

INTEGRASI LITERASI DIGITAL DAN STRATEGI GREEN MARKETING UNTUK MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN BERWAWASAN LINGKUNGAN PADA PELAJAR SMKN 7 KOTA SERANG

**Ayi Ayatullah¹, Asri Nabila Jahro², Metalia Rohali³, Muhammad Arifin⁴, Julfah
Indriyani⁵**

*Program Studi Manajemen (Kampus Kota Serang), Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pamulang, Kota Serang, Indonesia¹²³⁴⁵*

E-mail: dosen03206@unpam.ac.id¹, dosen03205@unpam.ac.id²

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan untuk menguatkan kemampuan literasi digital dan penerapan strategi green marketing dalam membentuk jiwa kewirausahaan berorientasi lingkungan pada siswa SMKN 7 Kota Serang. Ruang lingkup kegiatan menitikberatkan pada pengembangan keterampilan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran serta internalisasi prinsip keberlanjutan dalam perancangan usaha. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan partisipatif, penyampaian materi tematik, diskusi terarah, analisis studi kasus, dan simulasi praktik kewirausahaan dengan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap penggunaan teknologi digital untuk promosi produk, penguatan kesadaran ekologis, serta kemampuan merancang gagasan usaha sederhana berbasis *green marketing*. Simpulan kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dan *green marketing* berkontribusi positif dalam membangun karakter kewirausahaan siswa SMK yang inovatif, adaptif, dan berdaya saing, sekaligus mendorong pengembangan usaha yang berkelanjutan di era ekonomi digital.

Kata Kunci : Literasi Digital, *Green Marketing*, Kewirausahaan

Abstract

This Community Service Program (PkM) was conducted to strengthen digital literacy skills and the application of green marketing strategies in fostering environmentally oriented entrepreneurial attitudes among students of SMKN 7 Kota Serang. The scope of the program focused on developing students' competencies in utilizing digital media as marketing tools and internalizing sustainability principles in business planning. The methods employed included participatory outreach, thematic material delivery, guided discussions, case study analysis, and entrepreneurial practice simulations using an experiential learning approach. The results indicate an improvement in students' understanding of digital technology utilization for product promotion, increased environmental awareness, and enhanced ability to formulate simple business ideas based on green marketing principles. The program concludes that the integration of digital literacy and green marketing contributes positively to the development of innovative, adaptive, and competitive entrepreneurial characteristics among vocational high school students, while also supporting sustainable business development in the digital economy era.

Keywords: Digital Literacy; *Green Marketing*; Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk cara manusia memproduksi, berinteraksi, dan membangun aktivitas ekonomi. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi skala dan model bisnis perusahaan besar, tetapi juga mengubah pola

kewirausahaan pada level usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam konteks tersebut, kemampuan literasi digital menjadi kompetensi kunci yang menentukan sejauh mana individu mampu memanfaatkan teknologi secara produktif dan berdaya guna. Di sisi lain, meningkatnya kesadaran global terhadap isu lingkungan mendorong lahirnya tuntutan baru agar aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan. Kondisi ini menempatkan literasi digital dan pemahaman strategi green marketing sebagai dua elemen penting yang saling melengkapi dalam membangun kewirausahaan modern yang bertanggung jawab.

Di era ekonomi digital, kewirausahaan tidak lagi sekadar dimaknai sebagai kemampuan menciptakan produk atau jasa, tetapi juga mencakup kapasitas dalam memanfaatkan teknologi untuk menciptakan nilai tambah, menjangkau pasar yang lebih luas, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Generasi muda, khususnya pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), berada pada posisi strategis sebagai calon pelaku usaha yang akan menghadapi lanskap bisnis yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi. Oleh karena itu, penguatan kompetensi kewirausahaan sejak dini menjadi sangat relevan, terutama melalui integrasi literasi digital dan perspektif keberlanjutan lingkungan. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa kesiapan sumber daya manusia Indonesia dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif dan berwawasan lingkungan masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural.

Berdasarkan data Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) tahun 2023, capaian nasional berada pada angka 43,34 dari skala 0–100, yang menunjukkan bahwa tingkat digitalisasi masyarakat Indonesia masih berada pada kategori menengah (BPSDM Komdigi, 2023). Capaian tersebut mengindikasikan bahwa adopsi teknologi digital belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan pemanfaatan yang optimal dalam aktivitas produktif. Dalam konteks pendidikan dan kewirausahaan, kondisi ini mencerminkan masih terbatasnya penggunaan teknologi sebagai sarana pembelajaran inovatif, pengembangan usaha, dan penciptaan nilai ekonomi baru. Teknologi digital sering kali masih diposisikan sebagai alat konsumsi, bukan sebagai instrumen strategis untuk peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi. Permasalahan tersebut semakin terlihat pada capaian pilar Pemberdayaan Digital dalam IMDI 2023 yang hanya mencapai skor 25,66. Angka ini menunjukkan rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan yang bersifat produktif dan memberdayakan, termasuk dalam bidang pendidikan, pelatihan, dan kewirausahaan. Rendahnya skor ini mengindikasikan bahwa masih terdapat kesenjangan antara akses terhadap teknologi digital dengan kemampuan individu untuk memanfaatkannya secara optimal. Meskipun pilar Keterampilan Digital telah mencapai skor 58,25, capaian tersebut belum merata di seluruh lapisan masyarakat. Banyak pelajar, khususnya di daerah, masih memiliki keterampilan digital yang terbatas, sehingga belum mampu mengintegrasikan teknologi secara efektif dalam proses pembelajaran maupun perancangan usaha.

Selain tantangan literasi digital, aspek kesadaran lingkungan dalam aktivitas kewirausahaan juga menjadi persoalan yang semakin relevan. Pertumbuhan sektor usaha yang pesat, khususnya UMKM, sering kali tidak diiringi dengan pemahaman yang memadai mengenai dampak lingkungan dari aktivitas produksi dan distribusi. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) menunjukkan bahwa hanya 28,4% industri mikro dan kecil di Indonesia yang telah menerapkan pengelolaan limbah berbahaya secara aman, sementara 71,6% lainnya belum memenuhi standar pengelolaan yang layak. Kondisi ini mencerminkan rendahnya tingkat kesadaran pelaku usaha terhadap prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan, yang berpotensi menimbulkan dampak ekologis jangka panjang.

Lebih lanjut, BPS (2024) juga mencatat bahwa sekitar 72,3% UMKM di Indonesia masih bergantung pada bahan bakar fosil dalam menjalankan aktivitas usahanya. Ketergantungan ini menunjukkan bahwa transisi menuju praktik usaha yang ramah lingkungan dan efisien energi masih berjalan relatif lambat. Padahal, dalam konteks global, isu perubahan iklim dan keberlanjutan telah menjadi perhatian utama yang memengaruhi preferensi konsumen, kebijakan pemerintah, dan arah pengembangan bisnis. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya penguatan pemahaman green marketing sebagai strategi pemasaran yang tidak hanya menekankan aspek ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial.

Green marketing merupakan pendekatan pemasaran yang mengintegrasikan prinsip ramah lingkungan dalam seluruh aktivitas bisnis, mulai dari perancangan produk, proses produksi, distribusi, hingga komunikasi pemasaran kepada konsumen. Kotler dan Keller (2023) menyatakan bahwa green marketing tidak hanya berfungsi sebagai alat diferensiasi produk, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dalam praktiknya, green marketing mendorong pelaku usaha untuk mengomunikasikan nilai keberlanjutan secara jujur dan transparan, sehingga konsumen dapat memahami kontribusi produk terhadap pelestarian lingkungan. Namun, penerapan konsep ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada pelaku usaha pemula yang memiliki keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Dalam konteks pendidikan, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki peran strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia yang siap kerja dan berjiwa wirausaha. Pendidikan vokasi dirancang untuk membekali siswa dengan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan industri. Rahmawati dan Suryana (2021) menegaskan bahwa pendidikan vokasi berfungsi sebagai sarana pembentukan keterampilan aplikatif sekaligus karakter kewirausahaan. Namun, dalam praktiknya, pembelajaran kewirausahaan di SMK masih cenderung berfokus pada aspek teknis produksi dan keterampilan kejuruan, sementara penguatan literasi digital dan pemahaman green marketing belum terintegrasi secara optimal dalam kurikulum maupun kegiatan pembelajaran.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tuntutan kompetensi kewirausahaan di era digital dan pendekatan pembelajaran yang diterapkan di lingkungan pendidikan vokasi. Di satu sisi, dunia usaha menuntut pelaku usaha yang mampu memanfaatkan teknologi digital, berinovasi, dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Di sisi lain, banyak siswa SMK yang belum memperoleh pengalaman belajar yang memadai dalam mengintegrasikan teknologi digital dan nilai keberlanjutan ke dalam praktik kewirausahaan. Akibatnya, lulusan SMK berpotensi menghadapi kesulitan dalam bersaing di dunia usaha yang semakin kompleks dan dinamis. Literasi digital memiliki peran penting dalam menjembatani kesenjangan tersebut. UNESCO (2022) mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan individu untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, kritis, dan bertanggung jawab. Dalam konteks kewirausahaan, literasi digital mencakup kemampuan menggunakan media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital sebagai sarana pemasaran, komunikasi dengan konsumen, serta pengembangan jejaring usaha. Penguasaan literasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Di sisi lain, penguatan pemahaman green marketing menjadi relevan untuk membentuk pola pikir kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan. Green marketing mendorong pelaku usaha untuk mempertimbangkan dampak lingkungan dalam setiap keputusan bisnis yang diambil. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial.

Bagi siswa SMK sebagai calon wirausahawan muda, pemahaman green marketing dapat menjadi bekal penting dalam merancang usaha yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga bertanggung jawab secara ekologis. Integrasi literasi digital dan green marketing dalam pembelajaran kewirausahaan menjadi semakin penting di tengah dinamika ekonomi digital. Melalui integrasi tersebut, siswa tidak hanya diajak untuk memahami konsep kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga dilatih untuk menerapkannya dalam konteks nyata yang relevan dengan perkembangan zaman. Pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) memungkinkan siswa untuk belajar melalui praktik langsung, refleksi, dan pemecahan masalah nyata, sehingga pengetahuan yang diperoleh menjadi lebih bermakna dan aplikatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diarahkan untuk memperkuat literasi digital dan pemahaman strategi green marketing pada siswa SMKN 7 Kota Serang. Kegiatan ini dirancang sebagai upaya pendampingan yang bersifat edukatif dan aplikatif, dengan memanfaatkan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman. Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran serta pentingnya penerapan prinsip ramah lingkungan dalam aktivitas kewirausahaan.

Dengan penguatan literasi digital dan green marketing, siswa SMK diharapkan mampu mengembangkan jiwa kewirausahaan yang adaptif terhadap perubahan teknologi, peka terhadap isu lingkungan, dan memiliki daya saing yang lebih baik di era ekonomi digital. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mendukung upaya pembangunan sumber daya manusia yang berkelanjutan, sejalan dengan kebutuhan dunia usaha dan tantangan global yang semakin kompleks. Melalui pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dan kontekstual, SMK diharapkan dapat melahirkan generasi muda yang tidak hanya siap kerja, tetapi juga siap menciptakan lapangan kerja secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan pembelajaran partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan tersebut dirancang untuk mengintegrasikan penguatan literasi digital dan penerapan strategi green marketing sebagai upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan di kalangan pelajar SMKN 7 Kota Serang. Model pembelajaran ini dipilih agar siswa tidak hanya memahami konsep secara konseptual, tetapi juga mampu menerapkannya secara kontekstual sesuai dengan karakteristik pendidikan vokasi.

Subjek dalam kegiatan ini adalah siswa SMKN 7 Kota Serang yang berasal dari berbagai kompetensi keahlian yang relevan dengan kewirausahaan dan pemasaran. Penentuan lokasi kegiatan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan peran strategis SMK sebagai institusi pendidikan vokasi dalam menyiapkan sumber daya manusia yang siap kerja dan berjiwa wirausaha. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan di lingkungan sekolah guna menciptakan suasana belajar yang kondusif dan mendorong partisipasi aktif siswa. Rancangan kegiatan mengacu pada prinsip *experiential learning*, yaitu pembelajaran yang berpusat pada pengalaman langsung peserta. Melalui pendekatan ini, siswa diarahkan untuk memperoleh pemahaman literasi digital melalui praktik pemanfaatan media digital dalam aktivitas kewirausahaan, serta menginternalisasi prinsip green marketing dalam penyusunan gagasan usaha. Integrasi kedua aspek tersebut diharapkan dapat membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan sensitif terhadap isu lingkungan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan. Tahap pertama berupa penyampaian materi mengenai literasi digital, kewirausahaan, dan konsep dasar green marketing yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman siswa SMK. Tahap berikutnya adalah diskusi terarah yang bertujuan menggali persepsi awal siswa, mengidentifikasi kendala pemanfaatan teknologi digital, serta membangun kesadaran akan pentingnya praktik usaha berkelanjutan. Selanjutnya, siswa diberikan studi kasus yang berkaitan dengan praktik kewirausahaan digital dan penerapan green marketing pada usaha skala kecil untuk melatih kemampuan analisis dan pemecahan masalah. Tahap akhir berupa simulasi dan praktik perancangan ide usaha sederhana, di mana siswa diminta mengintegrasikan pemanfaatan platform digital dan prinsip ramah lingkungan dalam konsep bisnis yang disusun.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi selama kegiatan berlangsung, dokumentasi, serta pengumpulan umpan balik dari peserta. Observasi digunakan untuk menilai tingkat keaktifan dan keterlibatan siswa dalam setiap tahapan kegiatan, sedangkan umpan balik peserta dimanfaatkan untuk memperoleh gambaran perubahan pemahaman dan sikap siswa terhadap literasi digital, green marketing, dan kewirausahaan berwawasan lingkungan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan menginterpretasikan hasil observasi dan umpan balik peserta untuk menggambarkan peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, serta kemampuan siswa dalam mengaplikasikan literasi digital dan strategi green marketing ke dalam gagasan kewirausahaan. Keberhasilan kegiatan diukur melalui peningkatan pemahaman siswa terhadap literasi digital, tumbuhnya kesadaran akan pentingnya aspek lingkungan dalam aktivitas usaha, serta kemampuan siswa dalam merancang konsep kewirausahaan sederhana yang memadukan pemanfaatan teknologi digital dan prinsip keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang diselenggarakan oleh dosen Program Studi Manajemen Universitas Pamulang Kampus Serang di SMKN 7 Kota Serang pada 24–25 Oktober 2025 terlaksana secara efektif dan sesuai dengan perencanaan awal. Kegiatan ini melibatkan siswa sebagai peserta utama dengan dukungan guru pendamping, serta dilaksanakan oleh tim dosen yang terdiri atas Ayi Ayatullah dan Asri Nabila Jahro. Program ini difokuskan pada upaya penguatan literasi digital dan pemahaman strategi green marketing sebagai fondasi pembentukan karakter kewirausahaan yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan.

Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung aktivitas kewirausahaan. Peserta mulai mampu mengenali peran media digital sebagai sarana komunikasi pemasaran dan pengembangan usaha secara sederhana. Temuan ini sejalan dengan pandangan Sutrisno dan Nugroho (2021) yang menegaskan bahwa literasi digital merupakan kompetensi kunci bagi generasi muda dalam mengoptimalkan teknologi sebagai alat produktif, khususnya dalam konteks kewirausahaan. Selain peningkatan pada aspek literasi digital, kegiatan ini juga berkontribusi dalam menumbuhkan kesadaran siswa terhadap pentingnya penerapan prinsip ramah lingkungan dalam aktivitas usaha. Siswa mampu mengaitkan konsep keberlanjutan dengan gagasan bisnis yang dirancang, baik melalui pemilihan bahan yang lebih ramah lingkungan maupun melalui penyusunan pesan pemasaran yang menonjolkan nilai kepedulian terhadap lingkungan. Hasil ini memperkuat temuan Pratiwi dan Hidayat (2020) yang menyatakan bahwa pendekatan green marketing tidak hanya berdampak pada

peningkatan nilai produk, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi lingkungan bagi pelaku usaha pemula.

Pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang diterapkan dalam kegiatan ini mendorong keterlibatan aktif siswa dalam proses pembelajaran. Melalui diskusi kelompok, pembahasan studi kasus, serta simulasi perancangan ide usaha, siswa dilatih untuk berpikir kritis dan mengembangkan solusi terhadap permasalahan kewirausahaan yang dihadapi. Pendekatan ini selaras dengan pendapat Suryana (2019) yang menekankan bahwa pembelajaran kewirausahaan yang efektif harus memberikan ruang bagi peserta didik untuk belajar melalui praktik langsung agar terbentuk sikap mandiri, kreatif, dan inovatif. Dari sisi pengembangan kompetensi nonteknis, kegiatan PkM ini turut memperkuat kemampuan komunikasi, kerja sama tim, serta kepercayaan diri siswa dalam menyampaikan ide usaha. Kompetensi tersebut merupakan bagian penting dari karakter kewirausahaan yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja saat ini. Temuan ini mendukung hasil penelitian Wibowo dan Santoso (2022) yang menunjukkan bahwa penguatan *soft skills* melalui pembelajaran kewirausahaan berbasis proyek mampu meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi tantangan dunia usaha dan industri.

Meskipun kegiatan berjalan dengan baik, beberapa kendala masih ditemukan selama pelaksanaan, antara lain keterbatasan fasilitas pendukung berbasis digital serta perbedaan tingkat pemahaman awal siswa. Kondisi ini sejalan dengan temuan Rahmawati dan Suryana (2021) yang menyebutkan bahwa kesenjangan akses dan kompetensi digital masih menjadi tantangan dalam implementasi literasi digital di lingkungan pendidikan vokasi. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana menerapkan strategi pendampingan yang adaptif dan fleksibel agar seluruh siswa dapat mengikuti kegiatan secara optimal. Sebagai tindak lanjut, pihak sekolah memberikan respons positif dengan membuka peluang pengembangan aktivitas kewirausahaan siswa yang memanfaatkan teknologi digital serta mengedepankan prinsip ramah lingkungan. Langkah ini diharapkan dapat mendorong terbentuknya ekosistem pembelajaran kewirausahaan yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Secara keseluruhan, hasil kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dan strategi green marketing memberikan kontribusi nyata dalam membentuk jiwa kewirausahaan siswa SMKN 7 Kota Serang yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memiliki kesadaran terhadap keberlanjutan lingkungan.



Gambar 1: Foto Pelaksanaan Kegiatan PKM



Gambar 2: Foto Bersama Dosen, Guru, Mahasiswa dan Siswa dalam Kegiatan PKM



Gambar 3: Foto Bersama Seluruh Dosen, Guru, Mahasiswa dan Siswa dalam Kegiatan PKM

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMKN 7 Kota Serang menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan pemahaman strategi green marketing siswa sebagai dasar penguatan kewirausahaan berwawasan lingkungan. Melalui pembelajaran berbasis pengalaman dan praktik langsung, siswa memperoleh pemahaman aplikatif mengenai pemanfaatan media digital untuk pemasaran serta pentingnya mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam perancangan dan komunikasi usaha. Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) yang menegaskan bahwa kewirausahaan di era digital menuntut integrasi antara teknologi, kreativitas, dan nilai kemanusiaan serta keberlanjutan.

Secara praktis, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dan green marketing dapat dijadikan sebagai model pembelajaran kewirausahaan kontekstual di lingkungan pendidikan vokasi. Pendekatan pembelajaran berbasis praktik dan simulasi terbukti mampu meningkatkan motivasi, kreativitas, dan kesiapan siswa dalam mengembangkan gagasan usaha yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan isu lingkungan. Hal ini

sejalan dengan temuan Sutrisno dan Nugroho (2021) yang menyatakan bahwa literasi digital berperan penting dalam membentuk kompetensi kewirausahaan generasi muda di era ekonomi digital.

Dari sisi kebijakan, kegiatan ini mengindikasikan pentingnya dukungan institusional dalam penguatan kewirausahaan berkelanjutan di tingkat SMK. Sinergi antara perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan perlu terus diperkuat guna membangun ekosistem pembelajaran kewirausahaan yang responsif terhadap kebutuhan industri dan tantangan lingkungan. Selain itu, penguatan green marketing dalam pendidikan kewirausahaan sejalan dengan pandangan Pratiwi dan Hidayat (2020) yang menekankan bahwa strategi pemasaran ramah lingkungan tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga menumbuhkan tanggung jawab sosial dan kesadaran ekologis pelaku usaha sejak dini. Dengan demikian, program ini berpotensi menjadi rujukan dalam pengembangan kebijakan pendidikan vokasi yang mengintegrasikan kompetensi digital dan prinsip keberlanjutan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik lingkungan hidup Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital. (2023). *Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2023*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Pratiwi, A., & Hidayat, R. (2020). Green marketing strategy as a competitive advantage for small and medium enterprises. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 89–98. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.89-98>
- Rahmawati, D., & Suryana. (2021). Peran pendidikan vokasi dalam membangun jiwa kewirausahaan siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 11(2), 150–160. <https://doi.org/10.21831/jpv.v11i2.39452>
- Sutrisno, T., & Nugroho, A. (2021). Literasi digital dan pengaruhnya terhadap kesiapan kewirausahaan generasi muda. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 27(1), 45–56. <https://doi.org/10.17977/um048v27i1p45-56>
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses* (ed. revisi). Salemba Empat.
- UNESCO. (2022). *Global framework on digital literacy skills*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Wibowo, A., & Santoso, B. (2022). Penguatan soft skills melalui pembelajaran kewirausahaan berbasis proyek di SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(1), 33–42. <https://doi.org/10.17977/um014v15i12022p033>