

Literasi Digital Produktif Kreatif dan Kewirausahaan pada Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah

¹⁾Akhmad Daerobi, ²⁾Aulia Hapsari Juwita*, ³⁾Dwi Prasetyani, ⁴⁾Guntur Riyanto, ⁵⁾Vinc Hadiwiyono, ⁶⁾Vita Kartika Sari

^{1,2,3,4,5,6)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas maret, Indonesia

*Corresponding author

Email : auliajuwita@staff.uns.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Produk Kreatif Kewirausahaan Pemasaran Digital Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah	Penggunaan teknologi secara efektif menjadi kebutuhan yang mendesak dalam kehidupan sehari-hari. Pada sektor ekonomi literasi digital yang biasa dikenal dengan e-commerce menjadi media dalam menyalurkan produktifitas barang dan jasa. Dalam penggunaannya tentu saja terdapat tata cara serta kode etik yang tidak melanggar Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Oleh sebab itu, kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan literasi kepada para murid SMK Bhakti Karya Karanganyar tentang literasi digital produk kreatif dan kewirausahaan dimana mata Pelajaran kewirausahaan menjadi mata Pelajaran baru yang ada di sekolah ini. Metode yang diberikan dengan ceramah dan paper base project yang fokus penyampaian adalah terkait pemasaran digital yang memberikan banyak manfaat dan perubahan pada wirausahawan. Penyampaian materi dilakukan pada saat masa pengenalan lingkungan sekolah. Sehingga target dari penyampaian ini adalah untuk para murid kelas 1. Hasil yang diperoleh Penilaian baik dalam menerima literasi dari luar sekolah menjadikannya pengalaman dan pengetahuan baru yang diterima oleh para murid. Rasa antusias dan tingkat kreatifitas para murid bermunculan. Ide serta gagasan yang disampaikan menjadi inovasi yang dapat dikembangkan kedepannya. Keinginan para murid untuk membuat suatu produk sangatlah besar. Sehingga pihak sekolah juga harus dapat memfasilitasi bakat dan minat para murid tersebut agar kelak jiwa kewirausahaannya muncul dan para lulusan dapat bekerja. Sehingga tidak terlalu menggantungkan diri untuk menjadi karyawan dalam suatu perusahaan melainkan menjadi pemilik usaha yang dapat membuka lowongan pekerjaan.
Keywords: Creative Products. Entrepreneurship. Digital Marketing. Introduction To The School Environment	ABSTRACT This community service aims to provide literacy to the students of SMK Bhakti Karya Karanganyar regarding digital literacy of creative and entrepreneurial products. The additional focus is related to digital marketing which provides many benefits and changes to entrepreneurs. Submission of material is carried out during the introduction period of the school environment. So that the target of this application is for grade 1 students. To foster an entrepreneurial spirit, it must start early by looking for opportunities that can be taken. Based on the dedication that has been done, the students are very enthusiastic in receiving this literacy. The desire of the students to make a product is very large. So that the school must also be able to facilitate the talents and interests of these students so that later the entrepreneurial spirit emerges, and graduates can work. So that you don't depend too much on being an employee in a company but being a business owner who can open job vacancies. This is an open access article under the CC-BY-SA license.



I. PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran memiliki pengaruh terhadap kemiskinan. Kedua variabel tersebut menjadi permasalahan secara makro yang selalu ada di setiap negara tidak terkecuali Indonesia. Determinasi lain yang dapat mempengaruhi kemiskinan ada pada pendidikan dan Kesehatan yang mana faktor ini menjadi kendala internal dalam pengembangan sumber daya manusia (Novaria, 2020). Sumber daya manusia menjadi bagian yang penting dalam pembangunan suatu negara baik melalui karakter dan kualitasnya. Karakter dan

5631

kualitas SDM yang rendah dapat memperlambat Pembangunan suatu negara, sebaliknya kualitas SDM yang unggul dapat mempercepat Pembangunan negara. Hubungan sebab akibat ini dibutuhkan peran penduduk. Penduduk harus bersifat kooperatif agar tidak muncul keresahan sosial yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat dan prospek pembangunan ekonomi jangka Panjang. Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah dengan mengurangi pengangguran melalui menambahkan skill, meningkatkan lulusan pendidikan, memperluas lapangan pekerjaan, memberikan ruang untuk membangun usaha atau menjadi wirausahawan.

Berdasarkan data BPS tahun 2022 mengenai pengangguran terbuka, pendidikan dengan lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mencapai 1.661.492. Lulusan SMK merupakan sekolah kejuruan yang memang difokuskan untuk siap bekerja sehingga pada kurikulum sekolahnyapun memiliki praktikum yang lebih banyak dibandingkan dengan Sekolah Menengah Atas (SMA). Praktikum yang diwajibkan kepada murid-murid tidak hanya ada di sekolah namun langsung terjun ke masyarakat atau lapangan yang bersangkutan dengan peminatan yang ada di setiap sekolah. Pada akhirnya lulusan SMK lebih siap terjun ke dunia kerja dibandingkan dengan SMA baik bekerja secara formal ataupun informal.

SMK Bhakti Karya Karanganyar merupakan salah satu satuan pendidikan dengan jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Cangakan, Kec. Karanganyar, Kab. Karanganyar, Jawa Tengah. Dalam menjalankan kegiatannya, SMK Bhakti Karya Karanganyar berada di bawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang telah juga dilaksanakan di sekolah lain di Indonesia (Nuri et al., 2023). Mulai tahun ajaran 2022/2023 semester ganjil lalu, seluruh murid mulai mendapatkan mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan. Mata pelajaran ini diperuntukan untuk siswa kelas 11. Adanya mata pelajaran ini untuk menjadi salah satu jawaban bagi pendidikan di SMK untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan pembekalan kompetensi kewirausahaan diarahkan untuk mempersiapkan anak didik dalam rangka menciptakan lapangan kerja, mengentaskan masalah pengangguran, kemiskinan, keterpurukan ekonomi dan secara politis dapat mengangkat harkat dan martabat sebagai bangsa yang mandiri. (Khotimah et al., 2020) menekankan jika salah satu cara mengurangi pengangguran adalah dengan membuka lapangan kerja. Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh sekolah agar para lulusan agar nantinya tidak hanya berburu pekerjaan namun juga dapat membaca peluang dan kesempatan di dunia kerja bahkan mampu membuka usaha sendiri.

Program yang telah dijalankan pada awal semester pembelajaran, sekolah telah melakukan kerjasama dengan tempat sablon. Para murid dapat praktek secara langsung di lokasi setempat. Untuk menunjang keberlanjutan para murid sekolah menyewa alat sablon tersebut untuk dapat dipraktekan secara langsung di sekolah. Mengembangkan jiwa kewirausahaan dikalangan siswa merupakan salah satu hal yang penting untuk menjadi kesempatan kerja, pendapatan dan kesejahteraan bagi setiap orang/ individu (Mirna Noventri et al., 2022). Sehingga masih dibutuhkan motivasi dan pengalaman baru (Mila, 2013). Dalam produk kreatif dan kewirausahaan tidak dapat jika hanya fokus pada proses pembuatan dan hasil produksi namun juga pada bagaimana cara untuk memasarkan produk tersebut (Afifulloh & Islam, 2023). Pada saat melakukan usaha, para lulusan harus memiliki ide atau suatu produk kreatif yang dapat menarik perhatian para konsumen. Produk kreatif juga dapat diartikan sebagai Upaya untuk dapat menciptakan produk baru yang dihasilkan dari proses kreatif dengan memperhatikan nilai-nilai kewirausahaan dimana produk memiliki kelebihan dibandingkan produk lainnya yang telah ada dan memiliki nilai jual yang tinggi.

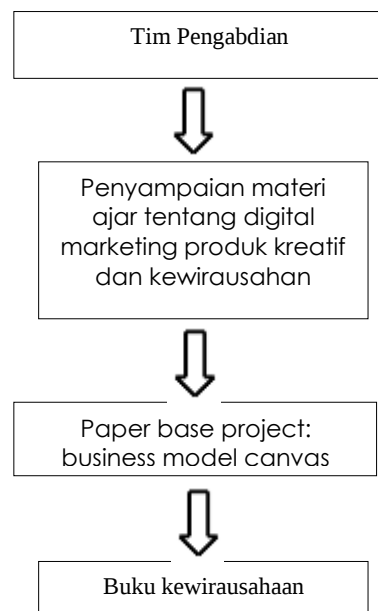
Pada sekolah ini, materi terkait digital produk serta Undang-Undang Informasi dan Teknologi Elektronik (UU ITE) belum banyak disampaikan secara khusus sedangkan Perkembangan digital memaksa para usahawan untuk tetap berpikir kreatif dan inovatif. Adanya kemajuan teknologi yang mana dapat membuka banyak peluang guna membantu pemasaran produk maupun jasa (Krisnaresanti et al., 2022). Meskipun begitu, para murid nantinya juga harus memperhatikan kode etik dalam melakukannya digital marketingnya. Digital marketing tidak hanya bagaimana wirausaha mempromosikan produknya namun, juga membangun hubungan dengan pelanggan melalui kepercayaan produksinya. Digital marketing juga tidak hanya mempromosikan produk melalui sosial media seperti halnya facebook, Instagram, tetapi juga pada iklan TVC, ebook, koran digital, company profile video, marketing email, endorse influencer, broadcast SMS, iklan pay per click, banner iklan, pay per sale, pay per lead, dan sebagainya. Pasribu dan maulia (2021) menjelaskan jika digital marketing memiliki banyak keuntungan seperti waktu yang bisa diatur, penyebaran yang luas serta pengefisiensi pembiayaan, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Dalam menggunakan digital marketing, seorang murid-murid yang nantinya ingin menjadi wirausahawan

harus mematuhi etika yang berlaku seperti tidak mengandung sara atau kata-kata yang bermakna negative. Penerapan kode etik dalam pada e-commerce harus didasarkan tata krama (Egeten, 2017). Hasil dari adanya hal tersebut, Konsumen dipermudah untuk mendapatkan informasi produk secara digital

Alat strategi untuk meningkatkan produksi selain melalui digital marketing adalah dengan media business model canvas (BMC). Alat ini dapat menyediakan kerangka terstruktur untuk produsen dapat memahami kebutuhan konsumennya dan menciptakan peluang dan inovasi (Trautmann, 2021). BMC dapat digunakan untuk mengevaluasi pasar dan menyesuaikan permintaan konsumen (Azmy et al., 2019) (Hermawan, 2024). Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, kami para tim peneliti mendapatkan kesempatan untuk memberikan literasi digital akan produk kreatif dan kewirausahaan yang berfokus pada cara pemasaran dan pentingnya untuk memahami UU ITE. Literasi tersebut disampaikan kepada para murid SMK pada saat masa pengenalan lingkungan sekolah. Harapan dari kegiatan ini adalah para murid SMK mendapatkan wawasan dan pengalaman baru yang nantinya dapat menjadi bekal saat masih duduk dibangku sekolah hingga lulus.

II. METODE

Lokasi pengabdian ini adalah di SMK Bhakti Karya Karanganyar, Jawa Tengah. Metode yang diberikan dengan cara memberikan ceramah dan paper base project kepada para murid. Ceramah yang diberikan seputar pemasaran dan pemahaman akan UU ITE yang berlaku. Kemudian dilanjutkan paper base project dengan membuat business model canvas. Alat yang diberikan untuk menjalankan metode ini yaitu power point, papan tulis, spidol hitam, spidol berwarna, kertas A3 berwarna, kertas origami, dan alat tulis kerja (ATK). Langkah dalam pelaksanaan pengabdian dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Gambaran iptek

Pertama, kami melakukan survey pertama di sekolah. Survey dilakukan sebagai sarana komunikasi awal antara tim pengabdian dengan sekolah. Pada survey pertama ini, tim ingin mendapatkan informasi terkait ketersediaan mata pelajaran tentang produk kreatif dan kewirausahaan.

Kedua, setelah semua informasi dan koordinasi yang dibutuhkan sudah didapatkan, tim memutuskan untuk menyampaikan literasi digital pada produk kreatif dan kewirausahaan yang fokus pada bagaimana cara memasarkan suatu produk secara digital.

Ketiga, sesuai dengan kesepakatan antara pihak pertama dan kedua, acara diselenggarakan di saat Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah. Kegiatan ini juga didukung dengan kegiatan lainnya seperti adanya game yang berhubungan dengan kekompakan dan kepercayaan. Kegiatan ini dihadiri oleh murid baru SMK.

Keempat, Ceramah dilakukan selama 90 menit pada hari kerja di aula besar sekolah. Setelah ceramah selesai, kami memberikan paper base project untuk para murid. Tema yang diberikan adalah para murid

harus bisa membuat business model canvas pada produk kreatif dimulai dari modal, cara pemasaran, dan pemahamannya akan UU ITE. Untuk menjalankannya para murid diwajibkan membentuk kelompok dengan anggota 4-5 orang. Waktu yang diberikan untuk membuat business model canvas ini adalah 120 menit. Setelahnya, para murid wajib memaparkan didepan para kelompok yang lain maksimal 15 menit setiap kelompok.

Kelima, kami memberikan buku kewirausahaan dimana penulisnya adalah penulis dari tim pengabdian. Gambaran iptek dari pengabdian ini adalah pemberian buku kewirausahaan kepada sekolah untuk dapat dijadikan sebagai koleksi baru di perpustakaan sekolah. Hal ini dilakukan agar para murid semakin mudah mendapatkan pengetahuan terkait kewirausahaan. Juga para murid memiliki gambaran-gambaran produk kreatif lainnya dengan inovasi serta kreatif yang terus meningkat. Serta menumbuhkan keinginan para murid untuk menjadi wirausahawan yang bertanggung jawab, disiplin, memiliki komitmen tinggi, kreatif dan inovatif dan mandiri.

Keenam, tim pengabdian memberikan kuisioner tentang keinginan memiliki product kreatif dan kepuasan selama menerima ceramah dari luas sekolah khususnya tim pengabdian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui minat para murid dan membantu sekolah untuk dapat mengarahkan para murid kedepannya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Antusiasme para murid di Sekolah sangat tinggi. Materi ceramah yang diberikan produk kreatif merupakan suatu produk yang didapatkan dari ide unik atau inovasi individu yang kemudian memiliki nilai jual tinggi. Produk kreatif banyak dijadikan sebagai salah satu lahan pendapatan per individu (Porwani, 2016). Terdapat berbagai produk kreatif antara lain adalah pembuatan keramik hias yang berasal dari tanah liat, pemanfaatan kain perca dijadikan sebagai celana santai, pemanfaatan limbah akrilik menjadi hiasan ruangan atau rumah. Semakin unik ide dari produk kreatif tersebut, dan semakin tinggi manfaat dalam penggunaannya, maka akan semakin tinggi pula konsumen yang menggunakannya.

Para murid diberikan wawasan betapa pentingnya menjadi wirausahawan sejak dini. Menjadi wirausahawan bukanlah permasalahan yang mudah namun juga tidak bisa mendadak. Pemberian motivasi ini untuk membentuk kepercayaan diri dan kemandirian siswa (Putri et al., 2022). Sangat diperlukan sekali memiliki mental dan keuletan agar usaha tersebut berjalan dengan stabil. Kemandirian pada diri sendiri dalam manajemen usaha tersebut diperlukan. Persaingan dalam memasarkan produkpun juga menjadi salah satu cara para usaha bersaing. Pemasaran juga memiliki Teknik khusus agar produknya banyak diminati oleh konsumen. Pemasaran dalam penggunaan teknologi (Afifulloh & Islam, 2023) memanfaatkan sosial media seperti Instagram, tiktok, whatsapp, dan facebook. Selain itu, saat ini banyak e-commerce yang dapat dimanfaatkan seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada. Kegiatan pemasaran digital ini memberikan banyak manfaat (Hamsia et al., 2021). Manfaat menggunakan digitalisasi sebagai sarana pemasaran antara lain, pertama, dapat meningkatkan penjualan. Tim pengabdian menyampaikan terdapat tren dari hasil penjualan yang meningkat karena konsumen menggunakan hp untuk sarana jual beli. Wirausahawan dan konsumen saling terhubung cepat dengan mudah. pada saat wirausahawan melakukan pemasaran, mereka juga mencantumkan nomer yang dapat dihubungi (Hamsia et al., 2021). Respon yang diberikan kepada konsumenpun juga cepat sehingga para konsumen merasa puas terhadap pelayanan dari penjualan produk tersebut. Biaya yang dikeluarkanpun relative tidak banyak, sehingga biaya dapat ditekan. Sebelumnya banyak usahawan menawarkan produknya dengan memasang produknya di koran cetak, membuat brosur, dan membayar jasa lansung. Hal ini membutuhkan biaya yang lebih besar. Keempat, efektif memperluas pangsa pasar. Dengan adanya teknologi, wirausahawan dapat menganalisis perubahan tren dagang yang sedang diminati oleh konsumen. Kelima, promosi lebih teratur. Promosi yang dilakukan dengan menggunakan kecanggihan teknologi wirausahawan dapat mengatur waktu kapan harus melakukan promosi. Bahkan dapat memberikan pengumuman terlebih dahulu kepada konsumennya jika akan ada produk baru yang keluar. Keenam, fleksibel artinya pemasaran dapat dilakukan dimana saja.

Tim pengabdian, selain menyampaikan seberapa pentingnya pemasaran digital, juga menyampaikan pembuatan logo suatu produk. Logo suatu produk menjadi hal yang penting karena ini untuk menandakan kepemilikan produk. Penyampaian produk juga harus diperhitungkan. Tidak boleh terlalu banyak rangkaian kata-kata agar penyampaian dapat diterima oleh konsumen.



Gambar 2. Produk tanah liat
Sumber: Shopee, 2023

Pada saat melakukan pemasaranpun, tampilan produk sudah harus siap dan sudah melalui proses editor. Pada gambar 2 di atas, merupakan gambaran produk yang telah dipasarkan di e-commerce.

Berdasarkan dari hasil paper base project yang disampaikan oleh para murid, para murid membuat business model canvas dengan tepat waktu. Salah satu contoh bisnis model canvas yaitu milik Kelompok 1, menyampaikan produk kreatif minuman herbal. Fokus pada produk ini adalah minuman herbal yang direbus secara alami kemudian dikemas dengan botol. Para murid mendiskripsikan bagaimana pola bisnis model canvas kelompok masing-masing. business model canvas yang mereka sampaikan meliputi segmen pelanggan, proporsi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Keuntungan yang akan didapatkan para murid setelah mampu Menyusun ini memiliki pengalaman dalam memvisualisasikan produk kreatifnya, menciptakan kolaborasi tim yang kompak, fleksibilitas dalam menyesuaikan kondisi di pasar, menjadi proses refleksi karena dapat menemukan kelemahan dan kelebihan dari produktifitas kreatif yang dibuatnya.

Langkah terakhir dalam pengabdian ini adalah dengan memberikan kuisisioner. Ketersediaan para murid untuk membuat produk kreatif sangat tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan pada saat kami melakukan suara dengan menggunakan google drive.

Tabel 1. kesediaan para murid memiliki produk kreatif

Jumlah	Kesediaan	
	Ya	Tidak
250	197	53

Sumber. Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil suara pada tabel 1.1 sebanyak 197 anak bersedia untuk memiliki produk kreatif sendiri dan ingin menjadi wirausahawan. Salah satu alasan yang disampaikan adalah para murid merasa tertarik dengan hal-hal yang fleksibel, tidak banyak ikatan, dan ingin menjadi pemilik dari sebuah usaha yang memiliki pegawai. Selain itu, merasa jika menjadi wirausahawan tidak membutuhkan syarat yang banyak. Dapat memanfaatkan hp yang mereka miliki dan dapat memiliki modal dengan bergabung Bersama kawan. Untuk suara yang tidak bersedia, ada 53 murid. Alasan mereka tidak bersedia untuk menjadi wirausahawan adalah mereka ingin mendapatkan upah yang relative stabil dan pasti. Merasa tidak memiliki bakat dalam berwirausaha dan merasa tidak dapat mengkoordinasi dengan baik.

Pada kejadian seperti ini, sekolah harus memberikan motivasi lebih agar para murid yang sudah memiliki keinginan untuk usaha dapat mencapai target yang sesuai sedangkan yang tidak bersedia dapat meningkatkan skillnya agar tidak tenggelam dalam pasar pekerja. Setelah menyampaikan materi, para siswa diberi kuis agar suasana ramai dan aktif. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan adalah yang berhubungan dengan materi. Keaktifan murid-murid setempat membuat suasana hidup. Setelah itu, murid-murid bermain game yang telah disiapkan oleh tim pengabdian. Game ini berfungsi untuk menumbuhkan bonding antar teman. Permainan yang dibuat antara lain adalah game karet, game estafet kata, game mina field, dan game pola. Penyerahan buku tentang kewirausahaan juga telah diberikan sebagai tali kasih dari tim pengabdian untuk sekolah agar dapat menambah koleksi perpustakaan dan menambah semangat belajar untuk para murid setempat.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang bertemakan “Literasi Digital Produktif Kreatif dan Kewirausahaan pada Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah” disampaikan dengan metode ceramah. Kegiatan ini memberikan dampak positif akan pemahaman kepada para murid tentang produk kreatif dan metode pemasaran secara digital. Para murid juga diberi pemahaman akan teknologi yang dapat dimanfaatkan secara produktif namun tetap mentaati aturan UU ITE. Para murid juga menjadi lebih sadar akan keamanan digital sehingga dapat lebih waspada terhadap kejahatan digital. Pada akhirnya para murid harus dapat membaca peluang untuk perkembangan kewirausahaannya kedepannya agar dapat meningkatkan kesejahteraan melalui ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Novaria, R., Mulyati, A., Pujiyanto, A., & Safitri, L. A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kewirausahaan Di Kawasan Kampung Makam Rangkah Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(01).
- Pasaribu, M., & Maulia, P. (2021, November). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Teh Di Desa Manik Maraja. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 769-782).
- Egeten, A. E. J. (2017). Instagram, e-Commerce, Media Pemasaran–Kode Etik dan Studi Kasus. *AITI*, 14(2), 88-98.
- Afifulloh, M., & Islam, U. (2023). *PENGUATAN LITERASI DIGITAL MELALUI PEMBUATAN MEDIA PEMBELAJARAN AUDIO*.
- Azmy, A., Saputra, A., & Sulistianto, H. (2019). Mapping Canvas Business Models for Marketing Loud Wise Leather Products. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.18196/mb.10174>
- Hamsia, W., Setiawan, R., Khasanah, S. U., Roisiah, R. R., & Firdaus, A. N. (2021). Digital Marketing dalam Penguatan Branding Sekolah Pengelola Sekolah Dasar Muhammadiyah. *Humanism Jurnal Pengabdian Masyarakat*, V(2), 241–250.
- Hermawan, M. R. (2024). *Analysis Of Marketing Innovation Using The Digital Marketing Canvas For UMKM Albaby Official*.
- Khotimah, P. C., Kantun, S., & Widodo, J. (2020). Pengaruh Hasil Belajar Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di SMK Negeri 7 Jember (Studi kasus pada Kelas XII Program Keahlian Multimedia Semester Gasal tahun Ajaran 2019/2020. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(2), 357–360. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.16522>
- Krisnaresanti, A., Naufalin, L. R., Indrayanto, A., & Sukoco, H. (2022). PENGARUHMANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI ALTERNATIF PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 1063–1073.
- Mila, H. (2013). Pendidikan Kewirausahaan: Sebuah Alternatif Mengurangi Pengangguran Terdidik Dan Pencegahan Korupsi. *Al-Ta Lim Journal*, 20(3), 465–471. <https://doi.org/10.15548/jt.v20i3.44>
- Mirna Noventri, I., Perawitan Pakpahan, J., Wardani Pane, J., & Hutabarat, L. (2022). Peran Kewirausahaan Berbasis Digital Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Journal of Millennial Community*, 3(2), 68. <https://doi.org/10.24114/jmic.v3i2.32339>
- Nuri, N., Surya, A., Destari, U., Amanda, S. R., Sahendra, Y., & Fahrimal, Y. (2023). Peningkatan Literasi Lingkungan Peserta Didik MIN 3 Aceh Barat Menggunakan Metode Board Game Ular. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 61–68. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v7i1.5466>
- Porwani, S. (2016). Kreativitas dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang. *Jurnal Adminika*, 5(3), 248–253.
- Putri, O. F., Damayanti, D., Saputri, M. E., Pratiwi, Y. M., & Nugroho, P. B. (2022). PENGABDIAN MASYARAKAT MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR BAHASA INGGRIS ANAK-ANAK DESA GUNUNG RAJA DI MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Griya Cendikia*, 7(1).
- Trautmann, S. (2021). *The Marketing Canvas: A Template for Powerful Go to Market Strategies*.