



Strategi Inovasi dan Keberlanjutan Bisnis bagi Wirausaha Muda Gen Z

Giantoro Pamungkas¹, Indra Sulistiana², Rini Mutiara³, Rival Aldiano⁴

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

e-mail: dosen03025@unpam.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK mengenai strategi inovasi, keberlanjutan, dan profitabilitas dalam kewirausahaan. Topik ini dipilih karena masih rendahnya literasi kewirausahaan pada pelajar Gen Z, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan perencanaan usaha berkelanjutan. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, simulasi usaha, dan evaluasi *pre-test* dan *post-test*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, terutama dalam manajemen keuangan dan penyusunan ide bisnis yang inovatif dan ramah lingkungan. Partisipasi siswa sangat tinggi, dan sebagian besar kelompok mampu merancang rencana usaha dengan proyeksi keuntungan sederhana. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif-partisipatif efektif dalam membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif, strategis, dan berkelanjutan di kalangan pelajar. Hasil ini menunjukkan pentingnya program serupa untuk memperkuat ekosistem wirausaha muda sejak bangku sekolah.

Kata Kunci: *Inovasi, Keberlanjutan, Wirausaha Muda, Gen Z, Profitabilitas.*

Abstract

This community service program aimed to enhance vocational students' understanding of innovation, sustainability, and profitability in entrepreneurship. The topic was chosen due to the low entrepreneurial literacy among Gen Z students, particularly in financial management and sustainable business planning. The methods used included interactive lectures, group discussions, business simulations, and pre- and post-activity evaluations. The results showed a significant improvement in students' understanding, especially in basic financial management and developing innovative, eco-friendly business ideas. Student participation was high, and most groups successfully created simple business plans with projected profits. This activity demonstrated that participatory educational approaches are effective in shaping an adaptive, strategic, and sustainable entrepreneurial mindset among students. These findings highlight the importance of continuing similar programs to support the growth of a youth entrepreneurship ecosystem starting from the school level.

Kata Kunci: *Innovation, Sustainability, Young Entrepreneurs, Gen Z, Profitability.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, kemampuan untuk memahami aspek keuangan serta strategi branding produk menjadi keterampilan yang sangat penting bagi para wirausaha muda. Wirausaha muda

sering kali dihadapkan pada tantangan besar dalam mengelola keuangan dan mengembangkan citra merek yang kuat, yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis mereka. Salah satu kunci untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis adalah kemampuan untuk menganalisis laporan keuangan secara efektif dan menggunakan data tersebut untuk mengambil keputusan yang strategis. Selain itu, di tengah persaingan yang ketat di pasar, wirausaha juga harus memiliki pemahaman mendalam tentang strategi branding produk. Branding yang kuat tidak hanya membantu dalam membangun kesadaran pasar, tetapi juga menciptakan nilai tambah dan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. PKM ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai cara menganalisis dan menyusun laporan keuangan yang relevan serta strategi branding yang efektif bagi wirausaha muda. Dengan mengkombinasikan aspek keuangan dan branding, diharapkan para peserta dapat mengembangkan keterampilan yang akan mendukung pertumbuhan bisnis mereka secara holistik dan berkelanjutan. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan berwirausaha menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh generasi muda, khususnya Generasi Z. Gen Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang dikenal kreatif, adaptif terhadap teknologi, dan memiliki minat tinggi terhadap dunia kewirausahaan. Namun, banyak di antara mereka, terutama siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), masih menghadapi tantangan serius dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Tantangan utama yang sering dihadapi oleh wirausaha muda Gen Z meliputi kurangnya pemahaman terhadap strategi inovasi, minimnya perencanaan keberlanjutan bisnis, serta lemahnya kemampuan dalam mengelola keuangan usaha secara efisien. Ketiganya merupakan faktor krusial yang sangat memengaruhi profitabilitas usaha. Inovasi diperlukan untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan relevan dengan kebutuhan pasar. Sementara itu, keberlanjutan bisnis memastikan usaha tidak hanya bertahan dalam jangka pendek, tetapi juga dapat tumbuh dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Di sisi lain, manajemen keuangan yang baik membantu pelaku usaha memahami aliran dana dan mengambil keputusan bisnis yang lebih strategis dan *profit-oriented*.

Untuk memperkuat pendekatan kegiatan, penting memahami kegiatan ini dalam kerangka teoritis kewirausahaan modern. Tiga teori utama yang menjadi landasan kegiatan ini adalah:

Teori Inovasi

Menurut Davila, Epstein, dan Shelton (2015), inovasi merupakan proses menciptakan nilai dari ide-ide kreatif yang dapat diterapkan dalam produk, layanan, atau proses bisnis untuk memberikan keunggulan kompetitif. Inovasi tidak hanya terkait dengan penemuan teknologi baru, tetapi juga meliputi pengembangan strategi pemasaran, model bisnis, hingga cara baru dalam

menyampaikan nilai kepada pelanggan. Dalam konteks kewirausahaan pelajar, kemampuan untuk menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide inovatif menjadi fondasi penting dalam membangun usaha yang berbeda dan bernilai tambah.

Triple Bottom Line

Menurut Amini dan Bienstock (2015), konsep *Triple Bottom Line* (TBL) menekankan bahwa keberhasilan bisnis harus diukur tidak hanya berdasarkan kinerja finansial, tetapi juga melalui kontribusi sosial dan dampak lingkungan. Pendekatan ini bertujuan mendorong keberlanjutan jangka panjang melalui keseimbangan antara *profit* (laba), *people* (manusia/sosial), dan *planet* (lingkungan). Dalam konteks kewirausahaan pelajar, penerapan prinsip TBL dapat diwujudkan melalui praktik bisnis seperti penggunaan bahan lokal, kemasan ramah lingkungan, serta pemberdayaan komunitas sekitar.

Entrepreneurial Orientation (EO)

Menurut Wales, Gupta, dan Mousa (2016), *Entrepreneurial Orientation* (EO) merupakan kerangka kerja strategis yang mencakup dimensi utama seperti inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko terukur. Model EO berperan penting dalam mendorong perilaku wirausaha yang agresif dan visioner terhadap peluang pasar. Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, penerapan EO mendorong siswa untuk mengambil inisiatif, menyusun strategi pemasaran yang dinamis, serta mengelola risiko usaha dalam skala kecil. Model ini sangat relevan untuk Gen Z yang memiliki kecenderungan adaptif, responsif terhadap perubahan, dan akrab dengan teknologi.

Kewirausahaan Sosial dan Gen Z

Selain itu, generasi Z juga menunjukkan minat besar terhadap kewirausahaan yang bermakna secara sosial (Seemiller & Grace, 2016). Artinya, mereka tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga ingin menciptakan dampak. Kegiatan ini memberikan ruang bagi mereka untuk merancang usaha yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai sosial dan lingkungan.

Dengan mendasarkan kegiatan pada landasan teori ini, kegiatan PKM tidak hanya menjadi ajang pelatihan praktis, tetapi juga membentuk cara berpikir strategis dan berkelanjutan dalam berwirausaha. Hal ini penting untuk membekali Gen Z sebagai calon pelaku usaha yang tangguh dan relevan di era disrupsi digital.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada siswa SMKN 8 Kota Serang jurusan Bisnis dan Manajemen dalam mengembangkan tiga aspek utama kewirausahaan: strategi inovasi, keberlanjutan bisnis, dan peningkatan profitabilitas melalui pengelolaan keuangan yang efektif. Diharapkan melalui pendekatan praktis, para siswa dapat meningkatkan daya saing usahanya serta menjadi wirausahawan muda yang siap menghadapi tantangan dunia bisnis modern.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis bagi wirausaha muda dalam dua aspek penting ini, yaitu analisis dan penyusunan laporan keuangan serta strategi branding produk. Dengan bekal kemampuan tersebut, diharapkan para peserta dapat meningkatkan profesionalisme dalam menjalankan usaha, memperkuat daya saing di pasar, serta menciptakan bisnis yang berkelanjutan. Melalui kegiatan ini, para wirausaha muda akan dipandu untuk memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, mempelajari teknik analisis laporan keuangan, serta merumuskan strategi branding yang efektif untuk memperkuat posisi produk mereka di pasar. Dengan adanya Sosialisasi ini, diharapkan dapat membantu menciptakan generasi wirausaha yang lebih siap menghadapi tantangan bisnis di masa depan.

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dirancang untuk mendorong partisipasi aktif, pemahaman yang mendalam, serta suasana belajar yang menyenangkan bagi peserta didik. Kegiatan diawali dengan ceramah interaktif, di mana materi disampaikan secara langsung oleh fasilitator dengan pendekatan dialogis dan penggunaan media visual seperti presentasi dan ilustrasi agar lebih mudah dipahami oleh siswa. Selanjutnya, dilaksanakan diskusi kelompok, di mana peserta dibagi menjadi beberapa kelompok kecil untuk mengerjakan studi kasus dan merancang ide usaha berbasis inovasi dan keberlanjutan.

Untuk memperkuat penerapan konsep yang telah dipelajari, dilakukan simulasi usaha mini, di mana peserta diminta menyusun ide bisnis sederhana yang mengintegrasikan elemen inovatif, aspek keberlanjutan, serta proyeksi keuntungan sebagai bentuk pemahaman terhadap prinsip profitabilitas. Agar suasana tetap dinamis dan mendorong keterlibatan emosional peserta, disisipkan pula sesi kuis dan *ice breaking* yang bersifat edukatif dan menyegarkan. Di akhir kegiatan, dilakukan sesi refleksi dan evaluasi, di mana peserta diajak untuk merefleksikan pembelajaran yang diperoleh serta mengisi lembar evaluasi sebagai umpan balik atas jalannya kegiatan.

Pendekatan kombinitif ini dipilih agar kegiatan tidak monoton dan mampu mendorong pemahaman peserta secara aktif dan menyenangkan, sekaligus menumbuhkan motivasi untuk menerapkan materi dalam konteks nyata kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 25 April 2025 bertempat di Aula SMKN 8 Kota Serang. Acara berlangsung sesuai rencana, dimulai dengan pembukaan formal, sambutan dari perwakilan sekolah, dan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh tim pelaksana yang terdiri dari dosen dan mahasiswa.

Materi yang disampaikan mencakup tiga topik utama, yaitu strategi inovasi dalam kewirausahaan, prinsip keberlanjutan bisnis (*Triple Bottom Line*), dan manajemen keuangan dasar sebagai fondasi untuk meningkatkan profitabilitas usaha. Seluruh sesi dikemas secara interaktif, melibatkan ceramah visual, diskusi kelompok, kuis, serta simulasi penyusunan ide bisnis.



Gambar 1. Penyerahan Cenderamata kepada Perwakilan Sekolah

Partisipasi siswa dalam kegiatan tergolong sangat tinggi. Dari 50 peserta yang terdaftar, seluruhnya hadir dan terlibat aktif selama kegiatan berlangsung. Hal ini tercermin dari:

- Banyaknya pertanyaan yang diajukan saat sesi diskusi, terutama terkait perhitungan keuntungan usaha, strategi pemasaran digital, dan ide produk inovatif.
- Keterlibatan aktif peserta dalam sesi simulasi usaha, di mana mereka diminta untuk merancang ide bisnis yang mengandung unsur inovatif, berkelanjutan, dan menguntungkan.

Selain peningkatan pemahaman terkait inovasi dan keberlanjutan, aspek profitabilitas usaha menjadi salah satu fokus penting dalam pelatihan ini. Dalam sesi simulasi bisnis mini, peserta tidak hanya merancang ide usaha kreatif dan ramah lingkungan, tetapi juga diminta menyusun proyeksi sederhana terkait keuntungan usaha.

Beberapa kelompok siswa mampu menghitung estimasi margin keuntungan berdasarkan modal awal yang dibutuhkan (termasuk bahan baku

dan alat), harga jual produk, volume produksi dan penjualan dan perhitungan break-even point secara sederhana.

Contohnya, satu kelompok siswa mengusulkan produk minuman herbal dalam kemasan botol ramah lingkungan, dengan estimasi modal awal: Rp300.000 untuk 30 botol, harga jual per botol: Rp5.000, total pendapatan potensial: Rp150.000 (per batch), estimasi margin keuntungan bersih: $\pm 30\%$ setelah dikurangi biaya operasional ringan.

Dari simulasi ini, peserta dibimbing untuk memahami pentingnya menyusun perhitungan harga pokok penjualan (HPP), menghitung margin keuntungan, mengelola biaya tetap dan variabel, menentukan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan.

Pendekatan ini memberikan gambaran konkret bahwa profitabilitas bukan hanya tentang memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, tetapi juga menyusun strategi keuangan yang terukur, efisien, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Melalui praktik langsung tersebut, para siswa belajar melihat keterkaitan antara keputusan keuangan sehari-hari dan kelangsungan usaha mereka dalam jangka panjang.

Dengan pemahaman ini, diharapkan peserta tidak hanya mampu mengelola usaha kecil secara mandiri, tetapi juga memiliki *mindset entrepreneur* yang sehat, yaitu mengedepankan efisiensi, inovasi, dan keberlanjutan sebagai jalan menuju profitabilitas.

Antusiasme ini juga tercermin dalam hasil evaluasi kepuasan peserta, di mana lebih dari 90% menyatakan bahwa kegiatan sangat bermanfaat dan mendorong minat mereka untuk berwirausaha secara serius.



Gambar 2. Antusiasme Peserta

Tabel 1. Perbandingan Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* pada Tiga Aspek Pelatihan

Aspek	Rata-Rata Pre-Test (%)	Rata-Rata Post-Test (%)	Peningkatan (%)
Inovasi	62%	86%	+24%
Keberlanjutan	58%	82%	+24%
Manajemen Keuangan & Profitabilitas	55%	85%	+30%

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman siswa terhadap tiga aspek utama yang menjadi fokus kegiatan. Kenaikan tertinggi terjadi pada pemahaman manajemen keuangan dan profitabilitas, menunjukkan bahwa topik ini merupakan hal baru yang sangat dibutuhkan oleh peserta.

Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta dalam menyerap materi dan mengikuti aktivitas secara aktif. Namun, yang lebih menarik adalah bagaimana pola respons mereka mencerminkan karakteristik khas Generasi Z sebagai target sasaran kegiatan ini.



Gambar 3. Foto Bersama Peserta

Peserta menunjukkan ketertarikan tinggi pada topik yang berkaitan dengan teknologi digital dan pemasaran *online*, seperti pemanfaatan Instagram dan TikTok untuk promosi produk. Hal ini sejalan dengan karakter Gen Z yang tumbuh dalam lingkungan digital (*digital natives*) dan sangat familiar dengan media sosial sebagai sarana berekspresi sekaligus berbisnis. Penelitian oleh Djafarova dan Trofimenko (2019) menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi merek dan keputusan pembelian di kalangan konsumen muda. Selain itu, studi oleh Wood (2021) menyatakan bahwa Gen Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform utama untuk eksplorasi ide kewirausahaan dan interaksi langsung dengan pasar. Oleh karena itu, pendekatan berbasis *digital marketing* sangat relevan dan perlu diintegrasikan dalam pembelajaran kewirausahaan generasi muda.

Selain itu, pendekatan simulatif dan visual terbukti sangat efektif dalam menyampaikan materi kewirausahaan. Kegiatan seperti menyusun ide bisnis, memproyeksikan keuntungan, dan mendiskusikan strategi branding berhasil mengaktifkan pemikiran kreatif sekaligus logis dari peserta. Ini menunjukkan bahwa Gen Z merespons baik pembelajaran yang berbasis praktik dan partisipatif ketimbang ceramah satu arah.

Kecenderungan peserta untuk memilih produk yang berbasis lokal dan ramah lingkungan juga patut dicatat sebagai indikasi bahwa nilai-nilai keberlanjutan sosial dan lingkungan mulai tertanam, meski masih pada tahap awal. Mereka tidak hanya mencari ide bisnis yang unik, tetapi juga mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial, seperti kemasan ramah lingkungan atau bahan baku lokal.

Peserta menunjukkan ketertarikan tinggi pada topik yang berkaitan dengan teknologi digital dan pemasaran *online*, seperti pemanfaatan Instagram dan TikTok untuk promosi produk. Hal ini sejalan dengan karakter Gen Z yang tumbuh dalam lingkungan digital (*digital natives*) dan sangat familiar dengan media sosial sebagai sarana berekspresi sekaligus berbisnis. Menurut Seemiller dan Grace (2016), Generasi Z memiliki kecenderungan kuat terhadap *entrepreneurial mindset*, yakni semangat mandiri, keinginan menciptakan perubahan, serta kecakapan menggunakan teknologi sebagai alat kreasi dan solusi bisnis.

Pendekatan simulatif dan visual terbukti sangat efektif dalam menyampaikan materi kewirausahaan. Kegiatan seperti menyusun ide bisnis, memproyeksikan keuntungan, dan mendiskusikan strategi branding berhasil mengaktifkan pemikiran kreatif sekaligus logis dari peserta. Ini menunjukkan bahwa Gen Z merespons baik pembelajaran yang berbasis praktik dan partisipatif ketimbang ceramah satu arah. Hal ini sejalan dengan temuan Kopecký, Szotkowski, dan Kusa (2016), yang menyatakan bahwa generasi digital native seperti Gen Z memiliki preferensi tinggi terhadap pembelajaran berbasis simulasi, aktivitas kolaboratif, dan media interaktif. Mereka lebih mudah memahami konsep ketika terlibat langsung dalam situasi yang menyerupai dunia nyata, yang menuntut pengambilan keputusan secara kreatif dan kritis.

Kecenderungan peserta untuk memilih produk berbasis lokal dan ramah lingkungan juga patut dicatat sebagai indikasi bahwa nilai-nilai keberlanjutan sosial dan lingkungan mulai tertanam, meski masih pada tahap awal. Mereka tidak hanya mencari ide bisnis yang unik, tetapi juga mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial, seperti kemasan ramah lingkungan atau penggunaan bahan baku lokal. Karakter ini sejalan dengan pandangan Williams et al. (2018), yang mencatat bahwa Gen Z lebih sadar terhadap isu keberlanjutan dan etika dalam memilih maupun mengembangkan produk.

Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun pola pikir wirausaha yang adaptif, inovatif, dan beretika—sebuah fondasi penting bagi pengembangan kewirausahaan

berkelanjutan di kalangan pelajar SMK. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta dalam menyerap materi dan mengikuti aktivitas secara aktif. Namun, yang lebih menarik adalah bagaimana pola respons mereka mencerminkan karakteristik khas Generasi Z sebagai target sasaran kegiatan ini.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di SMKN 8 Kota Serang berhasil memberikan kontribusi signifikan dalam membekali siswa, khususnya kelas XI dan XII jurusan Bisnis dan Manajemen, dengan pemahaman dan keterampilan dasar kewirausahaan berbasis inovasi, keberlanjutan, dan profitabilitas.

Dari hasil pelaksanaan, diskusi, serta evaluasi pre-test dan post-test, diperoleh sejumlah kesimpulan penting: (1). Pemahaman peserta terhadap strategi inovasi meningkat secara signifikan, mendorong mereka untuk merancang produk/jasa yang lebih kreatif dan sesuai dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan pasar; (2). Prinsip keberlanjutan bisnis telah dipahami oleh peserta dalam konteks penggunaan bahan ramah lingkungan, pengelolaan limbah, dan kesadaran sosial dalam berwirausaha; (3). Keterampilan dasar manajemen keuangan peserta meningkat, terutama dalam menyusun laporan laba-rugi sederhana, memahami konsep margin laba, serta pentingnya pencatatan keuangan yang rapi dan berorientasi pada pengambilan keputusan usaha; (4). Kegiatan ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga menginspirasi siswa untuk berpikir jangka panjang dan bertanggung jawab secara bisnis, sejalan dengan tantangan nyata dunia kewirausahaan yang akan mereka hadapi di masa depan.

Dengan demikian, PKM ini telah berhasil mengintegrasikan pendekatan edukatif dan praktis untuk mendorong lahirnya generasi wirausaha muda Gen Z yang inovatif, berkelanjutan, dan berorientasi pada profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, M., & Bienstock, C. C. (2015). Corporate sustainability: An integrative definition and framework to evaluate corporate practice and guide academic research. *Journal of Cleaner Production*, 76, 12–19. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.019>
- Davila, T., Epstein, M. J., & Shelton, R. (2015). *Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It*. Pearson Education.
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 93, 362–372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.020>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2022). Modul Kewirausahaan untuk Sekolah Menengah Kejuruan. Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi. <https://vokasi.kemdikbud.go.id/berita/detail/3590/modul-kewirausahaan-untuk-smk>
- Kopecký, K., Szotkowski, R., & Kusa, J. (2016). Digital literacy and simulation-

- based learning for Generation Z: A pedagogical challenge. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 25(2), 113-128.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. Jossey-Bass.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F. T. (2016). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal*, 31(4), 357-383. <https://doi.org/10.1177/0266242615613842>
- Williams, K. C., Page, R. A., Petrosky, A. R., & Hernandez, E. H. (2018). Marketing to the Generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 10(1), 1-17. <https://www.aabri.com/manuscripts/182877.pdf>
- Wood, M. (2021). Entrepreneurship and Social Media: Examining the Use of Instagram by Gen Z Entrepreneurs. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 33(2), 45-60.