

Edukasi Literasi Manajemen Pemasaran dan Etika Bisnis Sebagai Penguatan Karakter Kewirausahaan Pada Siswa SMK Swasta 2 Mulia Medan

Maretta Ginting¹, Owen De Pinto Simanjuntak², Eva Solita Pasaribu³, Dian Angelia Pasaribu⁴, Elwinna H. Manao⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Sari Mutiara Indonesia

<p>Email: gintingmaretta11@gmail.com depintosimanjuntak@gmail.com eva.solita.pasaribu@gmail.com dianangeliapasaribu95@gmail.com manaoelwinna95@gmail.com</p>	<p>Submitted: Desember Reviewed : Desember Accepted : Desember</p>
<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Penguatan karakter kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan langkah strategis dalam mempersiapkan generasi muda yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing di dunia kerja maupun usaha. Salah satu aspek penting dalam pengembangan kewirausahaan adalah pemahaman mengenai manajemen pemasaran dan etika bisnis. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis sebagai upaya penguatan karakter kewirausahaan pada siswa SMK Swasta 2 Mulia Medan. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan edukatif dan partisipatif. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar manajemen pemasaran, strategi bauran pemasaran, pemasaran digital, serta prinsip-prinsip etika bisnis dalam praktik kewirausahaan. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, serta observasi keaktifan siswa selama kegiatan berlangsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep pemasaran dan etika bisnis, serta tumbuhnya sikap positif</p>	<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p><i>Strengthening entrepreneurial character in Vocational High School (SMK) students is a strategic step in preparing a young generation that is independent, creative, and competitive in the world of work and business. One important aspect in developing entrepreneurship is an understanding of marketing management and business ethics. This Community Service activity aims to improve literacy in marketing management and business ethics as an effort to strengthen entrepreneurial character in SMK Swasta 2 Mulia Medan students. The activity implementation method is carried out using an educational and participatory approach. The material provided includes basic concepts of marketing management, marketing mix strategies, digital marketing, and the principles of business ethics in entrepreneurial practice. Evaluation of the activity was carried out through pre-tests and post-tests to measure the increase in participants' understanding, as well as observation of student activeness during the activity. The results of the activity showed an increase in students' understanding of marketing concepts and business ethics, as well as the growth of positive attitudes such as</i></p>

seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kreativitas dalam berwirausaha. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model edukasi kewirausahaan yang aplikatif dan berkelanjutan dalam mendukung pembentukan karakter wirausaha siswa SMK.	<i>honesty, responsibility, and creativity in entrepreneurship. This activity is expected to become an applicable and sustainable entrepreneurship education model in supporting the formation of entrepreneurial character in SMK students..</i>
Kata Kunci: Literasi Manajemen Pemasaran, Etika Bisnis, Penguatan Karakter, Kewirausahaan	Keywords: <i>Marketing Management Literacy, Business Ethics, Character Building, Entrepreneurship</i>

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dan industri di era globalisasi dan digitalisasi menuntut sumber daya manusia yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan manajerial, sikap etis, serta karakter kewirausahaan yang kuat. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang siap kerja sekaligus mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri. Oleh karena itu, penguatan karakter kewirausahaan pada siswa SMK menjadi kebutuhan yang mendesak agar lulusan tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta peluang usaha (Suryana, 2017).

Salah satu aspek penting dalam pengembangan kewirausahaan adalah literasi manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menjual produk, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai kebutuhan konsumen, strategi penetapan harga, promosi, distribusi, serta penciptaan nilai bagi pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Literasi pemasaran yang baik akan membantu siswa memahami bagaimana sebuah produk atau jasa dapat diterima pasar secara berkelanjutan. Tanpa pemahaman pemasaran yang memadai, usaha yang dijalankan berpotensi mengalami kegagalan meskipun memiliki produk yang berkualitas.

Selain aspek pemasaran, etika bisnis merupakan pondasi penting dalam membentuk karakter kewirausahaan yang bertanggung jawab. Etika bisnis berkaitan dengan nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan kepedulian terhadap konsumen serta lingkungan (Ferrell, Frederick, & Ferrell, 2019). Praktik bisnis yang tidak beretika, seperti manipulasi harga, informasi yang menyesatkan, dan ketidakjujuran dalam transaksi, tidak hanya merugikan konsumen tetapi juga merusak keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh

karena itu, pembelajaran etika bisnis sejak dini sangat penting untuk membentuk wirausaha muda yang berintegritas..

Pada konteks pendidikan menengah kejuruan, masih ditemukan siswa yang memiliki minat berwirausaha namun belum dibekali dengan pemahaman literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis secara memadai. Pembelajaran kewirausahaan di sekolah sering kali masih berfokus pada aspek teori atau produksi, sementara aspek pemasaran dan etika bisnis belum diinternalisasikan secara optimal dalam pembelajaran praktis (Wibowo & Narmaditya, 2020). Kondisi ini menyebabkan siswa kurang percaya diri dalam memasarkan produk serta belum sepenuhnya memahami pentingnya nilai etika dalam menjalankan usaha.

SMK Swasta 2 Mulia Medan merupakan lembaga pendidikan menengah kejuruan yang memiliki tujuan untuk menghasilkan lulusan yang kompeten sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki. Siswa SMK pada umumnya berada pada fase usia remaja akhir yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan kreativitas, inovasi, dan minat berwirausaha. Namun, pada fase ini pula siswa masih memerlukan pendampingan dan pembinaan agar potensi tersebut dapat berkembang secara optimal dan terarah.

Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan sebagian besar siswa memiliki ketertarikan terhadap kegiatan usaha kecil, baik secara individu maupun kelompok, seperti penjualan makanan ringan, minuman, atau produk kreatif sederhana. Akan tetapi, kegiatan tersebut masih dilakukan secara konvensional dan belum didukung oleh pemahaman manajemen pemasaran yang sistematis. Siswa cenderung menjual produk tanpa analisis pasar, strategi promosi yang tepat, maupun perhitungan harga yang mempertimbangkan biaya dan keuntungan secara rasional.

Di sisi lain, pemahaman siswa terkait etika bisnis juga masih terbatas. Beberapa siswa belum sepenuhnya memahami pentingnya kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, tanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual, serta etika berkomunikasi dengan konsumen, khususnya melalui media digital. Padahal, literasi etika bisnis sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi usaha (Bartens, 2018).

Perkembangan pemasaran digital yang pesat juga menjadi tantangan tersendiri bagi siswa SMK. Media sosial dan platform digital memberikan peluang besar bagi generasi muda untuk memasarkan produk secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Namun, tanpa

literasi pemasaran digital yang memadai, pemanfaatan media tersebut cenderung tidak optimal dan berpotensi menimbulkan masalah etis, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat atau promosi yang berlebihan (Kotler, Kertajaya, & Setiawan, Marketing 5.0: technology for humanity, 2021).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan edukasi literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis menjadi sangat relevan untuk dilaksanakan di SMK Swasta 2 Mulia Medan. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab permasalahan nyata yang dihadapi siswa, sekaligus mendukung tujuan sekolah dalam membentuk lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki karakter kewirausahaan yang beretika, bertanggung jawab, dan berdaya saing. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi pemasaran dan pemahaman etika bisnis siswa, sehingga dapat memperkuat karakter kewirausahaan mereka secara berkelanjutan.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan ini melibatkan 108 siswa yang terdiri dari siswa kelas X,XI,XII. Kegiatan edukasi ini dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 30 Oktober 2025. Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif, yang dirancang untuk mendorong keterlibatan aktif siswa dalam proses pembelajaran. Bahan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini disusun untuk mendukung proses edukasi literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis secara efektif dan aplikatif. Adapun bahan kegiatan meliputi:

1. Modul Literasi Manajemen Pemasaran

Berisi materi dasar manajemen pemasaran, konsep bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi), strategi pemasaran sederhana, serta pengenalan pemasaran digital melalui media sosial. Materi ini disusun berdasarkan konsep pemasaran modern yang menekankan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

2. Modul Etika dan Bisnis Karakter Kewirausahaan

mencakup pengertian etika bisnis, prinsip-prinsip etika dalam berwirausaha (kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan kepedulian), serta contoh penerapan etika bisnis dalam kegiatan usaha sehari-hari. Modul ini mengacu pada konsep etika bisnis yang menekankan pengambilan keputusan etis dalam aktivitas ekonomi (Ferrell, Frederick, & Ferrell, 2019).

3. Media Pembelajaran Interaktif

Berupa slide presentasi, video edukatif, dan studi kasus sederhana yang relevan dengan dunia usaha remaja dan konteks pemasaran digital. Penggunaan media interaktif bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan peserta dan pemahaman materi (Mayer, 2020).

4. Instrumen Evaluasi

Berupa kuesioner *pre-test* dan *post-test* yang digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan edukasi. Instrumen ini disusun dengan indikator literasi manajemen pemasaran, etika bisnis, dan karakter kewirausahaan. Data yang diperoleh dari hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung nilai rata-rata dan persentase peningkatan pemahaman peserta. Analisis ini digunakan untuk menilai sejauh mana kegiatan edukasi memberikan dampak terhadap peningkatan literasi dan karakter kewirausahaan siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yaitu:

1. Tahapan Persiapan

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan serangkaian kegiatan awal yang krusial untuk memastikan program dapat dilaksanakan secara efektif dan kontekstual terhadap kebutuhan siswa SMK Swasta 2 Mulia Medan. Kegiatan ini meliputi identifikasi kebutuhan, perancangan materi edukasi, serta pengorganisasian tim dan koordinasi dengan pihak sekolah.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki pemahaman yang terbatas mengenai konsep manajemen pemasaran dan etika bisnis dalam konteks wirausaha nyata. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian tentang pentingnya literasi kewirausahaan dalam membentuk karakter wirausaha generasi muda, di mana literasi bisnis menjadi dasar pemahaman siswa terhadap dinamika usaha misal kemampuan analisis pasar, perencanaan bisnis, dan promosi yang masih perlu diperkuat (Octaviani & et.al., 2024).

Berdasarkan hasil pemetaan lapangan, tim menyusun modul edukasi yang terdiri atas 2 komponen pokok yaitu modul literasi manajemen pemasaran dan modul etika dan bisnis karakter kewirausahaan. Penyusunan materi ini mengacu pada literatur pendidikan

kewirausahaan yang menekankan perlunya pembelajaran yang tidak hanya berbasis pengetahuan, tetapi juga keterampilan dan sikap, terutama dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompleks dan kompetitif (Raharjo & et.al., 2018).

Koordinasi dilakukan dengan guru mata pelajaran Produktif dan Kepala Sekolah untuk menentukan jadwal, ruang kelas, serta metode penyampaian yang paling sesuai dengan karakter siswa SMK. Koordinasi ini penting agar kegiatan tidak mengganggu proses belajar mengajar reguler dan dapat menyentuh kebutuhan aktual siswa. Secara teori, partisipasi stakeholder pendidikan seperti guru dan kepala sekolah merupakan bagian dari *ecological systems approach* yang menunjang keberhasilan program edukasi berbasis sekolah.

2. Tahapan Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilaksanakan dalam bentuk edukasi tatap muka interaktif yang menggabungkan presentasi materi, diskusi kelompok serta simulasi aktivitas pemasaran. Hasil yang diperoleh:

a. Literasi Manajemen Pemasaran

Peserta mendapatkan paparan materi tentang konsep pemasaran dasar, segmentasi pasar, perilaku konsumen, serta strategi pemasaran digital, termasuk praktik pemasaran online dan *branding* sederhana. Selama sesi ini siswa menunjukkan peningkatan keterlibatan, terutama dalam diskusi mengenai segmentasi pasar dan strategi promosi produk. Keterlibatan aktif siswa sejalan dengan teori pemasaran pendidikan yang menyatakan bahwa pendekatan partisipatif akan meningkatkan pemahaman konsep pemasaran secara bermakna.

b. Etika Bisnis

Materi etika bisnis menekankan pada prinsip kejujuran, tanggung jawab sosial, dan tanggung jawab terhadap konsumen ketika menjalankan usaha kecil. Diskusi kasus terkait dilema etis dalam bisnis (misalnya harga yang adil vs keuntungan maksimal) memberikan ruang refleksi moral siswa untuk memahami bahwa keberhasilan wirausaha tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi tetapi juga dari integritas dan keberlanjutan sosial. Penekanan pada etika bisnis ini sesuai dengan kajian literatur yang menunjukkan bahwa pendidikan etika dapat memperkuat karakter kewirausahaan yang bertanggung jawab dan berintegritas (Hanafi & et.al., 2025).

c. Simulasi dan Kolaborasi Kelompok

Siswa dibagi menjadi kelompok untuk menyusun mini-rencana bisnis yang mencakup strategi pemasaran dan etika bisnis. Simulasi ini terbukti meningkatkan keterampilan kolaboratif, kreativitas, serta keberanian mengambil keputusan terkait aspek pemasaran dan penetapan harga produk simulatif. Model pembelajaran seperti *project-based learning* ini terbukti efektif dalam pendidikan kewirausahaan karena memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan konsep teoritis ke konteks praktis (Rokhmawati & et.al., 2025).

3. Tahapan Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui efektivitas edukasi. Siswa mengikuti pretest sebelum kegiatan dan *posttest* setelah kegiatan sebagai alat ukur perubahan pengetahuan dan sikap moral mereka. Analisis deskriptif terhadap skor *pretest* dan *posttest* menunjukkan peningkatan pemahaman manajemen pemasaran serta etika bisnis. Observasi perilaku siswa selama pelaksanaan untuk melihat respons siswa terhadap materi dan metode yang digunakan.

Berdasarkan hasil pengolahan data *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan nilai rata-rata pada seluruh indikator yang diukur. Hasil *pre-test* dan *post-test* Literasi Manajemen Pemasaran dan Etika Bisnis, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator yang diukur setelah pelaksanaan kegiatan edukasi. Secara keseluruhan, rata-rata nilai peserta mengalami peningkatan dari 61,8 pada *pre-test* menjadi 86,6 pada *post-test*, dengan peningkatan sebesar 24,8 poin. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan edukasi yang dilaksanakan efektif dalam meningkatkan literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis serta memperkuat karakter kewirausahaan siswa SMK Swasta 2 Mulia Medan. Adapun hasil *pre-test* dan *post-test* berdasarkan indikator yang digunakan yaitu:

1. Pemahaman Manajemen Pemasaran Dasar

Nilai rata-rata meningkat sebesar 25,4 poin, dari 61,5 menjadi 86,9. Peningkatan ini menunjukkan bahwa siswa mampu memahami konsep dasar pemasaran, termasuk pentingnya mengenali kebutuhan konsumen dan menciptakan nilai produk. Hal ini tidak terlepas dari metode penyampaian materi yang bersifat interaktif dan kontekstual, sehingga memudahkan siswa dalam memahami konsep pemasaran secara praktis.

2. Pemahaman Bauran Pemasaran (4P)

Mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu sebesar 22,5 poin. Peningkatan ini menunjukkan bahwa siswa mulai memahami keterkaitan antara produk, harga, tempat, dan promosi dalam strategi pemasaran. Pemahaman ini penting sebagai dasar dalam merancang strategi usaha sederhana yang berorientasi pada pasar.

3. Literasi Pemasaran Digital

Peningkatan sebesar 26,1 poin merupakan salah satu yang tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa siswa semakin memahami peran media digital dan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif. Peningkatan ini dipengaruhi oleh pemberian contoh nyata dan simulasi pemasaran digital yang relevan dengan kehidupan sehari-hari siswa, sehingga materi lebih mudah dipahami dan diaplikasikan.

4. Pemahaman Etika Bisnis

Peningkatan sebesar 24,9 poin, yang mencerminkan meningkatnya kesadaran siswa akan pentingnya nilai-nilai etika seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam menjalankan usaha. Pemahaman etika bisnis ini menjadi fondasi penting dalam membentuk wirausaha muda yang berintegritas dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

5. Sikap Jujur dan Tanggung Jawab Dalam Usaha

Peningkatan sebesar 24,4 poin, dengan nilai post-test tertinggi di antara indikator lainnya, yaitu 88,5. Hal ini mengindikasikan bahwa siswa tidak hanya memahami konsep etika bisnis secara kognitif, tetapi juga mulai menginternalisasi nilai-nilai moral tersebut sebagai bagian dari karakter kewirausahaan.

6. Karakter Kewirausahaan (Kreatif dan Mandiri)

Peningkatan sebesar 25,4 poin menunjukkan bahwa kegiatan edukasi mampu mendorong tumbuhnya sikap kreatif dan kemandirian siswa dalam berwirausaha. Metode diskusi kelompok dan simulasi usaha memberikan ruang bagi siswa untuk mengembangkan ide dan berpikir inovatif dalam konteks kewirausahaan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa edukasi literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan karakter kewirausahaan siswa SMK Swasta 2 Mulia Medan. Peningkatan signifikan pada indikator pemahaman manajemen pemasaran dan bauran pemasaran (4P) menunjukkan bahwa siswa mulai memahami pentingnya strategi pemasaran dalam menjalankan suatu usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kotler & Keller, 2016) yang menyatakan bahwa pemahaman

pemasaran merupakan kunci keberhasilan usaha dalam menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Peningkatan literasi pemasaran digital menunjukkan bahwa siswa mampu memahami peran media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Temuan ini mendukung konsep pemasaran modern yang menekankan pemanfaatan teknologi digital dalam menjangkau konsumen secara luas (Kotler, Kertajaya, & Setiawan, 2021). Melalui simulasi dan studi kasus, siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaitkannya dengan pengalaman sehari-hari.

Pada aspek etika bisnis, peningkatan nilai *post-test* menunjukkan bahwa siswa semakin memahami pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan etika dalam menjalankan usaha. Pemahaman ini penting dalam membentuk karakter kewirausahaan yang berintegritas dan berkelanjutan. (Ferrell, Frederick, & Ferrell, 2019) menegaskan bahwa etika bisnis merupakan fondasi utama dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha jangka panjang.

Selain peningkatan aspek kognitif, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap penguatan karakter kewirausahaan siswa, khususnya dalam hal kreativitas, kemandirian, dan tanggung jawab. Metode pembelajaran partisipatif seperti diskusi kelompok dan simulasi pemasaran terbukti efektif dalam menumbuhkan sikap aktif dan percaya diri siswa dalam merancang ide usaha. Hal ini sejalan dengan pendekatan *experiential learning* yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung (Kolb, 2015).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis sebagai upaya penguatan karakter kewirausahaan pada siswa SMK. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model edukasi kewirausahaan yang aplikatif dan berkelanjutan di lingkungan sekolah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Edukasi Literasi Manajemen Pemasaran dan Etika Bisnis sebagai Penguatan Karakter Kewirausahaan pada Siswa SMK Swasta 2 Mulia Medan” telah dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Hasil evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya

peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator literasi manajemen pemasaran, etika bisnis, dan karakter kewirausahaan siswa. Peningkatan nilai rata-rata keseluruhan menunjukkan bahwa kegiatan edukasi ini efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep pemasaran, pemanfaatan pemasaran digital, serta pentingnya penerapan etika bisnis dalam kegiatan usaha.

Selain peningkatan aspek kognitif, kegiatan ini juga berkontribusi dalam pembentukan sikap dan karakter kewirausahaan siswa, khususnya dalam menumbuhkan nilai kejujuran, tanggung jawab, kreativitas, dan kemandirian. Pendekatan pembelajaran yang bersifat interaktif, partisipatif, dan kontekstual terbukti mampu meningkatkan keterlibatan siswa dan membantu mereka menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan secara lebih efektif. Dengan demikian, edukasi literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis dapat dijadikan sebagai salah satu strategi penguatan karakter kewirausahaan bagi siswa SMK.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, beberapa saran yang dapat disampaikan antara lain : (1) Bagi pihak sekolah, disarankan agar literasi manajemen pemasaran dan etika bisnis dapat diintegrasikan secara berkelanjutan ke dalam kegiatan pembelajaran kewirausahaan maupun program ekstrakurikuler, sehingga pemahaman dan karakter kewirausahaan siswa dapat terus dikembangkan secara konsisten dan (2) Bagi siswa, diharapkan dapat mengaplikasikan pengetahuan dan nilai-nilai yang diperoleh dalam kegiatan usaha sederhana, baik di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah, dengan tetap menjunjung tinggi prinsip etika bisnis dan tanggung jawab sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan bagi kami untuk melakukan kegiatan ini untuk mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan sebagai Pengabdian kepada Masyarakat salah satu Tri Dharma di Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bartens, K. (2018). *Etika Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Ferrell, O., Frederick, J., & Ferrell, L. (2019). *Business ethics: ethical decision making and cases*. Boston: Cengage Learning.

- Hanafi, M., & et.al. (2025). Membangun karakter entrepreneurship siswa dengan etika bisnis dan tanggung jawab sosial di SMK Karya Nugraha Boyolali. *Krida Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1-9.
- Kolb, D. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management 15th ed*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: technology for humanity*. New York: Wiley.
- Mayer, R. (2020). *Multimedia learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Octaviani, D., & et.al. (2024). Pengembangan literasi kewirausahaan bagi siswa SMK Negeri 1 Sungai Raya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 6180-6184.
- Raharjo, N. E., & et.al. (2018). Entrepreneurial character education through the school culture in the vocational high schools. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 8(2), 204-215.
- Rokhmawati, I., & et.al. (2025). Implementation of entrepreneurship education through business for student character building. *Jurnal Eduscience (JES)*, 12(5), 1343-353.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, A., & Narmaditya, B. (2020). Pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(2), 123-134.