



## TRANSFORMASI MINDSET WIRAUSAHA DI ERA DIGITAL: STUDI PENGABDIAN PADA SISWA SMAN 11 GOWA

Article history

Received: 03 April 2026

Revised: 18 April 2026

Accepted: 21 April 2026

DOI: [10.35329/jp.v6i2.7065](https://doi.org/10.35329/jp.v6i2.7065)

<sup>1</sup>\*Sitti Marlina, <sup>1</sup>Sapinah, <sup>1</sup>Alfiah Nurfadhilah AM Hindi, <sup>1</sup>Musdalifah, <sup>1</sup>Andi Fatmayanti

<sup>1</sup>Universitas Patompo, Makassar, Indonesia

\*Corresponding author

[linalangit@gmail.com](mailto:linalangit@gmail.com)

### Abstrak

Dalam era digital yang menuntut kreativitas dan kemandirian, penguatan mindset kewirausahaan di kalangan generasi muda menjadi langkah strategis untuk menumbuhkan semangat wirausaha sejak bangku sekolah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mentransformasi mindset kewirausahaan siswa melalui pelatihan dan pendampingan di SMAN 11 Gowa. Kegiatan dilaksanakan karena rendahnya pengetahuan dan minat siswa terhadap peluang usaha digital di wilayah perdesaan. Pelatihan dilakukan melalui sosialisasi, sesi interaktif, dan praktik pembuatan konten promosi digital. Evaluasi dilakukan dengan kuesioner pre-test dan post-test berdasarkan tujuh indikator: pemahaman konsep kewirausahaan digital, kemampuan identifikasi peluang usaha, keterampilan produksi konten digital, penguasaan teknologi promosi, literasi ekonomi digital dan e-commerce, minat dan motivasi berwirausaha, serta niat berwirausaha digital. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman siswa pada seluruh indikator setelah pelatihan. Peningkatan tertinggi terjadi pada pemahaman konsep kewirausahaan digital dan literasi ekonomi digital & e-commerce, sedangkan yang terendah pada penguasaan teknologi promosi digital. Secara keseluruhan, rata-rata peningkatan skor mencapai 6,84%, menandakan efektivitas kegiatan dalam memperkuat entrepreneurial mindset siswa SMA. Kegiatan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan kewirausahaan digital bagi sekolah di wilayah perdesaan dalam menghadapi transformasi ekonomi berbasis teknologi

**Kata kunci:** *kewirausahaan digital; mindset wirausaha; siswa SMA; transformasi digital*

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola produksi, distribusi, dan pemasaran sehingga menciptakan beragam peluang usaha baru yang dapat diakses oleh generasi muda melalui perangkat sederhana seperti ponsel pintar. Transformasi ini menuntut munculnya entrepreneurial mindset, kecenderungan berpikir yang proaktif, kreatif, dan berani mengambil risiko sebagai modal penting agar pelajar mampu memanfaatkan peluang ekonomi digital sejak dini (Raihana & Junaedi, 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, akses internet dan perangkat digital semakin meluas, memungkinkan lahirnya model bisnis baru, inovasi pemasaran daring, serta transformasi pola kerja dan kewirausahaan (digital entrepreneurship) yang sebelumnya tidak terbayangkan. Dalam konteks global maupun Indonesia, generasi muda termasuk siswa sekolah menengah sederajat dituntut untuk mempersiapkan diri bukan hanya sebagai pencari kerja, tetapi sebagai pencipta peluang usaha melalui kecakapan digital dan pola

pikir wirausaha. Hal ini menjadikan penguatan entrepreneurial mindset berbasis digital sebagai kebutuhan strategis dalam pendidikan menengah.

Meskipun potensi tersebut besar, realitas di banyak sekolah, khususnya di daerah perdesaan atau pinggiran, menunjukkan bahwa siswa masih memiliki pemahaman yang terbatas terhadap kewirausahaan digital. Sebagian siswa masih melihat wirausaha secara tradisional berorientasi pada usaha fisik atau modal besar sedangkan pemanfaatan platform digital seperti media sosial, aplikasi kreatif, atau sistem afiliasi belum menjadi bagian dari rencana mereka. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan literasi keuangan digital secara signifikan memengaruhi minat dan kesiapan berwirausaha siswa. Penelitian di Depok menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap kewirausahaan digital siswa SMK (Putri et al., 2024). Penelitian lain di Bekasi menunjukkan literasi digital dan soft skill berdampak terhadap minat berwirausaha siswa SMK (Cleopatra et al., 2024).

Di sisi pendidikan, tugas sekolah dan perguruan tinggi tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangun karakter, kreativitas, dan kesiapan menjawab tantangan ekonomi digital. Dalam kerangka Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya bagian pengabdian masyarakat, institusi akademik mempunyai peran aktif dalam mentransfer keahlian kewirausahaan digital ke komunitas sekolah, termasuk melalui pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung. Upaya ini penting karena literasi kewirausahaan dikaitkan dengan kemampuan siswa untuk mengenali peluang, berinovasi, dan beradaptasi dengan kondisi pasar digital. Sebuah studi PKM di SMK Negeri 1 Sungai Raya menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan bagi siswa diperlukan untuk meningkatkan minat dan kesiapan mereka memulai usaha (Oktaviani et al., 2024).

Di wilayah perdesaan, pemahaman dan minat siswa terhadap kewirausahaan digital masih terbatas. Faktor penyebab meliputi akses teknologi yang tidak merata, minimnya praktik belajar berbasis proyek yang relevan dengan ekonomi digital, serta keterbatasan bimbingan mengenai keterampilan teknis pembuatan konten dan pemasaran daring. Intervensi pendidikan yang terstruktur dan kontekstual diperlukan untuk menjembatani kesenjangan ini.

Dengan mempertimbangkan berbagai tinjauan teoritis dan empiris tersebut, sangat relevan bagi dosen dan institusi pengabdian masyarakat untuk merancang program yang berfokus pada transformasi mindset wirausaha digital siswa sekolah menengah, terutama di wilayah yang belum optimal mendapatkan akses teknologi. Studi pengabdian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dan menyumbangkan model intervensi yang dapat ditiru oleh sekolah-sekolah lain di daerah perdesaan atau pinggiran dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi dunia kewirausahaan digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMAN 11 Gowa, yang beralamat di Jl. Karaeng Pado No. 2, Tamaona, Kec. Tombolo Pao, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, diinisiasi dengan latar belakang rendahnya pemahaman dan minat siswa terhadap wirausaha digital di wilayah tersebut. Lokasi sekolah di daerah yang tidak selalu menjadi pusat teknologi menimbulkan tantangan tambahan, seperti akses internet terbatas, kurangnya fasilitas digital, dan jarak yang jauh dari ekosistem startup atau kewirausahaan. Dengan demikian, intervensi berupa pelatihan, pendampingan, dan evaluasi melalui kuesioner pre-test dan post-test menjadi penting untuk mengevaluasi efektivitas penguatan mindset wirausaha digital pada siswa.

Program pelatihan yang menggabungkan penguatan konsep, praktik pembuatan konten digital, dan pengenalan mekanisme bisnis daring seperti sistem afiliasi dan marketplace diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan tetapi juga menumbuhkan minat serta niat berwirausaha di kalangan siswa. Pendekatan partisipatif dan berbasis masalah lokal akan memperbesar kemungkinan adopsi dan keberlanjutan inisiatif tersebut (Pancawati, 2023).

Secara khusus, transformasi mindset siswa terhadap wirausaha digital mencakup beberapa aspek: (1) pemahaman konsep kewirausahaan digital, (2) kemampuan identifikasi

peluang usaha berbasis lingkungan lokal dan digital, (3) keterampilan produksi konten digital, (4) penguasaan teknologi promosi digital (aplikasi edit, media sosial, marketplace), (5) literasi ekonomi digital dan e-commerce, (6) minat dan motivasi menjalankan usaha digital, dan (7) niat nyata memulai usaha digital. Aspek-aspek ini memiliki relevansi tinggi dalam konteks era digital dan sangat penting untuk ditumbuhkan sejak pendidikan menengah agar siswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga penggerak ekonomi digital lokal.

## 2. METODE

### 2.1. Sasaran Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di SMAN 11 Gowa Jl. Karaeng Pado No. 2, Tamaona, Kec. Tombolo Pao, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Pelatihan dan pendampingan berlangsung selama 1 hari (sesi intensif) dengan tindak lanjut pendampingan daring selama 1 minggu untuk mendukung implementasi praktik siswa. Pendekatan kombinasi tatap muka dan daring telah efektif digunakan dalam program pelatihan kewirausahaan digital di konteks sekolah.

Sasaran kegiatan adalah siswa kelas XII SMAN 11 Gowa, dengan jumlah partisipan sebanyak 23 orang. Selain itu, guru yang mengasuh mata pelajaran P5 yang didalamnya terdapat materi kewirausahaan ikut dilibatkan untuk memastikan keberlanjutan program. Model pelibatan guru dan siswa serupa ditemukan efektif pada program PKM sejenis.

### 2.2. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan dirancang sebagai intervensi penguatan entrepreneurial mindset berbasis digital dengan desain evaluasi yang pertama kali dilakukan adalah pre-test, kemudian melakukan intervensi, dan terakhir dilakukan post-test. Tahapan utamanya:

- 1) Persiapan: melakukan koordinasi dengan pihak sekolah, penyusunan materi, dan penyusunan dan validasi instrumen.
- 2) Sosialisasi & Pembukaan: pada tahapan ini dilakukan pemaparan tujuan, dan pengenalan materi, pengisian pre-test
- 3) Pelatihan Inti:
  - Sesi 1 : konsep kewirausahaan digital, identifikasi peluang usaha lokal, dan literasi ekonomi digital.
  - Sesi 2 : praktik pembuatan konten menggunakan HP (foto & video singkat), penggunaan aplikasi (Canva dan CapCut), dan pengenalan model afiliasi (TikTok, Shopee).
- Praktik langsung dan studi kasus dipilih karena meningkatkan transfer keterampilan lebih efektif dibanding ceramah semata (Jamaluddin et al., 2024).
- 4) Pendampingan Pasca-Pelatihan (1 minggu): mentoring daring, peninjauan tugas praktik, dan feedback.
- 5) Evaluasi Akhir: pengisian post-test, analisis data, dan refleksi/penutupan.

Desain kombinasi antara teori, praktik, dan pendampingan ini meningkatkan adopsi keterampilan digital dan kewirausahaan (Ekatama et al., 2023).

### 2.3. Teknik Analisis

Analisis data dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran mengenai transformasi mindset wirausaha siswa di era digital setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan.

#### 2.3.1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Data kuantitatif diperoleh melalui angket pre-test dan post-test yang diisi oleh peserta sebelum dan sesudah kegiatan sebanyak 23 orang.

- 1) Setiap indikator diberi skor dengan skala Likert 1–5, dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5).
- 2) Rata-rata skor setiap indikator dianalisis untuk melihat peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta.
- 3) Hasilnya disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan interpretasi.
- 4) Peningkatan mindset wirausaha dianalisis dengan membandingkan hasil pretest dan posttest.

Indikator yang dianalisis meliputi:

- 1) Pemahaman konsep kewirausahaan digital.
- 2) Kemampuan identifikasi peluang usaha berbasis lingkungan lokal dan digital.
- 3) Keterampilan produksi konten digital (video, desain grafis).
- 4) Penguasaan teknologi promosi digital (aplikasi edit, media sosial, marketplace).
- 5) Literasi ekonomi digital dan e-commerce (afiliasi, pemasaran daring).
- 6) Minat dan motivasi menjalankan usaha digital.
- 7) Niat nyata memulai usaha digital.

Hasil analisis digunakan untuk menilai sejauh mana kegiatan PKM ini berhasil mentransformasi mindset wirausaha siswa di era digital. Interpretasi mencakup:

- 1) Peningkatan pemahaman dan keterampilan digital.
- 2) Kesiapan siswa dalam memanfaatkan teknologi untuk berwirausaha.
- 3) Tumbuhnya niat dan motivasi nyata memulai usaha digital.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada siswa SMAN 11 Gowa dengan tujuan untuk mentransformasi mindset wirausaha di era digital melalui pelatihan dan pendampingan berbasis praktik langsung. Kegiatan mencakup penyampaian materi, simulasi identifikasi peluang usaha, pelatihan pembuatan konten digital, dan praktik pemasaran daring menggunakan media sosial dan marketplace. Evaluasi hasil kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test terhadap tujuh indikator utama. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada seluruh aspek setelah pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Peserta sedang menyimak penjelasan pemateri

#### 3.1. Pemahaman Konsep Kewirausahaan Digital

Sebelum pelaksanaan kegiatan, sebagian besar siswa memiliki pemahaman terbatas tentang konsep kewirausahaan digital. Hasil pre-test menunjukkan skor 71,30%, yang mencerminkan bahwa peserta mengenal wirausaha hanya sebatas aktivitas jual beli konvensional. Setelah pelatihan, skor meningkat menjadi 83,48%, menunjukkan

peningkatan pemahaman terhadap karakteristik wirausaha digital, seperti model bisnis berbasis teknologi, penggunaan media sosial untuk pemasaran, dan pentingnya inovasi digital.

Kenaikan skor pemahaman konsep setelah pelaksanaan PKM selaras dengan temuan tinjauan literatur bahwa pembelajaran kewirausahaan digital yang terstruktur memperkenalkan ekosistem, model bisnis digital, dan alur nilai berbasis platform, sangat efektif meningkatkan pemahaman dasar peserta didik. Olehnya itu diperlukan peta kompetensi yang menggabungkan konsep kewirausahaan klasik dengan praktik ekonomi platform, konten, dan analitik sederhana yang bisa kita terapkan melalui modul, studi kasus lokal, dan simulasi kanal digital (Aysi et al., 2024).

### 3.2. Kemampuan Identifikasi Peluang Usaha Berbasis Lingkungan Lokal dan Digital

Pada tahap awal, peserta mampu mengaitkan potensi lokal dengan peluang usaha berbasis digital (skor 75,65%). Setelah sesi praktik observasi lingkungan sekolah dan diskusi, post-test menunjukkan peningkatan menjadi 78,26%. Terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam mengidentifikasi ide usaha berbasis sumber daya sekitar, seperti produk lokal yang dapat dijual melalui platform digital.



Gambar 2. Pemateri sedang menjelaskan cara menemukan ide bisnis.

Terjadi peningkatan kemampuan siswa dalam memetakan peluang-peluang dari potensi lokal Kabupaten Gowa seperti aksesoris local, kuliner, kerajinan, dan pariwisata yang bisa di *follow up* di pasar digital. Melihat perkembangan digital yang menunjukkan pemindaian potensi yang dipadukan pemetaan kanal online memperluas kesempatan komersial dan menurunkan hambatan. Studi pada UMKM juga menegaskan bahwa orientasi peluang di era digital bertumpu pada kesadaran potensi lokal ditambah akses kanal daring di marketplace dan media social (Galib et al., 2024). Ini konsisten dengan indikator kemampuan melihat peluang dengan melihat lingkungan sekitar, kemudian masuk dalam tahapan ideasi, dan terakhir adalah uji pasar cepat.

### 3.3. Keterampilan Produksi Konten Digital

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta telah memiliki pengalaman dalam membuat konten digital melalui CapCut (skor 73,91%). Setelah mengikuti pelatihan siswa mampu menggunakan aplikasi Canva, dan CapCut. Keterampilan mereka dalam hasil karya berupa video promosi dan poster digital menunjukkan kreativitas serta kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru meningkat dengan skor post-test menjadi 82,61%.

Lonjakan keterampilan konten berupa storyboard singkat, pengambilan gambar, editing dasar, dan desain visual di aplikasi populer, sejalan dengan hasil pengabdian dan

studi pelatihan konten yang menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung dengan alat yang familier yakni Canva dan CapCut cepat menaikkan kualitas materi promosi siswa SMAN 11 Gowa. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Canva dan CapCut secara langsung berkontribusi pada peningkatan keterampilan desain serta kreativitas digital peserta (Nurjannah et al., 2025) (Basri et al., 2025). Intervensi seperti brief kreatif, template, dan siklus umpan balik terbukti mendorong konsistensi postingan.

### 3.4. Penguasaan Teknologi Promosi Digital

Pada awalnya, kemampuan siswa dalam menggunakan media sosial cukup tinggi (skor 84,35%). Setelah pendampingan penggunaan TikTok Shop, dan Shopee Marketplace, nilai post-test meningkat menjadi 85,22%. Peserta memahami fungsi promosi digital dan mampu mengelola akun usaha simulatif secara mandiri.

Hasil post-test yang lebih tinggi dibandingkan pre-test pada aspek penguasaan teknologi promosi digital menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan yang diberikan berjalan efektif dalam meningkatkan keterampilan siswa. Setelah mengikuti sesi praktik penggunaan aplikasi Canva dan CapCut, siswa menjadi lebih percaya diri dalam membuat konten promosi digital. Peningkatan ini sejalan dengan temuan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan pengetahuan dan adopsi teknologi pemasaran digital di kalangan peserta pelatihan (Annisa et al., 2024). Hal serupa juga ditemukan bahwa pelatihan pembuatan konten digital mampu meningkatkan kemampuan siswa dalam memproduksi materi promosi yang kreatif (Hermawansa et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan PKM ini terbukti efektif dalam memperkuat penguasaan tools promosi digital melalui pendekatan praktik langsung dan pendampingan terarah.

### 3.5. Literasi Ekonomi Digital dan E-Commerce

Indikator literasi ekonomi digital mengalami peningkatan cukup signifikan dari 67,83% menjadi 80%. Peserta mulai memahami konsep dasar e-commerce, sistem pembayaran digital, serta peluang pendapatan melalui program afiliasi dan pemasaran daring. Kegiatan ini membuka wawasan baru tentang cara menghasilkan keuntungan tanpa harus memiliki toko fisik.

Peningkatan literasi digital–niaga sejalan dengan riset yang menunjukkan literasi digital dan e-commerce berkontribusi signifikan terhadap kesiapan dan minat berwirausaha. Penekanan kita pada simulasi “*customer journey*” dan kalkulasi sederhana terkait biaya, harga, dan *fee* afiliasi mendukung temuan bahwa pemahaman mekanisme platform memperkecil miskonsepsi risiko dan meningkatkan self-efficacy siswa (Setiawati et al., 2022).

### 3.6. Minat dan Motivasi Menjalankan Usaha Digital

Sebelum kegiatan, motivasi siswa untuk berwirausaha digital berada pada skor 71,30%. Namun, setelah melihat contoh nyata wirausaha muda digital dan mencoba membuat konten sendiri, skor meningkat menjadi 78,26%. Peserta menunjukkan antusiasme, bahkan beberapa sudah mulai merancang ide usaha pribadi seperti aksesoris shop online dan jasa desain konten.

Kenaikan skor pada indikator keenam (minat dan motivasi menjalankan usaha digital) menunjukkan bahwa intervensi berbasis praktik dalam kegiatan PKM ini berhasil membangkitkan motivasi siswa untuk mengeksplorasi usaha digital secara lebih aktif. Hal ini konsisten dengan penelitian yang menyatakan bahwa literasi digital dan soft-skill digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha di kalangan siswa (Faikha & Nurlaili, 2025). Literasi digital dan penguasaan teknologi didaktik meningkatkan kesiapan siswa untuk berwirausaha digital (Ulfa & Suharsono, 2023). Selain itu, literasi digital melalui sikap kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan dan niat berwirausaha digital. Dengan demikian, model pembelajaran PKM yang menggabungkan

literasi digital, pengalaman praktik, dan pendampingan singkat terbukti menjadi strategi efektif dalam menumbuhkan minat dan motivasi siswa untuk memulai usaha digital.



Gambar 3. Foto bersama dengan guru dan siswa

### 3.7. Niat Nyata Memulai Usaha Digital

Indikator terakhir menunjukkan peningkatan dari 78,25% menjadi 82,61%. Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa belum memiliki rencana konkret untuk memulai usaha. Setelah kegiatan, banyak yang menyatakan kesediaan untuk memulai bisnis kecil berbasis digital, baik secara individu maupun kelompok.

Tabel 1. Rekapitulasi Peningkatan Hasil Pre-Test dan Post-Test

No	Indikator	Pretest	Posttest	Peningkatan
		(%)	(%)	(%)
1	Pemahaman konsep kewirausahaan digital	71,30	83,48	12,18
2	Identifikasi peluang usaha lokal & digital	75,65	78,26	2,61
3	Keterampilan produksi konten digital	73,91	82,61	8,7
4	Penguasaan teknologi promosi digital	84,35	85,22	0,87
5	Literasi ekonomi digital & e-commerce	67,83	80	12,17
6	Minat & motivasi berwirausaha digital	71,30	78,26	6,96
7	Niat nyata memulai usaha digital	78,25	82,61	4,36

Peningkatan niat nyata siswa untuk memulai usaha digital setelah pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya pergeseran *entrepreneurial intention* dari tahap kognitif ke tahap konatif, yaitu kesiapan untuk bertindak. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya peserta yang menyusun rencana membuka akun bisnis pasca-kegiatan PKM. Hasil tersebut sejalan dengan temuan yang menjelaskan bahwa niat berwirausaha digital dipengaruhi oleh literasi digital, efikasi diri, dan lingkungan sosial yang mendukung (Khoiriyah & Setyowibowo, 2022).

Pembelajaran berbasis praktik seperti simulasi pemasaran digital dan pembuatan konten dianggap mampu meningkatkan keyakinan diri peserta untuk memulai usaha secara nyata. Selain itu, pendidikan kewirausahaan yang mengintegrasikan penggunaan teknologi digital secara langsung dapat menumbuhkan intensi berwirausaha siswa, karena mereka merasakan kemudahan dan manfaat penggunaan platform daring untuk berbisnis (Wilujeng & Marlina, 2025). Lebih lanjut penelitian menemukan bahwa niat berwirausaha digital dipengaruhi oleh efikasi diri dan kemampuan manajemen diri, yang dapat terbentuk melalui kegiatan pendampingan berbasis proyek seperti yang dilakukan dalam PKM ini (Arga et al., 2025).

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil menciptakan lingkungan belajar yang menumbuhkan rasa percaya diri, kesadaran akan peluang digital, serta kesiapan peserta untuk mengambil langkah awal dalam membangun usaha digital secara nyata.

#### 4. SIMPULAN

Kegiatan PKM dengan topik transformasi mindset wirausaha di era digital berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi siswa SMAN 11 Gowa dalam berwirausaha berbasis digital. Hal tersebut terlihat pada beberapa aspek sebagai berikut:

- a. Program ini juga meningkatkan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha.
- b. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pada aspek pemahaman konsep kewirausahaan digital.
- c. Terdapat peningkatan motivasi dan niat siswa untuk memulai usaha berbasis digital.
- d. Metode pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung terbukti efektif dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan siswa.
- e. Siswa mulai mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, N. N., Saputra, M. R. E., Cahyono, D., SariIndrayati, F., Gunawan, M. A. P., Wardhana, E. P. W., Priambudi, P. D. K., Wulanjati, H. A., Syahrul, M., & Ahmad, H. (2024). Pelatihan Digital Marketing dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Pelaku UMKM Desa Gintungan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 1274–1278. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2897>
- Arga, B. P., Wrahatnolo, T., & Agung, A. I. (2025). Faktor yang Menumbuhkan Niat Berwirausaha Digital Siswa Program Keahlian Desain Komunikasi Visual. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(3), 1296–1302. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03>.
- Aysi, S. A. H., Susilaningih, & Sabandi, M. (2024). The Implementation of Digital Entrepreneurship Learning in Higher Education: A Systematic Literature Review. *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*, 13(2), 255–273. <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v13i2.1692>
- Basri, A., Rimbawan, R., Damayanti, L., Kuswanto, V., Gunawan, A. H., & Wijaya, A. (2025). PELATIHAN APLIKASI CANVA DAN CAPCUT UNTUK WANITA THERAVADA INDONESIA (WANDANI) PROVINSI BANTEN. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6, 279–284.
- Cleopatra, M., Sahrazad, S., Vernia, D. M., Widiyanto, S., Suyana, N., Cleopatra, M., Sahrazad, S., & Vernia, D. M. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Soft Skill Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Kota Bekasi The Influence of Digital Literacy and Soft Skill to Entrepreneurship Interest in Bekasi City Vocational School Student. 33(1), 463–468.
- Ekatama, M. R., Warisi, D., Arnanda, Y., & Putri, M. A. (2023). Kewirausahaan Berbasis Online Untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa di SMK Negeri 1 Natar. *Ahsana: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 106–110. <https://doi.org/10.59395/ahsana.v1i3.331>
- Faikha, R., & Nurlaili, E. I. (2025). ANALISIS PERAN LITERASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN INTENSI BERWIRAUSAHA DIGITAL: SEBUAH KAJIAN LITERATUR. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 5(1), 10–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.53067/ijebe>
- Galib, M., Faridah, Muharram, & Thanwain. (2024). JOURNAL OF ECONOMICS AND REGIONAL SCIENCE Transformasi Digital UMKM : Analisis Pemasaran Online dan Dampaknya terhadap Ekonomi Lokal di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 4(2), 115–128.

- Hermawansa, Fitria, Y., Saputra, C. E., & Widiastuti, R. (2025). Pelatihan Pembuatan Konten Edukasi Digital Siswa SMKN 3 Seluma Melalui Canva dan CapCut. *Intan Cendekia: JPM*, 6(1), 52–58.
- Jamaluddin, Novita, H., Andronicus, M., Anggoro, M. A., & Purba, M. I. (2024). PKM PELATIHAN E-COMMERCE SEBAGAI BEKAL UNTUK. *Communnity Development Journal*, 5(1), 2463–2467.
- Khoiriyah, R., & Setyowibowo, F. (2022). PENGARUH LITERASI DIGITAL , EFIKASI DIRI DAN LINGKUNGAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA E-BUSINESS MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 181–193.
- Nurjannah, Suparti, D., Hidayat, T., Syamsuriyanti, & Suardi. (2025). PENDAMPINGAN MELALUI DARING PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK MENINGKATKAN SKILL MAHASISWA PGSD. *Communnity Development Journal*, 6(1), 837–843.
- Oktaviani, D., Reswari, R. A., Kariza, C. I., & Febrianawati. (2024). Pengembangan Literasi Kewirausahaan Bagi Siswa SMK Negeri 1 Sungai Raya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 6180–6184. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.50166180>
- Pancawati, R. (2023). Implementasi Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Proyek Digital Marketing untuk Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Calon Lulusan Pendidikan Kejuruan. *EDU RESEARCH*, 4(September). <https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v4i3.99>
- Putri, K., Lubis, D. P., Sadono, D., & Bogor, K. (2024). PENGARUH LITERASI DIGITAL DENGAN HASIL BELAJAR , KECERDASAN EMOSIONAL , KEWIRAUSAHAAN DIGITAL. 28, 119–132.
- Raihana, S., & Junaedi, P. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat. 5(1), 33–41.
- Setiawati, R., Adriani, Z., & Wediawati, B. (2022). Entrepreneurial interest in startup business based on entrepreneurial literacy and digital literacy. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 10(4), 235–250. <https://doi.org/10.22437/ppd.v10i4.18819>
- Ulfa, S. M., & Suharsono, N. (2023). PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN PRAKERIN TERHADAP KESIAPAN BERWIRAUSAHA DIGITAL YANG DIMEDIASI SIKAP KEWIRAUSAHAAN SISWA SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 263–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p263-272>
- Wilujeng, Y. S. S., & Marlina, N. (2025). PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA SISWA KELAS 11 BISNIS DIGITAL SMKN 1 SOOKO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 13(1).