

**OPTIMALISASI LITERASI KEWIRAUSAHAAN DI KALANGAN REMAJA PADA  
ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0**

**Mila Indriastuti**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
mila\_indriastuti@uhamka.ac.id

**Irham Satya Nugraha**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
irhamkodel@gmail.com

**Andrian Chandra Permana**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
andriananperdal@gmail.com

**Mutiara Zahra**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
mutiaramt2@gmail.com

**Luluk Khoiriah**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
luluikhoiriyah023@gmail.com

**Trishie Yogi Nur Insanah**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
yoniatrishie@gmail.com

**Rizka Gustia**

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka  
rizkagustia31@gmail.com

***ABSTRACT***

*Understanding entrepreneurship for teenagers (Gen Z) is very important in the era of industrial revolution 4.0. This community service aims to introduce business ideas and how business should be run in this era. The target of this community service is students in vocational schools located in East Jakarta. We use a Community-Based Participant Research (CBPR) approach in this community service. The sequence of this method is, first observing partner problems, then we carry out socialization and close with a seminar on the theme of entrepreneurship. Pre-test and post-test on all students who attended the seminar were carried out to determine the level of effectiveness of the program. The results showed that there was an increase in student understanding by 80% after receiving material from the resource person. The pre-test results of 34 students showed that only 5.9% got scores in the 70-100 range. After the seminar and post test were carried out, there was an increase in the*

*same value range of 91.2%. These results show that this community service program has succeeded in educating students.*

**Keywords:** *Gen Z, Business, industry revolution 4.0*

## **ABSTRAK**

Pemahaman kewirausahaan bagi remaja (Gen Z) sangat penting di era revolusi industri 4.0. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan ide-ide bisnis dan bagaimana bisnis seharusnya dijalankan di era ini. Target pengabdian masyarakat ini adalah siswa di lingkungan SMK yang berlokasi di Jakarta Timur. Kami menggunakan pendekatan *Community-Based Participant Research* (CBPR) dalam pengabdian masyarakat ini. Urutan metode ini adalah, pertama observasi permasalahan mitra, selanjutnya kami melakukan sosialisasi dan ditutup dengan seminar tema kewirausahaan. Pre-test dan post test terhadap seluruh siswa yang hadir di seminar dilakukan guna mengetahui tingkat efektivitas program. Hasil menunjukkan bahwa adanya peningkatan pemahaman siswa sebesar 80% setelah mendapatkan materi dari narasumber. Hasil pre test terhadap 34 siswa menunjukkan bahwa yang mendapat nilai pada range 70-100 hanya sebesar 5,9%. Setelah dilakukan seminar dan dilakukan post test terdapat peningkatan pada range nilai yang sama sebesar 91,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat ini telah berhasil mengedukasi para siswa.

**Kata kunci :** Gen z, Kewirausahaan, Revolusi industri 4.0

## **PENDAHULUAN**

Perserikatan Bangsa-Bangsa mengadopsi *Sustainable Development Goals* (SDGs) pada tahun 2015 dengan tujuan untuk membuat masa depan yang lebih baik dan berkelanjutan bagi semua orang, terlebih di era revolusi industri 4.0. Salah satu tujuan utama SDGs adalah "Menghapus Kemiskinan dalam segala bentuknya di mana pun", yang bertujuan untuk mengakhiri kemiskinan ekstrem dan mengurangi separuh proporsi penduduk yang hidup dalam kemiskinan pada tahun 2030 (UNDP, 2021). Meningkatkan jumlah pengusaha dan mendukung usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu cara yang efektif untuk mencapai tujuan ini (KemenKop, 2023). Karena peran UMKM sangat penting untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Sachs, 2015). Terlebih di era revolusi industri 4.0, dimana anak-anak muda dituntut untuk cepat beradaptasi terhadap teknologi.

Guna mencapai tujuan SDGs ini, maka generasi muda (gen Z) seharusnya teredukasi terhadap ilmu dan ide kewirausahaan. Mereka tumbuh di era teknologi dan memiliki potensi besar untuk menjadi pengusaha yang sukses. Gen Z dianggap inovatif, akrab dengan teknologi, dan memiliki kesadaran sosial yang tinggi. Semua faktor ini merupakan kunci untuk membangun kewirausahaan dan bisnis yang inklusif dan berkelanjutan (McKinsey &

Company, 2020). Rasio kewirausahaan Indonesia hanya 3,47% dari populasi pada tahun 2023, jauh di bawah rasio negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura, Malaysia dan Thailand. Menteri Perindustrian mengatakan peningkatan rasio kewirausahaan sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja (Antara, 2024). Selain itu, menurut, Indonesia tertinggal dalam hal kewirausahaan dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya usaha yang lebih besar untuk memperbaiki sektor ini, agar dapat bersaing secara global (Kompas, 2019).

Pada era 4.0, remaja (Gen Z) memiliki banyak peluang untuk menjadi pengusaha yang sukses melalui digital marketing karena mereka inovatif, terbiasa dengan teknologi, dan sangat peduli dengan masyarakat (Pew Research Center, 2020). Kemampuan untuk menargetkan audiens secara akurat, jangkauan global, biaya yang lebih rendah daripada pemasaran tradisional, dan pengukuran kinerja secara real-time adalah beberapa keuntungan digital marketing (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2016). Selain itu, digital marketing memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, personalisasi pesan pemasaran, fleksibilitas dalam penyesuaian strategi, dan peningkatan kesadaran merek dan kreativitas dalam menyampaikan pesan (Ryan, 2017).

Gen Z memiliki potensi besar untuk mengubah kewirausahaan dengan membawa perspektif baru dan inovatif. Namun, mereka belum memahami kewirausahaan dan memiliki kemampuan digital marketing yang baik. Kurangnya pemahaman dan budaya wirausaha yang tidak kental di masyarakat kita, membuat potensi cemerlang mereka tumpul. Siswa vokasi pada tingkat SMK hanya berkulat pada mata pelajaran umum, tanpa praktik yang memadai. Padahal, ilmu teknis digital marketing dan kewirausahaan, dilanjutkan dengan praktik wirausaha menggunakan onlie-shop bagi siswa SMK dirasa penting guna menunjang perekonomian di negeri ini.

Sekolah Menengah Kejuruan adalah satuan pendidikan formal yang berbentuk kejuruan dan lulusannya diharapkan memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. SMK menawarkan kurikulum yang berfokus pada keterampilan dan pengetahuan praktis dan spesifik (Indriastuti et al, 2022). Gen Z, terutama siswa SMK yang ingin memulai kewirausahaan dari bangku sekolah menengah, seringkali tidak tahu banyak tentang ide kewirausahaan. Mengingat pentingnya pengetahuan tentang kewirausahaan dan digital marketing di kewirausahaan era revolusi industri 4.0. Keterbatasan ini tentunya menghambat kesuksesan dan kontribusi sosial mereka. Oleh karena itu, untuk membuat mereka siap menghadapi peluang dan tantangan kewirausahaan di masa depan, maka pemahaman yang kuat tentang kewirausahaan dan digital marketing harus dimiliki. Fokus pendidikan harus mampu menumbuhkan kepribadian yang baik dan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang luas yang diperlukan untuk berhasil dalam kewirausahaan digital.

Suatu langkah penting yang diambil oleh Tim PKM FEB UHAMKA adalah mengadakan seminar dengan tema "Optimalisasi literasi kewirausahaan dan digital marketing" untuk siswa SMK Mahadhika 1 Jakarta. Program ini bertujuan agar siswa terinspirasi dan ter-edukasi untuk mengembangkan kewirausahaan yang inovatif dan merencanakan kewirausahaan yang sukses di masa depan. Dengan mempertimbangkan fakta bahwa Gen Z memiliki banyak

peluang kewirausahaan yang menguntungkan, sangat penting untuk membuat literasi tentang kewirausahaan. Untuk membantu memperoleh keuntungan, mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kewirausahaan, konsep kewirausahaan, dan teknik digital marketing.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kami menggunakan pendekatan *Community-Based Participant Research* (CBPR) dalam pengabdian masyarakat ini. Urutan metode ini adalah, pertama observasi permasalahan mitra, selanjutnya dilakukan sosialisasi dan ditutup dengan seminar tema kewirausahaan.

### **a. Observasi**

Sebelum tim PKM FEB UHAMKA Kelompok 12 melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, langkah pertama yang harus dilakukan oleh tim kami adalah observasi. Hal ini dilakukan karena langkah observasi bertujuan untuk mengetahui apa saja yang dimiliki oleh pihak mitra. Selain itu, langkah observasi lapangan juga bertujuan untuk mengetahui profil, lokasi, dan karakteristik pihak mitra yang terlibat dalam pengabdian masyarakat.

SMK Mahadhika 1 Jakarta, yang berlokasi di Jl. Raya Centex No.29-31, Kec Ciracas, Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13740 terpilih sebagai mitra Tim FEB UHAMKA Kelompok 12 untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian Masyarakat. SMK Mahadhika 1 merupakan institusi Pendidikan yang fokus untuk mempersiapkan peserta didiknya menjadi tenaga kerja yang ahli di berbagai bidang, seperti akuntansi dan pemasaran. Proses pembelajarannya hampir sama dengan Sekolah Menengah Atas (SMA), namun SMK lebih banyak praktiknya.

### **b. Menetapkan Permasalahan**

Penetapan permasalahan bertujuan untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra. Proses observasi yang dilakukan oleh Kelompok 12 ini berhasil mengidentifikasi permasalahan yang tengah dihadapi oleh mitra. Hasilnya adalah, pertama, kurangnya pengetahuan siswa siswi SMK Mahadhika 1 terhadap pengenalan kewirausahaan di era 4.0, kedua, mereka belum paham bagaimana cara menemukan ide bisnis dan terakhir, kurangnya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan kewirausahaan dengan menggunakan teknologi. Sehingga mereka membutuhkan peningkatan kompetensi terkait dengan ide bisnis dan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, terdapat tiga tantangan yang dihadapi oleh mitra, yaitu: kurangnya pengetahuan kewirausahaan, inspirasi ide bisnis serta kurangnya pemahaman dalam mengelola kewirausahaan dengan menggunakan teknologi.

Atas permasalahan tersebut, PKM Kelompok 12 merancang solusi berupa kegiatan seminar "Pengenalan kewirausahaan di era 5.0 pada Gen Z". Kegiatan ini akan diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada siswa siswi Mahadhika 1 Jakarta mengenai pengenalan kewirausahaan di era 5.0, pemahaman cara mengembangkan kewirausahaan. Penetapan permasalahan yang dilakukan oleh tim PKM FEB Kelompok 12 berhasil mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi oleh mitra, yaitu: kurangnya

pengetahuan siswa siswi SMK Mahadhika 1 terhadap pengenalan kewirausahaan di era 5.0 dan kurangnya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan kewirausahaan. Solusi yang didapat berupa mengembangkan program pelatihan dan pendidikan yang berkelanjutan. Hal ini dapat mencakup pelatihan internal, *workshop*, seminar, atau kursus online yang berfokus terhadap teknologi baru dan praktik dalam kewirausahaan 5.0.

### C. Menetapkan Solusi

Setelah beberapa rangkaian kerja tersebut dilakukan, Tim PKM FEB UHAMKA Kelompok 12 kemudian merumuskan solusi yang tepat untuk diberikan kepada siswa siswi SMK Mahadhika 1. Adapun solusi yang kemudian kami nilai tepat untuk diterapkan pada SMK Mahadhika adalah "*To be An Entrepreneur*", pembelajaran mengenai pengenalan kewirausahaan di era 5.0 didorong agar dapat melahirkan generasi milenial atau Gen z yang melek akan potensi pengembangan diri untuk menjalankan kewirausahaan di era digital. Permasalahan utama siswa sekolah SMK adalah rendahnya tingkat pemahaman siswa mengenai kewirausahaan 5.0 di era digital dan bagaimana cara mengimplementasikannya. Oleh karena itu, sangat tepat untuk membekali siswa siswi SMK Mahadhika 1 yang faktanya merupakan Gen Z dengan motivasi pengembangan potensi diri untuk menjalankan kewirausahaan 5.0 di era digital. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan membuka wawasan siswa siswi untuk mengenali potensi diri dan membangun kewirausahaan yang berawal dari hobi sendiri. Tidak hanya itu, melalui kegiatan ini siswa siswi juga diajarkan bagaimana cara membangun kewirausahaan 5.0 di era digital, dengan demikian diharapkan siswa siswi memiliki daya saing yang baik serta memberikan kontribusi dengan baik.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah melakukan observasi secara langsung oleh PKM Kelompok 12, selanjutnya adalah merumuskan masalah yang dihadapi oleh mitra dengan menentukan solusi yang sesuai dan tepat terhadap mitra. Kemudian Tim PKM FEB UHAMKA kelompok 12 melakukan langkah berikutnya untuk memastikan solusi dari Tim dapat berguna mengatasi masalah yang dihadapi oleh mitra. Tim melakukan diskusi untuk menetapkan waktu pelaksanaan, serta merancang susunan pendukung yang akan diperlukan. Setelah melakukan perencanaan, Tim PKM FEB UHAMKA kelompok 12 memutuskan kegiatan pada tanggal 21 Juni 2024, yang jatuh pada hari jumat. Kegiatan ini dilaksanakan di lokasi mitra, yaitu SMK Mahadhika 1 Jakarta, beralamat di Jalan Raya Centex No. 29 - 31, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dengan mengharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak positif dan memberdayakan siswa SMK Mahadhika 1 Jakarta dalam kewirausahaan di era sekarang ini, serta bersaing di dunia luar. Dengan adanya langkah-langkah yang telah dibuat oleh Tim PKM FEB UHAMKA kelompok 12 ini berkomitmen untuk memberikan kontribusi terhadap mitra dalam menghadapi tantangan yang akan dihadapi. Kegiatan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi siswa serta masyarakat sekitar.

## **Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan ini, Tim PKM FEB UHAMKA kelompok 12 yang terdiri dari mahasiswa dan dosen pembimbing mempersiapkan berbagai kebutuhan. Hal ini penting untuk membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Seluruh anggota tim mahasiswa yang berpartisipasi dalam PKM FEB UHAMKA menerima pengarahan dan bimbingan dari para dosen yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tahap persiapan ini dilaksanakan sebelum memasuki tahap kegiatan pelaksanaan, untuk memastikan seluruh anggota tim mengetahui peran dan tanggung jawab mereka termasuk memahami tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat.

Sehubungan dengan dilaksanakannya tahap pengarahan ini, diharapkan seluruh anggota tim dapat memahami secara mendalam tentang susunan kegiatan, hasil akhir, beserta dampak yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Persiapan yang baik akan menjadi dasar kuat untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan efektif dan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

## **Pelaksanaan**

Setelah melakukan berbagai tahap, selanjutnya Tim PKM FEB UHAMKA Kelompok 12 melakukan kegiatan pelaksanaan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diimplementasikan sesuai dengan agenda dan arahan yang telah dipersiapkan oleh Tim PKM FEB UHAMKA bersama SMK Mahadhika 1 Jakarta. Tahap awal pada pelaksanaan kegiatan ini adalah sosialisasi. Sosialisasi merupakan proses penyampaian informasi dan pemahaman kepada para peserta mengenai kegiatan yang akan dilakukan dengan tujuan agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik serta dapat mempengaruhi minat dan kemauan para peserta untuk menerapkan konsep yang diberikan sesuai dengan tema yang telah dipersiapkan.



**Gambar 1.** Sesi Penyampaian Materi

Selanjutnya, pemateri memberikan presentasi sesuai dengan materi yang telah disiapkan. Sesi presentasi dilengkapi dengan media visual seperti PowerPoint untuk memudahkan pemahaman peserta. Sistem penyampaian materi dilakukan secara menarik dan komunikatif serta interaktif sehingga para peserta tertarik dan tidak monoton dalam mengamati materi serta tugas yang diberikan oleh pemateri.



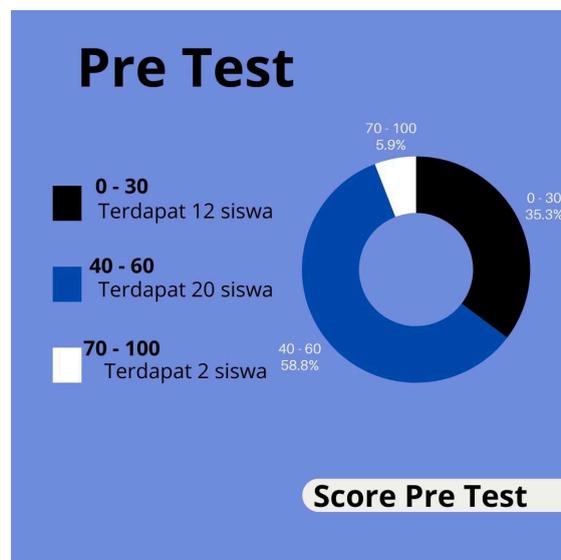
**Gambar 2.** Sesi Foto Bersama

Kegiatan diakhiri dengan penyampaian rangkuman dari materi yang telah disampaikan, pemberian sertifikat dan foto bersama.

### Evaluasi

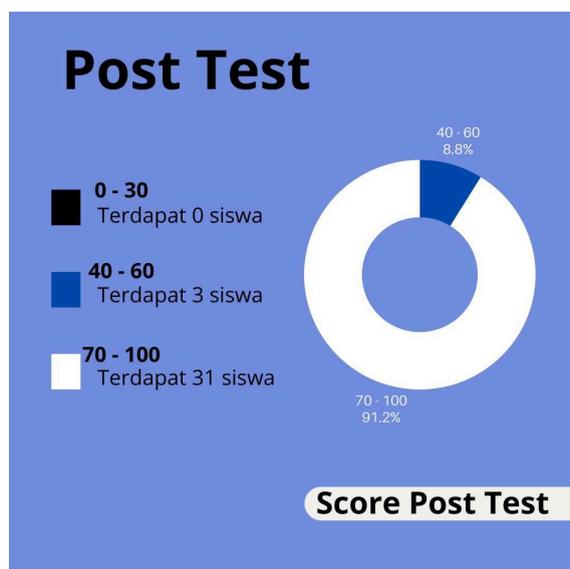
Evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan program kegiatan pengabdian ini selesai di hari kedua. Evaluasi merupakan proses pengumpulan data yang digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan berikutnya. Proses ini digunakan untuk mengukur pengaruh dan keberhasilan program pelaksanaan PKM terhadap peningkatan pengetahuan para siswa yang telah mengikuti kegiatan seminar.

Hasil dari kegiatan PKM ini adalah semua siswa sangat memahami materi yang telah disampaikan oleh narasumber, hal ini terlihat melalui perbedaan *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan oleh tim. Hasil *pre-test* adalah nilai sebelum para siswa mendapatkan materi oleh narasumber. Hasilnya, 12 siswa mendapat range nilai 0 – 30, 20 siswa mendapat range nilai 40 – 60 dan 2 siswa mendapat range nilai 70 – 100 atau sebesar 5,9%. Dapat disimpulkan bahwa jumlah terbanyak siswa dalam posisi range nilai 40 – 60.



### Gambar 3. Hasil Pre-Test

Setelah materi dijelaskan oleh narasumber, hasil *post-test* menunjukkan perubahan. Terdapat peningkatan signifikan terhadap semua mahasiswa. Total siswa terbanyak terdapat dalam range nilai 70 – 100 dengan jumlah 31 siswa dengan tingkat persentase 91,2%. Sehingga terdapat peningkatan sebesar 80%, artinya siswa dan siswi sangat memahami materi yang telah disampaikan oleh Narasumber sangat.



Gambar 4. Hasil Post-Test

### Faktor Penghambat

Faktor yang menghambat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah kurangnya koordinasi antara tim PKM FEB UHAMKA dengan pihak mitra tentang waktu pelaksanaannya. Pada saat sudah mendekati hari pelaksanaan para siswa sudah diliburkan oleh pihak sekolah, sehingga hanya beberapa yang masuk dan hadir pada seminar yang diadakan.

### Faktor Pendukung

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat oleh Tim PKM FEB UHAMKA didukung oleh beberapa faktor penting. Di antaranya yaitu para siswa dan siswi SMK Mahadhika 1 Jakarta memiliki ketertarikan serta semangat dalam memberikan dampak positif yang bermakna. Tingginya minat mereka terhadap kegiatan ini dapat menunjukkan nilai dan manfaat yang diberikan dari kegiatan pengabdian masyarakat. Selain hal itu, adanya sarana dan prasarana yang baik dari berbagai pihak yang terlibat. Serta pemateri yang bersemangat dan komunikatif untuk berinteraksi dengan peserta sehingga tidak membuat suasana menjadi monoton. Gabungan dari beberapa faktor tersebut dapat memberikan dampak positif untuk mencapai tujuan yang diharapkan dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## **SIMPULAN**

Setelah melewati berbagai rangkaian kegiatan seperti penetapan mitra, observasi lapangan, sampai dengan pelaksanaan kegiatan. Tim FEB UHAMKA Kelompok 12 berhasil menemukan penemuan penting, meliputi hambatan yang dihadapi serta ketertarikan yang dimiliki oleh pihak mitra. Dengan meningkatkan kegiatan pendampingan yang komunikatif, interaktif serta memikat para peserta, Tim FEB UHAMKA dapat sukses mengembangkan wawasan dan kemauan belajar siswa/i SMK Mahadhika 1.

Hasil dari tahap evaluasi akan menjadi pedoman bagi Tim PKM FEB UHAMKA untuk meneruskan langkah serupa di sekolah menengah kejuruan lain di daerah Jabodetabek. Langkah ini sepadan dengan tujuan meningkatkan peran perguruan tinggi dalam membantu kehidupan masyarakat. Tindakan ini menunjukkan komitmen Tim PKM FEB UHAMKA dalam menerapkan fungsi pengabdian kepada masyarakat, dengan menjalin kerja sama perguruan tinggi dan lembaga pendidikan. Kesuksesan dalam perencanaan program pendampingan yang efektif juga berpeluang memberi dampak positif terhadap peningkatan kualitas pendidikan dan pemberdayaan masyarakat, serta memberikan motivasi untuk melaksanakan tindakan serupa di masa yang akan datang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dan mendukung program kami ini. Serta terima kasih kepada SMK Mahadhika 1 yang telah memberikan kesempatan, tempat dan waktu kepada narasumber yaitu Ibu Mila Indriastuti (Dosen Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka) yang telah memberikan materi terkait kewirausahaan di era 4.0.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Antara, 2024. *Menperin sebut wirausaha industri berperan penting pacu ekonomi*. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/4213167/menperin-sebut-wirausaha-industri-berperan-penting-pacu-ekonomi>.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Indriastuti, M., Rosalinda, E., Maulida, M., Samiha, N., & Ismawati, S. (2023). *Literasi dan Inklusi Keuangan pada Gen Z guna Mendukung Agenda SDG's di Indonesia*. KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan, 5(2), 91-96.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (KemenKop). (2023). *Statistik UMKM*. Retrieved from <https://kemenkopukm.go.id>
- Kompas, 2019. *Kewirausahaan Indonesia Masih Tertinggal*. Retrieved from <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/02/07/kewirausahaan-indonesia-masih-tertinggal>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- McKinsey & Company. (2020). *How Gen Z is Different*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/tue-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Pew Research Center. (2020). *On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.

Sachs, J. D. (2015). *The Age of Sustainable Development*. Columbia University Press.

United Nations Development Programme (UNDP). (2021). *Sustainable Development Goals*.

Retrieved from <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>