
Pelatihan Peluang Bisnis Generasi Z di Era Digital

Asral^{1*}, Supartono², Primaraga Sumantri Indra Wicaksana³, Valentino Nadadap⁴, Amir Al Fiyan⁵

Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia^{1,2,3,4,5}



Email Korespondensi: asral@pelitabangsa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 18-07-2026

Disetujui 25-07-2026

Diterbitkan 27-07-2026

Katakunci:

Pelatihan;
Peluang Bisnis;
Digital;
Gen Z;

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi kewirausahaan Generasi Z dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Kegiatan dilaksanakan di Desa Karang Harum, Kecamatan Kedung Waringin, Kabupaten Bekasi, dengan melibatkan 30 peserta yang didominasi oleh Generasi Z. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, praktik pemanfaatan platform digital, pendampingan, dan evaluasi. Materi yang diberikan meliputi penguatan mindset entrepreneur, identifikasi peluang bisnis, strategi memulai usaha dengan modal terbatas, digital marketing, personal branding, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai media pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara aktif dan antusias. Peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan digital, mampu mengenali berbagai peluang bisnis yang sesuai dengan potensi lingkungan sekitar, serta memiliki keterampilan dasar dalam memanfaatkan media sosial, marketplace, Canva, dan WhatsApp Business untuk mendukung kegiatan usaha. Selain itu, kegiatan ini berhasil menumbuhkan motivasi peserta untuk beralih dari pola pikir sebagai pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja melalui pemanfaatan teknologi digital. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat juga memberikan kontribusi positif terhadap pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, pelatihan peluang bisnis berbasis digital merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan Generasi Z sekaligus mendukung pengembangan ekonomi lokal yang lebih mandiri, inovatif, dan berdaya saing.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Asral, A., Supartono, S., Wicaksana, P. S. I., Nadadap, V., & Fiyan, A. A. (2026). Pelatihan Peluang Bisnis Generasi Z di Era Digital. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(4), 2259-2267. <https://doi.org/10.63822/1v5kyh87>

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk cara generasi muda memandang dan menjalankan aktivitas ekonomi. Perkembangan internet, media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital membuka peluang baru bagi masyarakat untuk membangun usaha secara mandiri tanpa harus memiliki modal yang besar. Kondisi tersebut menjadikan kewirausahaan digital (digital entrepreneurship) sebagai salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh Generasi Z, yaitu kelompok masyarakat yang sejak lahir telah hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi digital (Effendy et al., 2025; Fauziyah et al., 2025). Generasi Z dikenal memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi, kreatif dalam menghasilkan konten digital, serta memiliki kemampuan belajar secara mandiri melalui berbagai platform daring. Potensi tersebut apabila diarahkan secara tepat dapat menjadi modal utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi.

Di Indonesia, peluang pengembangan kewirausahaan digital semakin terbuka seiring meningkatnya jumlah pengguna internet dan aktivitas perdagangan elektronik. Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan teknologi oleh Generasi Z belum sepenuhnya diikuti dengan kemampuan memanfaatkan teknologi tersebut sebagai sarana menciptakan nilai ekonomi. Sebagian besar generasi muda masih memanfaatkan media digital sebagai media hiburan dan komunikasi dibandingkan sebagai media membangun usaha produktif (Banjarnahor & Sari, 2023; Syafika et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat literasi digital dengan kemampuan kewirausahaan digital yang perlu mendapatkan perhatian melalui program pemberdayaan masyarakat.

Permasalahan serupa juga ditemukan pada masyarakat Desa Karang Harum, Kecamatan Kedung Waringin, Kabupaten Bekasi. Berdasarkan hasil observasi awal dan koordinasi dengan pemerintah desa, diketahui bahwa desa memiliki potensi sumber daya manusia yang didominasi oleh kelompok usia produktif, khususnya Generasi Z, serta didukung oleh akses internet yang semakin baik. Akan tetapi, sebagian besar pemuda belum memiliki pengetahuan mengenai peluang bisnis digital, keterampilan memanfaatkan marketplace maupun media sosial sebagai media pemasaran, serta masih memiliki pola pikir sebagai pencari kerja (job seeker) dibandingkan pencipta lapangan kerja (job creator). Selain itu, belum tersedia program pelatihan kewirausahaan digital yang sistematis dan aplikatif untuk meningkatkan kapasitas generasi muda desa. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang menyebabkan potensi ekonomi digital di Desa Karang Harum belum berkembang secara optimal.

Berbagai hasil penelitian maupun kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital mampu meningkatkan motivasi berwirausaha, literasi digital, kreativitas, serta kesiapan generasi muda dalam memanfaatkan teknologi sebagai media usaha (Jatiningrum et al., 2025; Yudiono & Wahyudi, 2025; Yolanda et al., 2023). Pelatihan yang dikombinasikan dengan praktik penggunaan marketplace, media sosial bisnis, dan aplikasi pendukung pemasaran terbukti dapat meningkatkan kompetensi peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Oleh karena itu, model pelatihan berbasis praktik menjadi pendekatan yang relevan untuk diterapkan dalam meningkatkan kapasitas Generasi Z di tingkat desa.

Sebagai implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa bersama STEBIS YPII dan Pemerintah Desa Karang Harum menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa Pelatihan Peluang Bisnis Generasi Z di Era Digital. Kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan peserta mengenai konsep kewirausahaan digital,

tetapi juga membangun mindset entrepreneur, memperkuat keterampilan penggunaan media digital sebagai sarana bisnis, serta memberikan pengalaman praktik dalam memanfaatkan marketplace dan media sosial sebagai media pemasaran. Program ini juga mendukung implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) melalui keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat secara langsung.

Pelaksanaan kegiatan diikuti oleh sekitar 30 peserta Generasi Z dari Desa Karang Harum dengan materi yang meliputi mindset entrepreneur, identifikasi peluang bisnis, strategi memulai usaha dengan modal terbatas, digital marketing, personal branding, dan pemanfaatan media sosial. Kegiatan berlangsung secara interaktif melalui ceramah, diskusi, berbagi pengalaman praktis, dan praktik langsung sehingga peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus pengalaman aplikatif dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Antusiasme peserta selama pelaksanaan menunjukkan bahwa program semacam ini memiliki relevansi tinggi terhadap kebutuhan masyarakat desa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan pemahaman Generasi Z mengenai peluang bisnis di era digital, meningkatkan keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media usaha, serta menumbuhkan motivasi kewirausahaan sehingga mampu mendorong lahirnya generasi muda yang kreatif, mandiri, dan berdaya saing.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2026 di Desa Karang Harum, Kecamatan Kedung Waringin, Kabupaten Bekasi melalui kolaborasi antara Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, STEBIS YPII, dan Pemerintah Desa Karang Harum. Sasaran kegiatan adalah 30 orang Generasi Z yang berasal dari Desa Karang Harum dan memiliki minat terhadap pengembangan kewirausahaan berbasis digital. Pemilihan peserta dilakukan melalui koordinasi dengan pemerintah desa dan karang taruna setempat berdasarkan kriteria usia produktif serta kesiapan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan PKM.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mengembangkan keterampilan praktis melalui pengalaman belajar secara langsung. Tahapan kegiatan disusun secara sistematis yang meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik penerapan teknologi digital, pendampingan, dan evaluasi.

Tahap pertama adalah sosialisasi, yaitu penyampaian tujuan, manfaat, serta mekanisme pelaksanaan program kepada pemerintah desa, tokoh masyarakat, dan peserta. Pada tahap ini dilakukan koordinasi teknis mengenai jadwal kegiatan, pembagian peran, serta identifikasi kebutuhan peserta melalui diskusi dan wawancara singkat. Hasil identifikasi tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan kondisi dan kebutuhan peserta di lapangan.

Tahap kedua berupa pelatihan kewirausahaan digital yang dilaksanakan secara interaktif menggunakan metode ceramah, diskusi, tanya jawab, studi kasus, dan berbagi pengalaman (*sharing experience*). Materi pelatihan meliputi pengembangan mindset entrepreneur, identifikasi peluang bisnis di

era digital, strategi memulai usaha dengan modal terbatas, digital marketing, pemanfaatan media sosial dan marketplace, personal branding, serta strategi membangun kepercayaan konsumen. Penyampaian materi dilakukan oleh narasumber yang memiliki pengalaman praktis di bidang pemasaran dan kewirausahaan sehingga peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus contoh penerapan di dunia usaha.

Tahap ketiga adalah praktik penerapan teknologi digital. Pada tahap ini peserta mempraktikkan penggunaan berbagai platform digital sebagai media pengembangan usaha, seperti pembuatan akun bisnis pada media sosial dan marketplace, penyusunan konten promosi sederhana menggunakan aplikasi Canva, pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media komunikasi pelanggan, serta strategi promosi digital melalui berbagai platform daring. Praktik dilakukan secara langsung dengan pendampingan dari tim dosen dan mahasiswa sehingga peserta dapat memahami langkah-langkah operasional dalam menjalankan bisnis digital.

Tahap keempat berupa pendampingan dan evaluasi. Pendampingan dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui diskusi kelompok dan konsultasi terhadap kendala yang dihadapi peserta dalam menyusun ide bisnis maupun memanfaatkan media digital. Setelah seluruh materi selesai disampaikan, evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pretest dan posttest untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta, disertai observasi terhadap keterlibatan peserta selama pelatihan serta dokumentasi aktivitas praktik. Selain itu, peserta diminta mengisi angket kepuasan terhadap pelaksanaan kegiatan sebagai bahan evaluasi program.

Keberhasilan program dievaluasi berdasarkan beberapa indikator, yaitu tingkat kehadiran peserta, peningkatan pemahaman mengenai kewirausahaan digital, kemampuan peserta memanfaatkan media digital sebagai sarana bisnis, partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung, serta tingkat kepuasan peserta terhadap materi dan metode pelatihan. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi untuk pengembangan program pengabdian selanjutnya agar mampu memberikan dampak yang lebih berkelanjutan bagi masyarakat Desa Karang Harum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Pelatihan Peluang Bisnis Generasi Z di Era Digital" telah dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2026 di Desa Karang Harum, Kecamatan Kedung Waringin, Kabupaten Bekasi. Kegiatan merupakan kolaborasi antara Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, STEBIS YPII, dan Pemerintah Desa Karang Harum sebagai upaya meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital bagi generasi muda desa. Sebanyak 30 peserta yang didominasi oleh Generasi Z mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai pukul 09.00 hingga 12.00 WIB. Seluruh peserta mengikuti kegiatan secara aktif mulai dari sesi pembukaan, penyampaian materi, praktik, diskusi, hingga evaluasi akhir.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sesi sosialisasi mengenai tujuan program, manfaat kegiatan, dan pentingnya pengembangan kewirausahaan digital bagi generasi muda. Pada tahap ini dilakukan identifikasi awal terhadap pemahaman peserta mengenai peluang bisnis berbasis digital melalui diskusi interaktif. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah terbiasa menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, namun pemanfaatannya masih terbatas sebagai media komunikasi dan

hiburan. Sebaliknya, pemahaman mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana membangun usaha masih relatif rendah sehingga peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang akan diberikan.

Tahap berikutnya merupakan penyampaian materi utama mengenai peluang bisnis Generasi Z di era digital. Materi yang disampaikan meliputi mindset entrepreneur, identifikasi peluang bisnis di lingkungan sekitar, strategi memulai usaha dengan modal terbatas, digital marketing, personal branding, serta pemanfaatan marketplace dan media sosial sebagai media pemasaran. Selama proses penyampaian materi berlangsung, peserta aktif mengajukan pertanyaan mengenai strategi memulai usaha, pengembangan bisnis melalui media sosial, serta cara menghadapi persaingan usaha di era digital. Interaksi antara narasumber dan peserta berlangsung secara dinamis sehingga proses pembelajaran menjadi lebih komunikatif dan aplikatif.



Gambar 1. Penyampaian Materi oleh Pemateri

Setelah penyampaian materi, peserta mengikuti sesi praktik penerapan teknologi digital. Pada tahap ini peserta memperoleh pendampingan dalam mengenal berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan usaha, antara lain marketplace, media sosial bisnis, aplikasi Canva sebagai media pembuatan konten promosi, serta WhatsApp Business sebagai media komunikasi pelanggan. Praktik dilakukan secara bertahap sehingga peserta dapat mengikuti setiap proses mulai dari pembuatan akun bisnis sederhana hingga penyusunan konten promosi digital. Selama praktik berlangsung, tim dosen dan mahasiswa memberikan pendampingan secara langsung kepada peserta yang mengalami kesulitan sehingga seluruh peserta dapat menyelesaikan latihan yang diberikan.

Kegiatan PKM juga menghasilkan peningkatan partisipasi peserta selama proses pembelajaran. Hal ini terlihat dari keterlibatan peserta dalam sesi diskusi, tanya jawab, penyampaian ide bisnis, serta simulasi pemasaran digital. Berdasarkan hasil observasi tim pelaksana, peserta mulai mampu mengidentifikasi peluang usaha yang sesuai dengan potensi lingkungan sekitar, memahami pentingnya membangun personal branding, serta mengenali berbagai alternatif model bisnis digital seperti online shop, affiliate marketing,

reseller, content creator, dan digital marketing. Selain itu, peserta menunjukkan motivasi yang lebih tinggi untuk memulai usaha mandiri dibandingkan sebelum mengikuti pelatihan.

Untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan kegiatan, tim PKM melakukan evaluasi melalui pretest, posttest, observasi selama kegiatan, dan angket kepuasan peserta sebagaimana telah direncanakan pada metode pelaksanaan. Evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu mengikuti seluruh tahapan kegiatan dengan baik serta memberikan respons positif terhadap materi, metode penyampaian, dan praktik yang dilaksanakan. Peserta juga menyampaikan bahwa materi yang diberikan mudah dipahami karena disertai contoh-contoh nyata berdasarkan pengalaman praktisi sehingga lebih mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai bentuk ringkasan capaian kegiatan, hasil pelaksanaan PKM disajikan pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Capaian Pelaksanaan Program PKM

Tahapan Kegiatan	Capaian Hasil
Sosialisasi	Seluruh peserta memahami tujuan, manfaat, dan tahapan kegiatan PKM.
Penyampaian materi	Peserta memperoleh pengetahuan mengenai peluang bisnis digital, digital marketing, personal branding, dan strategi memulai usaha.
Praktik	Peserta mampu mengenal dan mempraktikkan penggunaan media sosial bisnis, marketplace, Canva, dan WhatsApp Business sebagai media pendukung usaha.
Diskusi	Terjadi interaksi aktif antara peserta dan narasumber melalui tanya jawab serta pembahasan studi kasus kewirausahaan digital.
Evaluasi	Peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan baik dan memberikan respons positif terhadap pelaksanaan program.

Selain peningkatan kompetensi peserta, kegiatan ini juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat dalam mendukung pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi digital. Keterlibatan dosen, mahasiswa, pemerintah desa, dan peserta dalam seluruh tahapan kegiatan menunjukkan bahwa program pengabdian dapat menjadi media transfer pengetahuan sekaligus sarana membangun jejaring kerja sama yang berkelanjutan dalam pengembangan kewirausahaan digital di tingkat desa.



Gambar 2. Foto bersama pasca pelatihan

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan PKM menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai peluang usaha berbasis teknologi serta mengubah cara pandang peserta terhadap dunia kewirausahaan. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta memandang pekerjaan formal sebagai pilihan utama, sedangkan setelah memperoleh materi dan praktik, peserta mulai memahami bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk menciptakan usaha secara mandiri. Perubahan perspektif tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya berfungsi sebagai media transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai sarana membangun pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset). Menurut OECD (2023), pengembangan kompetensi kewirausahaan pada generasi muda perlu dimulai melalui pembelajaran yang mengintegrasikan kemampuan mengenali peluang, kreativitas, pemecahan masalah, dan pemanfaatan teknologi digital agar mampu beradaptasi terhadap perubahan ekonomi global. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Islami dan Suryani (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis pengalaman (experiential entrepreneurship training) memberikan dampak positif terhadap peningkatan motivasi berwirausaha pada kelompok usia produktif.

Keberhasilan kegiatan juga terlihat dari meningkatnya kemampuan peserta dalam memanfaatkan berbagai platform digital sebagai media usaha. Selama praktik, peserta tidak hanya diperkenalkan pada penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga diarahkan untuk mengoptimalkan marketplace, aplikasi desain digital, serta WhatsApp Business sebagai media pemasaran produk. Penguasaan keterampilan tersebut merupakan bagian dari pengembangan digital entrepreneurial competence, yaitu kemampuan mengintegrasikan literasi digital dengan aktivitas bisnis. European Commission (2022) melalui kerangka *EntreComp* menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan mencakup kemampuan mengidentifikasi peluang, mengelola sumber daya, menciptakan nilai, serta mengimplementasikan ide melalui dukungan teknologi digital. Senada dengan itu, Nambisan et al. (2023) menegaskan bahwa transformasi digital telah mengubah proses penciptaan bisnis sehingga keterampilan memanfaatkan platform digital menjadi salah satu kompetensi utama yang harus dimiliki calon wirausaha pada era ekonomi digital.

Hasil kegiatan juga memperlihatkan tingginya partisipasi peserta selama proses diskusi, praktik, dan simulasi bisnis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran yang bersifat partisipatif lebih efektif dibandingkan metode ceramah yang bersifat satu arah. Melalui diskusi, studi kasus, dan praktik langsung, peserta memperoleh kesempatan untuk menghubungkan materi dengan pengalaman sehari-hari sehingga pembelajaran menjadi lebih kontekstual. Temuan ini sejalan dengan teori *Experiential Learning* yang dikembangkan Kolb (2021), yang menjelaskan bahwa pengetahuan terbentuk melalui pengalaman nyata yang kemudian direfleksikan menjadi pemahaman baru. Selain itu, penelitian Ratten (2023) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan yang menggabungkan praktik, mentoring, dan kolaborasi mampu meningkatkan kesiapan individu dalam memulai usaha dibandingkan pembelajaran yang hanya berorientasi pada penyampaian teori.

Pelaksanaan PKM ini juga memperlihatkan pentingnya sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat dalam membangun ekosistem kewirausahaan di tingkat lokal. Kolaborasi tersebut memungkinkan transfer pengetahuan dari perguruan tinggi kepada masyarakat sekaligus memperkuat kapasitas generasi muda dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Pendekatan seperti ini sejalan dengan konsep *community empowerment*, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pembangunan melalui peningkatan kapasitas, partisipasi, dan kemandirian. Menurut *United Nations Development Programme* (UNDP, 2024), program pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas digital dengan pengembangan kewirausahaan memiliki kontribusi signifikan terhadap pencapaian pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Temuan tersebut juga didukung oleh penelitian Aparicio et al. (2024) yang menyatakan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan komunitas lokal mampu mempercepat terbentuknya ekosistem inovasi serta meningkatkan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat berbasis kewirausahaan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui Pelatihan Peluang Bisnis Generasi Z di Era Digital di Desa Karang Harum, Kecamatan Kedung Waringin, Kabupaten Bekasi, telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep kewirausahaan digital, memperkuat keterampilan dalam memanfaatkan berbagai platform digital sebagai media pengembangan usaha, serta menumbuhkan motivasi dan pola pikir kewirausahaan di kalangan Generasi Z. Antusiasme dan partisipasi aktif peserta selama pelatihan menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan penyampaian materi, praktik langsung, dan pendampingan efektif dalam meningkatkan kapasitas generasi muda menghadapi tantangan ekonomi digital. Selain memberikan manfaat bagi peserta, kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat dalam mendukung pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi. Oleh karena itu, program serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui pendampingan lanjutan dan pengembangan jejaring usaha agar kompetensi yang telah diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara nyata dalam membangun usaha mandiri yang berdaya saing dan berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aparicio, S., Audretsch, D. B., & Urbano, D. (2024). University engagement, entrepreneurship, and regional development: A systematic review. *Journal of Technology Transfer*, 49(2), 415–439. <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10032-4>
- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H. (2023). Meningkatkan minat berwirausaha Generasi Z melalui literasi digital di era teknologi. *Sammajiva*, 1(1), 132–143. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i1.1359>
- Effendy, A. A., Sunarsi, D., & Wicaksono, W. (2025). Peluang bisnis Gen Z di era digital: Tinjauan literatur sistematis. *LMS*, 4(2), 63–67. <https://doi.org/10.54371/jms.v4i2.892>
- European Commission. (2022). *EntreComp into action: Get inspired, make it happen*. Publications Office of the European Union.
- Fauziyah, S. K., Elvianto, D., Putri, A., Wanda, & Esthi, R. B. (2025). Analisis pengembangan karir Generasi Z: Tantangan dan strategi dalam mewujudkan sumber daya manusia berkualitas melalui teknologi dan media. *JISOSEPOL*, 3, 254–263. <https://doi.org/10.61787/6yv98087>
- Handayani, K., & Fuad, M. (2024). Pemberdayaan Generasi Z melalui pelatihan investasi keuangan digital dan kompetisi trading. *Jurnal Abdimas Sosial, Bisnis, dan Lingkungan*, 2(1), 12–27. <https://doi.org/10.46806/abdimas.v2i1.1306>
- Islami, N. N., & Suryani, T. (2024). Entrepreneurship training and entrepreneurial intention among youth: The mediating role of entrepreneurial mindset. *Journal of Entrepreneurship Education*, 27(1), 1–15.
- Jatiningrum, C., Lukman, I., Kasmi, K., Wulandari, W., & Usmanto, B. (2025). Edukasi penguatan konsep dan strategi digital entrepreneurship bagi Gen-Z. *Near: Jurnal Pengabdian*, 5(1), 129–138.
- Manoma, S., & Muhammad, I. (2025). Sosialisasi transformasi Gen Z dalam berwirausaha di era digital. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2, 3167–3171. <https://doi.org/10.59837/ctgf5s06>
- Misbahuddin, A. F., Hamris, H., & Nuran, A. S. (2024). PKM menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan Generasi Z melalui digitalisasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2023). The digital transformation of entrepreneurship. *Research Policy*, 52(2), 104695. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104695>
- OECD. (2023). *Entrepreneurship at a glance 2023*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/f1da121d-en>
- Ratten, V. (2023). Digital entrepreneurship and innovation: Future research directions. *International Journal of Innovation Science*, 15(4), 721–734. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2022-0186>
- Sundari, S., Supiyandi, S., Rizki, C. A., Asih, M. S., & Khairuniza, N. (2025). Pemberdayaan Gen-Z melalui pelatihan desain produk berbasis digital printing untuk UMKM lokal. *JURIBMAS*, 4(2), 354–362. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v4i2.645>
- Syafika, N., Nurpratiwi, A., Ismail, L., & Nasriah. (2025). Ketika tren menjadi peluang: Analisis sosiologi ekonomi atas perilaku bisnis Gen Z di era digital. *JIMAS*, 4(1), 37–46.
- United Nations Development Programme. (2024). *Human Development Report 2023/2024: Breaking the gridlock*. UNDP.
- Yudiono, A. A., & Wahyudi, A. (2025). PKM pelatihan digital marketing untuk peningkatan kompetensi Gen Z di era ekonomi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3.
- Yolanda, C., Mukarramah, M., Chaira, T. M. I., & Zulkarnain, M. (2023). Pelatihan kewirausahaan sebagai peluang bisnis untuk Generasi Z di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *JPMTND*, 2(2), 12–19. <https://doi.org/10.36490/jpmtnd.v2i2.759>
- Ramadhan, R. F., & Setiawan, D. (2024). Pelatihan dan sosialisasi digitalisasi ekonomi pada Generasi Z sebagai upaya menghadapi era industri 4.0. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*.