

Pelatihan Penguatan Peran Dan Karakter Generasi Penerus Bisnis Keluarga Pada Pelaku UMKM Gen-Z

¹⁾Rr Ayu Firdausiah*

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Email Corresponding: rrayufirdausiah@ub.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Bisnis Keluarga UMKM Gen Z Generasi Penerus Penguatan Peran	Generasi Z adalah generasi muda harapan bangsa. Lanskap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengalami transformasi signifikan dengan munculnya Generasi Z (Gen- Z) sebagai konsumen dan calon pewaris bisnis potensial. Sebagai pewaris bisnis keluarga, peran Gen-Z dalam UMKM menjadi semakin penting. Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan penguatan peran dan karakter n bagi generasi muda dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis keluarga. Metode yang digunakan meliputi persiapan, pelaksanaan dengan memberikan materi pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi terhadap 30 pelaku usaha Gen-Z di Kota Malang. Hasil kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya dalam memperkuat peran generasi penerus bisnis keluarga, khususnya pelaku UMKM Gen-Z. Melalui pelatihan yang komprehensif, sesi mentoring, dan pembangunan jaringan, peserta telah memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan motivasi yang diperlukan untuk mengelola dan mengembangkan bisnis keluarga mereka secara efektif.
Keywords: Photography Creativity Training MSMEs Young Entrepreneurs	ABSTRACT Generation Z is the nation's young hope. Small and Medium Enterprises (SMEs) landscape is undergoing a significant transformation with Generation Z (Gen-Z) emerging as consumers and potential business heirs. As the heir to the family business, the role of Gen-Z in SMEs is becoming increasingly important. This service program aims to provide training on strengthening the role and character of n for the younger generation in running and developing family businesses. The methods used include preparation, implementation by providing training materials and mentoring, and evaluation of 30 Gen-Z business actors in Malang City. The results of this activity succeeded in achieving its objectives of strengthening the role of the next generation of family businesses, especially Gen-Z MSME players. Through comprehensive training, mentoring sessions, and network building, participants have gained the knowledge, skills, and motivation to manage and grow their family businesses effectively.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan berperan dalam mendorong kegiatan ekonomi keluarga, masyarakat, perusahaan regional dan milik negara (Nugraha et al., 2022). Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, maka semakin dirasakan akan pentingnya dunia wirausaha (Mettan & Setiawan, 2023). Kini, Generasi Z adalah generasi muda harapan bangsa. Lanskap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengalami transformasi signifikan dengan munculnya Gen-Z sebagai konsumen dan calon pewaris bisnis potensial. Generasi Z yang berjumlah 72% dan milenial bercita-cita ingin memiliki bisnis (Hardian & Hermawan, 2022).

Banyaknya UMKM yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia menyebabkan persaingan yang ketat diantara UMKM. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia pada tahun 2015, sebagian besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, sekitar 95%, tergolong dalam kategori bisnis keluarga (Kwa, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM seringkali dikelola oleh anggota keluarga. Sebagai akibatnya, UMKM memiliki peran yang signifikan sebagai penopang perekonomian rumah tangga. Persaingan membuat perusahaan keluarga untuk memberdayakan anggota keluarganya, baik yang memiliki keahlian tertentu maupun yang berminat untuk membangun suatu perusahaan keluarga bersama– sama dengan anggota keluarga lainnya. Perusahaan yang

dimiliki oleh keluarga mempunyai keuntungan, terutama dalam menyiapkan modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha (Farastika & Firman, 2019). Dalam suatu bisnis keluarga, anggota keluarga merupakan sumber daya yang berharga dalam perusahaan, baik fisik, keuangan dan modal sosial serta membawa sumber daya dan kemampuannya yang ada untuk perusahaan mereka, misalnya komitmen, loyalitas, kepercayaan, pengetahuan. Oleh karena itu, anggota keluarga yang ikut berkecimpung dalam suatu usaha memberikan dukungan yang besar terhadap usahanya sehingga kinerjanya menjadi baik.

Kinerja bisnis dalam suatu UMKM ataupun perusahaan milik keluarga dapat dilihat sejauh mana tingkat keberhasilannya dalam menjalankan bisnis. Namun, adanya mitos yang mengatakan, bahwa “Generasi pertama membangun, generasi kedua menikmati, dan generasi ketiga menghancurkan”. Dan nyatanya Mitos ini berhasil menghantui hampir setiap perusahaan keluarga di Indonesia. Mengapa? Karena ada banyak pula perusahaan keluarga yang akhirnya hancur setelah tongkat estafet diberikan ke generasi berikutnya.

Karakter mempunyai peran penting dalam diri manusia, semakin berkembangnya zaman maka karakter manusia juga ikut berkembang (Suardana, 2021). Generasi penerus sebagai generasi muda yang berkarakter harus mampu memiliki mental yang kokoh dalam menghadapi berbagai problematika yang terjadi (Rizqi, 2021). Dengan memahami peran dan karakter yang dibutuhkan dalam bisnis, generasi penerus akan mampu mengembangkan inovasi baru dan strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing UMKM. Generasi penerus yang biasanya terdiri dari generasi Z merupakan generasi cerdas teknologi (Kusuma et al, 2021; Gunawan, 2020).

Menurut Shovia et al., (2024) menjaga keberlanjutan bisnis keluarga bukanlah perkara yang mudah. Bisnis keluarga tidak akan bertahan lama apabila calon suksesor tidak mendapatkan pengetahuan yang cukup dari generasi pendahulu. Jauwalatta & Darmasetiawan (2017) mengemukakan salah satu faktor utama yang menyebabkan bisnis keluarga tidak berlangsung lama adalah kurang suksesnya generasi pendahulu dalam mempersiapkan dan melakukan transfer pengetahuan kepada generasi berikutnya. Risikonya adalah pemimpin baru tersebut tidak siap dengan permasalahan yang dihadapi dan dapat membuat kinerja perusahaan menjadi tidak baik. Dalam bisnis keluarga transfer pengetahuan merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi untuk mempertahankan kelangsungan jangka panjang dari bisnis tersebut. Oleh karena itu, mempersiapkan Gen-Z sebagai penerus bisnis keluarga diharapkan dapat memiliki signifikansi peranan yang tak terbantahkan dalam memastikan kelangsungan dan kemajuan bisnis keluarga di masa depan.

Penguatan karakter dan peran Gen-Z dapat dikembangkan dalam hal kreativitas dan inovasi, membawa gagasan segar dan solusi baru untuk memperbarui dan meningkatkan bisnis keluarga. Penguatan karakter juga mencakup pembangunan etika kerja yang kuat dan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai keluarga, memastikan bahwa Gen-Z mewarisi dan memelihara identitas bisnis keluarga. Gen-Z memiliki peran penting dalam membawa inovasi dan memastikan adaptasi bisnis keluarga terhadap perubahan lingkungan eksternal dan internal yang terjadi. Sebagai penerus, Gen-Z bertanggung jawab untuk memelihara dan memperkuat budaya dan nilai-nilai keluarga yang telah terbentuk dalam bisnis, menjaga kesinambungan warisan dan identitas perusahaan. Dengan mengintegrasikan penguatan karakter dan peran Gen-Z dalam meneruskan bisnis keluarga, bisnis dapat memastikan kesinambungan, inovasi, dan keberlanjutan dalam menghadapi tantangan dan peluang di pasar yang terus berubah dengan cepat.

II. MASALAH

Salah satu masalah utama adalah resistensi terhadap perubahan dari generasi yang lebih tua. Generasi yang lebih tua sering kali merasa bahwa metode dan cara kerja yang telah mereka gunakan selama bertahun-tahun sudah optimal dan enggan menerima ide-ide baru dari generasi Z. Solusi untuk masalah ini adalah dengan mengadakan sesi pelatihan dan diskusi yang melibatkan kedua generasi, di mana mereka dapat saling berbagi pengalaman dan pandangan. Pendekatan ini dapat membantu membangun rasa saling menghormati dan membuka jalan untuk kolaborasi yang lebih efektif.

Permasalahan kedua adalah perbedaan dalam pendekatan terhadap teknologi. Generasi Z yang tumbuh dalam era digital cenderung lebih mudah beradaptasi dengan teknologi baru, sedangkan generasi yang lebih tua mungkin merasa tertinggal atau tidak nyaman dengan perubahan teknologi yang cepat. Solusi yang dapat diterapkan adalah mengadakan workshop teknologi yang tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga menunjukkan manfaat praktis dari teknologi tersebut dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis. Dengan menunjukkan bukti konkret bagaimana teknologi dapat membantu bisnis, generasi yang lebih tua akan lebih terbuka untuk mengadopsi perubahan.

Selain itu, konflik antar generasi terkait visi dan tujuan bisnis juga merupakan tantangan signifikan. Generasi yang lebih tua mungkin memiliki visi yang lebih konservatif, sedangkan generasi Z mungkin membawa visi yang lebih progresif dan inovatif. Untuk mengatasi hal ini, penting untuk mengadakan pertemuan strategis di mana semua anggota keluarga dapat menyampaikan pandangan mereka dan mencari titik temu. Dengan menetapkan visi bersama yang menggabungkan pengalaman dan kebijaksanaan generasi tua dengan ide-ide segar dari generasi muda, UKM keluarga dapat menemukan keseimbangan yang sehat.

Permasalahan keempat berkaitan dengan keterbatasan keterampilan manajemen di kalangan generasi Z yang baru memasuki dunia bisnis. Meskipun mereka memiliki semangat dan pengetahuan teknologi, mereka mungkin kurang pengalaman dalam aspek manajerial dan operasional bisnis. Solusi yang dapat diterapkan adalah program mentoring yang melibatkan anggota keluarga senior yang lebih berpengalaman. Melalui bimbingan dan pelatihan langsung, generasi Z dapat belajar keterampilan manajerial yang penting sambil tetap membawa inovasi ke dalam bisnis.

Terakhir, tantangan dalam menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional juga sering muncul dalam bisnis keluarga. Generasi Z mungkin menghadapi tekanan untuk terus berinovasi dan memenuhi harapan tinggi, yang dapat menyebabkan kelelahan dan stres. Solusi untuk masalah ini adalah dengan menciptakan budaya kerja yang sehat yang menghargai keseimbangan kehidupan kerja. Ini bisa mencakup fleksibilitas waktu kerja, dukungan kesehatan mental, dan program pengembangan diri yang membantu generasi muda mengelola stres dan menjaga produktivitas. Dengan pendekatan yang holistik ini, bisnis keluarga dapat memastikan keberlanjutan dan kesejahteraan semua anggota keluarga yang terlibat.

III. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertajuk "Pelatihan Penguatan Peran Generasi Penerus Bisnis Keluarga pada Pelaku UMKM Gen-Z telah terlaksana mulai dari tanggal 2 Juli- 13 Agustus 2024 dengan baik dan lancar. Kegiatan ini memiliki sasaran UMKM yang dimiliki oleh Gen-Z. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ditujukan untuk para pembisnis muda generasi Z yang memiliki usaha kecil dan menengah. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan dukungan dan penguatan bagi generasi muda dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis keluarga. Proses pelaksanaannya akan dilakukan melalui beberapa metode berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini mencakup langkah-langkah awal yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat. Pertama, tim akan melakukan survei untuk mengumpulkan informasi yang relevan mengenai kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Gen-Z. Survei ini akan mencakup wawancara, kuesioner, dan observasi lapangan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang kebutuhan dan ekspektasi mereka.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, kegiatan pengabdian masyarakat akan dilaksanakan secara intensif. Kegiatan dimulai dengan pemberian materi sosialisasi yang akan disampaikan oleh Dosen Kewirausahaan yang memiliki kompetensi terkait Family Business. Materi akan berfokus pada pentingnya penguatan karakter generasi Z untuk melanjutkan dan mengembangkan bisnis keluarga. Materi ini akan mencakup topik-topik seperti kepemimpinan, inovasi, teknologi, dan strategi bisnis yang relevan dengan konteks generasi Z. Para peserta akan mendapatkan pengetahuan dan wawasan yang berguna untuk memperkuat peran mereka dalam bisnis keluarga. Selain sesi materi, akan diadakan sesi tanya jawab yang interaktif, di mana para peserta dapat berbagi pengalaman, mengajukan pertanyaan, dan berdiskusi secara langsung dengan para ahli dan mentor. Sesi ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret dan dukungan praktis bagi para pembisnis muda.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan langkah akhir yang sangat penting untuk menilai keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat. Tim akan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini meliputi penilaian terhadap pencapaian sasaran, efektivitas metode yang digunakan, dan tingkat kepuasan peserta. Selain itu, feedback dari peserta akan dikumpulkan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari kegiatan ini. Hasil evaluasi akan digunakan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan program pengabdian masyarakat di masa mendatang. Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif, tim dapat memastikan bahwa

kegiatan ini memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi para pembisnis muda generasi Z dalam menjalankan bisnis keluarga mereka.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan dukungan yang komprehensif dan praktis bagi generasi Z dalam mengembangkan bisnis keluarga. Melalui tahapan persiapan yang matang, pelaksanaan yang interaktif, dan evaluasi yang menyeluruh, diharapkan kegiatan ini dapat membantu para pembisnis muda menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam dunia bisnis yang terus berkembang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

Tahap awal persiapan dalam kegiatan ini adalah melakukan koordinasi dengan tim pengabdian dan mengumpulkan informasi melalui survei dan wawancara dengan pelaku UMKM terkait permasalahan dan tantangan yang dihadapi dalam meneruskan usahanya.



Gambar 1. Proses Survei dengan Pelaku UMKM

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam dua sesi. Sesi pertama mencakup penyampaian materi pelatihan, yang kemudian dilanjutkan dengan pendampingan terkait penguatan peran dan pembentukan karakter generasi penerus bisnis keluarga pada pelaku UMKM dari kalangan Gen-Z. Berikut hasil pelaksanaannya:

a. Pembekalan Materi dan Sosialisasi

Kegiatan materi pelatihan terkait Penguatan Peran Generasi Penerus Bisnis Keluarga pada Pelaku UMKM Gen-Z terlaksana pada tanggal 4 Juli 2024 di Gedung Malang Creative Center. Materi pelatihan disampaikan oleh Haqu Imaning Elmiani, S. Bns., MEI, yaitu Dosen Kewirausahaan FEB UB.



Gambar 2. Kegiatan Penyampaian Materi oleh Ibu Haqu Imaning Elmiani, S. Bns., MEI



Gambar 3. Kegiatan Pembekalan

Melalui sesi pembekalan materi bahwasanya Gen-Z sebagai generasi penerus perlu menekankan pentingnya nilai-nilai yang diperlukan untuk keberlanjutan bisnis keluarga. Dalam pelatihan ini, generasi penerus diajarkan berbagai keterampilan penting seperti kepemimpinan, inovasi, kemandirian, dan manajemen konflik. Nilai-nilai ini dianggap penting untuk menjaga dan mengembangkan bisnis keluarga dari generasi ke generasi. Melalui sesi pelatihan dan workshop, mereka mempelajari teknik-teknik baru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis mereka. Forum diskusi dan sesi tanya jawab memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi. Jaringan ini diharapkan akan terus berkembang dan memberikan dukungan yang berkelanjutan bagi peserta dalam menjalankan bisnis mereka di masa depan. Salah satu dampak positif dari kegiatan ini adalah peningkatan kesadaran peserta mengenai pentingnya peran mereka dalam melanjutkan dan mengembangkan bisnis keluarga. Motivasi mereka untuk melakukan perubahan dan inovasi dalam bisnis meningkat, seiring dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mereka dapat berkontribusi terhadap keberhasilan jangka panjang bisnis keluarga mereka.

b. Pendampingan UMKM

Pendampingan dilakukan kepada salah satu UMKM Makanan di Kota Malang yaitu UD. Jaya Abadi. Materi yang disampaikan mencakup konsep dasar *family business*, struktur organisasi, budaya kerja keluarga, serta pengelolaan data dan pelaporan. Kegiatan pendampingan ini dimulai pada tanggal 15 Juli 2024 dengan melakukan sosialisasi dan penyampaian materi pendampingan kepada pemilik usaha.



Gambar 4. Program Pendampingan

Setelah mendapat pendampingan, UMKM berinisiatif membuat poster yang berisi profil perusahaan sebagai wujud dokumentasi *family business*. Poster tersebut menampilkan visi misi dan sejarah singkat perusahaan. Pendampingan materi ini dinilai bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman UMKM akan pentingnya pengelolaan bisnis secara terstruktur sebagai *family business*. Struktur organisasi dan budaya kerja keluarga dapat dioptimalkan dalam menunjang *sustainability* usaha di masa depan. Pembuatan poster dapat memperkenalkan identitas UMKM secara lebih baik kepada masyarakat. Namun, diperlukan pendampingan berkelanjutan dalam pengembangan produk,

pemasaran, dan pelayanan guna meningkatkan kapasitas UMKM secara menyeluruh. Program mentoring yang diadakan selama kegiatan ini sangat membantu dalam mengembangkan keterampilan manajerial pelaku UMKM. Mentor yang berpengalaman memberikan bimbingan yang spesifik dan praktik dalam menghadapi tantangan sehari-hari dalam bisnis keluarga. Peserta merasa lebih siap untuk menangani aspek-aspek penting dari manajemen bisnis, termasuk pengelolaan keuangan, perencanaan strategis, dan pengembangan produk.

3. Tahap Evaluasi

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berhasil mencapai tujuannya dalam memperkuat peran generasi penerus bisnis keluarga pada pelaku UMKM Gen-Z. Secara keseluruhan, UMKM UD. Jaya Abadi berhasil meningkatkan kapasitasnya dalam mempersiapkan generasi penerus untuk mengelola bisnis keluarga. Keterlibatan generasi muda sebagai calon penerus memberikan kontribusi inovatif, terutama dalam penguasaan digital marketing dan peningkatan kualitas produk melalui pelatihan fotografi. Keberhasilan menciptakan konten menarik di Instagram mencerminkan peningkatan kemampuan pemasaran secara daring. Selain itu, pengembangan karakter generasi muda menjadi landasan penting untuk memastikan keberlanjutan usaha di masa depan. Dengan demikian, program ini telah memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM sekaligus berkontribusi pada penguatan perekonomian lokal secara tidak langsung.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan kontribusi dalam mempersiapkan generasi penerus yakni Gen-Z sebagai pemimpin masa depan dalam usaha kecil dan menengah (UKM) keluarga di Kota Malang. Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta lebih memahami pentingnya penguatan peran generasi penerus dengan membekali mereka keterampilan teknis seperti digital marketing dan fotografi, serta nilai-nilai penting seperti kepemimpinan, inovasi, kemandirian, dan manajemen konflik dalam menjaga dan mengembangkan bisnis keluarga dari generasi ke generasi. Program ini berhasil meningkatkan kesadaran dan motivasi generasi penerus di Kota Malang untuk mengembangkan bisnis keluarga secara berkelanjutan. Konsep *family business* yang diperkenalkan melalui pelatihan memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya kesinambungan nilai dan visi usaha dari generasi ke generasi. Selain itu, keterlibatan mentor profesional telah memberikan panduan strategis yang praktis bagi peserta dalam menghadapi tantangan baik manajerial maupun operasional. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas UMKM, mempersiapkan generasi muda sebagai pemimpin masa depan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui inovasi dan keberlanjutan bisnis keluarga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Farastika, R., & Firman, F. (2019). Keterlibatan Anggota Keluarga Dalam Bisnis Dan Hubungannya Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(3), 55–66. <https://doi.org/10.24036/jkmw0278810>
- Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha Di Sekolah SMA Desa Karangasih Cikarang. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.26874/jakw.v1i1.11>
- Jauwalatta, F., & Darmasetiawan, N. K. (2017). Perencanaan Suksesi Pada Toserba 'X'Ditinjau Dari Family System, Management System Dan Ownership System. *Calyptra*, 5(2), 1150–1175. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/3225%0Ahttps://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/download/3225/2372>
- Kusuma, I.L, Fitria,T.N., Dewi, M.W. et al. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial Di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal BUDIMAS (ISSN:2715-8926) Vol. 03, No. 02, 2021.*
- Kwa, L. S. (2021). Tantangan dan Strategi UMKM Milik Keluarga (Bisnis Keluarga) Bidang Makanan dan Minuman dalam Menghadapi Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar selama Pandemi Virus Corona (Covid-19) di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 34–46. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.126>

- Mettan, S. V., & Setiawan, Y. C. (2023). Pelatihan Wirausaha Generasi Z Terutama Siswa/I SMA St. Agnes Untuk Mengembangkan Potensi Entrepreneur Muda Melalui Zoom. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 151–157. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.778>
- Mohammad Ega Nugraha, Armawati, Jusriadi, & Asbal Rasyid. (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>
- Rizqi, M. A. (2021). Pembinaan Dan Penguatan Karakter Generasi Muda Melalui Sinergi Building Dan Entrepreneurship Programme Desa Glagah Lamongan. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.30587/jpmanajemen.v1i1.2982>
- Shovia, P. N., Surabaya, U. M., Wahjono, S. I., & Surabaya, U. M. (2024). *Peran Manajemen Strategik di Perusahaan Keluarga Bakrie Group. July*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20935.92321>
- Suardana, I. P. O. (2021). Pelatihan Pengembangan Entrepreneur Berbasis Potensi Diri. 4, 932–935.