

## Peningkatan Kompetensi Siswa dalam Berwirausaha di Era Society 5.0 Melalui Penyuluhan *Digital Marketing* dan *Fintech* di SMKN 1 Tegineneng

Deviana Sari<sup>1\*</sup>, Ade Sandra Dewi<sup>2</sup>, Meilinda Safitri<sup>3</sup>, Muhammad Fahrul Rozi<sup>4</sup>,  
Muhammad Iman<sup>5</sup>, Kenny Candra Pradana<sup>6</sup>

1, 2, 3, 4, 5, 6 Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Indonesia

\*devianasari.18@gmail.com

Received 23-11-2022

Revised 28-11-2022

Accepted 05-12-2022

### ABSTRAK

Pengabdian ini memiliki tujuan yaitu meningkatkan kompetensi berwirausaha di era 5.0 melalui pemanfaatan *digital marketing* dan *fintech*, secara spesifik ditunjukan kepada dimana siswa yang belum memiliki keterampilan untuk membuat akun di *marketplace*, praktek cara menggunakannya, keterampilan cara/proses bertransaksi di dalam *marketplace*, serta pengenalan macam macam aplikasi *online* dan pemanfaatan *Fintech*. Kegiatan ini bertujuan untuk memotivasi siswa SMKN 1 Tegineneng dalam menghadapi dunia kerja dan mempersiapkan mereka saat memasuki pendidikan tinggi melalui pelatihan *digital marketing* supaya bisa membuka peluang bisnis untukberwirausaha Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini menggunakan berbagai metode seperti ceramah, diskusi, tanya jawab, dan game menggunakan aplikasi *kahoot*. Pengabdian Kepada Masyarakat Ini dilakukan di tanggal 26 November 2022 dengan jumlah siswa sebanyak 19 orang siswi jurusan akuntansi SMKN 1 Tegineneng. Hasil pengabdian ini didapat bahwa para peserta yang mengikuti pelatihan sangat antusias mengikuti rangkaian kegiatan tersebut, walaupun masih sulit memahami mengenai pentingnya pemanfaatan *digital marketing*. Pernyataan tersebut dibuktikan dari hasil kuesioner yang disebar menggunakan *kahoot* sebesar 69.30 persen peserta menjawab benar.

**Kata kunci:** *Digital Marketing*, Era 5.0, *Fintech*, Kompetensi Siswa, Wirausaha

### ABSTRACT

*This service has the goal of increasing entrepreneurial competence in the 5.0 era through the use of digital marketing and fintech, specifically aimed at students who do not yet have the skills to create an account on the marketplace, practice how to use it, skills on how/transaction processes on the marketplace, as well as an introduction to the types various online applications and use of Fintech. This activity aims to motivate SMKN 1 Tegineneng students to face the world of work and prepare them for entering higher education through digital marketing training so they can open business opportunities for entrepreneurship. The method used in carrying out this service uses various methods such as lectures, discussions, questions and answers, and games. using the kahoot application. Community Service This was carried out on November 26, 2022 with a total of 19 students majoring in accounting at SMKN 1 Tegineneng. The result of this dedication was that the participants who took part in the training were very enthusiastic about participating in the series of activities, even though it was still difficult to understand the importance of using digital marketing. This statement was proven from the results of the questionnaires distributed using kahoot of 69.30 percent of the participants answered correctly.*

**Keywords:** *Digital Marketing*, Era 5.0, *Fintech*, Student Competencies, Entrepreneurship

## PENDAHULUAN

Revolusi digital saat ini sudah mengubah aturan kita dalam memandang kehidupan yang sangat kompleks saat ini (Al-Fikri, 2021). Sebuah Teknologi yang sangat penting bagi seluruh dunia, teknologi dapat memfasilitasi seseorang dalam memecahkan masalah hingga menciptakan masalah, hal ini dikarenakan seseorang tidak dapat menggunakan fasilitas tersebut yang menuntut para pemakai untuk lebih cerdas dalam menggunakannya (Cahyani et al., 2021). Berkembangnya teknologi merupakan salah satu alternatif upaya penanggulangan kemiskinan dan meningkatkan perekonomian apabila digunakan dengan bijak, dimana teknologi yang canggih di era revolusi 5.0 segala sesuatu menjadi lebih mudah. Saat ini perkembangan teknologi sudah sangat pesat (Tarantang et al., 2019), terutama teknologi *mobile*. Penggunaan telepon genggam (*Handphone*) saat ini sudah menjadi kebutuhan primer yang harus dimiliki oleh individu (Ependi & Sopiah, 2015; Mariana et al., 2021; Oktafianus et al., 2017). Selain orang dewasa dan remaja yang menggunakan *handphone*, anak-anak juga sudah terbiasa menggunakannya.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat secara tidak langsung telah mempengaruhi seluruh dimensi kehidupan manusia, baik dalam bidang politik, ekonomi, budaya, bahkan dalam bidang pendidikan (Akbar & Noviani, 2019). Di SMKN 1 Tegineneng sendiri, siswa dan siswi disana termasuk generasi yang lahir antara tahun 1981-1995 (Millenial) dan yang lahir antara tahun 1996-2010 (Generasi Z). Generasi yang mulai belajar, bertindak dan berinteraksi, mengenal dan menggunakan teknologi, kehidupan mereka tidak lepas dari hiburan dan teknologi, khususnya internet (media sosial) (Adiansah et al., 2019). Siswa di SMKN 1 Tegineneng ini tidak sepenuhnya memanfaatkan peluang yang ada, dimana dengan adanya teknologi ini yang seharusnya siswa dan siswi dapat memanfaatkan teknologi sebagai sumber untuk sehingga menghasilkan sesuatu yang bernilai komersil (Afriyanti & Junaidi, 2022), bukan hanya sebagai media fasilitas untuk hiburan semata (Salsabila et al., 2020). Para lulusan SMKN I Tegineneng ini diharapkan dapat membuka peluang usaha, Siap memasuki dunia kerja dan wirausaha, karena pada pendidikan SMK siswa memiliki pengetahuan khusus dalam teori, teknologi dan praktek. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi dalam dunia pendidikan sangat dibutuhkan (Rionanda et al., 2022).

Wirausahawan adalah seseorang yang tahu bagaimana mengenali peluang yang orang-orang lain tidak dapat melihatnya (Desyanty, 2016; Prastya et al., 2019). Wirausaha merupakan *katalisator* agresif untuk perubahan, selalu berupaya menghadapi tantangan yang kaya akan ketidakpastian dan terus mewujudkan masa depan (Soekarno, 2021). Pendidikan kewirausahaan adalah ilmu yang mengeksplorasi nilai-nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh kesempatan dengan berbagai ancaman yang mungkin dihadapinya (Wiratno, 2012). Pengajaran pendidikan kewirausahaan sebagai Disiplin karena memiliki ilmu yang lengkap dan benar, memiliki dua konsep yaitu *venture start-up* dan *venture growth* serta *Digital Marketing* memiliki objek tersendiri yaitu

kemampuan mewujudkan sesuatu. (Alfiyan et al., 2019; Bungatang & Nourhalima, 2020). Secara langsung, pendidikan kewirausahaan dapat mengubah pola pikir, sikap dan perilaku seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan, sehingga wirausaha muda sebagai pilihan karir mereka (Hasan, 2018).

*Digital marketing* adalah penggunaan Internet dan teknologi interaktif lainnya untuk membuat dan terlibat dalam dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi (Fawaid, 2018; Haryanto & Dewi, 2020; Zaenuri & Widyastuti, 2021). *Digital Marketing* merupakan cara memasarkan produk dan jasa melalui internet dengan menggunakan *web, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan *digital tv* (Hili, 2022; Ummah et al., 2022) guna meningkatkan pemasaran serta target pasar karena memiliki kelebihan diantaranya kecepatan penyebaran, kemudahan penilaian, jangkauan lebih luas, murah dan efektif. Target pasar adalah sekelompok pembeli dengan kebutuhan atau karakteristik yang sama dimana perusahaan putuskan layani (Widjaya, 2017).



**Gambar 1.** Konsep Digital Marketing

*Fintech* merupakan Hasil gabungan dari sebuah layanan jasa keuangan dan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat (Marisa, 2020; Nurdianti et al., 2020; Pambudi, 2019; Rahardjo et al., 2019), pembayaran yang awalnya harus tatap muka, membawa uang tunai, dan bayar di tempat. Menurut *National Digital Research Center* (NDRC), *fintech* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial (Njatrijani, 2019). *Fintech* juga merupakan suatu perubahan kemajuan dalam industri jasa keuangan yang dimana *fintech* ini menggabungkan industri jasa keuangan dengan kemajuan teknologi sekarang (Polindi & Aguspriyani, 2021). Sekarang anda dapat melakukan transaksi pembayaran dari jarak jauh dalam hitungan detik. Tidak hanya bagi konsumen, keuntungan akan diperoleh juga oleh pelaku *fintech*. *Fintech* di Indonesia diatur ke dalam berbagai regulasi, regulasi tersebut dibuat sebagai media pengawasan dan pemantauan dari pemerintah untuk memastikan perlindungan bagi konsumen ataupun perusahaan selaku penyedia *fintech*.



**Gambar 2.** Contoh alat pembayaran digital

Tim Pengabdian dari Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai menemukan masalah besar terkait dengan peningkatan kompetensi siswa yang dihadapi oleh siswa-siswi SMKN N 1 Tegineneng yaitu kurangnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi dan aplikasinya karena kurangnya kesempatan dalam mengikuti pelatihan dalam penggunaan teknologi. Kurangnya pengetahuan tentang peluang usaha yang dapat diidentifikasi sedini mungkin, bahkan di tingkat sekolah, karena keterbatasan informasi yang tersedia mengenai cara berwirausaha yang seharusnya sangat mudah untuk di akses di era revolusi 5.0 terutama dalam pemanfaat digital marketing dan Fintech. Dari temuan tersebut, didapat bahwa minimnya pengetahuan siswa-siswi SMKN 1 Tegineneng mengenai peluang berwirausaha dengan memanfaatkan Digital marketing dan Fintech, belum mengetahui tentang cara pengoperasian akun dalam marketplace sebagai media berwirausaha, dan terbatasnya kemampuan dalam penggunaan aplikasi seperti sosial media, *website*, penggunaan *fintech* dalam pembayaran yang padahal secara tidak langsung dialami dalam kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi berwirausaha di era 5.0 melalui pemanfaatan digital marketing dan fintech bagi siswa SMKN 1 tegineneng, Pesawaran, Lampung.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang diterapkan dalam penyuluhan bertemakan “Meningkatkan Kompetensi Siswa Berwirausaha Di Era 5.0 Melalui Penyuluhan Digital Marketing Dan Fintech Di SMKN 1 Tegeneneng” ini adalah metode ceramah bervariasi. Ceramah bervariasi merupakan metode pengajaran yang membutuhkan banyak keterlibatan/kreativitas siswa untuk melaksanakannya. Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dipahami dan dikuasai oleh siswa SMKN I Tegineneng. Penggunaan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa metode ceramah dipadukan dengan visual dan tampilan yang berkaitan dengan materi dengan teknik berwirausaha yang efektif dan efisien melalui *platform digital marketing* dan *Fintech*. Subjek kegiatan pengabdian melalui metode penyuluhan yang diselenggarakan adalah Siswa jurusan akuntansi SMKN I Tegineneng, Pesawaran, Lampung, yang berjumlah 19 siswi.

Kegiatan diawali dengan Demonstrasi oleh pemateri dengan memberikan contoh proses kegiatan usaha yang memanfaatkan digital marketing dalam

meningkatkan penjualan, selain itu memberikan ilustrasi kepada siswa mengenai cara berwirausaha melalui market place yang ada di media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *youtube*, serta bagaimana cara membuat konten agar produk yang dipasarkan lebih menarik. Selanjutnya, dilaksanakan kegiatan tindak lanjut terkait teknis pembuatan akun-akun *market place* melalui *instagram*, *shopee*, dan *facebook*. Terakhir, pengabdian memberikan waktu untuk melihat seberapa baik siswa dapat menguasai teknologi terbaru menggunakan kahoot.

## HASIL KEGIATAN

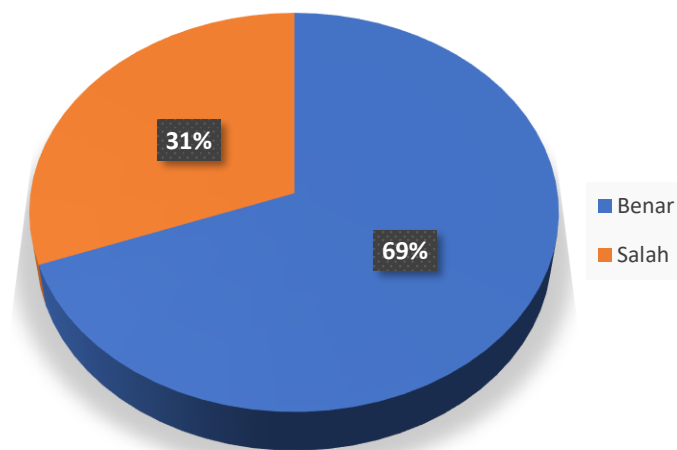
Kegiatan dimulai dengan pemaparan materi apa itu digital marketing, jenis-jenis digital marketing dan platform digital marketing hingga media social, perkembangan digital marketing, serta pemanfaatan *fintech* sebagai media pembayaran. Materi juga berisikan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing untuk siswa di era globalisasi sebagai pemanfaatan peluang yang ada.



**Gambar 3.** Penyampaian materi PBB

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diantaranya mendorong siswa untuk berwirausaha sejak duduk di bangku sekolah serta meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang *digital marketing* dan *Fintech*. Hal ini terlihat dari hasil observasi, diskusi dan tanya jawab, serta latihan selama penyuluhan. Meningkatkan keterampilan siswa, berperan penting sebagai tujuan pengembangan keterampilan siswa, memungkinkan siswa membuat akun media sosial dan membuat konten video kreatif, yang kemudian akan digunakan sebagai peluang bisnis.

Dalam kegiatan penyuluhan yang telah dilakukan, para peserta yang berpartisipasi menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pertanyaan dari peserta terkait tata cara pembuatan akun di platform *marketplace* dan antusias siswa ketika diajak bermain game kahoot dan quizi yang merupakan *game* yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi, narasumber mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dan menjelaskan secara rinci tentang materi yang disampaikan.



**Gambar 4.** Hasil Post-test

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan setelah kegiatan penyampaian materi, didapat bahwa sebesar 69,30% jawaban yang benar, sisanya 30,70% menjawab salah. Siswa masih kurang memahami mengenai Perdagangan saham, efek, valuta asing, dan sejenisnya yang dilakukan secara online. Selain itu, siswa juga masih belum cukup memahami mengenai manfaat dari *Fintech*. Faktor penghambat kegiatan yakni kurang stabilnya internet di wilayah SMKN 1 Tegineneng, sehingga hal ini menghambat proses praktik digital marketing yang pada dasarnya pemanfaatan teknologi berbasis internet. Selain itu, Siswa juga masih sulit memahami terkait *digital marketing* dan pemanfaatan *fintech*.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan, bisa disimpulkan bahwa Peserta pelatihan sangat antusias, meskipun pentingnya penggunaan digital marketing masih sulit dipahami. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner menggunakan kahoot sebesar 69.30% peserta menjawab benar. Selain itu, kegiatan ini dianggap penting dan sangat bermanfaat bagi peserta mengingat di dalam era revolusi *society* 5.0, semua kegiatan terutama bisnis akan berfokus terhadap penggunaan teknologi yang setiap waktu kian berkembang.

Mengingat pentingnya pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan kompetensi siswa berwirausaha, maka disarankan diadakannya program pendampingan kepada siswa secara berkala. Melakukan pengamatan tentang kesinambungan akun-akun yang dimiliki oleh masing-masing siswa. Selain itu, Pihak sekolah, terutama pihak sekolah dapat menciptakan ekstrakurikuler mengenai pendidikan wirausaha untuk mendukung kegiatan pemasaran siswa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mensukseskan kegiatan ini, terutama kepada Rektor Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai yang telah mendukung kegiatan ini, Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin kepada tim untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini, Kepala Lembaga Penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai atas dukungannya, kepala Sekolah, segenap guru dan siswa SMKN 1 Tegineneng, Pesawaran, Lampung yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian, dan Pihak-pihak lainnya yang telah memberikan dukungan, kerjasama, saran dan kontribusi terhadap kegiatan penyuluhan kepada siswa SMKN 1 Tegineneng ini.

## 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), 47–60.
- Afriyanti, L., & Junaidi, K. (2022). Pendampingan Pengenalan Literasi Digital untuk Pengembangan Santripreneur Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Pondok Pesantren: Digital Literacy Accompanied For Santripreneur Development As Creative Economic Activator At Islamic Boarding School. *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 495–500.
- Akbar, A., & Noviani, N. (2019). Tantangan dan solusi dalam perkembangan teknologi pendidikan di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*.
- 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.
- Alfiyan, A. R., Qomar, M. Q., & Alamsyah, D. P. (2019). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan dukungan akademik terhadap niat kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 19(2), 175–181.
- Bungatang, B., & Nourhalima, N. (2020). Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan dan Lingkungan Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Mirai Management*, 5(2).
- Cahyani, V., Ilhamsyah, I., & Mutiah, N. (2021). Analisis tingkat literasi digital pada generasi Z dengan menggunakan digital competence framework 2.1 (studi kasus: mahasiswa FMIPA UNTAN). *Coding Jurnal Komputer Dan Aplikasi*, 9(01), 1–11.
- Desyanty, E. S. (2016). Kompetensi Orangtua dalam Penumbuhkembangan Jiwa Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Al-Athfal: Jurnal Pendidikan Anak*, 2(2), 69–84.
- Ependi, U., & Sopiah, N. (2015). Aplikasi Media Belajar Matematika Berbasis Android. *Prosiding SNTI 2015*, 12(1), 116–119.
- Fawaid, A. (2018). Merubah Konsep Pemasaran Batik Madura, dari Konvensional ke Digital Marketing. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 5(01).
- Haryanto, A. T., & Dewi, S. N. (2020). Strategi Pengembangan Digital Marketing,

- Orientasi Ekuitas Merk, Marketing Intermediaris dan Kinerja Pemasaran di Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 163. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1065>
- Hasan, S. (2018). Model Komunikasi Pada Program CSR Pemberdayaan Wirausaha Muda Perusahaan Migas. *Interdisciplinary Journal of Communication*, 3(1), 59–82.
- Hili, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di Kota Ambon. *HIPOTESA-Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 16(2), 21–35.
- Mariana, E., Novita, N., Wardany, K., & Sari, R. P. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Smartphone Android Sebagai Media Pembelajaran Bagi Orang Tua Kelurahan Sidokerto Kecamatan Bumi Ratu Nuban. *Indonesia Berdaya*, 2(2), 121–126.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Njatrijani, R. (2019). Perkembangan Regulasi Dan Pengawasan Financial Technology di Indonesia. *Diponegoro Private Law Review*, 4(1).
- Nurdianti, R. R. S., Kurniawan, K., & Arnasik, S. (2020). Sosialisasi Financial Technology (FinTech) bagi Guru SMK Produktif Administrasi Perkantoran di Kabupaten Tasikmalaya. *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 1–6.
- Oktafianus, R., Palit, H. N., & Dewi, L. P. (2017). Aplikasi Sistem Reservasi Fasilitas Olahraga Berbasis Android. *Jurnal Infra*, 5(2), 214–218.
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan fintech di kalangan mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN*, 4(2), 74–81.
- Polindi, M., & Aguspriyani, Y. (2021). Financial Technology (Fintech) Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *JURNAL AGHNIYA*, 4(2), 171–181.
- Prastya, A. H., Susila, G. H. A., & Suastini, N. N. (2019). Pelatihan Sport Massage Pada Siswa Sekolah Luar Biasa Negeri 1 Buleleng-Bali. *WIDYA LAKSANA*, 8(2), 175–180.
- Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh financial technology (fintech) terhadap perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*.
- Rionanda, L. S., Farida, F., Putra, F. G., Damayanti, E., & Pradana, K. C. (2022). ICT-Based Lajur Bata Game Media Using Guided Discovery Method on Flat-sided Space Geometry Subject. *Journal Corner of Education, Linguistics, and Literature (JCELL)*, 1(4), 235–248. <https://doi.org/10.54012/jcell.v1i4.47>
- Salsabila, U. H., Lestari, W. M., Habibah, R., Andaresta, O., & Yulianingsih, D. (2020). Pemanfaatan teknologi media pembelajaran di masa pandemi covid-19. *Trapsila: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(2), 1–13.
- Soekarno, I. S. (2021). *Manajemen Keuangan Untuk Wirausaha Mula: Entrepreneurial Finance Series*. Prenada Media.

- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.
- Ummah, M., Arifin, R., & Brotosuharto, M. K. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Desain Produk Terhadap Volume Penjualan Industri Hasil Rumahan (Studi Pada Pelaku Industri Tas di Tanggulangin Sidoarjo). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1).
- Wiratno, S. (2012). Pelaksanaan pendidikan kewirausahaan di pendidikan tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 18(4), 454–466.
- Zaenuri, M., & Widyastuti, T. (2021). Ecoprint Bangkit Saat Pandemi Covid 19 Di Kota Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.