

## Pelatihan *Affiliate* untuk Meningkatkan Jiwa Digitalpreneur bagi Siswa SMK Negeri 2 Pekanbaru ( *Case Study*: Shoppe, Tiktok, Tokoped)

Mariza Devega<sup>1</sup>, Yuhelmi<sup>2</sup>, Rebecca La Volla Nyoto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru, Indonesia

email ([marizadevega@unilak.ac.id](mailto:marizadevega@unilak.ac.id)<sup>1</sup>, [yuhelmi@unilak.ac.id](mailto:yuhelmi@unilak.ac.id)<sup>2</sup>, [rebecca@unilak.ac.id](mailto:rebecca@unilak.ac.id)<sup>3</sup>)

**Abstrak:** Pelatihan *affiliate* marketing bagi siswa SMK Negeri 2 Pekanbaru dilaksanakan sebagai upaya strategis dalam menumbuhkan jiwa digitalpreneur di era ekonomi digital. Kegiatan ini diselenggarakan oleh tim dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning (Fasilkom Unilak) dengan pendekatan aplikatif berbasis praktik langsung. *platform e-commerce* populer seperti Shopee, Tiktok, dan Tokopedia digunakan sebagai studi kasus utama. Metode pelaksanaan terdiri dari lima tahap, yaitu pembukaan dan pre-test, pengenalan konsep *affiliate* marketing, simulasi pembuatan akun dan tautan promosi, mini project pembuatan konten, serta evaluasi melalui post-test. Kegiatan diikuti oleh 35 peserta dari berbagai program keahlian di SMK Negeri 2 Pekanbaru. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan, dari 25% pada pre-test menjadi 92% pada post-test, atau mengalami kenaikan sebesar 67%. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan program dalam meningkatkan keterampilan digital siswa serta kesiapan mereka memanfaatkan peluang usaha berbasis teknologi. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk membentuk generasi muda yang adaptif, kreatif, dan kompetitif di era digital.

**Kata Kunci:** *Affiliate* Marketing, Digitalpreneur, Pelatihan Digital, SMK Negeri 2 Pekanbaru, Peningkatan Keterampilan

**Abstract:** *Affiliate marketing training for students at SMK Negeri 2 Pekanbaru was conducted as a strategic effort to foster a digital entrepreneurial spirit in the digital economy era. The activity was organized by the faculty team from the Faculty of Computer Science at Lancang Kuning University (Fasilkom Unilak) using an applied, practice-based approach. Popular e-commerce platform s such as Shopee, Tiktok, and Tokopedia were used as primary case studies. The implementation method consisted of five stages: opening and pre-test, introduction to affiliate marketing concepts, simulation of account creation and promotional link setup, a mini project on content creation, and evaluation through a post-test. The activity was attended by 35 participants from various vocational programs at SMK Negeri 2 Pekanbaru. Evaluation results showed a significant increase in understanding, from 25% in the pre-test to 92% in the post-test, representing a 67% increase. This improvement reflects the program's success in enhancing students' digital skills and their readiness to leverage technology-based business opportunities. The training is expected to serve as the first step in cultivating a young generation that is adaptive, creative, and competitive in the digital age.*

**Keywords:** *Affiliate Marketing, Digital Entrepreneur, Digital Training, State Vocational School 2 Pekanbaru, Skill Enhancement*

### 1. Pendahuluan

SMK Negeri 2 Pekanbaru merupakan salah satu sekolah kejuruan terkemuka yang beralamat di Jalan Pattimura No.14, Cinta Raja, Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru, Riau. Dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang semakin pesat, pelatihan *affiliate* marketing bagi siswa SMK Negeri 2 Pekanbaru dipandang sebagai langkah strategis untuk menumbuhkan jiwa digitalpreneurship. Program ini memanfaatkan *platform* populer seperti Shopee, Tiktok, dan Tokopedia yang telah menjadi medium utama dalam aktivitas ekonomi digital (Pratesa et al., 2025) (Abdelhady et al., 2020).

Transformasi pendidikan vokasi menuntut penguatan keterampilan digital yang aplikatif (Penceliah & Vezi, 2019). Melalui program *affiliate* marketing, siswa tidak hanya

mempelajari strategi pemasaran, tetapi juga mengasah kemampuan inovatif dan kreatif yang menjadi prasyarat penting dalam membangun bisnis berbasis internet (Li, 2018) (Fadhli Nursal et al., 2022). Implementasi pelatihan ini terbukti mampu meningkatkan keterampilan profesional siswa, khususnya dalam kemampuan analisis pasar dan komunikasi pemasaran yang efektif (Qu & Huo, 2017) (Mathur et al., 2018).

Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi SMK Negeri 2 Pekanbaru adalah minimnya penguatan jiwa kewirausahaan digital pada siswa, terbatasnya akses terhadap pelatihan praktis berbasis *marketplace*, serta kebutuhan mendesak untuk membekali lulusan dengan keterampilan digitalpreneur. Kondisi ini selaras dengan temuan (Chen et al., 2023) (Aleksandrova, 2019) bahwa rendahnya keterlibatan siswa dalam praktik nyata industri dapat diatasi melalui model pelatihan berbasis simulasi pada *platform e-commerce* terkemuka.

Oleh karena itu, pelatihan *affiliate* marketing menjadi solusi strategis untuk meningkatkan keterampilan adaptif siswa terhadap perubahan pasar, sekaligus mempersiapkan mereka menghadapi tuntutan dunia kerja yang mengintegrasikan keahlian teknis dan entrepreneurial mindset (Afandi et al., 2022) (Piliانا & Maradona, 2024). Dengan dukungan strategi pembelajaran berbasis media sosial dan tools digital sederhana (Fenilinas & Mochamad, 2024) program ini diharapkan mampu mengubah paradigma siswa dari sekadar pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja baru, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi di tingkat lokal maupun nasional (Tarso et al., 2024) (Delkamp, 2018).

Secara keseluruhan, pelatihan *affiliate* marketing berbasis *platform* digital di SMK Negeri 2 Pekanbaru menjadi langkah nyata dalam membentuk generasi muda yang siap beradaptasi, inovatif, dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital global (Devega & La Volla Nyoto, 2024). Melalui penguasaan strategi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, serta pemahaman ekosistem platform afiliasi, peserta didik tidak hanya dibekali keterampilan teknis, tetapi juga pola pikir kewirausahaan digital yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Pelatihan ini berkontribusi dalam menumbuhkan kemandirian ekonomi siswa, memperluas peluang kerja berbasis digital, serta mendukung transformasi pendidikan vokasi agar lebih selaras dengan dinamika dunia usaha dan dunia industri (DUDI) di era revolusi industri 4.0 dan masyarakat 5.0.

Lebih lanjut, kegiatan pelatihan ini membuka wawasan siswa mengenai berbagai peluang usaha berbasis digital yang dapat dijalankan secara fleksibel dengan memanfaatkan perangkat dan platform yang sudah akrab dengan kehidupan sehari-hari. Pembelajaran yang menekankan praktik langsung juga membantu siswa dalam mengembangkan kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah, serta pengambilan keputusan dalam konteks pemasaran digital. Selain itu, interaksi selama pelatihan mendorong munculnya sikap kolaboratif dan komunikasi efektif antar peserta. Pelatihan ini sekaligus berperan sebagai jembatan antara dunia pendidikan dan kebutuhan kompetensi dunia industri. Dengan demikian, keberlanjutan program serupa perlu terus didorong sebagai bagian dari strategi penguatan pendidikan vokasi berbasis ekonomi digital. Pelatihan ini memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan aplikatif sehingga siswa lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja digital. Program ini juga berpotensi menjadi model pembelajaran kewirausahaan berbasis teknologi yang dapat direplikasi di sekolah kejuruan lainnya.

**2. Metode**

Pengabdian ini dilaksanakan dengan mengadakan Pelatihan *Affiliate* untuk Meningkatkan Jiwa Digitalpreneur bagi Siswa SMK Negeri 2 Pekanbaru (*Case Study*: Shoppe, Tiktok, Tokoped). Adapun metode pelaksanaannya dapat dilihat dari table 1 berikut :

**Tabel 1** Metode Pelaksanaan

Waktu	Kegiatan	Metode
0-15 Menit	Pembukaan dan Pre-Test Singkat - Sambutan guru dan tim pelaksana. - Kuisisioner awal (cek pemahaman siswa).	Tanya-jawab, <i>Google Form</i> , kertas
15-35 Menit	Pengenalan <i>Affiliate</i> Marketing dan <i>Marketplace</i> - Apa itu <i>affiliate</i> ? - Mengapa penting untuk pelajar? - Studi kasus: Shoppee, TikTok, Tokopedia.	Ceramah singkat interaktif + visual slide
35-75 Menit	Simulasi & Praktik Langsung - Mendaftar akun <i>affiliate</i> Shoppee/Tokopedia. - Cara membuat tautan <i>affiliate</i> - Tips promosi sederhana (caption & video).	Demonstrasi + praktik terbimbing (HP/laptop siswa).
75-105 Menit	Mini Project & Presentasi Cepat - Siswa membuat satu konten promosi sederhana. - Presentasi singkat dari beberapa siswa.	Kerja individu/berpasangan + diskusi
105-120 Menit	Evaluasi & Penutup - Post-test ringan. - Refleksi peserta. - Foto bersama dan pembagian sertifikat.	<i>Google Form</i> , dokumentasi

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan sistematis mengenai tahapan pelaksanaan kegiatan, metode pelaksanaan pelatihan *affiliate* marketing disajikan secara visual dalam bentuk diagram alur pada Gambar 1 berikut:

**Commented [WU1]:** Pada bagian Metode Berikan Gambar alur metode yang digunakan agar lebih mudah dipahami pembaca.



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Pelatihan *Affiliate*

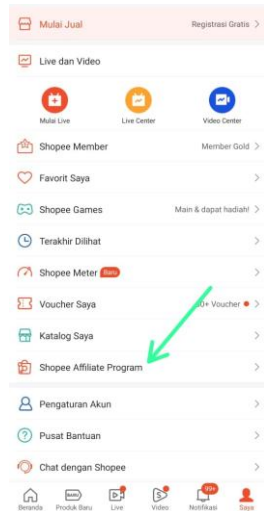
### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan yang diawali sambutan dari guru serta tim pelaksana. Setelah itu, dilaksanakan pre-test berupa pengisian kuisisioner awal untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum materi diberikan.

Memasuki sesi kedua, pemateri menyampaikan materi pengenalan *affiliate marketing* dan pemanfaatan marketplace sebagai sarana pemasaran digital yang mudah diakses oleh pelajar. Penjelasan mencakup definisi *affiliate marketing*, mekanisme kerja sistem afiliasi, serta urgensi peluang ini bagi pelajar sebagai alternatif pengembangan keterampilan kewirausahaan digital sejak dini. Selain itu, pemateri juga memaparkan studi kasus dari beberapa platform populer seperti Shopee, TikTok, dan Tokopedia yang telah menyediakan fitur afiliasi dengan skema komisi yang relatif sederhana dan ramah bagi pemula.

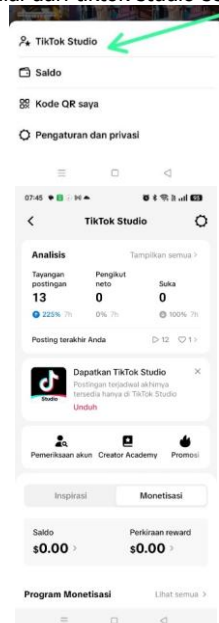
Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah singkat yang dikombinasikan dengan diskusi interaktif dan didukung media visual berupa slide presentasi, sehingga memudahkan peserta dalam memahami konsep serta alur teknis penggunaan fitur afiliasi pada marketplace. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konseptual sekaligus memberikan gambaran praktis mengenai implementasi *affiliate marketing* dalam konteks nyata. Gambar 2 berikut menunjukkan contoh menu Shopee Affiliate yang tersedia pada platform Shopee sebagai ilustrasi awal bagi peserta dalam mengenali tampilan dan fungsi fitur afiliasi secara langsung.

Melalui penayangan tampilan fitur afiliasi secara langsung, peserta didik memperoleh pemahaman awal mengenai langkah-langkah pendaftaran, pemilihan produk, hingga mekanisme pembagian komisi yang ditawarkan oleh platform marketplace. Visualisasi ini membantu mengurangi kesenjangan antara konsep teoritis dan praktik lapangan, sehingga peserta lebih percaya diri untuk mencoba fitur afiliasi secara mandiri. Selain itu, pemateri juga menekankan pentingnya etika promosi digital serta pemilihan produk yang relevan dengan target audiens sebagai bagian dari strategi pemasaran yang berkelanjutan.



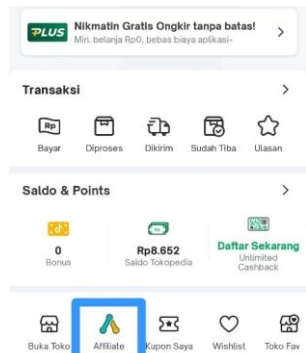
Gambar 2. Shoppe Affiliate

Sedangkan untuk tiktok *affiliate* dimulai dari tiktok studio seperti pada gambar 3 berikut:



Gambar 3. Tiktok Affiliate

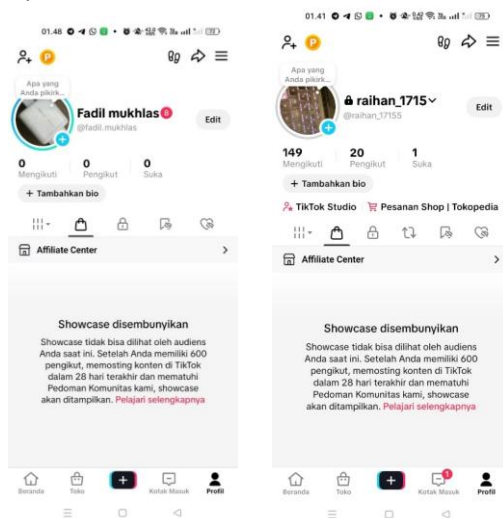
Untuk Tokopedia gambar 4 berikut merupakan menu tampilan untuk tokoped *affiliate*



Gambar 4. Tokoped Affiliate

Sesi ketiga difokuskan pada kegiatan simulasi dan praktik langsung, di mana peserta dibimbing untuk mendaftar akun *affiliate* pada *platform* Shopee atau Tokopedia. Setelah akun berhasil dibuat, peserta mempelajari langkah-langkah pembuatan tautan *affiliate* sebagai sarana promosi produk. Kegiatan ini dilakukan secara praktik terbimbing menggunakan perangkat *smartphone* masing-masing peserta sehingga materi dapat langsung dipahami dan diterapkan.

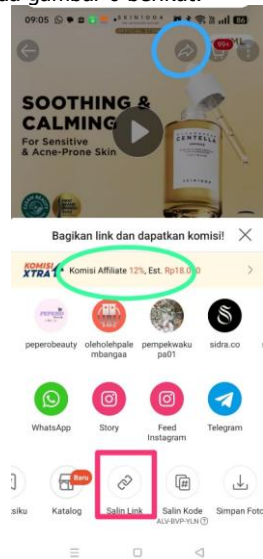
Gambar 5 berikut menampilkan hasil dari dua peserta yang berhasil membuat akun *affiliate* sebagai contoh capaian pelatihan.



Gambar 5. *screenshoot* akun *affiliate* peserta

Sesi keempat merupakan kegiatan Mini Project yang dirancang untuk mengasah keterampilan peserta secara langsung. Pada tahap ini, setiap siswa, baik secara individu ditugaskan untuk membuat satu konten promosi sederhana berdasarkan produk yang

mereka pilih dari program *affiliate*. Berikut hasil screen shoot share link dari product yang akan di promosikan, seperti pada gambar 6 berikut:



Gambar 6. screen shoot copy link, share link, dan komisi

Dari gambar 6 diatas terlihat, apeserta dapat melihat persentase keuntungan dari product yang akan di promosikan, seperti gambar diatas keuntungan yang didapat siswa sebesar 12% dari harga barang. Tautan link terdapat pada menu yang dibawah yang ditandai dengan kotak merah muda, setelah itu barulah peserta dapat melakukan share link tersebut dengan melakukan klik pada menu diatas yang ditandai dengan lingkaran biru. Link promosi produk dapat di share di berbagai *platform* sosmed seperti gambar 7 berikut:



Gambar 7. share link ke berbagai platform sosmed

Sesi penutup pelatihan diawali dengan evaluasi untuk mengukur pemahaman peserta setelah menerima materi. Evaluasi dilakukan melalui post-test ringan, diikuti sesi refleksi di mana peserta memberikan kesan dan masukan terhadap kegiatan. Kegiatan ditutup dengan dokumentasi bersama dan pembagian sertifikat sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi aktif dalam pelatihan di SMK Negeri 2 Pekanbaru.

Pengukuran keberhasilan peserta dan efektivitas pelatihan dilakukan melalui kuisisioner berbasis Skala Guttman. Skala ini digunakan karena menuntut jawaban tegas seperti Ya–Tidak atau Benar–Salah. Penilaian diberikan dengan skor 1 untuk jawaban positif (Ya) dan skor 0 untuk jawaban negatif (Tidak).

Tabel kuisisioner berikut menyajikan butir pertanyaan yang digunakan pada tahap pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta sebelum pelatihan berlangsung.

**Tabel 2.** Nilai Kuisisioner sebelum Pelatihan

No	Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1.	Mariati	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
2.	Suci Amalia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.	Mariska	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0
4.	Miftahul Jannah	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0
5.	Khusnaini Syiriah	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0
6.	Destry Anisa Lubis	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
7.	Khusnul Fatimah Ramadani	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
8.	Chelsea Beatrice Niyua	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
9.	Khoirul Azis Ramadan	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
10.	Muhammad Fajar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
11.	Jovan Ilham Robiansyah	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
12.	Fadil Mukhlas Arrafi	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
13.	M. Rizik Al-Faqih	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0
14.	Alvi Syahrin	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0
15.	M. Rifky Abdi	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
16.	M. Abyan Alfaruqi	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
17.	M. Badar K H	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18.	Ramadhan	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0
19.	Abdullah Dendi Adha	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
20.	Fachri Fauzan Avandry	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21.	M. Rizki Al kahfi	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
22.	Said Ahmad Rafiq	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0

23.	Said Adam Nugroho	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
24.	Dimas Yoser Annaufal	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
25.	Ilham Raihanul Zaki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26.	Rahman Fauzi	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
27.	Giovanno Rossiky Daulay	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
28.	Siha Zafira Purba	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
29.	Fanesa Afifa Syahara	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0
30.	Haura Alin	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1
31.	Puan Annisa	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0
32.	Aulia Enjellita	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0
33.	Divani Anggraila Mufariha	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
34.	Dina Wahyuni	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
35.	Ambar Arum	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1
	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>7</b>
	<b>Total Jawaban "Ya"</b>	<b>86</b>									

Kalkulasi presentasi peserta sebelum diberikannya pelatihan dapat dilihat pada perhitungan berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Persentasi Pemahaman Siswa} &= \frac{\text{Jumlah Jawaban "ya"}}{(\text{Jumlah Pertanyaan} \times \text{Jumlah Peserta})} \times 100\% \\
 &= \frac{86}{10 \times 35} \times 100\% \\
 &= 24,75\% \approx 25\%
 \end{aligned}$$

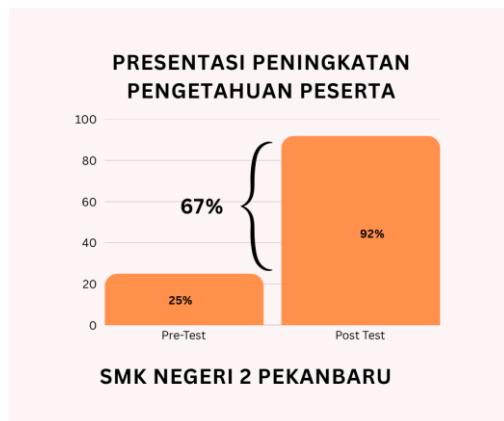
Berdasarkan hasil pre-test dan perhitungan yang telah dilakukan, persentase pemahaman awal peserta adalah sebesar 24,75%, yang dibulatkan menjadi 25%. Selanjutnya dilakukan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta setelah pelatihan. Hasil kuisisioner post-test disajikan pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3.** Nilai Kuisisioner Setelah Pelatihan

Rentang Skor	Kategori Pemahaman	Jumlah Peserta	Persentase
9-10	Sangat Baik	30	85,7%
7-8	Baik	5	14.3%
≤ 6	Cukup/Kurang	0	0%
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil pengolahan data kuisisioner post-test, distribusi skor pemahaman peserta setelah pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada pada kategori sangat baik. Sebanyak 30 peserta (85,7%) memperoleh skor pada rentang 9–10, sedangkan 5 peserta (14,3%) berada pada kategori baik dengan rentang skor 7–8. Tidak terdapat peserta yang berada pada kategori cukup atau kurang. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelatihan affiliate marketing yang dilaksanakan mampu meningkatkan pemahaman peserta secara optimal.

Secara agregat, hasil perhitungan post-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta setelah pelatihan mencapai 92%. Jika dibandingkan dengan hasil pre-test yang menunjukkan tingkat pemahaman awal sebesar 25%, terjadi peningkatan sebesar 67%. Peningkatan ini menegaskan efektivitas program pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital peserta. Visualisasi perbandingan tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah pelatihan disajikan dalam bentuk diagram batang pada Gambar 7.



Gambar 7. Bar Chart Presentasi Penambahan Pengetahuan Peserta

#### 4. Kesimpulan

Hasil evaluasi melalui kuisisioner menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada tingkat pengetahuan peserta, dari 25% sebelum pelatihan menjadi 92% setelah pelatihan. Peningkatan sebesar 67% ini menunjukkan bahwa program pelatihan yang dilaksanakan berhasil secara efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap pelatihan yang diberikan.

#### Daftar Pustaka:

- Devega, M., & La Volla Nyoto, R. (2024). OPTIMALISASI *AFFILIATE* MARKETING SEBAGAI PELUANG BISNIS BAGI GENERASI MILENIAL. *Journal of Computer Science Community Service*, 4(2), 175–185.
- Fadhli Nursal, M., Hadita, H., Marundha, A., & Komariah, N. S. (2022). Determination of Marketing Performance: Display Media, *Affiliate* Marketing and Social Media (Literature Review). <https://doi.org/10.38035/ijam.v1i2>

Commented [WU2]: Kesimpulan tidak perlu diberikan gambar. Cukup dijelaskan pada bagian Hasil dan pembahasan

Commented [MD3R2]: done

- Fenilinas, A. A., & Mochamad, N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing dengan Foto Produk dan Desain Sosial Media. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 3(4), 256–263. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v3i4.4355>
- Li, Z. (2018). Research on the Training Mode of Higher Vocational Innovation and Entrepreneur Talents Based on the Combination of Knowledge and Skills. Hainan College of Economics and Business. <https://doi.org/10.25236/iseah.2018.079>
- Mathur, A., Narayanan, A., & Chetty, M. (2018). Endorsements on social media: An empirical study of *affiliate* marketing disclosures on YouTube and pinterest. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW). <https://doi.org/10.1145/3274388>
- Penceliah, S., & Vezi, freedom C. (2019, August 22). The Influence of Marketing Communication on Student's Decisions to Enrol at Technical Vocational Education and Training Colleges. <https://doi.org/10.20472/iac.2019.048.044>
- Piliana, N. P. C., & Maradona, A. F. (2024). Strategy to Increase Consumer Trust in *Affiliate* Links on Social Media. *Quantitative Economics and Management Studies*, 5(5), 1021–1034. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems2800>
- Pratesa, D. P. M., Rahma, A., & Anfi, D. Z. (2025). Unlock Your Entrepreneurial Future: Mastering Shoppe *Affiliate* For Success (Vol. 23, Issue 1).
- Qu, W., & Huo, Y. (2017). Research and Practice on the Training Mode of Application-oriented Second Vocational-Undergraduate Marketing Talents.
- Tarso, Suryatama, H., Saputra, S. A., Hanama, A., & Siswanto, D. H. (2024). Unlocking Potential with Entrepreneurship Training for Vocational High