



TRANSFORMASI *MINDSET* PELAJAR MENJADI *ENTREPRENEUR* MUDA MELALUI PEMBEKALAN MANAJEMEN BISNIS DAN PEMASARAN DI SMK MUHAMMADIYAH KUTOWINANGUN

Lia Rahmawati¹, Imam Muthoha², Teguh Kukuhwiono³, Hani Jayanti⁴

Universitas Putra Bangsa Kebumen^{1,2,3,4}

Email Korespondensi: liarahmawati2121@gmail.com 

Info Artikel

Histori Artikel:

Masuk:

09 Juni 2025

Diterima:

23 Juni 2025

Diterbitkan:

24 Juni 2025

Kata Kunci:

Entrepreneur;
Pelajar SMK;
Pemasaran Digital;
Manajemen Bisnis.

ABSTRAK

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia usaha dan membuka peluang baru bagi generasi muda untuk menjadi pelaku ekonomi digital. Namun, sebagian besar pelajar SMK masih memiliki pola pikir yang berorientasi pada pekerjaan formal dan belum memahami potensi kewirausahaan di era digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menumbuhkan *mindset entrepreneur* pada siswa SMK Muhammadiyah Kutowinangun melalui pelatihan manajemen bisnis dan pemasaran digital. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif dan berbasis praktik, meliputi penyusunan rencana bisnis, pengenalan *Business Model Canvas*, strategi *branding*, serta penggunaan platform digital seperti Instagram dan *marketplace*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap konsep *entrepreneur*, perubahan pola pikir menjadi lebih terbuka terhadap dunia usaha, serta kemampuan teknis dalam pemasaran digital. Tantangan seperti keterbatasan perangkat dan kesenjangan literasi digital masih ditemui, namun dapat diatasi melalui pendampingan intensif. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelajar memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi *entrepreneur* muda yang kreatif dan adaptif. Ke depan, kegiatan serupa perlu dilanjutkan secara berkelanjutan sebagai bagian dari penguatan pendidikan karakter dan ekonomi di tingkat sekolah menengah kejuruan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Transformasi digital telah berperan signifikan dalam pertumbuhan ekonomi secara global selama periode globalisasi dan revolusi industri keempat (Xia et al., 2023). Inovasi teknologi digital telah mengubah metode komunikasi dan menciptakan berbagai peluang usaha. Saat ini, bisnis digital menawarkan banyak potensi berkat kemampuannya untuk berkembang, efisiensi, dan jangkauan pasar yang luas di seluruh dunia (Capello et al., 2023). Untuk menghadapi tantangan ekonomi di masa depan, generasi muda, khususnya para pelajar, perlu untuk memahami serta memanfaatkan teknologi digital dengan baik. SMK Muhammadiyah Kutowinangun memiliki tanggung jawab besar untuk membekali siswa baru dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan zaman sekarang.

Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan semakin meluasnya penggunaan teknologi di setiap aspek kehidupan manusia. Teknologi baru ini lebih menekankan pada pemanfaatan internet yang menjadi poin strategis dalam proses revolusi industri saat ini. Berdasarkan data BPS (2022), pada tahun 2021 sebanyak 62,1% populasi di Indonesia telah mengakses internet dan mengalami kenaikan menjadi 66,48% pada tahun 2022. Jika dilihat dari tujuan mengakses internet, sebanyak 74,90% digunakan untuk mendapatkan informasi berita, 74,02% untuk media sosial, 69,79% digunakan untuk hiburan, 20,53% untuk mendapatkan informasi mengenai barang atau jasa, pembelajaran online 19,12%, pembelian barang atau jasa 16,51%, mengirim atau menerima email 10,73%, fasilitas finansial 6,95%,

lainnya 4,87%, penjualan barang atau jasa 4,63%, bekerja online dari rumah 3,53%, dan menghasilkan konten digital 1,31% (Badan Pusat Statistik, 2022, hlm. 28).

Sebagai generasi penerus bangsa, siswa baru diharapkan tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan inovasi di bidang bisnis digital. Akan tetapi, siswa masih menghadapi berbagai tantangan besar karena kurangnya pemahaman mengenai strategi bisnis digital yang berkelanjutan, terutama di daerah seperti Kebumen, yang memiliki potensi yang besar tetapi masih kurang terhubung dengan ekosistem ekonomi digital (Dovleac et al., 2023). Oleh karena itu, penting sekali untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang bisnis digital sebagai fondasi masa depan ekonomi, yang mencakup pemahaman tentang konsep, peluang, dan tantangan yang dihadapi (Cumming et al., 2023).

Sejalan dengan itu, Praveena (2021, hlm. 438–442) menguraikan aspek psikologis konsumen di dunia digital yang dipengaruhi oleh beberapa faktor: 1) budaya digital konsumen, yang memerlukan pemahaman mendalam tentang lingkungan digital yang ditempati oleh konsumen; 2) iklan digital, yang menjadi fokus utama dalam literatur pemasaran terkait perilaku konsumen; 3) dampak dari lingkungan digital dapat dilihat sebagai *environment integral* (di mana lingkungan digital memengaruhi perilaku langsung konsumen) atau *environment incidental* (di mana lingkungan digital memengaruhi perilaku di konteks lain yang tidak terkait); 4) *mobile*, saat ini konsumen semakin sering menggunakan perangkat seluler; dan 5) *Word of Mouth* online serta ulasan, menjadi aspek yang sangat relevan mengingat ketergantungan konsumen pada informasi yang diperoleh secara sosial di internet.

Siswa tidak hanya diperkenalkan pada lingkungan akademis melalui aktivitas ini, tetapi mereka juga diajarkan cara berpikir secara kritis, kreatif, dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Inisiatif ini bertujuan untuk menghasilkan generasi muda yang berbasis teknologi, yang dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi masa depan baik secara lokal maupun global dengan memanfaatkan pendekatan pengabdian kepada masyarakat (Isac et al., 2023).

Konsep pemasaran digital adalah metode promosi yang tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga telah berkembang menjadi interaksi dua arah. Dari perspektif konsumen, pemanfaatan teknologi komunikasi memberikan sejumlah manfaat, termasuk diskon, kemudahan dalam mencari produk, peningkatan persaingan antara pelaku usaha yang mendorong pertumbuhan pasar, serta keragaman produk (Mansir & Fatimah, 2021; Rohmayanti et al., 2023). Dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran, bisnis dapat memperoleh dukungan yang signifikan, menarik perhatian konsumen, dan memperluas akses ke pasar yang lebih besar.

Pemanfaatan teknologi informasi yang sedang populer, seperti media sosial, menjadikan penggunaan pemasaran digital sebagai pilihan utama bagi pelaku usaha mikro untuk mengadopsi media online sebagai solusi yang efektif dan efisien dalam memperluas jangkauan bisnis mereka. Namun, kenyataannya, masih terdapat banyak pelaku UMKM yang enggan untuk maju. Mereka cenderung mempertahankan metode pemasaran tradisional, yaitu hanya menjual produk kepada konsumen yang berada di sekitar area pasar mereka (Latif et al., 2023; Adviola et al., 2023).

Selain itu, tantangan yang dihadapi ekosistem bisnis digital di seluruh dunia menuntut perubahan segera. Perubahan preferensi konsumen, dominasi platform e-commerce besar, dan kemajuan AI adalah beberapa faktor yang harus dipahami oleh siswa. Ini berarti bahwa perlu ada kursus atau program pendukung yang mengajarkan siswa tidak hanya teori tetapi juga pengetahuan praktis yang relevan. Selain itu, di daerah seperti Kebumen, pembangunan teknologi harus difokuskan untuk mendukung potensi lokal dalam sektor pariwisata, pertanian, dan ekonomi kreatif, yang dapat ditingkatkan melalui bisnis digital (Adiguzel et al., 2018).

SMK Muhammadiyah Kutowinangun memiliki peluang besar untuk menjadi penggerak dalam mempersiapkan generasi muda yang siap berkompetisi di era komputer dan internet. SMK Muhammadiyah Kutowinangun dapat memainkan peran strategis dalam meningkatkan kapasitas mahasiswa baru sebagai perubahan melalui program pengabdian masyarakat sebagai wadah dalam

pembelajaran tentang transformasi *mindset* pelajar menjadi *entrepreneur* muda melalui pembekalan manajemen bisnis dan pemasaran digital. Mengakui bahwa bisnis digital adalah pilar masa depan ekonomi memberikan siswa perspektif baru yang menarik dan berguna. Dengan pembekalan ini, mereka tidak hanya dapat menjadi pelaku ekonomi lokal tetapi juga memiliki peluang untuk menghasilkan inovasi di pasar global (Kuat & Kurniawan, 2023).

Oleh karena itu, program ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan, tetapi juga mencari cara untuk membantu pelajar SMK dengan masalah yang benar-benar terjadi. Pengembangan ekosistem bisnis digital di Kebumen dapat dipercepat jika akademisi, bisnis, dan pemerintah lokal bekerja sama. Sebagai bagian dari generasi muda yang berbasis teknologi, mahasiswa akan didorong untuk berperan sebagai penggerak utama dalam mewujudkan visi ekonomi digital Indonesia yang inklusif dan berkelanjutan (Kuat & Kurniawan, 2023).

METODE PELAKSANAAN

Lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilakukan di SMK Muhammadiyah Kutowinangun. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode pelatihan dan pendampingan berbasis praktik. Kegiatan dilaksanakan di SMK Muhammadiyah Kutowinangun selama kurang lebih 2 jam, dengan peserta utama adalah siswa kelas XI dari jurusan Akuntansi dengan jumlah anggota 53. Metode yang digunakan bertujuan untuk menciptakan interaksi langsung antara narasumber, fasilitator, dan peserta agar proses pembelajaran berlangsung secara aktif, kontekstual, dan aplikatif.

Secara teknis, kegiatan ini diawali dengan observasi dan koordinasi awal bersama pihak sekolah guna mengetahui kebutuhan dan kesiapan peserta. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan kewirausahaan dalam dua aspek utama: (1) Pembekalan Manajemen Bisnis, yang meliputi pengenalan konsep dasar wirausaha, penyusunan rencana usaha (*Business Plan*), perhitungan modal dan laba, serta pengelolaan usaha kecil dan (2) Pemasaran Digital, yang berfokus pada *strategi branding*, penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, serta praktik mengelola toko *online* melalui platform digital seperti Instagram dan *marketplace*.

Setiap sesi pelatihan dilakukan dengan metode interaktif, studi kasus, serta praktik langsung. Siswa juga diberikan tugas untuk menyusun ide bisnis dalam bentuk *Business Model Canvas* dan melakukan simulasi pemasaran digital dengan produk yang telah mereka pilih sendiri. Evaluasi dilakukan guna mengukur perubahan pengetahuan dan sikap kewirausahaan peserta, serta melalui observasi partisipatif selama kegiatan berlangsung.

Metode pelatihan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik siswa SMK Muhammadiyah Kutowinangun yang lebih mengedepankan pendekatan keterampilan terapan. Dengan memberikan pengalaman langsung dalam menyusun, mengelola, dan memasarkan usaha, siswa diharapkan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan terinternalisasi tentang dunia kewirausahaan secara nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di SMK Muhammadiyah Kutowinangun bertujuan untuk mentransformasi pola pikir pelajar agar memiliki semangat dan orientasi sebagai seorang *entrepreneur* muda. Melalui pembekalan materi kewirausahaan yang meliputi dasar-dasar manajemen bisnis serta praktik pemasaran digital, program ini berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman, perubahan *mindset*, dan keterampilan praktik kewirausahaan para peserta. Gambar 1 memperlihatkan momen pelaksanaan kegiatan di dalam ruang kelas, yang menunjukkan interaksi aktif antara fasilitator dan peserta. Suasana partisipatif tercermin dari antusiasme siswa dalam menyimak materi yang disampaikan. Kehadiran narasumber yang kompeten serta suasana diskusi yang terbuka menciptakan ruang belajar yang kondusif dan menyenangkan.



Gambar 1. Aktivitas Kegiatan PKM di dalam Kelas

Peningkatan Wawasan dan Pemahaman Bisnis

Salah satu indikator keberhasilan program ini dapat dilihat dari meningkatnya pemahaman siswa terhadap konsep-konsep dasar manajemen bisnis. Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman terbatas mengenai elemen-elemen penting dalam merintis usaha, seperti penyusunan perencanaan bisnis, analisis pasar, serta strategi operasional dan keuangan. Melalui pemaparan materi serta diskusi interaktif, peserta diajak untuk mengenal *Business Model Canvas (BMC)*, yang kemudian digunakan sebagai alat bantu untuk merancang ide bisnis mereka secara sistematis. Gambar 2 menggambarkan sesi penyampaian materi dan diskusi terkait peningkatan pemahaman siswa terhadap manajemen bisnis. Tampak siswa memperhatikan penjelasan dengan serius, beberapa mencatat poin-poin penting, dan lainnya mengajukan pertanyaan. Aktivitas kegiatan sebagaimana yang terlihat pada gambar 2, juga menunjukkan bahwa proses transfer pengetahuan berjalan dengan baik dan merangsang keterlibatan kognitif siswa secara aktif. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa para siswa yang sebelumnya kesulitan membedakan antara segmen pasar dan target pasar, pada akhir sesi mampu mengidentifikasi dengan tepat siapa calon pelanggan dari produk yang mereka tawarkan serta bagaimana menyusun strategi distribusi yang sesuai.



Gambar 2. Sesi Penyampaian Materi dan Diskusi terkait Peningkatan Pemahaman Siswa terhadap Manajemen Bisnis

Perubahan Pola Pikir (*Mindset*) Siswa terhadap Kewirausahaan

Salah satu tantangan utama dalam membangun karakter wirausaha adalah mengubah cara pandang siswa terhadap kewirausahaan itu sendiri. Sebelum kegiatan ini berlangsung, mayoritas siswa masih berpikir bahwa menjadi pengusaha merupakan jalan alternatif jika tidak mendapatkan pekerjaan formal. Namun, setelah kegiatan berlangsung dan siswa mendapatkan wawasan mengenai potensi kewirausahaan sejak dini, persepsi ini mulai berubah. Gambar 3 menampilkan aktivitas yang berkaitan dengan penyampaian materi dan diskusi tentang pentingnya membangun pola pikir wirausaha. Dalam gambar tersebut, siswa terlihat berdiskusi dan menyampaikan pendapat mereka mengenai peluang usaha yang relevan dengan lingkungan sekitar. Ini menandakan bahwa terjadi perubahan cara pandang: dari sekadar penerima materi menjadi pencetus ide dan calon pelaku usaha. Siswa menunjukkan peningkatan ketertarikan untuk mencoba membuka usaha sendiri, baik secara individu maupun berkelompok. Beberapa siswa menyampaikan minat untuk memulai usaha makanan ringan, menjual kerajinan tangan, hingga membuka jasa desain melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi pola pikir siswa mulai bergeser dari *mindset* pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja.



Gambar 3. Penyampaian Materi dan Diskusi tentang Pentingnya Membangun Pola Pikir Wirausaha

Penerapan Praktik Pemasaran Digital secara Langsung

Kegiatan ini juga memberikan kesempatan kepada siswa untuk terlibat langsung dalam praktik pemasaran digital, yang kini menjadi salah satu keterampilan utama dalam dunia bisnis modern. Melalui sesi pelatihan penggunaan Instagram Business, Shopee, serta tools desain konten seperti Canva, siswa didorong untuk membuat akun bisnis simulatif dan memasarkan produk-produk yang mereka rancang. Gambar 4 menunjukkan dokumentasi praktik langsung siswa dalam menyusun konten promosi. Terlihat beberapa kelompok siswa memegang gawai dan berdiskusi mengenai tampilan visual yang menarik untuk diunggah. Gambar ini memperkuat bukti bahwa kegiatan tidak berhenti pada teori, tetapi benar-benar mendorong siswa untuk aktif mempraktikkan keterampilan digital secara langsung. Hasilnya, siswa berhasil membuat konten promosi dengan tampilan visual yang menarik dan pesan pemasaran yang cukup kuat untuk menjangkau calon konsumen. Bahkan, beberapa kelompok mencatat penjualan awal atas produk simulasi mereka dari sesama siswa atau guru, yang menunjukkan adanya minat nyata terhadap produk yang dipasarkan. Kegiatan ini tidak hanya melatih aspek teknis penggunaan media digital, tetapi juga membentuk kepercayaan diri siswa dalam menyampaikan ide dan produk mereka kepada publik.



Gambar 4. Praktik Langsung Siswa dalam Menyusun Konten Promosi

Identifikasi Tantangan dan Upaya Pemecahan

Dalam proses pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana menemukan beberapa tantangan yang perlu diperhatikan ke depan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan fasilitas digital yang dimiliki siswa. Tidak semua peserta memiliki perangkat seperti smartphone atau laptop yang mendukung praktik pemasaran digital. Hal ini menyebabkan beberapa siswa harus bergantian menggunakan perangkat milik sekolah atau meminjam dari temannya. Gambar 5 menggambarkan interaksi antara fasilitator dan siswa dalam mengatasi hambatan teknis. Tampak beberapa siswa bekerja dalam kelompok, berbagi perangkat, dan saling membantu memahami fitur aplikasi. Pendekatan kolaboratif ini menjadi solusi praktis untuk mengatasi keterbatasan fasilitas. Selain itu, masih terdapat kesenjangan literasi digital di antara siswa. Sebagian peserta mengalami kesulitan dalam memahami fitur-fitur aplikasi yang digunakan, sehingga membutuhkan pendampingan yang lebih intensif. Namun, pendekatan pembelajaran berbasis praktik serta pendampingan langsung oleh tim fasilitator berhasil meminimalkan hambatan tersebut. Siswa terlihat antusias dan menunjukkan kemauan belajar yang tinggi, meskipun dalam kondisi sarana yang terbatas.



Gambar 5. Interaksi antara Fasilitator dan Siswa dalam Mengatasi Hambatan Teknis

Dampak dan Implikasi Kegiatan

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif baik dari aspek kognitif, afektif, maupun psikomotorik siswa. Dari sisi pengetahuan, siswa memperoleh wawasan baru mengenai bagaimana membangun dan mengelola usaha secara sederhana. Dari sisi sikap, terjadi pergeseran cara pandang terhadap kewirausahaan sebagai karier yang layak dan menjanjikan. Sementara dari sisi keterampilan, siswa mampu menerapkan langsung teknik pemasaran digital dan komunikasi bisnis dalam konteks riil, meskipun masih dalam skala kecil. Implikasi dari kegiatan ini adalah perlunya kesinambungan program pembinaan kewirausahaan di lingkungan sekolah. Kegiatan serupa dapat dijadikan sebagai program berkala atau bagian dari kurikulum non-formal yang mendukung program kewirausahaan sekolah. Selain itu, kolaborasi antara pihak sekolah, dunia usaha, dan perguruan tinggi perlu terus diperkuat untuk menciptakan ekosistem pendidikan yang menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan pelajar.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat di SMK Muhammadiyah Kutowinangun telah menunjukkan keberhasilan dalam membentuk pola pikir kewirausahaan di kalangan siswa melalui pendekatan pembelajaran yang partisipatif dan aplikatif. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan mindset peserta terhadap profesi wirausaha menjadi indikator utama dari keberhasilan program ini. Siswa tidak hanya memahami konsep manajemen bisnis dan pemasaran digital, tetapi juga mulai menunjukkan inisiatif menciptakan ide usaha yang kontekstual dengan lingkungan mereka. Bahkan, beberapa siswa mampu mempraktikkan langsung strategi pemasaran digital dan menghasilkan penjualan awal, yang menandakan adanya potensi wirausaha yang dapat terus dikembangkan.

Meski demikian, pelaksanaan kegiatan ini juga menemukan sejumlah tantangan, seperti keterbatasan perangkat digital dan ketimpangan literasi digital siswa. Namun, semangat belajar dan kolaborasi di antara siswa justru menjadi kekuatan tersendiri dalam mengatasi hambatan tersebut. Hal ini membuktikan bahwa nilai-nilai kewirausahaan seperti kerja sama, inisiatif, dan ketangguhan dapat tumbuh melalui pengalaman langsung. Oleh karena itu, keberhasilan kegiatan ini tidak hanya terletak pada transfer ilmu, tetapi juga pada pembentukan karakter wirausaha yang berkelanjutan.

Agar dampak kegiatan ini dapat terus berkembang, diperlukan program pendampingan jangka panjang di sekolah, dukungan fasilitas dan kebijakan dari pihak sekolah, serta kolaborasi dengan dunia usaha dan industri. Selain itu, peningkatan literasi digital secara merata dan pengembangan kurikulum

kewirausahaan yang kontekstual dengan potensi lokal sangat penting untuk memastikan semua siswa memiliki kesempatan yang setara untuk berkembang. Dengan keterlibatan aktif berbagai pihak, program semacam ini berpotensi menjadi fondasi kuat dalam membentuk generasi muda yang mandiri, adaptif, dan siap bersaing di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran dan terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat yang bertajuk “*Transformasi Mindset Pelajar Menjadi Entrepreneur Muda melalui Pembekalan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Digital*” di SMK Muhammadiyah Kutowinangun. Kegiatan ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dari berbagai pihak yang berperan penting dalam setiap tahap pelaksanaan. Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Sekolah SMK Muhammadiyah Kutowinangun beserta jajaran guru dan staf yang telah memberikan dukungan penuh, mulai dari proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada para siswa peserta kegiatan atas antusiasme, semangat belajar, dan partisipasi aktif selama sesi materi maupun praktik berlangsung—semangat mereka menjadi energi utama yang membuat kegiatan ini berdampak secara nyata. Tak lupa, apresiasi yang mendalam kami sampaikan kepada rekan-rekan tim pelaksana dan fasilitator atas kerja sama yang solid, dedikasi tinggi, dan komitmen yang luar biasa dalam menyukseskan setiap rangkaian kegiatan.

Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan kegiatan ini masih terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan, baik dari segi teknis maupun pelibatan sumber daya. Oleh karena itu, kami sangat terbuka terhadap segala bentuk masukan dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan untuk kegiatan serupa di masa yang akan datang. Harapannya, kegiatan ini tidak hanya menjadi acara satu kali, tetapi juga bisa menjadi bagian dari gerakan yang lebih besar untuk menanamkan semangat kewirausahaan sejak dini di lingkungan pendidikan. Semoga kegiatan ini membawa manfaat yang berkelanjutan, khususnya bagi para siswa SMK Muhammadiyah Kutowinangun, dan menjadi langkah awal dalam membangun generasi muda yang berjiwa wirausaha, kreatif, adaptif, serta siap bersaing di era digital yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguzel, T., Kaya, M. H., & Cansu, F. K. (2023). Revolutionizing education with AI: Exploring the transformative potential of ChatGPT. *Contemporary Educational Technology*, 15(3). <https://doi.org/10.30935/cedtech/13152>
- Capello, R., Lenzi, C., & Panzera, E. (2023). The rise of the digital service economy in European regions. *Industry and Innovation*, 30(6), 637–663. <https://doi.org/10.1080/13662716.2022.2082924>
- Cumming, D., Johan, S., Khan, Z., & Meyer, M. (2023). E-Commerce Policy and International Business. *Management International Review*, 63(1), 3–25. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00489-8>
- Dovleac, L., Chițu, I. B., Nichifor, E., & Brătucu, G. (2023). Shaping the Inclusivity in the New Society by Enhancing the Digitainability of Sustainable Development Goals with Education. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/su15043782>
- Isac, C., Iordache, A. M. M., Baltador, L., Coculescu, C., & Niță, D. (2023). Enhancing Students' Entrepreneurial Competencies through Extracurricular Activities—A Pragmatic Approach to Sustainability-Oriented Higher Education. *Sustainability (Switzerland)*, 15(11). <https://doi.org/10.3390/su15118708>
- Latif, A., Apriani, E., Hidayah, Z. Z., Wiyarno, W., & Isarianto, I. (2023). Penguatan Manajemen Keuangan Dan Media Sosial Pada Karang Taruna Desa Wangun Harja. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1221–1230.

- Xia, G., Yu, Z., & Peng, X. (2023). How Does Enterprise Digital Transformation Affect Total Factor Productivity? Based on the Information Intermediary Role of Analysts' Attention. *Sustainability (Switzerland)*, 15(11). <https://doi.org/10.3390/su15118601>
- Yulaini, E., Pramika, D., Hodsay, Z., Rachmawati, D. W., Gunawan, H., Toyib, M., Permatasari, N., & Suryani, I. (2022). Pelatihan dan Workshop Kewirausahaan Berbasis Digital di Sekolah. *Wahana Dedikasi : Jurnal PkM Ilmu Kependidikan*, 5(1), 151. <https://doi.org/10.31851/dedikasi.v5i1.7806>