



Membangun Jiwa Wirausaha Digital: Cara Mudah Mulai Bisnis Online Sejak SMA di SMA Negeri 1 Payaraman Kabupaten Ogan Ilir

Building a Digital Entrepreneurial Spirit: Easy Ways to Start an Online Business Since High School at SMA Negeri 1 Payaraman, Ogan Ilir Regency

Edduar Hendri¹, Agus Mulyani^{2*}, Yasir Arafat³, Ilhamsyah⁴, Heryati⁵, Akilah⁶, Vera Sari⁷, Erfan Robyardi⁸, Reina Damayanti⁹

¹⁻⁹Universitas PGRI Palembang, Indonesia

*Penulis korespondensi: agusmulyani@008gmail.com²

Article History:

Naskah Masuk: 03 November 2025;

Revisi: 27 November 2025;

Diterima: 19 Desember 2025;

Tersedia: 23 Desember 2025;

Keywords: Digital

Entrepreneurship; Entrepreneurial

Literacy; Online Business; Online

Marketing; Student Motivation

Abstract. This Community Service activity aims to increase the understanding and motivation of SMA Negeri 1 Payaraman students in utilizing digital media for entrepreneurship. The program was held on November 18, 2025 and was attended by grade XII students. The methods used include interactive lectures, entrepreneurial motivation, discussions, and evaluation using the Likert scale questionnaire. The material was delivered by eight speakers from the Faculty of Economics and Business, University of PGRI Palembang, including the introduction of digital business, online marketing strategies, business plan preparation, product innovation, and entrepreneurial ethics. The results of the evaluation showed that the participants had a good understanding of the concept of digital entrepreneurship, with an average score in the range of 4.0–4.4. The majority of students were in the category of agree to strongly agree with all evaluation statements, indicating that the activity was effective in fostering digital entrepreneurship literacy and motivation. This program is recommended to be continued through more in-depth applicative training.

Abstrak

Abstrak Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan motivasi siswa SMA Negeri 1 Payaraman dalam memanfaatkan media digital untuk berwirausaha. Program dilaksanakan pada 18 November 2025 dan diikuti siswa kelas XII. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, motivasi kewirausahaan, diskusi, serta evaluasi menggunakan kuesioner skala Likert. Materi disampaikan oleh delapan narasumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, mencakup pengenalan bisnis digital, strategi pemasaran online, penyusunan business plan, inovasi produk, dan etika berwirausaha. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang baik terhadap konsep kewirausahaan digital, dengan nilai rata-rata berada pada kisaran 4,0–4,4. Mayoritas siswa berada pada kategori setuju hingga sangat setuju terhadap seluruh pernyataan evaluasi, menandakan bahwa kegiatan berjalan efektif dalam menumbuhkan literasi dan motivasi berwirausaha digital. Program ini direkomendasikan untuk dilanjutkan melalui pelatihan aplikatif yang lebih mendalam.

Kata kunci: Bisnis Online; Kewirausahaan Digital; Literasi Berwirausaha; Motivasi Siswa; Pemasaran Online

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu pilar utama dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yang menempatkan perguruan tinggi sebagai agen perubahan sosial melalui kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020). Peran ini menjadi semakin penting untuk membangun kemitraan berkelanjutan antara perguruan tinggi dan masyarakat, termasuk institusi pendidikan menengah.

Kabupaten Ogan Ilir sebagai salah satu wilayah dengan potensi pengembangan sumber daya manusia menunjukkan tantangan tersendiri, khususnya terkait pemanfaatan teknologi digital dalam pembelajaran kewirausahaan di SMA Negeri 1 Payaraman yang berada di kawasan semi-perdesaan. Meskipun akses teknologi cukup baik, pemanfaatannya belum optimal karena rendahnya pemahaman masyarakat dan generasi muda terhadap ekonomi digital (BPS, 2022; Kemenkominfo, 2021).

Kondisi ini diperkuat oleh temuan bahwa keterampilan kewirausahaan digital remaja Indonesia masih rendah dan perlu ditingkatkan melalui pendekatan edukasi yang kontekstual dan aplikatif (Wijaya et al., 2022). Untuk menjawab tantangan tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat bertema “Membangun Jiwa Wirausaha Digital: Cara Mudah Memulai Bisnis Online Sejak SMA” dirancang untuk membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan dasar kewirausahaan digital, termasuk pembuatan konten, pengelolaan akun bisnis, dan penyusunan rencana usaha.

Program ini tidak hanya menguatkan aspek kognitif dan psikomotorik siswa, tetapi juga membentuk entrepreneurial mindset yang adaptif terhadap perkembangan zaman sebagaimana disampaikan oleh berbagai kajian tentang pendidikan kewirausahaan (Fayolle & Gailly, 2015; Neck & Greene, 2011). Relevansinya semakin kuat dalam konteks revolusi industri 4.0 dan era society 5.0 yang menuntut generasi muda memiliki kemampuan adaptif dan mandiri secara ekonomi (Schwab, 2017; Sakamoto et al., 2018).

Dengan demikian, kegiatan PkM ini menjadi bentuk konkret kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung pembangunan daerah berbasis pemberdayaan generasi muda dan transformasi digital yang inklusif.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 18 Nopember 2025 di SMA Negeri 1 Payaraman, Kabupaten Ogan Ilir. Sasaran dari kegiatan ini adalah siswa-siswi kelas XII yang memiliki potensi dalam penggunaan teknologi digital namun belum dimaksimalkan untuk kegiatan produktif. Metode utama yang digunakan meliputi ceramah interaktif, motivasi kewirausahaan, dan diskusi. Ceramah interaktif bertujuan memberikan pemahaman dasar tentang kewirausahaan digital dan peluang bisnis online, dengan pendekatan komunikatif serta studi kasus ringan yang relevan dengan dunia remaja (Gibb, 2002). Sesi motivasi disampaikan oleh dosen untuk membangkitkan semangat dan rasa percaya diri siswa dalam memulai usaha sejak dini (Fayolle & Gailly, 2015).

Tahapan kegiatan pengabdian meliputi: tahap persiapan, pematerian, dan sesi diskusi. Pada tahapan persiapan, tim pengabdian menyiapkan perangkat kegiatan, materi presentasi, serta melakukan koordinasi dengan pihak sekolah terkait teknis pelaksanaan. Pada tahapan pematerian, kegiatan melibatkan delapan narasumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang yang menyampaikan materi mengenai motivasi berwirausaha sejak dini, pengenalan bisnis digital, strategi pemasaran digital untuk pemula, penyusunan business plan, inovasi produk, literasi digital, serta etika berwirausaha online. Pemberian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif yang dipadukan dengan sesi tanya jawab untuk mendorong partisipasi aktif siswa.

Selanjutnya, evaluasi kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui formulir digital (google form) yang berisi penilaian terhadap pemahaman siswa mengenai kewirausahaan digital serta respon mereka terhadap keseluruhan rangkaian Kegiatan. Melalui metode ini, diharapkan terbentuk pola pikir wirausaha dan keterampilan digital di kalangan siswa sebagai bekal menghadapi tantangan era industri 4.0 dan society 5.0 (Schwab, 2017; Sakamoto et al., 2018).

3. HASIL

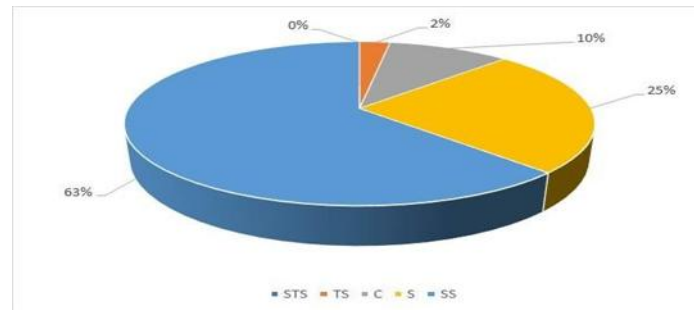
Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Payaraman, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan, dan diikuti oleh siswa-siswi kelas XII. Kegiatan ini memiliki peran penting dalam menumbuhkan jiwa wirausaha digital melalui pemahaman dasar tentang bisnis online, literasi digital, serta etika berwirausaha. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama satu hari dengan rangkaian acara yang dimulai dari pembukaan, pematerian, hingga sesi diskusi interaktif.

Sebelum kegiatan PkM dimulai, pihak sekolah melalui sambutan Kepala SMA Negeri 1 Payaraman memberikan pengantar sekaligus mengimbau seluruh peserta untuk mengikuti rangkaian kegiatan dengan sungguh-sungguh. Selanjutnya, tim PkM menyampaikan materi secara terstruktur melalui delapan sesi yang mencakup motivasi berwirausaha sejak dini, pengenalan bisnis digital dan peluangnya, strategi pemasaran digital untuk pemula penyusunan business plan, inovasi produk digital, literasi digital, etika berwirausaha online, serta penguatan mindset kreatif dalam berwirausaha.

Pada akhir kegiatan, peserta diarahkan untuk mengisi instrumen evaluasi berbasis google form guna mengukur tingkat pemahaman mereka terkait konsep kewirausahaan digital serta persepsi terhadap manfaat kegiatan. Evaluasi tersebut terdiri dari 6 butir pernyataan menggunakan skala Likert dengan rentang penilaian 1 sampai 5. Skala penilaian disusun

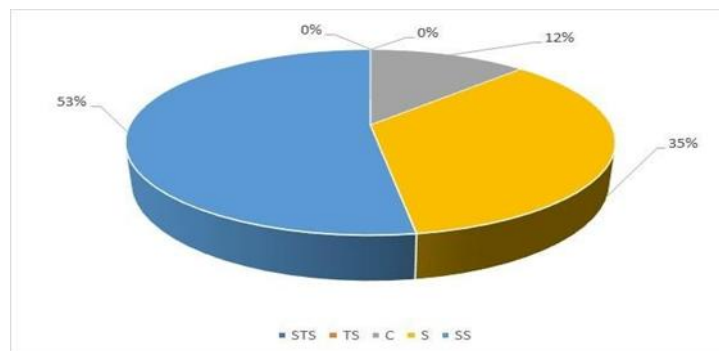
berdasarkan kategori ordinal sebagai berikut: 1 = Sangat Rendah (1,00–1,49), 2 = Rendah (1,50–2,49), 3 = Sedang (2,50–3,49), 4 = Tinggi (3,50–4,49) dan 5 = Sangat Tinggi (4,50–5,00).

Keenam pernyataan tersebut digunakan untuk melihat sejauh mana media digital memberikan manfaat dalam menumbuhkan jiwa wirausaha digital di kalangan siswa. Hasil dari penilaian tersebut kemudian disajikan dalam bentuk grafik untuk memudahkan analisis dan interpretasi.



Gambar 1. Persentase jawaban siswa pada pernyataan 1.

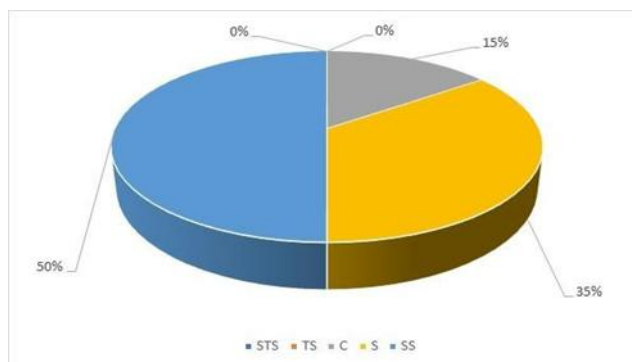
Pernyataan 1 digunakan untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami pentingnya membangun bisnis digital di era sekarang. Berdasarkan grafik, sebanyak 63% peserta menyatakan sangat setuju, kemudian 25% menyatakan setuju, 10% menyatakan cukup, 2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,4, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada kategori setuju hingga sangat setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa para siswa memiliki tingkat pemahaman yang tinggi mengenai urgensi dan peluang bisnis digital pada masa kini.



Gambar 2. Persentase jawaban siswa pada pernyataan 2.

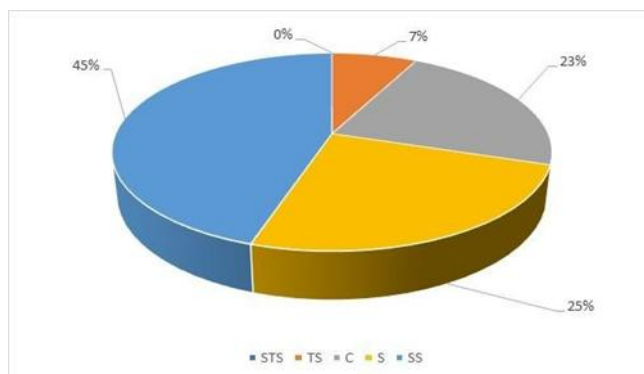
Pernyataan 2 bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami manfaat media digital dalam mendukung kegiatan berwirausaha. Berdasarkan grafik, sebanyak 53% peserta menyatakan sangat setuju, kemudian 35% menyatakan setuju, dan 12% menyatakan cukup, sedangkan 0% peserta menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,4, yang menunjukkan bahwa peserta berada pada kategori setuju

hingga sangat setuju. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas siswa memiliki pemahaman yang kuat mengenai manfaat media digital sebagai sarana pendukung dalam membangun usaha digital.



Gambar 3. Persentase jawaban siswa pada pernyataan 3.

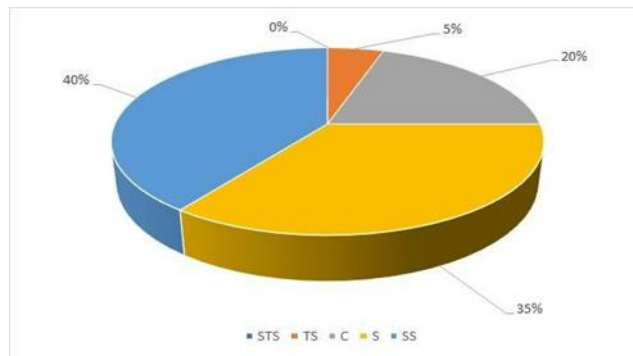
Pernyataan 3 digunakan untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami bahwa media digital dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran dalam berwirausaha. Berdasarkan grafik, sebanyak 50% peserta menyatakan sangat setuju, kemudian 35% menyatakan setuju, dan 15% menyatakan cukup. Tidak terdapat peserta yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju (0%). Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,3, yang menunjukkan bahwa peserta cenderung setuju hingga sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas siswa memahami dengan baik peran media digital dalam memperluas peluang pemasaran dan meningkatkan potensi usaha.



Gambar 4. Persentase jawaban siswa pada pernyataan 4.

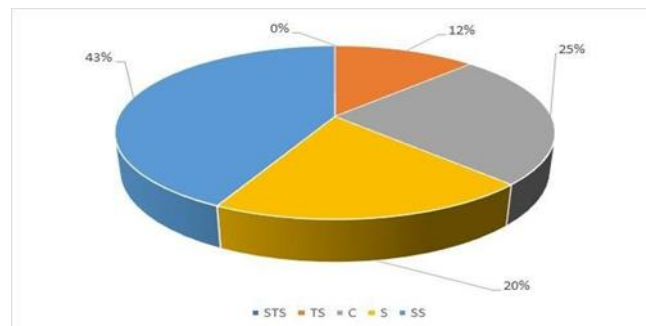
Pernyataan 4 bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta merasa bahwa materi sosialisasi membantu mereka memahami langkah-langkah awal dalam memulai usaha digital. Berdasarkan grafik, sebanyak 45% peserta menyatakan sangat setuju, kemudian 25% menyatakan setuju, dan 23% menyatakan cukup. Sementara itu, 7% peserta menyatakan tidak setuju, dan tidak ada peserta yang menyatakan sangat tidak setuju (0%). Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,1, yang menunjukkan bahwa peserta berada pada kategori setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa menilai materi yang disampaikan cukup

efektif dan memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai cara memulai usaha digital.



Gambar 5. Persentase jawaban siswa pada pernyataan 5.

Pernyataan 5 digunakan untuk mengetahui sejauh mana peserta merasa bahwa kegiatan sosialisasi mampu meningkatkan motivasi mereka untuk mencoba peluang usaha digital. Berdasarkan grafik, sebanyak 40% peserta menyatakan sangat setuju, kemudian 35% menyatakan setuju, dan 20% menyatakan cukup. Selain itu, 5% peserta menyatakan tidak setuju, dan tidak ada peserta yang menyatakan sangat tidak setuju (0%). Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,1, sehingga menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada kategori setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi cukup efektif dalam mendorong motivasi siswa untuk mulai mempertimbangkan peluang usaha digital sebagai aktivitas produktif



Gambar 6. Persentase jawaban siswa pada pernyataan 6.

Pernyataan 6 bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta menilai bahwa kegiatan sosialisasi memberikan manfaat nyata bagi mereka dalam memahami peluang usaha digital. Berdasarkan grafik, sebanyak 43% peserta menyatakan sangat setuju, kemudian 20% menyatakan setuju, dan 25% menyatakan cukup. Sementara itu, 12% peserta menyatakan tidak setuju, dan tidak ada peserta yang menyatakan sangat tidak setuju (0%). Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,0, yang menunjukkan bahwa peserta berada pada kategori setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas siswa menilai kegiatan sosialisasi memberikan manfaat yang cukup signifikan, meskipun sebagian kecil peserta masih merasa manfaatnya belum

sepenuhnya optimal.

4. DISKUSI

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di SMA Negeri 1 Payaraman menunjukkan bahwa siswa memiliki ketertarikan dan kesiapan yang cukup baik dalam memahami konsep dasar kewirausahaan digital. Hasil evaluasi dari enam pernyataan menunjukkan kecenderungan yang konsisten, yakni dominannya kategori *setuju* hingga *sangat setuju*. Hal ini menandakan bahwa materi yang diberikan relevan, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan peserta didik di era digital.

Tingkat persetujuan yang tinggi pada pernyataan 1, 2, dan 3 menunjukkan bahwa siswa telah memahami peran strategis media digital dalam membangun dan mengembangkan usaha. Mereka menyadari bahwa teknologi bukan hanya alat komunikasi atau hiburan, melainkan sarana strategis untuk memperluas jaringan, pemasaran, dan peluang bisnis. Hasil ini konsisten dengan karakteristik generasi muda yang akrab dengan penggunaan perangkat digital dan media sosial.

Pernyataan 4 dan 5 yang menyoroti pemahaman tentang langkah awal memulai usaha digital serta motivasi untuk mencoba peluang usaha menunjukkan hasil rata-rata yang juga kuat. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemberian materi melalui pendekatan ceramah interaktif, diskusi, dan contoh-contoh praktis mampu memberikan gambaran nyata kepada siswa tentang bagaimana memulai usaha digital dari skala kecil. Model penyampaian materi ini terbukti efektif dalam membantu siswa menghubungkan konsep teoritis dengan praktik kewirausahaan sehari-hari.

Pernyataan 6 menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi memberikan manfaat yang cukup signifikan bagi siswa, meskipun masih terdapat sebagian kecil peserta yang belum merasakan manfaat secara optimal. Hal ini dapat terjadi karena perbedaan latar belakang pemahaman siswa, tingkat akses perangkat digital, maupun pengalaman sebelumnya dalam aktivitas ekonomi kreatif. Namun demikian, kecenderungan keseluruhan tetap menunjukkan bahwa program PkM memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan literasi kewirausahaan digital di lingkungan sekolah.

Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya menyampaikan pengetahuan, tetapi juga menumbuhkan kesadaran dan motivasi baru bagi siswa untuk melihat peluang di dunia digital sebagai bagian dari upaya peningkatan kompetensi masa depan.



Gambar 7. Foto Bersama siswa dan Tim PkM FEB UPGRIP.

Rencana Tindak Lanjut

Partisipasi siswa SMA Negeri 1 Payaraman dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Para siswa tampak bersemangat mengikuti seluruh rangkaian materi, terutama ketika dikenalkan pada konsep kewirausahaan digital, strategi pemasaran online, serta dasar-dasar penyusunan business plan. Sebagian besar siswa menyadari bahwa penggunaan ponsel dan media sosial tidak hanya terbatas untuk hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana produktif untuk mulai membangun usaha digital sederhana. Sebagai bentuk apresiasi, tim pengabdian memberikan sertifikat dan dukungan materi pembelajaran kepada peserta di akhir kegiatan.

Melihat tingginya minat siswa dalam memahami dan mencoba peluang usaha digital, tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang merencanakan tindak lanjut berupa program pendampingan lanjutan yang lebih aplikatif. Program lanjutan yang direncanakan meliputi pelatihan pembuatan konten promosi berbasis media sosial, pendalaman strategi pemasaran digital, simulasi penyusunan business plan canvas, serta workshop pengembangan ide bisnis sesuai potensi lokal Payaraman. Melalui program pendampingan ini, siswa diharapkan mampu meningkatkan keterampilan praktis dalam mengelola akun bisnis, membangun branding sederhana, dan memahami langkah-langkah awal dalam merintis usaha digital.

Upaya tindak lanjut ini diarahkan untuk memperkuat kompetensi kewirausahaan siswa sekaligus mendorong terciptanya aktivitas ekonomi kreatif di lingkungan sekolah maupun masyarakat sekitar. Dengan demikian, hasil kegiatan PkM tidak hanya berhenti pada pemberian sosialisasi, tetapi juga berlanjut pada proses pemberdayaan yang berkesinambungan guna mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia di SMA Negeri 1 Payaraman.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengenai pemanfaatan media digital untuk membangun jiwa berwirausaha bagi siswa SMA Negeri 1 Payaraman telah memberikan dampak yang positif dan signifikan. Berdasarkan evaluasi, mayoritas peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai pentingnya bisnis digital, manfaat media digital, serta langkah-langkah awal dalam berwirausaha. Dengan nilai rata-rata evaluasi berada pada rentang 4,0 hingga 4,4, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi ini berhasil memperkuat literasi kewirausahaan digital di kalangan peserta.

Program ini tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga memotivasi siswa untuk memanfaatkan teknologi digital secara produktif. Materi yang disampaikan oleh tim pengabdian telah mampu memberikan gambaran praktis mengenai peluang usaha, strategi pemasaran digital, dan potensi pengembangan bisnis di era teknologi.

Selain itu, kegiatan ini berperan sebagai langkah awal pembinaan kewirausahaan digital di lingkungan sekolah. Harapannya, kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan pelatihan yang lebih aplikatif sehingga siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan digital dalam kegiatan wirausaha sederhana.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan terima kasih kepada Kepala Sekolah, para guru, dan seluruh staf SMA Negeri 1 Payaraman, Kabupaten Ogan Ilir, atas dukungan, kerja sama, serta bantuan yang diberikan selama proses penelitian ini. Penghargaan yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada LPPKM Universitas PGRI Palembang serta Rektor Universitas PGRI Palembang atas arahan, fasilitas, dan dukungan akademik yang sangat berarti dalam penyelesaian artikel ini. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang diberikan menjadi bagian penting dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan kualitas pendidikan.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, N., & Pratama, R. (2021). Literasi digital dalam pembelajaran abad 21 di sekolah menengah. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 23(2), 145–156.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik komunikasi dan informasi Indonesia 2022*. BPS.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Gibb, A. A. (2002). In pursuit of a new ‘enterprise’ and ‘entrepreneurship’ paradigm for

- learning: Creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269. <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00086>
- Habibi, A., & Wibowo, A. (2021). Penguatan jiwa kewirausahaan digital bagi generasi muda di era Society 5.0. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(1), 12–22.
- Hidayat, R., & Lestari, D. (2020). Peluang bisnis online bagi siswa SMA: Analisis kesiapan digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 87–95.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021). *Laporan tahunan: Transformasi digital nasional 2021*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Panduan pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kusumawati, E., & Putra, H. (2022). Pengembangan kompetensi digital siswa melalui pelatihan kewirausahaan online. *Jurnal Pendidikan Teknologi*, 8(3), 201–212.
- Lestari, S., & Santoso, A. (2023). Digital marketing untuk pemula: Strategi meningkatkan penjualan UMKM berbasis online. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(1), 33–46.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Nugroho, B., & Nuraini, S. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai peluang usaha bagi pelajar tingkat menengah. *Jurnal Bisnis Digital*, 2(1), 44–53.
- Pratama, Y., & Rahmawati, L. (2022). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha siswa sekolah menengah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 5(2), 101–111.
- Putri, A., & Suryana, D. (2020). Pengembangan jiwa wirausaha digital pada generasi Z melalui pembelajaran berbasis proyek. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 65–74.
- Rahman, M. (2021). Strategi memulai bisnis online bagi pemula: Studi pada siswa SMA. *Jurnal Kewirausahaan Pemuda*, 3(2), 55–64.
- Sakamoto, M., Osawa, M., & Nishida, T. (2018). Society 5.0: Co-creating a future society. *Fujitsu Scientific and Technical Journal*, 54(4), 6–10.
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Crown Publishing Group.
- Wijaya, A. F., Sari, N. M., & Nugroho, A. (2022). Digital entrepreneurship untuk generasi muda di era Society 5.0. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan Digital*, 4(2), 55–67.
- Yuliana, S., & Farhan, M. (2023). Kesiapan siswa SMA dalam menghadapi peluang wirausaha digital. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 7(1), 22–35.