasi, motivasi, dan inspirasi kepada siswa untuk mengembangkan potensi diri serta mempersiapkan diri menghadapi tantangan ekonomi di masa depan.

Berdasarkan hasil kegiatan, sekolah disarankan untuk mengembangkan program kewirausahaan yang lebih aplikatif, seperti praktik bisnis sederhana, bazar siswa, kompetisi ide bisnis, dan kegiatan inkubasi usaha. Di sisi lain, perguruan tinggi dapat terus memberikan pendampingan melalui pelatihan dan program mentoring guna mendukung pengembangan kemampuan kewirausahaan siswa. Dengan dukungan yang berkelanjutan, diharapkan siswa memiliki kepercayaan diri, kreativitas, dan kesiapan yang lebih baik untuk menciptakan peluang usaha secara mandiri setelah menyelesaikan pendidikan.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di SMA Negeri 36 Jakarta telah berjalan dengan baik dan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman dan motivasi siswa terhadap kewirausahaan. Melalui penyampaian materi, studi kasus, serta diskusi interaktif, siswa memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai konsep dasar kewirausahaan, peluang usaha, dan tantangan yang dihadapi dalam dunia bisnis. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan minat siswa terhadap kewirausahaan yang ditunjukkan melalui partisipasi aktif selama kegiatan serta meningkatnya keinginan untuk mempelajari dan mengembangkan ide usaha.

Kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran siswa bahwa kewirausahaan dapat menjadi salah satu alternatif pilihan karier yang menjanjikan di masa depan. Dengan bekal pengetahuan, motivasi, dan contoh nyata yang diberikan selama kegiatan, siswa diharapkan mampu mengembangkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan berpikir mandiri dalam merancang usaha sederhana sesuai dengan minat dan potensinya. Selain itu, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk

sinergi antara perguruan tinggi dan sekolah dalam menumbuhkan budaya kewirausahaan pada generasi muda sejak dini.

Saran

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, disarankan agar dilakukan pendampingan berkelanjutan kepada siswa dalam mengembangkan ide bisnis hingga tahap implementasi. Kegiatan pelatihan lanjutan dapat difokuskan pada praktik langsung, seperti penyusunan business plan, strategi pemasaran digital, serta simulasi usaha berbasis proyek. Selain itu, perlu adanya kolaborasi antara pihak sekolah dan perguruan tinggi untuk menyediakan program mentoring bagi siswa yang berminat berwirausaha. Pemanfaatan teknologi digital dan platform online juga perlu ditingkatkan sebagai sarana pembelajaran dan praktik bisnis yang lebih relevan dengan perkembangan zaman. Dengan adanya kegiatan lanjutan yang terstruktur, diharapkan siswa dapat lebih siap dan percaya diri dalam memulai usaha secara mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dari dosen STIE Indonesia Jakarta selaku pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Sekolah SMA Negeri 36 Jakarta beserta seluruh jajaran guru yang telah memberikan izin, dukungan, serta fasilitas sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para siswa SMA Negeri 36 Jakarta yang telah berpartisipasi aktif dan antusias selama kegiatan berlangsung. Selain itu, penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan kepada pimpinan STIE Indonesia Jakarta atas dukungan dan dorongan yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Diharapkan kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut dalam kegiatan-kegiatan pengabdian berikutnya.

REFERENSI

- Amelia, R. (2025). Analisis visual dan naratif iklan Marjan 2025: Studi pendekatan audience-centered design. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 9(1). <https://doi.org/10.37505/aksa.v9i1.196>
- Liska, L. D., Putri, N. K. H. R., & Septyastawa, I. K. A. (2022). Memupuk semangat kewirausahaan pada generasi muda: Culturing the entrepreneurship spirit in the young generation. *Arthaniti Studies*, 3(1), 69–73. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6400179>
- Astuti, W. D., & Nugraeni, N. (2023). Mengenal dunia digital: Edukasi dan pendampingan digital marketing kepada UMKM. *Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara*, 2(4), 57–62. <https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i4.211>
- Edwar, M. (2019). Motivasi Berwirausaha Mochamad Edwar. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(1), 90–98.
- Efendi, D. R., Ermanita, E., & Sriwayuni, T. . (2024). Kewirausahaan Di Era Digital: Tantangan dan Peluang Entrepreneurship In The Digital Era: Challenges And Oppoportunities. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 218–223. Retrieved from <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/2510>
- Ningrum, D. (2022). Membangun jiwa usaha kreatif dan bermanfaat bagi masyarakat melalui

penerapan entrepreneurship. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(4).

Martiningtiyas, C. R., Hermawan, A., Chaniago, N., Baliartati, B. O., & Lestari, N. (2023). Pentingnya kemampuan komunikasi dalam berwirausaha. *Rudence: Rural Development for Economic Resilience*, 2(2). <https://doi.org/10.53698/rudence.v2i2.37>

Wijaya, N. P. N. P., & Reyta, F. (2019). Hambatan wirausaha pada lulusan perguruan tinggi. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 3(2), 190–198. <https://doi.org/10.31104/jsab.v3i2.143>

Siregar, L. Y. S. (2020). Motivasi sebagai pengubahan perilaku. *Paedagogik: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 11(2). <https://doi.org/10.24952/paedagogik.v11i2.3156>

DECLARATIONS

Funding

Tidak ada informasi mengenai sumber pendanaan kegiatan ini.

Conflicts of interest/ Competing interests:

The authors have no conflicts of interest to declare that are relevant to the content of this article.

Data, Materials and/or Code Availability:

Data sharing is not applicable to this article as no new data were created or analyzed in this study.

Additional information

Publisher's note Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta Jakarta remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

Rights and permissions

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons license, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If material is not included in the article's Creative Commons license and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

