

Pelatihan Cara Memulai Bisnis Kreatif bagi Kawula Muda di GJKI Andir Bandung

Training on How to Start a Creative Business for Young People at GJKI Andir Bandung.

¹Nur, ¹Anny Nurbasari, ¹Iwan Hanafi Liwanto, ¹Ana Mariana,
¹Boedi Hartadi Kuslina, ²Yenny Yuniawaty Lunandi

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis Digital, Universitas Kristen Maranatha

²Program Studi Hukum, Fakultas Hukum dan Bisnis Digital, Universitas Kristen Maranatha

Korespondensi: Nur, nur@eco.maranatha.edu

Naskah Diterima: 19 Mei 2024. Disetujui: 10 Agustus 2024. Disetujui Publikasi: 31 Januari 2025

Abstract. Today's youth, or Generation Z, possess digital skills and a digital culture that surpass those of previous generations. This provides them with the confidence to start their own businesses. However, they often lack knowledge about how to establish a creative business that aligns with their talents. They need guidance on recognizing their unique abilities and transforming those talents into viable business opportunities. This initiative aims to facilitate an understanding of how to start a business that leverages their talents through entrepreneurship training. The methodology includes conducting surveys and initial visits, followed by a two-stage process involving lectures and brainstorming sessions to develop clear business concepts tailored to individual talents. Additional components include talent assessments and activity evaluations. This activity also benefits the lecturers of Maranatha Christian University, who apply their expertise to the broader community, specifically at GJKI Andir Bandung. Following the training, 75% of participants reported understanding entrepreneurship and expressed strong interest in starting their own businesses. The remaining 25% understood entrepreneurship but preferred working for others over launching their own ventures. The talent assessment results revealed that 87% of participants demonstrated a strong match between their talents and their business concepts, while 13% remained uncertain or found a mismatch. By gaining insight into their unique talents, participants can feel more confident in choosing a business path or future profession after completing the training.

Keywords: *Entrepreneurship training, generation z, creative business.*

Abstrak. Kawula muda atau generasi Z saat ini memiliki kemampuan dalam keahlian digital, sampai budaya digital daripada generasi sebelumnya, hal ini memberikan keyakinan untuk memulai bisnis sendiri, namun peserta belum mengetahui bagaimana cara membuat bisnis kreatif dan sesuai dengan bakat, mereka membutuhkan ilmu pengetahuan bagaimana mengenal bakat sendiri dan dari bakat tersebut mampu dipraktikkan dengan bisnis/usaha sendiri. Kegiatan ini dilakukan dengan maksud untuk memfasilitasi pemahaman cara memulai bisnis dikaitkan dengan bakat yang mereka miliki melalui pelatihan kewirausahaan. Metode dalam kegiatan ini adalah melakukan survei dan kunjungan awal, kegiatan 2 tahap dengan bentuk ceramah dan *brainstorming* sehingga mempunyai gambaran pasti untuk mencari ide bisnis yang sesuai dengan bakat masing-masing, kegiatan tes bakat, dan melakukan evaluasi kegiatan. Kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi dosen-dosen Universitas Kristen Maranatha sebagai pelaksana kegiatan, untuk dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang dimilikinya kepada masyarakat luas khususnya di GJKI Andir Bandung. Setelah mengikuti pelatihan

sebanyak 75% paham mengenai berwirausaha dan sangat tertarik untuk berwirausaha, 25% paham mengenai berwirausaha namun masih lebih menyukai bekerja dari pada membuka usaha sendiri. Hasil tes bakat menunjukkan 87% sesuai dengan bakat yang mereka punyai dan sisanya sebanyak 13% tidak sesuai dan masih bingung. Dengan mengetahui bakat masing-masing, setelah mereka mendapat pelatihan bisa lebih mantap dalam memilih jalur bisnis atau profesi masa depannya.

Kata Kunci: *Pelatihan kewirausahaan, generasi z, bisnis kreatif.*

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi dicapai melalui UMKM, UMKM mempunyai kemampuan mengembangkan produk atau layanan baru karena mampu beradaptasi dengan perubahan di pasar nasional lebih cepat daripada organisasi lain (Kareem dkk., 2022), namun kendala sebagian besar UMKM di No. adalah kurangnya kesiapan teknologi digital membuat mereka mengalami kesulitan saat pandemi Covid 19 terjadi. Saat pandemi tersebut terjadi penurunan omzet penjualan dan ketidakstabilan rantai pasok (Wartika dkk., 2023). Dalam menjalankan usahanya UMKM perlu menggunakan pemasaran digital, untuk membantu di bidang penjualan, *branding* dan promosi bisnis (Dewi & Mahyuni, 2022), dan perlu adanya kreativitas untuk memenangkan persaingan.

Kawula muda sebagai salah satu pemeran yang terlibat dengan UMKM perlu memahami permasalahan yang dihadapi UMKM, ditambah lagi mereka yang termasuk dalam generasi Z sudah mempunyai pemikiran untuk kehidupan mereka, mereka menginginkan keseimbangan pekerjaan dan kehidupan, sehingga mereka memiliki waktu untuk bekerja dan waktu menikmati hidup, keinginan mereka untuk berwirausaha sangat kuat apalagi dengan makin tingginya teknologi dan didukung oleh kemampuan para generasi Z memanfaatkan teknologi membuat mereka yakin bahwa mereka mampu memulai bisnis sendiri tanpa harus mengganti aktivitas yang sudah mereka lakukan saat ini (Croll, 2023; Murwani, 2024).

Kawula muda semakin menyadari nilai dan potensi bakat serta kreativitas sebagai aset berharga dalam menjalankan bisnis. Hal ini menimbulkan banyaknya permintaan untuk diselenggarakannya program-program yang mendukung pengembangan bakat kreatif dalam berbisnis. Salah satu program adalah pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan bisa meningkatkan kepercayaan diri anak muda, dan kepercayaan diri (efikasi diri) inilah yang mempengaruhi seseorang berhasil dalam berwirausaha (Astiana dkk., 2022), begitu juga minat berwirausaha ditentukan oleh faktor internal dari seseorang yaitu sikap atau kepribadian (Nuhlasita, 2022).

Saat memulai bisnis perlu mengetahui peluang usaha yang tepat, bukan hanya yang sedang No. saat ini, namun juga perlu adanya persiapan dan fokus pada bisnis yang bisa bertahan jangka panjang, dengan memperhatikan peluang usaha yang bisa bertahan jangka panjang, seperti yang dijelaskan dalam siklus hidup produk dengan kategori spesial (Keller & Kotler, 2016). Sebagai contoh siklus hidup fashion, yang bukan hanya menjelaskan bisnis yang berhubungan dengan pakaian namun juga berupa bisnis-bisnis yang di saat tertentu sangat meningkat trennya namun hanya dalam waktu cukup singkat tiba-tiba bisnis tersebut redup atau hilang di pasaran.

Para pemuda anggota Youth di GJKI Bandung merasakan adanya kebutuhan pembekalan bidang ilmu kewirausahaan dalam kehidupan mereka saat ini dan yang akan datang, dimana saat ini mereka belum memperolehnya di sekolah atau perguruan tinggi dimana mereka belajar dikarenakan bidang ilmu yang mereka tempuh tidak berhubungan dengan kewirausahaan ataupun bisnis. Mereka juga memiliki keinginan yang kuat untuk memulai bisnis mereka sendiri, baik itu dikarenakan melihat lingkungan tempat tinggal mereka, profesi orang tua mereka dan perkembangan dunia melalui dunia digital yang mereka lihat. Melalui pengurus

gereja, mereka menyampaikan kebutuhan pelatihan bagaimana membuat bisnis kreatif. Bisnis kreatif sangat dibutuhkan karena persaingan semakin ketat, jumlah pebisnis semakin banyak, hanya dengan tingkat kreativitas yang tinggi yang membuat suatu bisnis lebih dilirik oleh masyarakat, karena begitu banyak pilihan produk di *market place* dan berbagai website.

Walaupun mayoritas dari pemuda gereja ini sudah pernah belajar di sekolah atau pengajaran orang tua mereka namun mereka masih membutuhkan ilmu bagaimana menjalankan bisnis, terutama bisnis kreatif agar bisa bersaing di dunia usaha, dan dunia digital. Digitalisasi memudahkan para kawula muda untuk melakukan lebih dari satu aktivitas, Hal ini didukung juga dengan data skor indeks literasi digital No. berdasarkan generasi bahwa pengguna dari generasi Z paling tinggi dalam keahlian digital, keamanan digital, etika digital dan budaya digital dibandingkan generasi-generasi sebelumnya (Delphia, 2022).

Adapun tujuan pelatihan agar kawula muda GJKI Bandung memahami kewirausahaan dan agar bisa memulai usaha sendiri sesuai dengan bakat yang dimiliki.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di GJKI Andir, Bandung yang berada di jalan Teri No. 33, Bandung, pada tanggal 27 April dan 4 Mei 2024.

Khalayak Sasaran. Khalayak yang menjadi sasaran kegiatan pelatihan ini adalah anggota Youth dari GJKI Andir Bandung, dan karena antusias mereka untuk mengikuti pelatihan ini ada juga dari jemaat dari beberapa gereja lainnya yaitu diantaranya GJKI Bandung Raya, GJKI Immanuel, GJKI Patmos, dan GJKI Penuaian. Peserta dari beberapa gereja tersebut berjumlah 24 orang peserta.

Metode Pengabdian. Metode pengabdian yang digunakan adalah survei, wawancara, ceramah dan *brainstorming*. pengabdian terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap survei dan wawancara,
2. Tahap pelatihan. Pelatihan dilakukan 2 kali disampaikan melalui ceramah dengan 2 pembicara yang berbeda, dengan jarak waktu satu minggu. Pelatihan dengan pembicara 1 diberikan bekal *mindset* mengenai kewirausahaan dan pelatihan dengan pembicara ke 2 diberikan pengetahuan mengenai konsep mengaplikasikan usaha menggunakan beberapa platform.
3. Tahap tes bakat.

Indikator Keberhasilan. Kegiatan pengabdian ini dikatakan berhasil jika para peserta memahami cara memulai bisnis dengan melihat hasil *brainstorming* yang dilakukan peserta saat acara dan hasil evaluasi menunjukkan peserta puas mengikuti pelatihan ini dengan memperlihatkan adanya minat berwirausaha, dengan data 75% memahami dan berminat berwirausaha.

Metode Evaluasi. Metode yang digunakan pada tahap evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner evaluasi melalui google form yang diisi peserta saat setelah acara selesai dan dilakukan diskusi dengan pendeta GJKI Andir dan pengurus gereja.

Hasil dan Pembahasan

A. Kegiatan Pelatihan

Kegiatan terbagi dalam beberapa tahap, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tahap survei dan wawancara.

Pada tahap survei dan wawancara perwakilan tim dosen dan perwakilan tim mahasiswa melakukan kunjungan ke lokasi gereja dan mengikuti kegiatan youth yang merupakan jadwal rutin melakukan ibadah remaja di hari Sabtu sore pukul 17.00WIB sampai pukul 18.30WIB. kunjungan awal ini dilakukan untuk melihat

secara langsung kegiatan remaja dan juga mengenal karakteristik dan kebutuhan para remaja untuk pelatihan kewirausahaan. Dari hasil wawancara dan juga menyebarkan kuesioner melalui google form diperoleh hasil bahwa peserta yang akan mengikuti kegiatan sebagai berikut: pria 56,5% dan wanita 43,8%, rentang usia 13-25 tahun, 82,5% masih bersekolah/ kuliah, 12,5% sudah bekerja, dan sisanya masih belum punya kegiatan setelah lulus sekolah/ kuliah. Kebutuhan dari peserta sebesar 60% menginginkan materi mengenai pengembangan bakat, 39% menginginkan materi mengenai kewirausahaan dan sisanya tidak memilih apa pun. Dari semua calon peserta ini mengaku belum pernah sama sekali mengikuti pelatihan mengenai kewirausahaan atau dengan tema memulai usaha/ bisnis.

2. Kegiatan Pelatihan

Pelatihan menggunakan metode ceramah dan *brainstorming*. Metode ceramah adalah cara menyajikan atau menyampaikan pelajaran melalui penuturan secara lisan atau penjelasan langsung kepada sekelompok siswa (Sanjaya, 2008). Ketika narasumber sudah selesai menyampaikan materi, para peserta berhak bertanya hal-hal yang kurang atau tidak dipahami dari penjelasan narasumber tersebut. Atau sebaliknya, narasumber bertanya kepada para peserta tentang apa saja yang mereka belum dipahami. Menurut Soetomo (1993) metode tanya jawab (*Brainstorming*) adalah suatu metode dimana narasumber menggunakan/memberikan pertanyaan kepada peserta yang hadir dalam forum untuk menjawab, atau sebaliknya peserta bertanya pada narasumber atau pemateri dan pemateri menjawab pertanyaan siswa.

Keadaan ekonomi saat ini, apalagi pasca pandemi Covid 19, beberapa bisnis banyak mengalami kebangkrutan dan harus memulai lagi usaha dari awal atau mengganti bidang usaha lain, lowongan kerja juga semakin sulit diperoleh. Berdasarkan tingkat pendidikan, jumlah pengusaha di Indonesia mengalami perubahan, tahun 2023 jumlah pengusaha dari pendidikan SD paling banyak, dibandingkan tingkat pendidikan yang lebih tinggi (Ahdiat, 2023), dibandingkan di tahun-tahun sebelumnya jumlah pengusaha dengan tingkat SMA yang lebih tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan-perusahaan yang semakin memprioritaskan tingkat pendidikan yang tinggi untuk memasuki suatu pekerjaan. Sehingga mereka yang pendidikannya hanya sebatas SD tidak mendapat kesempatan kerja. Yang pada akhirnya memaksa mereka membuka usaha sendiri. Jadi pelatihan kewirausahaan bukan lagi pilihan namun penting diberikan kepada semua orang.

Pembicara pertama menyampaikan materi mengenai *mindset* kewirausahaan dan kesiapan memulai bisnis. Penyampaian materi ditunjukkan pada gambar 1, materi yang disampaikan berisi hal-hal yang berkenaan dengan *mindset* kewirausahaan, apa yang menjadi motivasi orang memilih berwirausaha dan juga menjelaskan apa saja persiapan yang harus disediakan oleh orang yang ingin



Gambar 1. Pelatihan hari 1 pada sabtu, tanggal 27 April 2024

berwirausaha, baik itu karakter yang tepat maupun juga *skill* atau kemampuan yang harus ada jika ingin menjadi wirausaha. Untuk mencari peluang, seorang wirausaha menggunakan *inside out* yaitu melihat potensi, kemampuan dan bakat diri untuk menentukan jenis usahanya agar bisa sukses (Yuliani dkk., 2019).

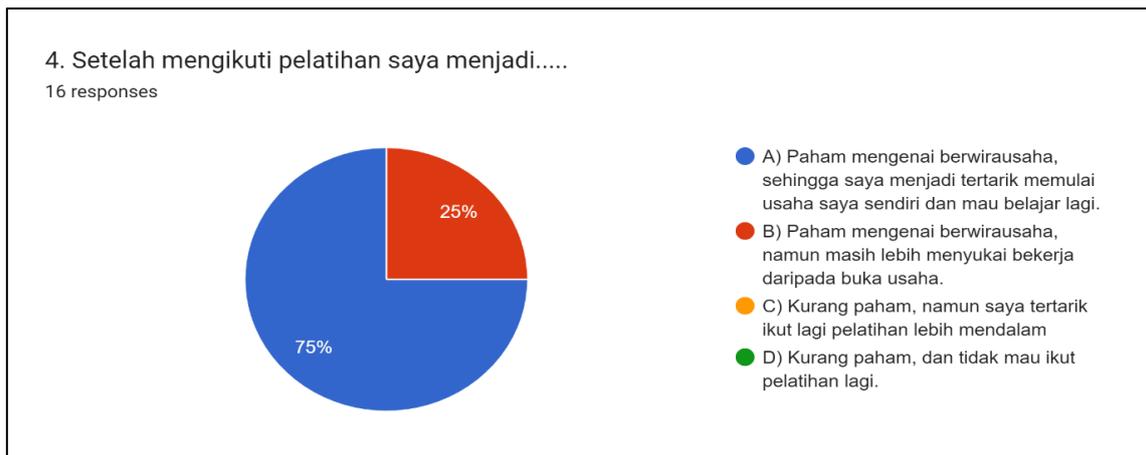
Pembicara kedua menyampaikan contoh anak muda – anak muda yang menggunakan atau menunjukkan bakatnya ke arah bisnis, terlihat pada gambar 2. Seperti kisah beberapa anak muda yang memulai usaha digitalnya dibidang usaha kreatif, mulai dari yang berusia 15 tahun sampai usia 21 tahun, bidang usahanya berupa gambar secara digital, produk lilin wangi (kreasi 3 dimensi) dan jasa *endorsement* karena mereka bergerak dibidang Entertainment. Pelatihan ini juga menjelaskan tahap-tahap menjalankan bisnis yang makin dipermudah dengan adanya digitalisasi, misalnya koneksi dengan jasa pengiriman, bank dan supplier, mulai dari menggunakan berbagai platform-platform digital, *e-banking*, aplikasi-aplikasi dan lainnya tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke tempatnya atau kantornya misalnya kantor bank, kantor jasa pengiriman dan kantor supplier. Begitu juga melakukan koneksi kepada konsumen semakin luas dan target pasar juga makin melebar (Lestari dkk., 2022).



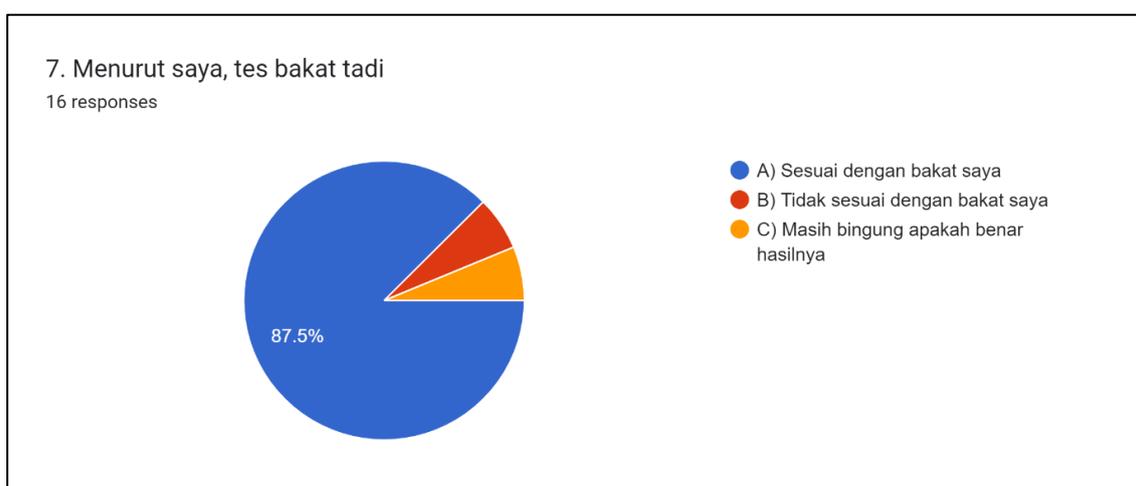
Gambar 2. Pelatihan hari 2 pada sabtu, tanggal 4 mei 2024

Banyak kawula muda memiliki bakat yang kuat dalam berbagai bidang kreatif, seperti seni visual, musik, penulisan, desain, dan lain-lain. Namun, tidak semua dari mereka menyadari bahwa bakat tersebut dapat diubah menjadi bisnis yang menghasilkan pendapatan yang signifikan. Banyak kawula muda yang memiliki bakat kreatif mungkin menghadapi tantangan moneter dalam mengembangkan bakat mereka. Dan hambatan yang sering dialami kawula muda dalam menjalankan usaha sendiri adalah tidak memiliki modal yang cukup, ketidaksesuaian bidang ilmu dan bidang usaha yang bisa dipilih (Jonbi dkk., 2021). Meskipun memiliki bakat yang kuat dalam bidang kreatif, banyak kawula muda kurang memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam hal manajemen bisnis. Pelatihan ini dapat mengisi kesenjangan ini dengan menyediakan program pendidikan bisnis yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku kreatif serta dapat memberikan akses ke sumber daya, pendanaan, atau pelatihan yang diperlukan untuk memulai bisnis kreatif.

Setelah mengikuti pelatihan hasil evaluasi pelatihan yang ditunjukkan pada gambar 3, sebanyak 75% peserta paham mengenai berwirausaha dan sangat tertarik untuk berwirausaha, sebanyak 25% dari peserta paham mengenai berwirausaha namun masih lebih menyukai bekerja dari pada membuka usaha sendiri. (Gambar 3) Hal itu bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk preferensi pribadi, pengalaman sebelumnya, dan persepsi tentang risiko dan manfaat dari berwirausaha.



Gambar 3. Hasil evaluasi pelatihan



Gambar 4. Hasil tes bakat

Peserta yang memahami berwirausaha dan merasa sangat tertarik untuk berwirausaha telah menemukan dorongan yang kuat dari dalam diri mereka untuk mengejar jalur ini. Mereka mungkin merasa yakin dengan ide-ide bisnis mereka, memiliki keterampilan yang diperlukan, atau merasa percaya diri dalam menghadapi tantangan yang mungkin terjadi dalam menjalankan usaha sendiri. Di sisi lain, orang yang hanya memahami berwirausaha namun lebih suka bekerja untuk orang lain memiliki pertimbangan yang berbeda. Mereka mungkin merasa lebih nyaman dengan stabilitas yang ditawarkan oleh pekerjaan yang sudah ada, tidak tertarik dengan risiko yang melekat pada berwirausaha, atau mungkin merasa kurang yakin dengan kemampuan mereka untuk mengelola bisnis sendiri.

Selain itu, pengalaman pribadi dan lingkungan juga bisa memainkan peran penting. Seseorang yang tumbuh dalam keluarga pengusaha atau memiliki pengalaman positif dengan berwirausaha mungkin lebih cenderung untuk memilih jalur tersebut, sementara orang yang lebih terbiasa dengan lingkungan kerja formal dan struktur yang jelas mungkin merasa lebih nyaman dengan bekerja di perusahaan orang lain, atau menjadi profesional di bidang profesi yang sesuai dengan kompetensinya.

3. Kegiatan Tes Bakat

Tes bakat dilakukan pada akhir sesi pelatihan hari 1 dan ke 2, tes bakat ini dilakukan untuk mengetahui bakat apa yang dimiliki masing-masing peserta, kemudian dari hasil tes bakat diarahkan peserta untuk mengetahui arah bisnis yang sesuai dengan mereka. Keberhasilan suatu usaha bukanlah diukur dari seberapa

berbakatnya seseorang, namun tes bakat hanya mengarahkan seseorang untuk menentukan bisnis yang sesuai dengan keinginan atau arah profesi yang akan ditempuhnya. Jadi jika seseorang belum bisa menentukan bakat yang sesuai dengan dirinya, asal masih ada kemauan dan usaha maka apa yang diinginkan masih bisa berhasil, atau dengan kata lain bakat masih bisa dibentuk.

Penting untuk diingat bahwa tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam hal ini. Setiap orang memiliki preferensi dan keinginan yang unik, dan yang terbaik adalah mengikuti jalur yang sesuai dengan kepribadian, keahlian, dan aspirasi pribadi masing-masing.

Hasil tes bakat yang ditunjukkan pada gambar 4 menunjukkan 87% sesuai dengan bakat yang mereka punyai dan sisanya sebanyak 13% tidak sesuai dan masih bingung, menunjukkan bahwa peserta memiliki kesesuaian yang tinggi dengan bidang tertentu, tetapi masih ada sedikit kebingungan atau ketidakpastian dalam hal bakat mereka. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah bahwa tes bakat mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan semua aspek bakat peserta atau mungkin tidak memberikan gambaran yang lengkap. Selain itu, bisa jadi ada beberapa aspek dalam diri peserta yang belum sepenuhnya diungkapkan atau dieksplorasi selama tes. Penting untuk diingat bahwa tes bakat hanyalah salah satu alat untuk memahami diri kita sendiri. Hasilnya bisa menjadi panduan yang bagus, tetapi bukanlah segalanya. Mungkin ada hal-hal lain di luar tes bakat yang juga patut dipertimbangkan, seperti minat, nilai-nilai, dan pengalaman.

B. Keberhasilan Kegiatan Pelatihan

Solusi yang diharapkan dari pelatihan adalah meyakinkan keinginan hati para peserta untuk menentukan masa depannya masing-masing, apakah ingin menjadi seorang wirausaha atau bekerja di perusahaan sesuai bidang dan bakat masing-masing. Pelatihan ini dianggap berhasil apabila lebih dari 50% yang memahami tentang materi pelatihan. Dari hasil evaluasi menunjukkan bahwa 100% sudah memahami, 75% menjadi berminat berwirausaha setelah pelatihan dan 25% masih memilih bekerja di perusahaan. Pelatihan ini berhasil meningkatkan kepercayaan diri para peserta untuk berwirausaha karena sudah mengetahui garis besar cara memulai bisnis mereka sendiri dan bakat dan kemampuan generasi Z ini memperkuat potensi mereka untuk berhasil dalam menjalankan usahanya. Namun masih ada yang masih tetap memilih mencari kerja daripada berwirausaha sendiri. Walaupun demikian mereka yang memilih bekerja percaya bahwa ilmu tentang wirausaha masih diperlukan untuk bidang pekerjaan yang akan mereka jalani atau disebut juga intrapreneurship.

Kesimpulan

Hasil akhir dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah para kawula muda memiliki bekal ilmu mengenai ringkasan awal perencanaan bisnis berupa cara memulai bisnis dan mengenal diri sendiri berdasarkan bakatnya masing-masing sehingga para peserta yang terdiri dari kawula muda mampu dan siap memulai bisnis mereka masing-masing. Dan bagi peserta yang memilih bekerja juga bisa mendapat manfaat dari pelatihan ini yaitu mempunyai karakteristik seorang wirausaha yang bisa mereka praktekan di tempat kerjanya atau disebut juga intrapreneurship. Hasil ini ditunjukkan dari persentase minat peserta pelatihan yang memahami kewirausahaan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Kristen Maranatha dan Pendeta GJKI Andir yang mendukung secara penuh atas terlaksananya acara pengabdian Masyarakat di GJKI Andir Bandung.

Referensi

- Ahdiat, A. (2023). Jumlah Pelaku Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Status Usaha (Agustus 2023).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/18/mayoritas-wirausaha-indonesia-lulusan-sd>
- Astiana, M., Malinda, M., Nurbasari, A., & Margaretha, M. (2022). Entrepreneurship Education Increases Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students, *European Journal of Educational Research* Volume 11, Issue 2, 995-1008. ISSN: 2165-8714.
<http://www.eu-jer.com/> <https://doi.org/10.12973/eu-jer.11.2.995>
- Croll. (2023). *Survey: GenZ may be the most entrepreneurial of all generations*, *Yahoo Finance*.
https://finance.yahoo.com/news/survey-genz-may-be-the-most-entrepreneurial-of-all-generations-183626972.html?guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlMnVbS8&guce_referrer_sig=AQAAAEf3va5-01AVKxKnOmCVet_Opk_S2REHc3-NvolMLyMCfvH-Fye0LCDChHGNSZYtyKBDJeInvgfkHFGNVgl20jWDCpi8kTmQQwkCa0mDBIKI70ob7mbl4E2zRyby3JvbsYUkrvexJkwV-RZYg_SM7D0Aeq8bE1CKFr8NVTBOAg9Q
- Delphia, R. (2023). 60 Persen Gen Z Memiliki Indeks Literasi Digital Tinggi (2022).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/60-persen-gen-z-memiliki-indeks-literasi-digital-tinggi>
- Dewi, N. P. A. W., & Mahyuni, L. P. (2021). Optimalisasi Internet Marketing Untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Handicraft Di Desa Sebatu. *Jurnal Panrita Abdi*, 6(2), 324-334.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi/article/view/14006>
- Jonbi, Ingrida, J. N., & Meutia, W. (2021). Bakat, Motivasi, Hambatan dan Harapan Mahasiswa menjadi Entrepreneur, Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital, Jakarta, 21 Oktober 2021.
https://lintar.untar.ac.id/repository/pengabdian/buktiabdi_10499002_9C170122170253.pdf
- Kareem, H.M., Alsheikh, A.H., Alsheikh, W.H., Dauwed, M., & Meri, A. (2024). *The mediating role of accounting information systems in small and medium enterprise strategies and organizational performance in Iraq*.
<https://doi.org/10.1057/s41599-024-03273-1>
- Keller, K.L. & Kotler, P. (2016). *Marketing management*, 15th edition, *Pearson Education Limited*.
https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1781&keywords=
- Lestari, I A, & Umilah, L., (2022). Persepsi Penggunaan Mobile Banking terhadap Kemudahan dalam bertransaksi, *Akuntansi Bisnis dan Keuangan, Transekonomika*,
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>.
- Murwani, S. (2024). "Gen Z: Generasi Paling 'Berwirausaha' Demi Work Life Balance".
<https://tirto.id/gRDv>
- Nuhlasita, W A M, Wulandari, R; (2022). Pengaruh Sikap, Efikasi Diri, dan Karakteristik Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa, *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, Vol. 12 No.1 hlm 51-60.
DOI:[10.24036/011166370](https://doi.org/10.24036/011166370)
- Sanjaya, W. (2008). *Strategi Pembelajaran berorientasi Standar Prises Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. ISBN 978-3925-73-6.

https://www.academia.edu/3415465/Strategi_pembelajaran_berorientasi_standar_proses_pendidikan

Soetomo. (1993). Dasar-Dasar Interaksi Belajar Mengajar, Penerbit : Usaha Nasional cetakan ke-1, Surabaya. Kemudahan Dalam Bertransaksi.

https://opac.uin-antasari.ac.id/index.php?p=show_detail&id=6240&keywords=

Wartika, I. M. B. L. P., Mahendra, A. A. P. P. M., Wirawan, I. P. A., Mahyuni, L. P., & Wirsa, I. N. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Digital Marketing Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi *Jurnal Panrita Abdi*, 7(2), 285-292.

<https://doi.org/10.20956/pa.v7i2.20019>

Yuliani, N., Novita, D., & Pramestari, D. (2019). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kawula Muda di Era Milenial melalui Pendekatan Inside Out, *Ikraith-Abdimas Vol 02 No 02 Bulan Juli 2019*, ISSN 2654-5721.

<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-BDIMAS/article/view/253>

Penulis:

Nur, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha. E-mail:

nur@eco.maranatha.edu

Anny Nurbasari, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha. E-mail:

anny.nurbasari@eco.maranatha.edu

Iwan Hanafi Liwanto, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha. E-mail:

iwanhanafi@yahoo.com

Ana Mariana, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha. E-mail:

ana.m4riana@gmail.com

Boedi Hartadi Kuslina, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha.

E-mail : boedi.hartadi@eco.maranatha.edu

Yenny Yuniawaty Lunandi, Program Studi Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Kristen

Maranatha. E-mail: yenny.yuniawaty@gmail.com

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Nur, Nurbasari, A., Liwanto, I.H., Mariana, A., Kuslina, B.H., & Lunandi, Y.Y. (2025). Pelatihan Cara Memulai Bisnis Kreatif bagi Kawula Muda di GJKI Andir Bandung. *Jurnal Panrita Abdi*, 9(1), 158-166.