

Gen Z Melek Bisnis Kreatif: Kekuatan Literasi Ekonomi dan Kewirausahaan Pemuda di Kabupaten Hulu Sungai Tengah

Burhannudin¹, Riza², Prasetyo Yuli Usaid³

^{1,2,3} Politeknik Murakata, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Burhannudin

E-mail: burhanvirgo@gmail.com

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi ekonomi, literasi digital, dan kemampuan kewirausahaan kreatif generasi muda di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Kegiatan dilaksanakan pada 2 Januari 2026 di Aula Kampus Politeknik Murakata, Barabai Timur, dengan metode ceramah interaktif kepada 14 peserta pemuda dan pemudi. Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan kesiapan berwirausaha. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait pengelolaan keuangan, strategi bisnis kreatif, pemanfaatan potensi lokal, dan literasi digital. Kegiatan ini juga membangun motivasi, kesadaran inovasi, dan kemampuan kolaborasi peserta dalam menjalankan usaha kreatif. Pengabdian ini menegaskan pentingnya pendekatan edukatif yang kontekstual dan partisipatif dalam membekali generasi muda untuk menghadapi tantangan ekonomi kreatif. Rekomendasi diarahkan pada pengembangan metode praktik langsung dan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung literasi kewirausahaan berkelanjutan.

Kata kunci - Generasi Z, Literasi Ekonomi, Kewirausahaan Kreatif, Pengabdian Masyarakat, HST

Abstract

This community service program aims to enhance economic literacy, digital literacy, and creative entrepreneurship skills among youth in Hulu Sungai Tengah Regency. The program was conducted on January 2, 2026, at the Aula Campus of Politeknik Murakata, East Barabai, employing an interactive lecture method with 14 participants. Evaluation was conducted using pre-tests and post-tests to measure improvements in knowledge, entrepreneurial readiness, and the ability to leverage local potential. The findings indicate a substantial enhancement in participants' understanding of financial management, creative business strategies, digital literacy, and the utilization of local resources. Furthermore, the program fostered motivation, innovation awareness, and collaborative competencies critical for managing creative enterprises. This study underscores the significance of contextualized and participatory educational approaches in preparing young people to engage effectively in the creative economy. Recommendations include incorporating practical experiential activities and leveraging digital technology to support the sustainable development of entrepreneurial literacy among youth.

Keywords - Generation Z, economic literacy, creative entrepreneurship, community service, HST

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok demografis yang sangat melek teknologi dan memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap inovasi digital (Ajzen, 2020; Marston, 2019; Slepian et al., 2024; Wulandari et al., 2024). Karakteristik ini menjadikan generasi Z sebagai kelompok potensial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif, terutama di wilayah yang memiliki sumber daya lokal yang kaya, seperti Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Kifli et al., 2021). Meskipun minat berwirausaha di kalangan pemuda cukup tinggi, literasi ekonomi dan kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan wirausaha masih memerlukan penguatan melalui pembekalan dan kegiatan edukatif yang sistematis (Bongomin et al., 2018; Lusardi & Mitchell, 2014; Prasetyo & Kistanti, 2020).

Literasi ekonomi berperan sebagai fondasi penting dalam pengambilan keputusan finansial yang tepat, pengelolaan usaha, serta pengembangan inovasi bisnis. Pemahaman yang mendalam mengenai pengelolaan keuangan, strategi investasi, pemasaran, dan model bisnis kreatif memungkinkan generasi muda untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki, meningkatkan produktivitas, serta meminimalkan risiko kegagalan dalam menjalankan usaha (Azhar et al., 2023; Bongomin et al., 2018; Lusardi & Mitchell, 2014). Berdasarkan teori perilaku terencana, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku individu memiliki peran penting dalam menentukan niat berwirausaha, sehingga intervensi edukatif dapat meningkatkan motivasi dan kesiapan pemuda dalam memulai usaha (Ajzen, 2020).

Selain literasi ekonomi, pengembangan kewirausahaan kreatif menjadi strategi penting untuk menciptakan lapangan kerja baru serta meningkatkan kontribusi pemuda terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Artisa, 2023; Nurhayati, 2019; Puspita et al., 2024). Kewirausahaan kreatif tidak hanya menekankan pada penciptaan produk, tetapi juga pada kemampuan berinovasi, pemanfaatan teknologi digital, dan pengembangan jaringan pemasaran melalui media sosial (Kader et al., 2024; Wulandari et al., 2024). Implementasi digital marketing dan literasi digital terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas produk dan volume penjualan UMKM yang dijalankan oleh generasi muda (Ayuningtyas & Utomo, 2023; Kader et al., 2024; Rofiyustisiani et al., 2025).

Pelaksanaan pengabdian masyarakat memanfaatkan pengalaman dan keterampilan teknologi generasi muda di lingkungan kerja. Pendekatan edukatif, seperti ceramah, diskusi interaktif, dan pendampingan langsung, terbukti dapat meningkatkan kesadaran pemuda akan peluang wirausaha sekaligus membekali mereka dengan strategi praktis dalam mengelola usaha kreatif (Azhar et al., 2023; Eka et al., 2021; Ginting et al., 2024; Sianturi et al., 2024). Selain meningkatkan kemampuan teknis, pendekatan ini juga mengembangkan keterampilan sosial dan kolaborasi, sehingga tercipta generasi wirausahawan yang adaptif dan inovatif.

Literasi membaca dan minat belajar juga merupakan faktor penting dalam mengembangkan kemampuan intelektual dan kreativitas pemuda, yang pada gilirannya berdampak pada kemampuan mereka dalam menciptakan peluang usaha baru (Riski, 2023). Pemanfaatan potensi lokal, seperti pertanian, peternakan, dan sumber daya kreatif lainnya, menjadi faktor kunci dalam pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di tingkat daerah (Maksum et al., 2023; Slameto et al., 2021). Integrasi literasi ekonomi, literasi digital, dan kewirausahaan kreatif memungkinkan generasi muda menghasilkan produk unggulan yang kompetitif baik di pasar lokal maupun nasional (Nurhayati, 2019; Puspita et al., 2024).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan literasi ekonomi dan kewirausahaan generasi muda di Kabupaten Hulu Sungai Tengah, membekali mereka dengan keterampilan praktis dalam mengelola usaha kreatif, serta mendorong pemanfaatan potensi lokal dan teknologi digital sebagai peluang bisnis. Kegiatan ini juga bertujuan mendorong partisipasi aktif pemuda dalam pembangunan ekonomi kreatif, memperkuat kemampuan kolaborasi, serta membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk atau layanan bernilai tambah. Dengan demikian, program pengabdian ini diharapkan mampu mencetak

generasi muda yang siap berwirausaha, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional (Ajzen, 2020; Azhar et al., 2023; Kader et al., 2024).

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan metode ceramah, yang dirancang untuk menyampaikan materi mengenai literasi ekonomi dan kewirausahaan kreatif secara sistematis kepada peserta. Ceramah dipilih karena bersifat efektif untuk memberikan pemahaman konsep dasar secara langsung, serta memungkinkan sesi tanya jawab agar peserta dapat memperoleh klarifikasi dan diskusi singkat terkait materi yang diberikan. Kegiatan dilakukan di Aula Kampus Politeknik Murakata, Jalan Surapati No. 73, Barabai Timur, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Peserta kegiatan adalah pemuda dan pemudi yang berdomisili di kota Barabai, dengan jumlah total sebanyak 14 orang. Pemilihan lokasi dilakukan agar kegiatan berlangsung secara kondusif, memungkinkan interaksi yang optimal antara pemateri dan peserta.

Untuk menilai tingkat pemahaman peserta, kegiatan menggunakan pre-test dan post-test. Pre-test diberikan sebelum ceramah dimulai untuk mengetahui pengetahuan awal peserta mengenai literasi ekonomi dan kewirausahaan. Post-test diberikan setelah ceramah selesai untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman dan kesiapan peserta dalam menerapkan materi yang disampaikan. Data dari pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif untuk melihat perbedaan tingkat pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan.

Materi ceramah mencakup pengenalan literasi ekonomi dasar, pengelolaan usaha kreatif, pemanfaatan potensi lokal dalam pengembangan produk, serta penerapan teknologi digital dalam pemasaran dan pengembangan usaha. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif, termasuk sesi tanya jawab agar peserta dapat mengaplikasikan konsep dalam konteks nyata dan memahami langkah-langkah praktis dalam berwirausaha)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada hari Jumat, 2 Januari 2026, bertempat di Aula Kampus Politeknik Murakata, Jalan Surapati No. 73, Barabai Timur, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Peserta terdiri dari 14 pemuda dan pemudi yang berasal dari Kota Barabai. Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif dengan sesi tanya jawab dan diskusi kelompok untuk meningkatkan pemahaman peserta terkait literasi ekonomi, kewirausahaan kreatif, pemanfaatan potensi lokal, dan literasi digital. Metode ini dipilih karena dapat memfasilitasi peserta untuk menghubungkan teori dengan praktik secara langsung, memotivasi partisipasi aktif, dan membangun keterampilan analisis serta kreativitas peserta dalam konteks ekonomi kreatif.

Sebelum pelaksanaan ceramah, peserta mengikuti pre-test untuk mengukur tingkat pengetahuan awal. Hasil pre-test menunjukkan rata-rata skor keseluruhan sebesar 45 persen, dengan skor terendah 32 persen dan skor tertinggi 58 persen. Analisis per indikator menunjukkan bahwa literasi ekonomi dasar rata-rata 48 persen, kesiapan berwirausaha 42 persen, pemanfaatan potensi lokal 40 persen, dan literasi digital 50 persen. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun generasi Z memiliki kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital yang tinggi (Ajzen, 2020; Marston, 2019; Slepian et al., 2024; Wulandari et al., 2024), pemahaman mereka terkait pengelolaan usaha, pengembangan strategi pemanfaatan potensi lokal, dan literasi digital untuk bisnis masih perlu diperkuat. Kondisi ini sejalan dengan temuan Lusardi dan Mitchell (2014) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi menjadi fondasi penting dalam pengambilan keputusan finansial yang rasional, sehingga kurangnya literasi dapat membatasi kesiapan berwirausaha.

Selama ceramah interaktif, peserta diberikan materi tentang pengelolaan keuangan usaha, strategi kewirausahaan kreatif, pemanfaatan potensi lokal, serta penggunaan media digital untuk pemasaran produk. Materi ini didasarkan pada teori literasi keuangan dan kewirausahaan yang

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

menyatakan bahwa pengetahuan ekonomi memengaruhi kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, dan mengambil keputusan finansial secara efektif (Bongomin et al., 2018; Lusardi & Mitchell, 2014; Prasetyo & Kistanti, 2020). Selain itu, ceramah ini juga mengacu pada teori Perilaku Terencana (Ajzen, 2020), yang menegaskan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku individu menentukan niat berwirausaha. Pendekatan ceramah interaktif dengan diskusi kelompok bertujuan untuk membangun sikap positif terhadap kewirausahaan, memperkuat norma sosial terkait usaha kreatif, dan meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan peserta, sehingga memfasilitasi peningkatan motivasi dan kesiapan mereka dalam berwirausaha.

Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan setelah kegiatan ceramah, dengan rata-rata skor keseluruhan sebesar 85 persen, skor terendah 76 persen, dan skor tertinggi 95 persen. Analisis per indikator menunjukkan peningkatan rata-rata literasi ekonomi dasar menjadi 88 persen, kesiapan berwirausaha menjadi 83 persen, pemanfaatan potensi lokal menjadi 80 persen, dan literasi digital menjadi 89 persen. Peningkatan rata-rata sebesar 40 poin menunjukkan bahwa ceramah interaktif secara signifikan meningkatkan pemahaman dan kesiapan peserta dalam berbagai aspek kewirausahaan kreatif.

Peningkatan literasi ekonomi dasar dari 48 persen menjadi 88 persen menunjukkan pemahaman peserta terhadap pengelolaan keuangan, perencanaan anggaran, manajemen risiko, serta pengambilan keputusan usaha meningkat secara signifikan (Bongomin et al., 2018; Lusardi & Mitchell, 2014). Peningkatan kesiapan berwirausaha dari 42 persen menjadi 83 persen menandakan bahwa peserta mengalami perubahan sikap yang positif terhadap kewirausahaan, meningkatnya norma subjektif dalam konteks sosial, dan meningkatnya kontrol perilaku yang dirasakan, sesuai dengan teori Perilaku Terencana (Ajzen, 2020). Peningkatan pemanfaatan potensi lokal dari 40 persen menjadi 80 persen menunjukkan peserta mampu mengenali dan memanfaatkan sumber daya lokal untuk menciptakan produk bernilai ekonomi dan inovatif, konsisten dengan prinsip Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal (Kifli et al., 2021; Nurhayati, 2019; Puspita et al., 2024). Peningkatan literasi digital dan kemampuan pemasaran dari 50 persen menjadi 89 persen menunjukkan peserta mampu memanfaatkan teknologi dan media sosial secara efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan volume penjualan UMKM, mendukung teori literasi digital dan digital marketing (Ayuningtyas & Utomo, 2023; Kader et al., 2024; Rofiyustisiani et al., 2025; Wulandari et al., 2024).

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa kombinasi peningkatan literasi ekonomi, kesiapan berwirausaha, pemanfaatan potensi lokal, dan literasi digital secara simultan memberikan efek sinergis dalam membekali generasi muda menjadi wirausahawan yang adaptif, inovatif, dan kompetitif. Aktivitas selama ceramah, termasuk sesi tanya jawab dan diskusi kelompok, menunjukkan bahwa peserta aktif dalam menganalisis masalah, merancang strategi usaha, dan mengembangkan ide kreatif berbasis potensi lokal. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan edukatif interaktif dalam membangun kompetensi praktis dan konseptual peserta (Azhar et al., 2023; Eka et al., 2021; Ginting et al., 2024; Sianturi et al., 2024).

Hasil kuantitatif ini menegaskan bahwa ceramah interaktif tidak hanya meningkatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga membangun motivasi, keterampilan praktis, dan kesadaran akan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam kewirausahaan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini mampu membekali generasi muda Kabupaten Hulu Sungai Tengah untuk menjadi wirausahawan yang siap menghadapi tantangan ekonomi kreatif di era digital, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal dan nasional secara berkelanjutan.



Gambar 1.

Burhannudin, sedang menyampaikan materi literasi ekonomi dan strategi kewirausahaan kreatif.



Gambar 2.

Riza, memberikan penjelasan mengenai pemanfaatan potensi lokal dan literasi digital



Gambar 3.

Prasetyo Yuli Usaid sedang mengolah data hasil pre-test dan post-test serta.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pendekatan ceramah interaktif dapat menjadi strategi efektif dalam membekali generasi muda dengan kompetensi kewirausahaan kreatif, literasi ekonomi, dan literasi digital. Aktivitas ini memperkuat kapasitas pemuda untuk mengembangkan potensi lokal secara inovatif, memanfaatkan teknologi digital, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya kolaborasi, kreativitas, dan pemikiran kritis dalam menjalankan usaha. Implementasi kegiatan ini menegaskan bahwa penguatan literasi ekonomi dan kewirausahaan tidak hanya memerlukan transfer pengetahuan, tetapi juga pendekatan yang memotivasi, partisipatif, dan relevan dengan konteks lokal peserta.

Berdasarkan pengalaman pelaksanaan, disarankan agar pengabdian masyarakat selanjutnya memperluas cakupan peserta dan mengintegrasikan metode praktik langsung, seperti simulasi bisnis, studi kasus, dan pendampingan usaha nyata, sehingga peserta dapat menerapkan konsep secara langsung dalam konteks dunia usaha. Selain itu, penggunaan teknologi digital secara lebih intensif, termasuk platform pembelajaran online dan media sosial, dapat mendukung pengembangan literasi digital dan strategi pemasaran produk kreatif. Monitoring berkelanjutan dan evaluasi dampak jangka panjang juga penting untuk memastikan keberlanjutan hasil pengabdian serta kontribusi nyata generasi muda terhadap pembangunan ekonomi kreatif daerah.

Dengan penerapan rekomendasi ini, generasi muda di Kabupaten Hulu Sungai Tengah diharapkan mampu menjadi wirausahawan yang adaptif, inovatif, dan kompetitif, sekaligus memanfaatkan potensi lokal dan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Politeknik Murakata, khususnya pihak pengelola Aula Kampus di Barabai Timur, yang telah memberikan izin dan fasilitas sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh peserta pemuda dan pemudi yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, sehingga tujuan penguatan literasi ekonomi dan kewirausahaan kreatif dapat tercapai. Selain itu, penulis menghargai dukungan dari rekan dosen dan tim pendamping yang telah berkontribusi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Artisa, R. A. (2023). Strategi Peningkatan Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) Desa. Studi Kasus: Desa Ciburial, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Inov. Pembang. J. Kelitbangan*, 11(1), 61–72. <https://doi.org/10.35450/jip.v11i01.349>
- Ayuningtyas, M. P., & Utomo, R. B. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan dan Pembukuan Digital pada UMKM di Desa Potorono. *J. Abdi Masy. Indones.*, 3(4), 1277–1284. <https://doi.org/10.54082/jamsi.842>
- Azhar, M. F., et al. (2023). Kolaborasi Mahasiswa dan Masyarakat Desa dalam Mengatasi Tantangan Sosial Melalui Program KKN di Desa Pisangan Jaya. *J. Ilm. Dan Karya Mhs.*, 1(6), 20–47. <https://doi.org/10.54066/jikma.v1i6.1047>
- Bopp, M., et al. (2018). Why We Bike and Why We Don't. In *Bicycling for Transportation* (pp. 65–86). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-812642-4.00004-0>

- Bongomin, G. O. C., et al. (2018). Financial literacy in emerging economies: Do all components matter for financial inclusion of poor households? *Managerial Finance*, 44(9), 1107–1125. <https://doi.org/10.1108/MF-04-2017-0117>
- Citoro Kifli, G., et al. (2021). Key Role of Millennial Generation in Rural Agricultural Development In Indonesia: Cohort Generation Theory Approach. *E3S Web Conf.*, 316, 02002. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131602002>
- Costa, S. G. G., et al. (2020). Technological innovations in the work environment and the career of the millennium generation. *Innov. Manag. Rev.*, 17(4), 379–394. <https://doi.org/10.1108/INMR-05-2019-0070>
- Eka, E., et al. (2021). Penguatan Kelembagaan Desa dalam Musyawarah Rencana Pembangunan Desa (Musrenbangdes) di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *JOELS J. Elect. Leadersh.*, 2(2). <https://doi.org/10.31849/joels.v2i1.7562>
- Ginting, F. Y. A., et al. (2024). Strategi Kuliah Kerja Nyata Dalam Meningkatkan Kesadaran Gotong Royong di Masyarakat Desa Sungai Raya. *J. Pengabd. Masy. Bangsa*, 2(10), 4369–4373. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i10.1736>
- Kader, M. A., et al. (2024). Digitalisasi UMKM Melalui Literasi Digital dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Volume Penjualan. *J. Community Dev.*, 5(2), 349–362. <https://doi.org/10.47134/comdev.v5i2.242>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Maksum, M., et al. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan Peternakan di Kabupaten Mesuji. *JDP J. Dunia Peternak.*, 1(1), 44–51. <https://doi.org/10.37090/jdp.v1i1.991>
- Marston, H. R. (2019). Millennials and ICT—Findings from the Technology 4 Young Adults (T4YA) Project: An Exploratory Study. *Societies*, 9(4), 80. <https://doi.org/10.3390/soc9040080>
- Nurhayati, N. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Abdi Wiralodra J. Pengabd. Kpd. Masy.*, 1(2), 95–111. <https://doi.org/10.31943/abdi.v1i2.8>
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital, institutional economics and entrepreneurship as a driver for quality and sustainable economic growth. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2575–2589. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4\(1\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4(1))
- Puspita, V., et al. (2024). Pemberdayaan Generasi Milenial dalam Kelompok Nelayan Melalui Manajemen Pengolahan Limbah Tangkap Menjadi Produk Ekonomi Kreatif. *RESWARA J. Pengabd. Kpd. Masy.*, 5(1), 64–73. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.3659>
- Riski, G. (2023). Pengaruh Minat Baca Pemuda terhadap Tingkat Perkembangan Intelektual Masyarakat. *Lifelong Education Journal*, 1(2), 118–126. <https://doi.org/10.59935/lej.v1i2.26>
- Rofiyustisiani, A. A., et al. (2025). Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Desa Berbasis Teknologi Digital. *J. Pengabd. Sos.*, 2(3), 3144–3149. <https://doi.org/10.59837/wejmms19>
- Sianturi, N. D. S., et al. (2024). KKN Pemberdayaan terhadap Masyarakat menuju Desa yang Inovatif dan Kreatif serta Sosialisasi Kebersihan Lingkungan dan Pemanfaatan Sampah Rumah Tangga. *J. Sains Teknol. dalam Pemberdaya. Masy.*, 5(2), 155–162. <https://doi.org/10.31599/b82x6m32>
- Slameto, et al. (2021). Growth and Yield of Several Rice Varieties in Swamp Land Agroecosystems in Mesuji Regency, Lampung Province. *E3S Web Conf.*, 306, 01042. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130601042>
- Slepian, R. C., et al. (2024). Social media, wearables, telemedicine, and digital health: A Gen Y and Z perspective. In *Comprehensive Precision Medicine* (pp. 524–544). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-824010-6.00072-1>
- Wulandari, R., et al. (2024). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z. *Risalah Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 10(3), 983–996. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v10i3.1596