JIUBJ Jurnal Ilmiah
Universitas Batanghari Jambi
Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi 23, 1 (2023): 319-324
DOI: 10.33087/jiubj.v23i1.3526
http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah

Pembentukan Karakter Wirausaha pada Gen Z menghadapi Society 5.0

Ceria Febiana, Lydia Goenadhi, Imam Suharto, Anita Putri Wijayanti*
Politeknik Al Islam Bandung,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banjarmasin,
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin,
Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung
*Correspondence email: anitapw88@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman gen z terhadap karakter kewirausahaan. Pemahaman karakter kewirausahaan ini menjadikan landasan bagi gen z untuk menghadapi society 5.0. Pembentukan karakter ini bertujuan mempersiapkan gen z menjadi wirausaha yang lebih baik di masa yang akan datang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskripsi , memberikan gambaran mengenai pemahaman karakter kewirausahaan. Responden adalah para siswa dan mahasiswa yang berusia 17 -20 tahun yang berasal dari Bandung. Terdapat 12 karakter yang dijadikan indikator pada karakter kewirausahaan. Responden berjumlah 141 diberikan kuisioner menggunakan google form , menggunakan skala likert untuk menghitung skor pemahaman, Hasil dari jumlah skor dicari rata-ratanya sehingga dapat terlihat pemahaman gen z terhadap karakter kewirausahaan. Karakter yang paling dipahami oleh gen memilih tujuan / sasaran dan inisiatif. Sedangkan karakter yang kurang dipahami oleh gen z adalah keinginan mengambil risiko dan kemauan untuk belajar. Penguatan karakter kewirausahaan pada gen z ini secara keseluruhan dpahami cukup baik dan gen mampu memahami keseluruhan karakter dengan baik.

Kata kunci: karakter kewirausahaan; gen z; society 5.0

Abstract. *This study aims to determine the understanding of gene z on entrepreneurial character. This understanding of entrepreneurial character makes the foundation for Gen Z to face society 5.0. This character formation aims to prepare Gen Z to become better entrepreneurs in the future. This study uses a quantitative descriptive method, providing an overview of understanding the character of entrepreneurship. Respondents were students and college students aged 17 -20 years who came from Bandung. There are 12 characters are used as indicators of entrepreneurial character. 141 respondents were given a questionnaire using google forms, using a Likert scale to calculate the understanding score. The results of the total scores were searched for the average seen that gene z's understanding of an entrepreneurial character. The characters that are best understood by genes select goals/goals and initiatives. While the characteristic that is poorly understood by gen z is the desire to take risks and the willingness to learn. The strengthening of the entrepreneurial character in gene z is overall quite well understood and the gene can understand the overall character well.*

Keywords: *entrepreneurial character; gen z; society 5.0*

PENDAHULUAN

Society 5.0 adalah tatanan roadmap yang diluncurkan oleh Jepang tahun 2019 dikenal dengan *super- smart society* yang merupakan tatanan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi (Sabri, 2019). *Society 5.0* didahului dengan era sebelumnya yaitu berburu (*society* 1.1), pertanian (*society* 2.0), industry (*society* 3.0) dan teknologi informasi (4.0) (Al-Fikri, 2021). *Society* yang diluncurkan di Jepang ini merupakan hal baru yang diharapkan akan membantu manusia menjalani kehidupan yang lebih bermakna, menekankan pada keseimbangan segala aspek dengan penyelesaian problem sosial (Gularso, 2021).

Konsep *Society* 5.0 diadopsi oleh pemerintah Jepang sebagai cara untuk mengantisipasi terhadap tren global yang muncul akibat munculnya Revolusi Industri 4.0 (Fadli, 2021), diharapkan peluncuran *society* 5.0 ini mampu menjawab gejolak ketidakpastian, ambiguitas dan kompleksitas dari permasalahan yang timbul (Paduppai et al., 2019). *Society 5.0* diartikan pula sebagai penyeimbang antara dunia maya dan dunia nyata, dimana mamaknai sikap yang harus disiapkan masyarakat dengan lahirnya lahirnya teknologi *artificial intellegent*

(AI) atau kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), *imachine learning*, *big* data di revolusi industri 4.0 (Alam, 2019). Masyarakat 5.0 yang berada di era ini dapat dikatakan adalah masyarakat yang menyelesaikan berbagai permasalahan sosial melalui layanan sistem digital yang mengintegrasikan ruang maya dan ruang nyata (Adiansah et al., 2019). Revolusi indutri 4.0 yang sedang terjadi merupakan pemicu lahirnya society 5.0 sehingga kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan (Yusuf, Ramayani; et al 2019)**.** Masyarakat Indonesia terkena imbas dari adanya revolusi industri 4.0 dan era society 5.0 , beberapa pergeseran nilai dan tatanan hidup terjadi secara alamiah. Indonesia sebagai negara dengan penduduk no 4 di dunia. Dengan jumlah penduduk 270,2 juta jiwa (BPS, 2020) dan didominasi oleh generasi Z membuat Indonesia menjadi negara yang sangat dekat dengan kemajuan teknologi (Philipus et al., n.d.).

Tabel 1
Jumlah Penduduk Indonesia berdasarkan Kelompok

Kelompok	Jumlah Penduduk (dalam juta)	Persentasi
Post Gen Z	25,01	10,88%
Gen Z	75,49	27,94%
Millenial	69.38	25,76%
Gen X	58.65	21,88%
Baby Boomer	30.21	11,56%
Pre Baby Boomer	3.22	1,87%

Sumber: Biro Pusat Statistik (2020)

Pengelompokan ini berdasarkan pada tahun kelahiran, Post Gen Z merupakan masyarakat yang lahir setelah tahun 2013, Gen z masyarakat dengan kelahiran 1997 – 2012, millennial masyarakat yang lahir antara tahun 1981- 1997, Gen x masyarakat yang lahir antara tahun 1965 – 1980, generasi Baby boomer mayarakat dengan kelahiran 1946 – 1964, sedangan pre baby boomer merupakan masyarakat yang lahir sebelum tahun 1964. Dengan jumlah yang paling besar gen Z menjadi perhatian karena seiring waktu berjalan gen z akan menjadi kelompok masyarakat yang menjadi penentu kemajuan bangsa. Gen z sangat dekat dengan teknologi karena mereka lahir ditengah gempuran teknologi yang membuat mereka dengan mudah memahami kemajuan teknologi terkini. Pergeseran pola pikir gen z ini membuat prefensi pekerjaan yang mereka pahami juga bergeser.

Tabel 2
Preferensi Pekerjaan di Gen Z

Jenis Pekerjaan	Persentasi
Wirausaha	25,01
PNS	16,49
Usaha Keluarga	15.38
Perusahaan multinasional	12.65
Badan Amal Sosial	10.21
Perusahaan Lokal Besar	9.22
UKM	7,45
Start up	3,59

Sumber: data olahan

Pandangan gen z terhadap preferensi kerja yang mereka harapkan beralih menjadi wirausaha dengan harapan dapat memperbaiki kehidupan mereka di masa yang akan datang. Jika sebelumnya PNS atau pekerja kantoran menjadi pekerjaan favorit millennial, namun gen z lebih memilih untuk berusaha sendiri dengan berwirausaha, menjadi UKM dan membuat perusahaan start up (Philipus et al., n.d.). Di dunia Pendidikan, pemerintah sudah menyikapi dengan memasukan kurikulum kewirausahaan mulai dari Pendidikan SMA dan di perguruan tinggi , bahkan beberapa perguruan tinggi membuka program studi Kewirausahaan, Bisnis Digital bahkan manajemen wirausaha untuk menunjang keinginan dari gen z untuk menjadi seorang wirausaha (Amin, et al, 2019).

Seperti negara-negara lain, pemerintah berusaha menciptakan wirausaha-wirausaha baru untuk dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Melihat jumlah usia produktif di Indonesia, akan terjadi puncak dimana akan banyak jumlah pencari kerja akan lebih banyak dari jumlah lowongan pekerjaan yang tersedia sehingga diperlukan suatu gerakan untuk dapat menciptakan wirausaha muda yang berkualitas. Namun, perkembangan prosentase jumlah wirausahawan di Indonesia tidak pesat , berdasarkan data dari Biro Pusat Statistik kenaikannya hanya 2,01% / tahun (BPS, 2020). Kurangnya minat akan berwirausaha ini terjadi karena pengertian dan pemahaman tentang kewirausahaan pada kurikulum di Sekolah menengah maupun di Perguruan Tinggi hanya sekedar mengetahui atau memperkenalkan kewirausahaan. Cara berpikir (*mindset*) siswa dan mahasiswa seharusnya dibuka untuk memahami manfaat pentingnya menjadi *entreprenuer* atau wirausahawan (Amin, et al 2019). Melihat fenomena yang terjadi, tingginya minat gen z menjadi seorang wirausaha, peran pemerintah dalam penciptaan wirausaha baru

dengan memasukkan ke dalam kurikulum, namun tidak dibarengi dengan peningkatan yang signifikan , penulis tertarik untuk meneliti mengenai hal mendasar yang menjadi landasan kuat untuk menjadi seorang wirausaha sehingga gen z mampu bertahan dan mengembangkan usahanya. Penulis melihat ada satu hal yang perlu untuk menjadi perhatian lebih, yaitu mengenai karakter kewirausahaan yang harus menjadi cara berpikir yang mendalam bagi para gen z. Penulis tertarik untuk meneliti pembentukan karakter kewirausahaan pada gen z untuk menghadapi society 5.0 di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Metode deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau (Syaodih, 2009). Pendekatan deskriptif dilakukan dengan memperoleh data emprik untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang akan dibahas.

Pengumpulan data menggunakan *google form* disebarkan kepada mahasiswa secara *online* melalui wa group maupun secara perorangan. Teknik pengumpulan data baik secara primer dan skunder dengan mempelajari dokumentasi yang ada dan juda observasi langsung kepada objek yang diteliti. Pengisian kuisioner yang digunakan menggunakan variabel dari karakter kewirausahaan yang mereka dapatkan di pembelajaran dengan menggunakan kriteria 5= sangat tinggi dan 0 = sangat lemah. Kemudian beberapa pertanyaan mengenai pentingnya mata pelajaran/ mata kuliah kewirausahaan menggunakan kriteria 1 = sangat tidak setuju dan 5 = sangat setuju.

Uji validitas instrument menggunakan validitas ini menggunakan SPSS 23. Uji reliabilitas menggunakan kriteria nilai croncbanh's alfa based on standardized. Analisa data yang digunakan dalam pengenalan karakter kewirausahaan menggunakan penafsiran skor test sebagai berikut : 81 – 90 (sangat kuat), 71 – 80 (kuat) , 61- 70 (cukup) dan 51-60 (rendah). Hasil penelitian ini akanmelihat bagaimana pemahaman mahasiswa terhadap karakter kewirausahaan yang telah diberikan sehingga membentuk karakter yang kuat dalam menghadapi society 5.0.

HASIL

Tabel 3
Profil Responden

Profil	Jumlah
Pendidikan	
- SMA	29
- D3	10
- D4	102
Usia	
- 15 – 17	12
- 18 – 20	24
- 21 – 23	105
- >23	0
Jenis Kelamin	
- Pria	59
- Wanita	82

Sumber: data olahan

Jumlah responden adalah 141 dengan Pendidikan SMA 29 orang, D3 10 orang dan 102 orang berpendidikan D4. Rentang usia responden 12 tahun berusia 15 – 17 tahun, 24 orang berusia 18 -20 dan 105 orang berusia 21 – 23 tahun. Responden dengan jenis kelamin pria berjumlah 59 orang dan Wanita 82 orang.

Tabel 4
Pemahaman akan karakter wirausaha

No	Skor	Kategori	Frekuensi	%
1	81 – 90	Sangat kuat	21	14,9
2	71 – 80	Kuat	43	30,4
3	61-70	Cukup	63	44,6
4	51-60	Rendah	14	9
Total			141	100

Sumber: data olahan

Berdasarkan hasil pemahaman responden akan karakter kewirausahaan berada pada kategori sangat kuat 14,9%, kuat 30,4%, cukup 44,6% dan rendah 9%. Nilai rata- rata pemahaman akan karakter kewirausahaan berada di kategori cukup, hasil dari penelitian ini sesuai dengan penulisan oleh Mira Veranita mengenai karkateristik kewirausahaan di desa Cimaung, bahwa pemahaman akan karakteristik kewirausahaan masih belum mendalam dan masih sebatas pada pengetahuan umum saja (Veranita, 2019). Pada penelitian Ramayani dijelaskan bahwa mengambil risiko merupakan faktor penting dalam memulai usaha karena keberhasilan suatu usaha tanpa keberanian

mengambil risiko hanya berupa wacana. Keberanian mengambil risiko terburuk berupa kebangkrutan adalah yang mereka pahami dan mereka pikir harus memiliki kemampuan yang lebih untuk menghindari kebangkrutan usaha. (Yusuf et al., 2020)

Karakteristik kewirausahaan kepada siswa/mahasiswa (gen z) terdiri dari 12 variabel, yaitu kemauan bekerja keras, inisiatif, memiliki tujuan atau sasaran, keuletan, kepercayaandiri, kemauan menerima ide baru, keinginan mengambil risiko, keinginan untuk mencapai informasi, kemauan untuk belajar, kebiasaan mencari peluang, kemauan untuk berubah, dan ketegasan. Tingkat pemahaman karakteristik wirausaha dihitung menggunakan skala likert dengan penilaian angka 1 sangat tidak setuju dan angka 5 menunjukkan angka sangat setuju.

Tabel 5
Karakteriktik Kewirausahaan

No/ Skor	1	2	3	4	5	Jumlah responden	Jumlah nilai	Rata- rata
1	12	12	34	50	33	141	503	100,6
2	13	12	23	42	51	141	529	105,8
3	8	12	32	28	61	141	545	109
4	15	12	44	26	44	141	495	99
5	4	15	56	28	38	141	504	100,8
6	17	15	60	29	20	141	443	88,6
7	22	15	61	31	12	141	419	83,8
8	31	15	70	23	2	141	373	74,6
9	10	40	29	49	13	141	438	87,6
10	9	21	55	35	21	141	461	92,2
11	18	20	34	51	18	141	454	90,8
12	12	18	42	39	30	141	480	96

Sumber : data olahan

Karakteristik kewirausahaan yang dipahami oleh gen z secara berturut- turut berdasarkan poin nilai adalah :

1. Memiliki tujuan (karakter no 3). Memeiliki tujuan / sasaran merupakan karakter yang paling banyak dipahami oleh gen z , dengan skor 109 karakter ini menunjukkan gen z memahami tujuan hidupnya. Seiring dengan penulis sebelumnya menjelaskan bahwa gen z memiliki karakter tujuan hidup yang jelas sehingga mereka lebih mudah fokus pada kegiatan yang berorientasi tujuannya (Wanda Diah Puspitasari, 2021).
2. Inisiatif (karekter no 2). Inisitatif mendapatkan pemahaman skor 105,8 artinya kemampuan untu memutuskan serta melakukan sesuatu dengan benar tanpa diberi tahu, mampu menemukan apa yang seharusnya dikerjakan terhadap sesuatu yang ada di sekitar, berusaha untuk terus bergerak. Ditempa dengan kondisi pandemik yang melanda Indonesia , gen z harus memiliki inisiatif untuk dapat terus menghadapi kenyataan hidup (Lina et al., 2021), pemanfaatan media sosial menjadikan alternatif bagi mereka untuk dapat berekspresi.
3. Kepercayaan diri (karakter no 5). Kepercayaan diri (Latief, 2020) pada gen z menurut Latief timbul karena mereka menguasa teknologi dan dekat dengan teknologi . Mereka akan lebih mudah menguasai berbagai aplikasi dan mempraktekannya karena sudah menjadi bagian dari keseharian mereka. Hal ini membuat kepercayaan diri gen z lebih tinggi dibanding dengan generasi lainnya.
4. Kemauan untuk bekerjakeras (karakter no 1). Gen z paham bahwa mereka harus mau bekerja keras lebih dari siapapun karena persaingan yang sangat tinggi. Jumlah gen z di dunia berdasarkan data BPS saat ini merupakan generasi yang menduduki tingkatan tertinggi, jumlah mereka yang besar membuat persaingan antar gen z semakin tinggi. Pemahaman ini didukung dengan semakin mudahnya informasi yang mereka dapatkan dan mereka pahami dari internet, bahwa mereka harus mau bekerja keras.
5. Keuletan (karakter no 4). Keuletan memperoleh skor 99, gen z mampu memahami bahwa keuletan merupaka hal yang menjadikan mereka seorang wirausaha sukses , dengan keuletan membuat gen z terus berkarya dan berusaha memenuhi hidup mereka. Gen z melihat keuletan sebagai Langkah untuk melawan kesulitan dalam rangka mencapai suatu tujuan atau sasaran.
6. Ketegasan (karakter no 12). Pemahaman akan karakter ketegasan memperoleh skor 96. Karakter ini menunjukan sikap bijaksana, seimbang dan konsisten, memungkinkan komunikasi dan pertukaran positif antara para pihak. Gen z memahami bahwa ketegasan merupakan hal penting yang perlu dikembangkan karena dengan ketegasan gen z akan memberikan sikap yang pasti .
7. Kebiasaan mencari peluang (karakter no 10). Pemahaman gen z akan karakter kebiasaan mencari peluang memperoleh skor 90,8, gen z paham bahwa dalam persaingan di dunia kerja ke depannya, gen z harus mampu mencari peluang dan memberikan solusi dari setiap permasalahan yang ada. Membaca

peluang baru di setiap kondisi sehingga akan lahir kesempatan-kesempatan lain yang bermanfaat bagi pengembangan usaha maupun pengembangan yang lainnya.

8. Kemauan untuk berubah (karakter no 11). Pemahaman gen z akan karakter kemauan untuk berubah berasa di angka 90,8 , menunjukkan bahwa gen z memiliki kenginan untuk berubah ke arah yang lebih baik dan menunjukkan potensi yang dimilikinya
9. Keingingan untuk mencari informasi (karakter no 11). Gen z merupakan generasi yang lahir di tengah mudahnya mendapat informasi baik melalui internet maupun media lainnya. Keinginan mencari informasi ini memperoleh skor 88,6, gen z paham bahwa mereka harus mencari data yang akurat , data yang dapat dianalisa sehingga mereka akan menghasilkan keputusan yang sesuai dengan informasi yang diterima. Bukan pada berdasarkan instuisi atau feeling saja . Gen z paham bahwa pengambilan keputusan yang baik harus berdasarkan informasi yang baik, benar, bermanfaat dan update sehingga tidak aka nada penyesalan di kemudian hari.
10. Kemauan menerima ide baru (karakter no 6). Pemahaman gen z akan kemauan menerima ide baru berada di skor 87,6, gen z paham bahwa dengan segala keterbatasannya harus mau menerima ide baru sehingga wawasan mereka terbuka luas dan mampu memberikan ide- ide lain yang lebih baik lagi
11. Keinginan mengambil risiko (karakter no 7). Gen z memiliki kainginan mengambil risiko cukup dengan skor 83,8 menunjukkan bahwa gen z memiliki karakter tesebut dan mereka paham itu merupakan hal yang sangat penting bagi mereka .
12. Kemauan untuk belajar (karakter no 8). Dengan kemudahan- kemudahan yang diperoleh oleh gen z, kemauan untuk belajar gen z cukup dengan skor 74,6. Gen z mampu menunjukkan dengan perubahan pola pembelajaran yang asalnya offline menjadi online mereka mampu melewatinya dan paham akan perubahan yang terjadi .

Keduabelas karakter kewirausahaan sebagai dasar dalam pembentukan karakter gen z dipahami dengan cukup baik oleh gen z. adapaun beberapa karakter mendapat skor pemahaman di angka 74 tetapi secara keseluruhan nilai terlihat baik dan dapat dipahami dengan baik.

SIMPULAN

Pembentukan karekter kewirausahaan gen z merupakan hal penting yang menjadi dasar bagi mereka menentukan masa depannya. Dengan kemudahan informasi yang mereka peroleh saat ini membuat mereka lebih mudah menerima masukan , ide- ide baru dan memiliki tujuan yang jelas bagi masa depannya. Gen z pada saatnya meruapak generasi terbanyak yang akan menentukan nasib dan arah bangsa selanjutnya sehingga pembentukan karakter ini penting dilakukan agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan masa depan negara. Penelitian ini hanya membahas mengenai pemahaman karakter kewirausahaan pada gen z, banyak kajian-kajian lain yang dapat diteliti oleh peneliti lain seperti hubungan karakter kewirausahaan gen z terhadap pembentukan kewirausahaan baru dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Adiansah, W., Setiawan, E., Kodaruddin, W. N., & Wibowo, H. 2019. Person in Environment Remaja Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, *2*(1), 47. https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23118

Al-Fikri, H. M. 2021. Peluang Dan Tantangan Perguruan Tinggi Menghadapi Revolusi Digital Di Era Society 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, *3*, 350–355. https://mail.prosiding.unma.ac.id/index.php/semnasfkip/article/view/621

Alam, S. 2019. Higher Order Thinking Skills (HOTS): Kemampuan Memecahkan Masalah, Berpikir Kritis dan Kreatif dalam Pendidikan Seni untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0 pada Era Society 5.0 | Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (Prosnampas). *Pascasarjana UNNES*, *2*(1), 790–797. https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/372

Amin, Yusuf; Tri, Suminar; Bagus, K. 2019. Karakter Kewirausahaan Mahasiswa. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, *3*(2), 139-147. https://doi.org/10.15294/pls.v2i1.23448

Bps. 2020. *BPS Jabar*.

Fadli, M. R. 2021. Hubungan Filsafat dengan Ilmu Pengetahuan dan Relevansinya Di Era Revolusi Industri 4.0 (Society 5.0). *Jurnal Filsafat*, *31*(1), 130. https://doi.org/10.22146/jf.42521

Gularso, D. 2021. Pendidikan Komunitas Untuk Masa Depan Indonesia Di Era Society 5.0 Dan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Berdaya Mandiri*, *3*(1), 476–492. https://doi.org/10.31316/jbm.v3i1.1257

Latief, S. 2020. Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Sebagai Pondasi Pembentukan Karakter Dalam Era Revolusi 4.0 dan Society 5.0 : Teknik dan Keberlanjutan Pendidikan Karakter. *International Journal of Hypertension*, *1*(1), 161–171.

Lina, L. F., Putri, A. D., & Anggarini, D. R. 2021. Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Technology and Social for Community Service*, *2*(2), 37-42.

Paduppai, A. M., Hardyanto, W., Hermanto, A., & Yusuf, A. 2019. Pengembangan Sistem Informasi Manajemen dalam Peningkatan Mutu Layanan Pendidikan dan Android di Era Revolusi Digital (Society 5.0 dan Revolusi Industri 4.0). *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)*, *2*(1), 84–89. https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/250

Philipus, A., Gheta, K., Eo, E., Goo, K., Sulistyono, D., Nusa, U., Indonesia, N., Nusa, U., Indonesia, N., & Ganesha, P. P. (n.d.). *Students ' Learning of Entrepreneurship Material Through Participatory Techniques*. 1–5.

Sabri, I. 2019. Peran Pendidikan Seni Di Era Society 5 . 0 untuk Revolusi Industri 4.0. *Seminar Nasional Pascasarjana 2019*, *2*(1), 342–347. https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/302

Veranita, M. 2019. Mengembangkan UKM Melalui Pelatihan Internet Marketing di Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Kuat*, *1*(1), 41–48.

Wanda Diah Puspitasari. 2021. Tinjauan Bisnis islam pada Perlikau Gen Z dalam Penggunaan Payment Gateway. *Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas*, *7*, 6.

Yusuf, Ramayani; Hendrayati, Heny; Wibowo, Lili Adi; Hadiaty, F. 201). Sistem Otomatisasi Perkantoran Politeknik Piksi Ganesah di era revolusi 4.0. *Ebis Polda Kebumen*, *1*, 1–10.

Yusuf, R., Zulbetti, R., Ratna, Y., & Susanti, A. S. 2020. Pelatihan Pengambilan Keputusan Menggunakan Decision Making Training Utilising The Paced Method. *KangMas, Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1–8.