

PENGUATAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL SISWA SMK MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN BISNIS

Chandra Wardiyan¹, Ardian Prima Putra², Yopyy Syahrial³, Ellsa Nur Fitrianingrum⁴, Ariyani Wahyu Wijayanti^{5*}

Universitas Veteran Bangun Nusantara¹²³⁴⁵

Kata Kunci :

Kewirausahaan, Pelatihan Bisnis, *Digital Marketing*, Pendidikan Vokasi

Correspondensi Author

ariyani.fe.univet@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.32502/suluhabd.v8i1.1983>

Abstrak : Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan keterampilan digital siswa SMKN 1 Sukoharjo melalui pelatihan bisnis dan praktik *digital marketing*. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) dengan tahapan pra-kegiatan, pelatihan kewirausahaan, praktik pemasaran digital, serta evaluasi menggunakan pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pada aspek manajemen bisnis sebesar 54% dan digital marketing sebesar 64%. Peserta mampu memahami konsep dasar kewirausahaan, menyusun ide bisnis sederhana, serta mempraktikkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk. Pendekatan partisipatif berbasis praktik membantu meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan. Kegiatan ini memberikan pengalaman awal bagi siswa dalam memahami pengembangan usaha berbasis digital dan berpotensi menjadi model pemberdayaan kewirausahaan berbasis pendidikan vokasi.

PENDAHULUAN

Penguatan kualitas sumber daya manusia yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital menjadi kebutuhan utama dalam pembangunan berkelanjutan. Perubahan lingkungan bisnis di era digital menuntut individu tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan kewirausahaan dan literasi digital agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, pola pemasaran digital, dan dinamika kebutuhan pasar (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022; Dwivedi et al., 2021). Dalam era ekonomi digital, keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Digital marketing menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha karena mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Penelitian menunjukkan bahwa perkembangan digital dan media sosial telah mengubah pola pemasaran secara signifikan serta memberikan peluang baru bagi pelaku usaha kecil untuk berkembang (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022; Dwivedi et al., 2021). Laporan Global Entrepreneurship Monitor menunjukkan bahwa generasi muda memiliki potensi besar dalam berwirausaha, namun

masih menghadapi kendala dalam kesiapan bisnis dan pengalaman praktis (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2022).

Pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam menjawab tantangan transformasi ekonomi digital dan perubahan pola pemasaran berbasis teknologi. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah aktivitas ekonomi, khususnya dalam proses promosi, komunikasi bisnis, dan pemasaran digital yang semakin terintegrasi dengan media sosial dan platform online (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022; Dwivedi et al., 2021). Kondisi tersebut menuntut lulusan tidak hanya memiliki keterampilan teknis sesuai bidang keahlian, tetapi juga kemampuan kewirausahaan dan literasi digital agar mampu beradaptasi dengan kebutuhan dunia usaha dan industri. Oleh karena itu, pendidikan vokasi, termasuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), diarahkan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi praktis, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan siap kerja (Nabi et al., 2018; Rahmawati et al., 2025). Program keahlian Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis (MPLB) tidak hanya membekali siswa dengan kemampuan administrasi, tetapi juga keterampilan layanan bisnis serta pemanfaatan teknologi dalam aktivitas ekonomi dan pemasaran digital. Integrasi keterampilan digital dalam pendidikan vokasi terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kesiapan kerja dan daya saing lulusan (Nabi et al., 2018; Rahmawati et al., 2025).

SMKN 1 Sukoharjo sebagai salah satu institusi pendidikan vokasi memiliki potensi besar dalam mengembangkan kewirausahaan siswa. Hal ini didukung oleh letak geografis yang strategis di wilayah dengan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta sektor jasa yang cukup tinggi, sehingga membuka peluang bagi siswa untuk mengembangkan usaha berbasis kebutuhan pasar lokal. Perkembangan UMKM di Indonesia juga menunjukkan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan penciptaan lapangan kerja, sehingga menjadi peluang yang relevan bagi generasi muda untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan (Tambunan, 2019).

Namun demikian, hasil identifikasi awal menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki siswa dengan kesiapan mereka dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan. Identifikasi awal dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses pembelajaran kewirausahaan, penyebaran kuesioner sederhana kepada siswa, serta wawancara singkat dengan guru pendamping Jurusan Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis (MPLB) SMKN 1 Sukoharjo. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki minat berwirausaha, tetapi belum memiliki keterampilan praktis dalam mengelola usaha secara komprehensif. Keterbatasan tersebut meliputi pemahaman mengenai alur bisnis, kemampuan dalam merancang strategi pemasaran, serta pengelolaan keuangan sederhana. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital oleh siswa masih terbatas pada penggunaan dasar dan belum diarahkan secara optimal untuk mendukung aktivitas bisnis. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di sekolah masih cenderung teoritis dan belum memberikan pengalaman praktik yang memadai.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan intervensi melalui program pelatihan dan pendampingan yang terintegrasi antara aspek manajemen usaha, pengembangan organisasi, dan pemasaran digital. Pendekatan berbasis praktik dan experiential learning terbukti mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan secara signifikan karena memberikan pengalaman langsung dalam mengelola usaha (Nabi et al., 2018). Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang dalam bentuk Program Kemitraan Masyarakat Entrepreneurship berbasis pelatihan dan pendampingan bisnis yang ditujukan kepada siswa kelas XI Jurusan MPLB SMKN 1 Sukoharjo. Program ini berfokus pada peningkatan kemampuan manajemen usaha, penguatan organisasi bisnis sederhana, serta pengembangan pemasaran digital menggunakan platform seperti Instagram, Canva, dan YouTube sebagai media promosi. Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan tidak hanya memahami konsep kewirausahaan, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam bentuk usaha yang nyata.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa secara komprehensif, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis. Melalui pelatihan dan pendampingan berbasis praktik, siswa diharapkan memiliki pengalaman langsung dalam menyusun ide usaha, melakukan promosi digital, serta memahami pengelolaan usaha sederhana. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat menghasilkan model pemberdayaan kewirausahaan berbasis pendidikan vokasi yang berkelanjutan dan dapat direplikasi pada institusi pendidikan lainnya dengan karakteristik yang serupa.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan (Cornish et al., 2023). Pendekatan ini efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat melalui proses pembelajaran kolaboratif dan reflektif (Kindon et al., 2007). Selain itu, metode pelatihan berbasis praktik dan pendampingan terbukti mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan keterampilan digital peserta (Dwivedi et al., 2021; Nabi et al., 2018). Metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu tahap pra-kegiatan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

Tahap Pra-Kegiatan: Identifikasi dan Sosialisasi

Tahap awal difokuskan pada identifikasi kebutuhan dan potensi peserta melalui observasi dan diskusi dengan pihak mitra, yaitu SMKN 1 Sukoharjo. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal terkait minat kewirausahaan, tingkat pemahaman bisnis, serta kemampuan literasi digital siswa. Selain itu, dilakukan koordinasi terkait waktu pelaksanaan, jumlah peserta, serta kesiapan sarana dan prasarana. Peserta kegiatan berjumlah sekitar 20–25 siswa kelas XI Jurusan Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis (MPLB). Pada tahap ini juga dilakukan sosialisasi

mengenai pentingnya kewirausahaan dan digital marketing sebagai peluang usaha di era digital. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk diskusi interaktif selama $\pm 60-90$ menit.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelaksanaan difokuskan pada pelatihan kewirausahaan dan pengenalan praktik pendampingan bisnis secara dasar. Kegiatan dilakukan secara tatap muka menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi, praktik langsung, serta bimbingan sederhana selama proses pelatihan berlangsung. Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dasar peserta dalam bidang kewirausahaan dan pemasaran digital.

1. Pelatihan Bisnis dan Bimbingan Praktik Dasar

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai dasar-dasar kewirausahaan. Materi yang diberikan meliputi identifikasi peluang usaha, penyusunan konsep bisnis sederhana, manajemen produksi, serta pengelolaan keuangan dasar. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif selama ± 90 menit dengan disertai studi kasus sederhana. Peserta kemudian diminta menyusun ide bisnis secara berkelompok dan mempresentasikannya sebagai bentuk latihan.

Selama kegiatan praktik, tim pengabdian memberikan bimbingan dasar kepada peserta dalam menyusun konsep usaha sederhana sesuai potensi dan kebutuhan pasar sekitar. Bimbingan dilakukan melalui diskusi kelompok dan arahan langsung terkait penentuan produk, penetapan harga, serta strategi promosi sederhana. Melalui proses ini, peserta memperoleh pemahaman awal mengenai penyusunan konsep usaha yang lebih realistis dan mudah diterapkan.

2. Pelatihan Digital Marketing dan Praktik Promosi Dasar

Pelatihan digital marketing difokuskan pada pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi. Materi yang diberikan meliputi konsep dasar digital marketing, pembuatan konten promosi, serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Peserta dilatih menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain promosi serta memanfaatkan platform Instagram dan YouTube untuk publikasi produk. Kegiatan dilakukan selama ± 90 menit dengan pendekatan praktik langsung. Peserta membuat konten promosi, menulis deskripsi produk, dan mempublikasikan hasilnya. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan praktis dalam pemasaran digital.

Pada tahap praktik, tim pengabdian memberikan arahan teknis sederhana terhadap hasil konten promosi yang dibuat peserta. Kegiatan dilakukan melalui bimbingan terkait desain visual, penulisan caption promosi, serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Peserta juga diperkenalkan pada langkah dasar pembuatan akun bisnis dan praktik publikasi produk secara sederhana. Tahap ini

bertujuan untuk membantu peserta memahami penerapan dasar pemasaran digital dalam kegiatan usaha.

3. Tahap Evaluasi dan Refleksi Hasil

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan pelatihan. Evaluasi kuantitatif menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta. Indikator keberhasilan ditentukan berdasarkan peningkatan nilai minimal 25% dari hasil pre-test ke post-test. Selain itu, evaluasi kualitatif dilakukan melalui diskusi dan wawancara singkat untuk menggali pengalaman peserta selama mengikuti kegiatan. Tahap ini juga berfungsi sebagai refleksi bersama untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan program. Sebagai tindak lanjut, peserta diberikan arahan untuk mencoba mengembangkan ide usaha dan praktik promosi digital secara mandiri setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta

Pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan dan digital marketing menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test terhadap 22 peserta siswa kelas XI Jurusan Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis (MPLB) SMKN 1 Sukoharjo.

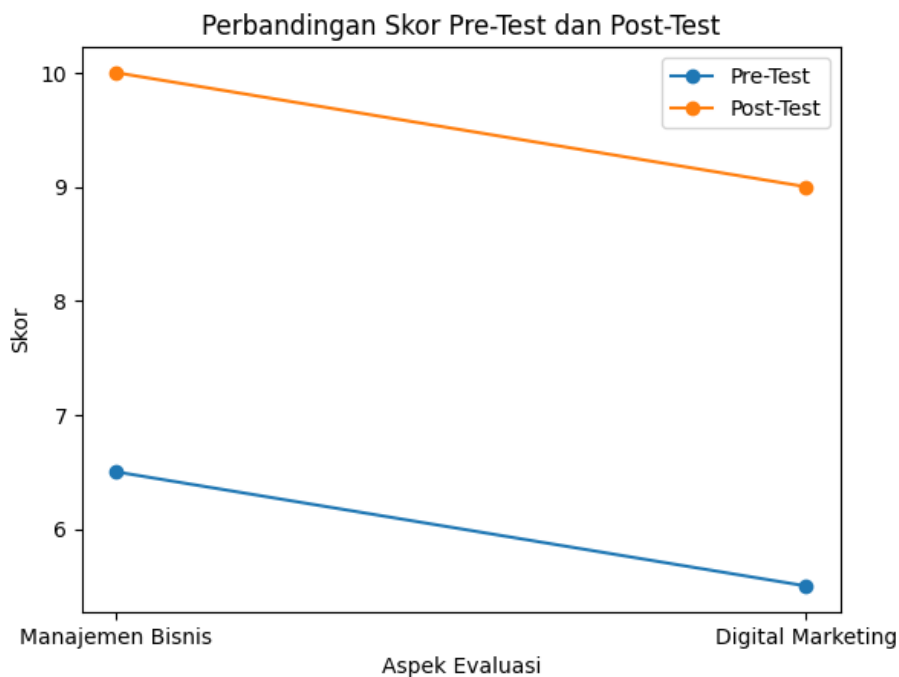
Tabel 1. Rekapitulasi Rata-Rata Skor *Pre-Test* dan *Post-Test*

Aspek Evaluasi	Skor Pre-Test	Skor Post-Test	Peningkatan (%)
Manajemen Bisnis	6,5	10	54%
Digital Marketing	5,5	9	64%

Berdasarkan Tabel 1, seluruh aspek mengalami peningkatan yang signifikan. Pada aspek manajemen bisnis, peningkatan mencapai 54%, menunjukkan bahwa peserta telah memahami konsep dasar kewirausahaan, termasuk perencanaan usaha, pengelolaan biaya, dan penentuan harga. Sementara itu, pada aspek digital marketing terjadi peningkatan sebesar 64%, yang menunjukkan bahwa peserta mampu menguasai keterampilan dasar dalam pembuatan konten promosi dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Peningkatan yang lebih tinggi pada aspek digital marketing menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam memanfaatkan teknologi untuk kegiatan bisnis. Setelah mengikuti pelatihan, peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mempraktikkan secara langsung pembuatan konten dan publikasi produk. Hasil ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik yang diterapkan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan

peserta secara simultan, sehingga dapat mendukung kesiapan mereka dalam mengembangkan usaha secara mandiri.



Gambar 1. Grafik Peningkatan Skor Pre-Test dan Post-Test

Kemampuan Peserta dalam Menyusun Ide Bisnis

Pada tahap pelatihan bisnis, peserta menunjukkan kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha yang sesuai dengan lingkungan sekitar. Sebagian besar peserta mampu menyusun ide bisnis sederhana yang berbasis kebutuhan pasar lokal, seperti produk makanan ringan, jasa desain sederhana, dan penjualan produk kreatif. Peserta juga mulai memahami konsep dasar dalam menentukan harga jual dan memperhitungkan biaya produksi secara sederhana. Hasil diskusi kelompok menunjukkan adanya peningkatan kemampuan berpikir kreatif dan analitis dalam merancang usaha. Hal ini sejalan dengan tujuan pelatihan yang tidak hanya menekankan pemahaman konsep, tetapi juga kemampuan aplikasi.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Manajemen Bisnis di SMKN 1 Sukoharjo

Peningkatan Keterampilan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing memberikan dampak nyata terhadap kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi sebagai media promosi. Seluruh peserta mampu membuat konten promosi sederhana menggunakan aplikasi Canva, serta mempublikasikan hasilnya melalui media sosial seperti Instagram. Peserta juga mulai memahami pentingnya visualisasi produk, penggunaan caption yang menarik, serta konsistensi dalam membangun identitas produk. Beberapa peserta bahkan menunjukkan inisiatif untuk mengembangkan akun bisnis secara mandiri setelah pelatihan berlangsung. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung efektif dalam meningkatkan literasi digital peserta, terutama dalam konteks kewirausahaan. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran memberikan pengalaman nyata bagi peserta dalam menjangkau konsumen secara lebih luas.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing kepada Siswa SMKN 1 Sukoharjo

Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan Peserta

Setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan praktik langsung, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dalam menyusun ide usaha sederhana dan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta masih mengalami kesulitan dalam menentukan konsep usaha, target pasar, dan strategi promosi produk. Namun setelah diberikan materi dan praktik sederhana, peserta mulai memahami langkah dasar dalam menyusun ide bisnis sesuai potensi lingkungan sekitar.

Pada aspek digital marketing, peserta sebelumnya lebih banyak menggunakan media sosial untuk kebutuhan pribadi. Setelah mengikuti praktik pelatihan, peserta mampu membuat desain promosi sederhana menggunakan Canva serta memahami cara menulis caption promosi dan mempublikasikan konten melalui media sosial seperti Instagram. Kegiatan praktik ini membantu peserta memahami pemanfaatan media digital dalam mendukung aktivitas kewirausahaan.

Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan bahwa peserta cukup antusias mengikuti sesi praktik dan diskusi. Peserta juga menunjukkan peningkatan partisipasi dalam kegiatan kelompok, terutama saat menyusun ide usaha dan membuat konten promosi sederhana. Kondisi ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik dapat membantu meningkatkan pemahaman dan keterampilan dasar peserta dalam kewirausahaan digital.

Efektivitas Pendekatan Participatory Action Research (PAR)

Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan peserta. Peserta tidak hanya berperan sebagai penerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi, praktik, dan refleksi kegiatan. Melalui proses partisipatif, peserta mampu mengidentifikasi masalah yang

dihadapi, mencari solusi, serta mengevaluasi hasil kegiatan secara bersama-sama. Hal ini berdampak pada meningkatnya rasa percaya diri dan motivasi peserta dalam berwirausaha. Pendekatan ini juga memungkinkan terjadinya pembelajaran yang kontekstual, karena materi yang diberikan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan peserta. Dengan demikian, hasil yang diperoleh tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga berdampak pada perubahan sikap dan perilaku peserta.

Implikasi Program terhadap Kemandirian Siswa

Secara keseluruhan, program pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan siswa. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga memiliki motivasi untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Program ini juga membuka wawasan peserta mengenai peluang bisnis di era digital, serta pentingnya memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan, siswa memiliki bekal awal untuk mengembangkan usaha kecil yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis praktik dan digital marketing dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kesiapan kerja dan kemandirian ekonomi siswa SMK.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan serta digital marketing kepada siswa SMKN 1 Sukoharjo terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pada aspek manajemen bisnis sebesar 54% dan digital marketing sebesar 64%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik yang diterapkan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep kewirausahaan, pengelolaan usaha sederhana, serta pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Selain itu, hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dasar dalam bidang kewirausahaan dan *digital marketing*. Peserta mulai memahami penyusunan ide bisnis sederhana, pengelolaan usaha dasar, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk. Praktik langsung menggunakan aplikasi Canva dan media sosial membantu peserta memperoleh pengalaman awal dalam pemasaran digital. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang digunakan dalam kegiatan ini juga terbukti mampu meningkatkan keterlibatan, partisipasi, motivasi, dan rasa percaya diri peserta dalam mengikuti kegiatan kewirausahaan. Hasil observasi dan refleksi kegiatan menunjukkan bahwa peserta menjadi lebih aktif dalam berdiskusi, lebih memahami strategi promosi digital, serta lebih siap untuk mencoba usaha kecil secara mandiri. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis peserta, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap perubahan sikap dan kesiapan siswa dalam mengembangkan usaha berbasis digital.

Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan yang lebih intensif, terutama dalam pengembangan usaha dan strategi pemasaran digital. Selain itu, sekolah diharapkan dapat mengintegrasikan kegiatan kewirausahaan berbasis praktik ke dalam proses pembelajaran agar siswa memiliki pengalaman yang lebih berkelanjutan. Pengembangan kerja sama dengan pelaku UMKM dan platform digital juga perlu dilakukan guna memperluas akses pasar bagi produk siswa. Selanjutnya, kegiatan serupa dapat direplikasi pada sekolah lain dengan penyesuaian terhadap kebutuhan dan potensi masing-masing mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice (8th ed.)*. Pearson Education.
- Cornish, F., Breton, N., Moreno-Tabarez, U., Delgado, J., Rua, M., de-Graft Aikins, A., & Hodgetts, D. (2023). Participatory action research. *Nature Reviews Methods Primers*, 3(1). <https://doi.org/10.1038/s43586-023-00214-1>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report Opportunity Amid Disruption. In *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report*.
- Kindon, S., Pain, R., & Kesby, M. (2007). Participatory action research approaches and methods: Connecting people, participation and place. In *Participatory Action Research Approaches and Methods: Connecting People, Participation and Place*. <https://doi.org/10.4324/9780203933671>
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3). <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716>
- Rahmawati, S., Abdullah, A. G., & Widiaty, I. (2025). Digital Skills in Technical and Vocational Education: A Data-Driven Analysis of TVET Competency Trends. *Journal of Vocational Education Studies*, 8(2).
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>