

Pelatihan Kewirausahaan Melalui Pemanfaatan Bisnis Digital Bagi Siswa/I di SMK Karmel Kota Tangerang

Baghas Budi Wicaksono¹⁾, Sabam Simbolon²⁾, Ety Herijawati³⁾, Susanto Wibowo⁴⁾, Eso
Hernawan⁵⁾

¹²³⁴⁵Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma, Tangerang, Indonesia

Email: baghas.budi@ubd.ac.id, sabam.simbolon@ubd.ac.id, etty.herijawati@ubd.ac.id,
susanto.wibowo@ubd.ac.id, eso.hernawan@ubd.ac.id

ABSTRAK

Pelatihan kewirausahaan berbasis bisnis digital di SMK Karmel menjadi aspek penting dalam mempersiapkan siswa/i menghadapi tantangan dunia usaha di era digital. Berdasarkan penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, pelatihan ini terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan siswa/i. Mereka memperoleh pemahaman tentang konsep bisnis digital, strategi pemasaran online, manajemen keuangan, dan inovasi produk. Selain itu, pelatihan ini mengajarkan penggunaan platform digital untuk memasarkan produk, membangun brand awareness, dan mengukur efektivitas kampanye pemasaran. Di sisi lain, pelatihan ini juga berhasil mengembangkan sikap proaktif, kreatif, inovatif, dan adaptif yang sangat dibutuhkan dalam dunia usaha modern yang dinamis. Siswa/i dibekali kemampuan untuk berinovasi menciptakan produk atau layanan yang relevan dengan kebutuhan pasar serta siap beradaptasi dengan perubahan teknologi yang terus berkembang. Salah satu dampak positif lainnya adalah meningkatnya kepercayaan diri siswa/i dalam memulai usaha sendiri, sehingga mereka tidak hanya bergantung pada pekerjaan formal, tetapi juga mulai mempertimbangkan kewirausahaan sebagai jalur karier. Untuk meningkatkan efektivitas program ini, disarankan agar cakupan pelatihan diperluas dengan memasukkan topik seperti e-commerce dan analisis data, serta memperkuat kerjasama dengan pelaku bisnis digital. Selain itu, integrasi pelatihan ke dalam kurikulum SMK akan memastikan keberlanjutan program dan memberi kesempatan bagi semua siswa/i untuk mendapatkan keterampilan kewirausahaan yang diperlukan. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat mempersiapkan siswa/i SMK Karmel untuk lebih kompetitif dan siap menghadapi dunia usaha modern yang terus berkembang.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pelatihan, Ekonomi Digital, Pengabdian Masyarakat, Industri 4.0

Entrepreneurship Training Through the Utilization of Digital Business for Students at SMK Karmel, Tangerang City

ABSTRACT

The digital business-based entrepreneurship training at SMK Karmel plays a crucial role in preparing students to face the challenges of the business world in the digital era. Based on qualitative research through observation, interviews, and documentation studies, this training has proven to have a positive impact on increasing students' entrepreneurial knowledge and skills. They gain an understanding of digital business concepts, online marketing strategies, financial management, and product innovation. Additionally, the training teaches them how to use digital platforms to market products, build brand awareness, and measure the effectiveness of marketing campaigns. On the other hand, the training successfully develops proactive, creative, innovative, and adaptive attitudes, which are essential in today's dynamic business environment. Students are equipped with the ability to innovate and create products or services that are relevant to market needs, while also being prepared to adapt to rapidly evolving technologies. Another positive outcome is the increased confidence among students to start their own businesses, allowing them to consider entrepreneurship as a career path rather than solely relying on formal employment. To further enhance the effectiveness of this program, it is recommended to expand the training scope by incorporating topics such as e-commerce and data analysis, and strengthening partnerships with digital business professionals. Moreover, integrating this training into the SMK curriculum will ensure the program's sustainability and provide all students with the opportunity to acquire essential entrepreneurial skills. Thus, this training is expected to better prepare SMK Karmel students to be more competitive and ready to face the ever-evolving modern business world.

Keywords: Entrepreneurship, Training, Digital Economy, Community Service, Industry 4.0

PENDAHULUAN

Pendidikan vokasi di Indonesia, terutama di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), memiliki peran strategis dalam menyiapkan generasi muda untuk memasuki dunia kerja atau mengembangkan bisnis mereka sendiri. Di tengah perkembangan teknologi dan transformasi digital yang terus berlangsung, penting bagi siswa/i SMK untuk memiliki pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan bisnis (Noviani, 2020). Salah satu aspek yang semakin ditekankan dalam kurikulum pendidikan adalah kewirausahaan, yang menjadi landasan bagi siswa/i untuk mengembangkan jiwa bisnis dan kemandirian ekonomi (Wicaksono et al., 2022).

SMK Karmel, sebagai salah satu lembaga pendidikan vokasi di Indonesia, berkomitmen untuk memberikan pendidikan yang relevan dan berkualitas kepada siswa/i dalam berbagai bidang keahlian, termasuk kewirausahaan. Melihat perubahan lanskap bisnis global yang semakin didominasi oleh teknologi digital, SMK Karmel telah mengakui pentingnya memperkenalkan siswa/i mereka dengan konsep dan praktik bisnis digital. Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan melalui pemanfaatan bisnis digital menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan di sekolah ini.

Penelitian sebelumnya telah menyoroti manfaat pelatihan kewirausahaan bagi siswa/i SMK, namun masih sedikit penelitian yang fokus pada pemanfaatan bisnis digital dalam konteks pelatihan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan

pengetahuan ini dengan mengevaluasi efektivitas pelatihan kewirausahaan melalui pemanfaatan bisnis digital bagi siswa/i SMK Karmel (Wicaksono et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Kewirausahaan merupakan kemampuan yang krusial dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang dinamis, terutama di era digital saat ini. Namun, banyak siswa/i SMK yang belum memiliki pemahaman yang cukup tentang konsep dan praktik kewirausahaan, apalagi dalam konteks bisnis digital (Nizam et al., 2020). Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan melalui pendekatan digital diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan aplikatif kepada siswa/i, sehingga mereka dapat lebih siap dan percaya diri dalam memulai bisnis mereka sendiri atau bergabung dengan dunia kerja yang semakin terdigitalisasi (Sono et al., 2023).

Dalam konteks SMK Karmel, pelatihan kewirausahaan melalui bisnis digital tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa/i dalam aspek teknis bisnis digital, tetapi juga untuk mengembangkan sikap kewirausahaan yang kreatif, inovatif, dan adaptif. Hal ini sejalan dengan visi sekolah untuk menciptakan lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis dalam bidang keahlian mereka, tetapi juga memiliki jiwa wirausaha yang tangguh dan siap bersaing dalam pasar global yang semakin kompleks (Marfuin, 2021).

Penelitian terdahulu tentang pelatihan kewirausahaan berbasis bisnis digital menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap kesiapan siswa menghadapi tantangan dunia usaha

modern. Dalam penelitian oleh (Marfuin, 2021) menemukan bahwa pelatihan berbasis bisnis digital efektif dalam meningkatkan kemampuan siswa dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha. Banyak ahli menekankan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis teknologi dapat mengembangkan sikap inovatif dan kreatif, serta membantu siswa lebih mudah mengidentifikasi peluang usaha. Marfuin, (2021) mengungkapkan bahwa pelatihan ini meningkatkan keterampilan merancang produk inovatif dan memasarkan produk secara daring, serta kemampuan manajemen waktu dan adaptasi terhadap teknologi. Praktisi pendidikan menegaskan pentingnya mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan berbasis digital ke dalam kurikulum formal SMK, karena hal ini meningkatkan kesiapan siswa dalam memanfaatkan teknologi untuk inovasi produk dan layanan. Kesimpulannya, pelatihan kewirausahaan berbasis bisnis digital terbukti memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan keterampilan dan kesiapan siswa menghadapi dunia usaha modern. Pelatihan ini tidak hanya membekali siswa dengan pengetahuan teknis seperti pemasaran digital, manajemen keuangan, dan inovasi produk, tetapi juga mengembangkan sikap proaktif, kreatif, serta adaptif terhadap perubahan teknologi dan pasar. Kesimpulannya, pelatihan kewirausahaan berbasis bisnis digital memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan teknis dan sikap kewirausahaan siswa/i. Siswa yang mengikuti pelatihan ini mampu memahami konsep bisnis digital, menguasai pemasaran online, dan mengelola keuangan secara lebih efektif. Selain itu, pelatihan ini juga membantu

mengembangkan sikap proaktif, kreatif, dan adaptif yang sangat penting dalam dunia bisnis modern. Adapun Kendala yang dihadapi dalam pelatihan kewirausahaan berbasis bisnis digital di SMK Karmel meliputi beberapa aspek penting. Pertama, kurangnya infrastruktur teknologi yang memadai, seperti komputer, akses internet yang stabil, dan perangkat lunak terbaru, dapat menghambat efektivitas pelatihan. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia, terutama pengajar yang tidak memiliki latar belakang di bidang bisnis digital, dapat mengurangi pemahaman siswa terhadap materi yang diajarkan. Ketidapahaman siswa tentang kewirausahaan dan minat yang rendah juga menjadi tantangan, karena hal ini dapat memengaruhi partisipasi dan motivasi mereka. Waktu yang terbatas dalam kurikulum SMK yang padat juga menyulitkan siswa untuk fokus pada pelatihan kewirausahaan secara mendalam. Di samping itu, meskipun siswa memperoleh pengetahuan teoretis, mereka seringkali menghadapi kesulitan dalam mengimplementasikannya dalam situasi nyata, terutama tanpa kesempatan magang atau keterlibatan langsung dengan dunia usaha. Keterbatasan jaringan dengan pelaku bisnis digital juga mengurangi kesempatan siswa untuk belajar dari praktik terbaik industri. Terakhir, perubahan teknologi yang cepat membuat materi pelatihan mudah usang, sehingga diperlukan upaya terus-menerus untuk memperbarui kurikulum agar tetap relevan. Mengatasi kendala-kendala ini memerlukan kerjasama antara sekolah, pemerintah, dan pelaku industri untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan kewirausahaan berbasis digital yang efektif bagi siswa/i.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa integrasi pelatihan ini ke dalam kurikulum SMK merupakan langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program. Dengan demikian, pelatihan ini menjadi strategi yang efektif dalam mempersiapkan siswa agar lebih kompetitif dan siap bersaing dalam dunia bisnis digital yang terus berkembang.

Penelitian-penelitian ini secara umum menyarankan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis digital tidak hanya membekali siswa dengan keterampilan teknis tetapi juga membentuk sikap kewirausahaan yang adaptif dan inovatif, serta merekomendasikan perluasan cakupan dan integrasi ke dalam kurikulum untuk menjamin keberlanjutannya.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan kurikulum pendidikan kewirausahaan di SMK Karmel dan juga sebagai bahan referensi bagi lembaga pendidikan lainnya yang tertarik untuk mengimplementasikan pendekatan serupa (Bahren et al., 2018). Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi kebijakan pendidikan yang lebih inklusif dan relevan dengan tuntutan zaman, serta memberikan pandangan yang lebih jelas tentang potensi bisnis digital dalam meningkatkan kualitas pendidikan vokasi di Indonesia (Desmiyati, 2020).

Konsep Kewirausahaan dalam Bisnis di era digital yang semakin maju, konsep kewirausahaan telah mengalami transformasi yang signifikan. Bisnis digital tidak lagi terbatas pada model bisnis konvensional, melainkan mencakup berbagai aspek baru yang terbentuk oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Konsep kewirausahaan dalam

bisnis digital mencakup beberapa elemen kunci yang penting untuk dipahami oleh para pelaku bisnis (Werthi et al., 2021):

1. **Inovasi Teknologi:** Salah satu ciri khas bisnis digital adalah adopsi teknologi sebagai basis utama dalam operasional dan pengembangan produk atau layanan. Para pengusaha digital harus memahami tren teknologi terkini dan mampu mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis mereka. Inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things (IoT)*, dan *blockchain* memberikan peluang baru untuk menciptakan solusi bisnis yang unik dan efisien (Vieira et al., 2019).
2. **Pasar Digital:** Bisnis digital beroperasi dalam lingkungan pasar yang terhubung secara global melalui internet. Para pelaku bisnis harus memahami karakteristik pasar digital, termasuk perilaku konsumen online, kebiasaan belanja, dan dinamika persaingan. Kemampuan untuk menganalisis data pasar dan mengidentifikasi peluang bisnis secara tepat menjadi keterampilan penting dalam kewirausahaan digital (Nashiruddin, 2019).
3. **Model Bisnis Berbasis Platform :** Banyak bisnis digital mengadopsi model bisnis berbasis platform, di mana mereka menyediakan infrastruktur untuk menghubungkan pengguna atau konsumen dengan penyedia layanan atau produk. Contohnya adalah platform e-commerce, jaringan sosial, dan aplikasi berbagi ekonomi (Efanny Fillayata, 2020; Warren et al., 2011). Memahami dinamika ekosistem platform dan strategi pertumbuhan yang efektif menjadi kunci kesuksesan dalam bisnis

digital (Dwijayanti & Pramesti, 2021b, 2021c; Mavilinda et al., 2021).

4. Pemasaran Digital: Pemasaran digital merupakan strategi utama dalam mempromosikan bisnis digital. Ini meliputi berbagai teknik seperti *SEO* (*Search Engine Optimization*), *SEM* (*Search Engine Marketing*), media sosial, konten pemasaran, dan pemasaran *influencer*. Para pengusaha digital harus memiliki pemahaman yang kuat tentang bagaimana memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas merek dan menarik pelanggan (Sultoni et al., 2021).
5. Kemampuan Analisis Data: Data menjadi aset berharga dalam bisnis digital. Para pelaku bisnis perlu memiliki kemampuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data untuk mendukung pengambilan keputusan yang strategis (Kartini & Gede, 2019). Analisis data membantu dalam memahami preferensi konsumen, mengukur kinerja bisnis, dan mengidentifikasi peluang pengembangan produk atau layanan baru.
6. Kolaborasi dan Kemitraan: Dalam ekosistem bisnis digital yang kompleks, kolaborasi dan kemitraan menjadi penting untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan nilai tambah bagi bisnis. Melalui kemitraan dengan perusahaan lain, startup digital dapat mengakses sumber daya, teknologi, atau pasar yang mungkin sulit diakses secara mandiri.

Memahami konsep kewirausahaan dalam bisnis digital menjadi kunci untuk kesuksesan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam

ekonomi digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan melalui pemanfaatan bisnis digital di SMK Karmel memiliki peran yang penting dalam mempersiapkan siswa/i untuk merespons dinamika dunia usaha yang semakin terdigitalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya kerjasama yang baik antara tim pengabdian masyarakat Universitas Buddhi Dharma dan SMK Karmel, program pelatihan kewirausahaan dalam bisnis digital dapat berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan pendampingan wirausaha dapat berjalan cukup baik bagi para siswa/i SMK Karmel, hasilnya adalah kemampuan siswa/i dalam motivasi siswa dalam membuat bisnis digital meningkat secara signifikan. Salah satu contoh keberhasilan dari program ini adalah siswa/i yang sudah mengembangkan bisnis digital dalam bidang *fintech* yaitu *one stop payment* dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan keuntungan yang signifikan.

Siswa yang merupakan pemilik bisnis juga merasakan manfaat yang besar dari pelatihan kewirausahaan dalam bisnis digital yang diberikan oleh SMK Karmel. Mereka merasa terbantu dengan peningkatan soft skill dalam mengelola bisnis digital, termasuk kemampuan dalam pemasaran online, manajemen keuangan digital, dan inovasi produk secara digital. Hal ini memungkinkan mereka untuk menghasilkan produk UMKM yang memiliki daya saing tinggi di pasar digital yang semakin kompetitif (Arianto, 2020; Dwijayanti & Pramesti, 2021a).

Maka dari itu, hasil yang diperoleh dari program pelatihan kewirausahaan dalam bisnis digital di SMK Karmel menunjukkan bahwa pendekatan ini memiliki dampak positif dalam

meningkatkan keterampilan dan kemampuan siswa/i dalam mengelola bisnis di era digital. Besar harapan agar kegiatan pelatihan dan pendampingan kewirausahaan ini dapat berjalan secara berkelanjutan, dengan topik dan tema yang tetap relevan sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan dari masyarakat SMK Karmel. Dengan demikian, SMK Karmel dapat terus berperan aktif dalam membentuk generasi muda yang siap bersaing dalam dunia bisnis digital yang dinamis dan berubah-ubah.



Gambar 1 Penandatanganan Kerjasama

Dalam pendampingan mengenai peluang usaha, siswa/siswi SMK Karmel diberikan beberapa saran produk terutama dalam ranah bisnis digital seperti aplikasi mobile, platform e-commerce, atau konten digital yang dapat dikembangkan.



Gambar 2 Sesi Pelatihan oleh Bapak Baghas Budi Wicaksono, S.Pd., M.E

Pentingnya kesadaran sejak dini untuk berwirausaha dalam era digital harus ditanamkan kepada siswa/siswi SMK Karmel sebagai bentuk aktualisasi diri ke

arah yang lebih baik. Harapannya, alumni program pelatihan kewirausahaan dalam bisnis digital di SMK Karmel secara berkelanjutan dapat mengembangkan bisnisnya secara signifikan, baik sebagai freelancer, pengusaha mandiri, atau berkontribusi dalam industri digital yang lebih besar.



Gambar 3 Antusiasme Siswa dalam Mengikuti Sosialisasi



Gambar 4 Sesi Dokumentasi

Dalam pendampingan mengenai peluang usaha, siswa/siswi SMK Karmel diberikan beberapa saran produk terutama dalam ranah bisnis digital seperti aplikasi mobile, platform e-commerce, atau konten digital yang dapat dikembangkan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian di masyarakat dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi sesama serta memajukan industri kewirausahaan digital di lingkungan SMK Karmel.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan wirausaha yang dilakukan secara luring ini terlaksana dengan lancar tanpa kendala yang berarti. Adapun beberapa poin mengenai ulasan dalam pengabdian pada masyarakat, yakni sebagai berikut:

1. Topik tentang kewirausahaan dalam bisnis digital sangat diminati oleh siswa/siswi SMK Karmel dalam merealisasikan suatu bisnis digital dan mereka berharap kegiatan pendampingan kewirausahaan akan diadakan kembali.
2. Salah satu usaha yang sudah berkembang, yaitu One Stop Payment mengatakan bahwa pemiliknya merasa terbantu dengan adanya acara pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh SMK Karmel beberapa waktu lalu.

Ditinjau dari kesimpulan tersebut, maka ada beberapa saran atau rekomendasi bagi kegiatan pengabdian pada masyarakat pada kesempatan berikutnya, yakni:

1. Akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha korporasi harus mampu bersinergi dalam membuat program yang dapat meningkatkan intensitas kegiatan wirausaha dalam bisnis digital dan memperkuat sektor UMKM di era digital ini.
2. Para peneliti dapat mengembangkan model bisnis yang tetap relevan dan mampu beradaptasi serta menjawab tantangan dalam menghadapi ketidakpastian siklus bisnis di ranah bisnis digital.

Hal ini dapat membantu siswa/siswi SMK Karmel dan pelaku usaha lainnya untuk lebih siap menghadapi dinamika pasar digital yang cepat berubah.

REFERENSI

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2).
- Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2018). Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing, dan Inovasi Organisasi untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 8–18.
- Desmiyati. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir). *Journal of Public and Business Accounting*, 1(14), 1–10.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021a). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021b). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021c). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19.
- Efanny Fillayata, V. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Kafe X di Kota Bandung).

- Kartini, K. S., & Gede, D. K. (2019). *Sentuhan Digital Bisnis (Teknologi Informasi) pada UMKM Studi Kasus: Pemasaran Produk Adi Upakara*.
- Marfuin, M. (2021). *Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (Vol. 1, Issue 1).
<https://journal.uib.ac.id/index.php/combine>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., & Siregar, L. D. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28.
<https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Nashiruddin, M. I. (2019). Creating Competitive Advantage in the Turbulent Business Environment: Lesson Learned from Indonesia Telecommunication Industry. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 17(1), 31–46.
<https://doi.org/10.17933/bpostel/2019/170103>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 101–109.
- Noviani, L. (2020). PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS PADA KERAJINAN TIKAR ECENG GONDOK"LIAR". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 14–30.
<https://doi.org/10.47080>
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* (Vol. 1, Issue 04).
- Sultoni, M. H., Mujaddidi, A. S., & Priyadi, I. H. (2021). *Pelaku UMKM Muslim Madura Dalam Menghadapi Era Bisnis Digital: Analisis Peluang dan Ancaman*.
- Vieira, V. A., de Almeida, M. I. S., Agnihotri, R., da Silva, N. S. D. A. C., & Arunachalam, S. (2019). In pursuit of an effective B2B digital marketing strategy in an emerging market. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(6), 1085–1108.
<https://doi.org/10.1007/s11747-019-00687-1>
- Warren, C., McGraw, A. P., & Van Boven, L. (2011). Values and preferences: Defining preference construction. In *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science* (Vol. 2, Issue 2, pp. 193–205). <https://doi.org/10.1002/wcs.98>
- Werthi, K. T., Nyoman, N., Sari, P., Nyoman, P., Putra, A., Astuti, K. M., & Primakara, S. (2021). Digital Ekonomi Bisnis Untuk UMKM Denpasar pada Masa Resesi Ekonomi. In *IJCCS: Vols. x, No.x* (Issue 1). April.
- Wicaksono, B. B., Satrianto, H., Sulistiyowati, R., & Sutisna, N. (2022). Peluang Usaha di Masa Pandemi Bagi Warga Binaan

Baghas Budi Wicaksono: baghas.budi@ubd.ac.id

Lembaga Pemasyarakatan Kelas, Di
Lapas Kelas 2 Kota Tangerang.
*Jurnal Abdimas Universitas Buddhi
Dharma.*