



PENINGKATAN KETERAMPILAN BISNIS DIGITAL UNTUK SISWA SMA GIKI 2 SURABAYA DI ERA TEKNOLOGI

Digital Business Skills Enhancement for SMA Giki 2 Surabaya Students in the Technology Era

Titis Puspitaningrum Dewi Kartika^{1*}, Ikhwan Kholid¹, Aulia Safnira Surya Permata¹, Reza Tianto², Achmad Hanid Baswedan², Abdullah Khoir Riqqoh³, Florentina Meiliana Felixia S³

¹Diploma Keungan dan Perbankan Universitas Hayam Wuruk Perbanas, ²Sarjana Manajemen Universitas Hayam Wuruk Perbanas, ³Sarjana Desain Komunikasi Visual Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Jl. Wonorejo Utara No.16, Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur

*Alamat Korespondensi : titis_puspita@perbanas.ac.id

(Tanggal Submission: 17 Maret 2025, Tanggal Accepted : 20 Mei 2025)



Kata Kunci :

*Bisnis Digital,
Pelatihan
Kewirausahaan,
Digital
Marketing,
Sablon Digital*

Abstrak :

Pelatihan bisnis digital bagi siswa SMA merupakan strategi penting dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan era digital, khususnya dalam bidang kewirausahaan. SMA GIKI 2 Surabaya, sebagai institusi pendidikan yang berfokus pada pengembangan akademik dan karakter siswa, mengimplementasikan program pelatihan bisnis digital bagi siswa kelas XII. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam bidang kewirausahaan, digital marketing, serta produksi produk kreatif yang layak jual. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode observasi dan koordinasi dengan mitra sekolah untuk mengidentifikasi permasalahan utama, termasuk minimnya pemahaman siswa tentang kewirausahaan serta kurangnya keterampilan dalam desain dan produksi bisnis digital. Solusi yang ditawarkan dalam program ini mencakup pelatihan teori kewirausahaan, praktik pembuatan desain kaos sablon menggunakan teknologi Direct to Film (DTF), serta pengenalan dunia kampus melalui kegiatan roadshow. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan siswa. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata nilai dari 6,45 menjadi 9,05, dengan selisih kenaikan sebesar 2,6 poin. Hal ini menunjukkan bahwa siswa mampu memahami materi yang diberikan setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, pelatihan ini juga meningkatkan keterampilan praktis siswa, terutama dalam

desain grafis dan teknik sablon digital. Hasil akhir menunjukkan bahwa setiap peserta berhasil menyelesaikan desain dan sablon kaos tanpa adanya kerusakan atau kesalahan teknis yang diukur dari Indikator keberhasilan program ini diukur melalui peningkatan literasi digital, keterampilan desain grafis, serta kemampuan praktis dalam produksi bisnis digital.

Key word :

*Digital business,
Entrepreneurship
training,
Digital
marketing,
Digital printing*

Abstract :

Digital business training for high school students is a vital strategy in preparing the younger generation to face the challenges of the digital era, particularly in the field of entrepreneurship. SMA GIKI 2 Surabaya, as an educational institution committed to academic and character development, implemented a digital business training program for 12th-grade students. This program aimed to enhance students' understanding and skills in entrepreneurship, digital marketing, and the production of marketable creative products. This community service activity employed observation and coordination with the partner school to identify core issues, including limited student knowledge of entrepreneurship and a lack of skills in digital business design and production. The solutions provided in this program included theoretical entrepreneurship training, practical workshops on T-shirt design using Direct to Film (DTF) technology, and a campus introduction through a roadshow event. The training results indicated a significant improvement in students' understanding and skills. Based on pre-test and post-test assessments, the average score increased from 6.45 to 9.05, reflecting a 2.6-point improvement. This demonstrates that students were able to grasp the training material effectively. In addition, the training enhanced students' practical abilities, particularly in graphic design and digital printing techniques. All participants successfully completed their T-shirt designs and printing without any damage or technical errors. The success indicators of this program were measured through increased digital literacy, graphic design proficiency, and practical capabilities in digital business production.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Kartika, T. P. D., Kholid, I., Permata, A. S. S., Tianto, R., Baswedan, A. H., Riqqoh, A. K., & S, F. M. F. (2025). Peningkatan Keterampilan Bisnis Digital Untuk Siswa Sma Giki 2 Surabaya Di Era Teknologi. *Jurnal Abdi Insani*, 12(5), 1955-1963. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i5.2509>

PENDAHULUAN

SMA Giki 2 Surabaya adalah salah satu sekolah menengah atas swasta di Surabaya, Jawa Timur, yang dikenal memiliki sejarah panjang dalam dunia pendidikan. SMA ini dulunya merupakan bagian dari yayasan pendidikan yang dikelola oleh organisasi GIKI (Gabungan Industri dan Karyawan Indonesia). Yayasan ini didirikan dengan tujuan mendukung pengembangan pendidikan berkualitas di kalangan masyarakat pekerja dan industri di Surabaya. SMA Giki 2 Surabaya telah terakreditasi A yang berlokasi di Jl. Raya Gubeng 45 Surabaya. SMA 2 Giki menempatkan fokusnya pada pengembangan akademik, karakter, dan kegiatan ekstrakurikuler yang beragam untuk mendukung potensi siswa. Dengan lingkungan belajar yang inklusif dan tenaga pengajar yang berdedikasi, sekolah ini terus berupaya memberikan pendidikan berkualitas dan mencetak lulusan yang kompeten serta siap menghadapi tantangan dunia kerja maupun pendidikan tinggi. <https://smagiki2.sch.id/>.



Pelatihan bisnis digital untuk siswa SMA merupakan langkah strategis yang bertujuan untuk mempersiapkan generasi muda menghadapi perkembangan teknologi yang pesat, terutama dalam dunia bisnis yang semakin bergantung pada platform digital (Bungai *et al.*, 2024). Berikut adalah beberapa latar belakang penting terkait pelatihan bisnis digital yang penting untuk siswa SMA:

a) Transformasi Digital dalam Dunia Bisnis

Di era digital, hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk bisnis, mengalami perubahan signifikan. Penggunaan internet, media sosial, e-commerce, dan berbagai platform digital lainnya telah membuka peluang baru dalam berbisnis (Jamaludin *et al.*, 2022). Pelatihan ini memberi pemahaman kepada siswa tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk merintis usaha, memasarkan produk, dan mengelola bisnis (Putri & Hariyanti, 2022).

b) Pentingnya Keterampilan Digital

Keterampilan digital kini menjadi salah satu kompetensi dasar yang dibutuhkan dalam dunia kerja dan kewirausahaan (Warsiyah *et al.*, 2022). Dengan memberi pelatihan bisnis digital, siswa SMA akan memiliki kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai alat dan platform digital, seperti pemasaran digital (digital marketing), analitik web, e-commerce, dan media sosial, yang sangat penting di dunia bisnis modern (Pare & Sihotang, 2023).

c) Mendorong Kreativitas dan Inovasi

Pelatihan bisnis digital dapat menumbuhkan kreativitas dan inovasi di kalangan siswam (Nizar *et al.*, 2023). Mereka tidak hanya belajar tentang teori bisnis, tetapi juga mendapatkan kesempatan untuk menerapkan ide-ide mereka dalam bentuk produk atau layanan yang dapat dipasarkan secara online (Suhariyanto, 2023). Ini juga membuka peluang untuk pengembangan usaha berbasis digital yang dapat dijalankan dengan modal yang relatif kecil.

d) Peluang Karir dan Kewirausahaan

Dengan memahami aspek bisnis digital, siswa SMA dapat lebih siap untuk memasuki dunia kerja atau bahkan memulai usaha mereka sendiri. Kewirausahaan digital memungkinkan mereka untuk memulai bisnis dengan modal yang minim, menggunakan platform digital untuk menjual produk, atau menawarkan layanan secara online (Sihombing *et al.*, 2022). Selain itu, pelatihan digital marketing juga individu untuk berkarir di bidang pemasaran digital, pengelolaan konten, analisis data, dan pengembangan teknologi (Sundari & Lestari, 2022).

e) Meningkatkan Daya Saing

Dunia kerja dan bisnis semakin kompetitif, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi adalah salah satu kunci keberhasilan (Yulaini *et al.*, 2022). Pelatihan bisnis digital memberikan siswa SMA keterampilan yang dapat meningkatkan daya saing mereka, baik dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi maupun dalam mencari peluang kerja atau usaha (Budiyanto *et al.*, 2023).

f) Pengembangan Ekonomi Digital Nasional

Ekonomi digital menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat (Rahmadana, 2021). Pelatihan ini berperan dalam menciptakan talenta-talenta muda yang siap berkontribusi pada sektor ekonomi digital, yang pada gilirannya dapat memperkuat perekonomian nasional. Siswa yang terampil dalam bisnis digital berpotensi menjadi bagian dari ekosistem digital yang lebih besar (Ramli *et al.*, 2022).

METODE KEGIATAN

Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan dilakukan di Ruang C.305 Gedung C Lt.3 (Lab Komputer DKV UHW) Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Senin, 16 Desember 2024, Pukul 09.00 sampai 13.00.



Observasi dan identifikasi kelemahan mitra

Hasil observasi dan identifikasi yang sudah dilakukan, terdapat kendala pada mitra adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan pengembangan softskill dari siswa terutama tentang enterpreneur dan digital marketing sebagai bekal untuk memenangkan persaingan di dunia kerja di masa yang akan datang.
2. Minimnya pengetahuan siswa akan pentingnya memiliki jiwa enterpreneurship sejak dini, dan memunculkan ide bisnis yang sesuai dengan minat dan bakat serta sumber daya yang dimiliki oleh siswa-siswi sekolah menengah atas.
3. Kebutuhan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat produk yang layak jual dan diminati oleh konsumen, khususnya praktek kerja langsung dalam pembuatan produk kreatif yang sesuai dengan minat dan bakat siswa.
4. Kebutuhan akan literasi jenjang pendidikan tinggi atau persiapan memasuki jenjang pendidikan di perguruan tinggi yang berkualitas.

Walaupun ditemukan beberapa masalah yang terjadi, SMA GIKI 2 Surabaya memiliki kelebihan, diantaranya:

- a. SMA GIKI 2 Surabaya terakreditasi A dan berada di tengah Kota Surabaya yang dapat diakses dengan kendaraan umum yang ada di Surabaya.
- b. Fasilitas dan ekosistem sekolah yang sangat baik untuk mendukung proses belajar dan pembelajaran siswa-siswi
- c. Ektrakurikuler yang bervariasi dan berprestasi di berbagai jenjang turnamen yang di ikuti oleh siswa dan siswi SMA GIKI 2 Surabaya Metode ini bertujuan agar kegiatan abdimas ini berjalan efektif, efisien dan tepat sasaran.

Penawaran Solusi Pada Mitra

Adapun penawaran solusi pada permasalahan diatas yaitu:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pelatihan di SMA 2 Giki Surabaya

Tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan pelatihan di SMA 2 Giki Surabaya yaitu:

1. Berkoordinasi dengan guru pendamping kelas terutama kelas XII, terpilihnya kelas XII dikarenakan siswa tersebut akan segera lulus dan dapat langsung mempraktikkan hasil pelatihan tersebut.
2. Berkoordinasi dengan siswa kelas XII terkait dasar kemampuan dan keterampilan yang dimiliki terkait bisnis digital dan pemilihan hanya 1 kelas yang akan mendapatkan pelatihan ini sesuai dengan kegiatan P5 yang dimiliki.

3. Kegiatan pelatihan tentang teori kewirausahaan yang dilakukan di SMA 2 Giki Surabaya dimana kegiatan ini akan dilaksanakan pada bulan Januari 2025 dan didampingi dengan guru pendamping.
4. Dari hasil kegiatan pelatihan ini akan dikoordinasikan terkait desain untuk saos sablon sebagai bahan pelatihan untuk kegiatan berikutnya. Desain ini akan menampilkan logo UHW Perbanas dan logo SMA 2 Giki Surabaya.
5. Setelah desain sudah tersebut maka dilanjutkan dengan pelatihan berikutnya yaitu praktik pembuatan kaos sablon. Praktik ini dilakukan di kampus UHW Perbanas, sehingga siswa kelas XII akan dapat ke kampus UHW Perbanas.
6. Selain siswa diajarkan tentang praktik, mereka juga kami kenalkan dengan dunia atau lingkungan kampus dan pengenalan program studi yang ada.
7. Setelah pelatihan selesai dilakukan, kami mengadakan FGD kembali dengan guru pendamping terkait hasil evaluasi selama pelatihan, serta kami juga meminta saran dan masukan dari guru pendamping.
8. Setelah evaluasi dilakukan maka hasil desain dan cetak kaos oblong akan kami bagikan ke siswa pelatihan tersebut.
9. Langkah berikutnya adalah pembuatan laporan kegiatan yang merupakan hasil FGD dan pelatihan yang telah dilakukan.

Berikut adalah beberapa contoh desain dan hasil sablon digital yang siap diaplikasikan pada beberapa media seperti kaos:



Gambar 2. Hasil Sablon Digital yang Siap diaplikasikan

Praktik dan pendampingan yang diberikan kepada siswa berupa pengetahuan tentang merek dagang, penciptaan merek pada clothing line, bisnis dalam cetak digital, perancangan model sampai dengan pengaplikasian hasil rancangan dan model yang dilakukan oleh siswa sebelumnya pada media yang sudah disediakan. Pengaplikasian Rancangan menggunakan cetak DTF (*Direct To Film*) sejenis sablon untuk mencetak langsung pada kertas transfer film untuk bahan tekstil seperti kain, bahan kaos, canvas maupun jersey.



Gambar 3. Perlengkapan Alat Cetak DT

Langkah terakhir dari rangkaian kegiatan yang diberikan kepada siswa adalah memperkenalkan kehidupan kampus melalui kegiatan roadshow goes to campus yang akan dipandu oleh mahasiswa untuk memberikan gambaran bagaimana kegiatan perkuliahan dan lingkungan kampus kepada siswa dan siswi agar dapat memberikan gambaran tentang proses perkuliahan di Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

Indikator Keberhasilan

Salah satu yang menjadi indikator keberhasilan pada pelatihan ini yaitu dengan pertama mengukur peningkatan kemampuan siswa dengan dilakukan pre test sebelum pelatihan dan post test setelah pelatihan. Kedua, mengukur keterampilan siswa dalam mendesain dan membuat kaos sablon dengan menilai hasil kaos tersebut.

Output yang akan dihasilkan pada pelatihan ini diharapkan siswa mampu meneruskan kegiatan ini sebagai bentuk usaha dalam berwirausaha. Usaha tersebut nantinya akan bisa dipasarkan melalui media sosial yang sangat familiar di kalangan siswa bisa berupa instagram yang dikemas dalam foto produk yang menarik. Instagram mampu menjadi penggerak dalam setiap tahap proses pemasaran. Mulai dari penyampaian pesan melalui posting-an gambar produk, proses penerimaan dan pengelelolaan tanggapan (respon) dari pelanggan, hingga kepada penerimaan umpan balik (feedback) dari pelanggan (Sudirwo *et al.*, 2021). Media sosial Instagram menunjukkan bahwa komunikasi foto yang dikemas secara kreatif menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam menarik perhatian konsumen akan tempat tujuan wisata (Rizky *et al.*, 2020). Dengan instagram, dapat dilakukan penyaringan target pasar dengan tepat sasaran berdasarkan informasi yang disajikan. Selain itu dengan instagram dapat diakses melalui jaringan internet setiap saat dan dimanapun, baik dari komputer maupun dari handphone. (Kurniawan, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan digital bisnis dilakukan pada hari Senin 16 Desember 2023 pukul 09.00 sampai dengan 13.00 yang berlokasi di ruang laboratorium DKV UHW Perbanas Surabaya. Kegiatan ini dihadiri oleh guru pendamping sekolah yaitu Bapak Yulio Radityo Prambudi beliau selaku guru pendampig ekstra multimedia dan desain grafis. Kegiatan ekstra kurikuler di SMA Giki 2 ini diikuti mulai kelas X sampai dengan kelas XII. Peserta pelatihan ini diikuti oleh peserta yang mengikuti ekstra kurikuler yang berjumlah 20 peserta, sehingga kelas siswa tersebut beraekaragam mulai kelas 1 sampai dengan kelas 3 SMA.

Kegiatan ini dimulai dari penjemputan siswa oleh tim abdimas UHW dari SMA Giki 2 ke kampus UHW Perbanas. Pelatihan dimulai pukul 09.10 diawali dengan pemberian soal pre test dan diakhiri dengan soal pre test. Setelah itu pemberian sesi materi tentang teori digital bisnis dan praktik menyablon kaos. Untuk desain kaos tersebut sudah dibuatkan oleh tim abdimas dan sudah dilakukan pencetakan sehingga saat pelatihan siswa sudah bisa langsung menyablon kaos tersebut. Kami menyediakan kaos oblong untuk seluruh peserta kegiatan. Dimana setelah sesi materi selesai, siswa diminta untuk menyablon sendiri-sendiri kaos tersebut. Sehingga mereka dapat secara langsung membuat kaos sablon sendiri dan mempraktikkannya. Siswa sangat antusias dengan praktik menyablon tersebut, begitu juga dengan antusias dengan materi yang diberikan. Berikut hasil pre dan post siswa SMA 2 Giki Surabaya:

Tabel 1. Rekap Hasil Penilaian Pre dan Post Test saat Pelatihan

NO	NAMA	KELAS	POST	PRE	KENAIKAN (POINT)
1	FAIDA SYAFIRA	XI-1	9	8	1
2	NARGIS AURELLA G.M	XI-1	10	5	5
3	TIARA MAYA W	XI-1	9	7	2

NO	NAMA	KELAS	POST	PRE	KENAIKAN (POINT)
4	LILLY VERA ASTARITA	XII 1	10	9	1
5	CHRISTO B.K	XII 1	9	7	2
6	GEDE WIRUNATHA	XII 1	9	8	1
7	RACHMAD TJAHJO RAMADHAN	XII 1	9	8	1
8	FILLIA	X-5	10	7	3
9	FIRZZA PAKARTI SHALIHATIN	X-5	9	2	7
10	NUR INDIAH	X-3	10	9	1
11	INGGRID ZAHRA FAJRI	X-3	10	8	2
12	LAVEYENDA KIARA	X-3	8	6	2
13	RAISYAH ROSENAYIA	X-3	9	8	1
14	AHMAD YASIN	XII-1	9	7	2
15	RHEINDRA ARDIAN	XII-1	9	6	3
16	REYHAN DATHAN VELAI	XII-1	9	6	3
17	REYNA AURA SAFIRA MILANA	X-3	7	7	0
18	NADYA VALENCIA	X-3	8	7	1
19	IRLITA OKTAVIA	XII-1	9	1	8
20	KINARYOSHI	XII-1	9	3	6
RATA-RATA			9.05	6.45	2.6

Dari hasil pre dan post test tabel 1 didapat bahwa rata-rata nilai pre test 6,45 sedangkan nilai post test 9,05 terdapat kenaikan yang sangat signifikan. Jika dilihat dari rata-rata selirih kenaikan pre ke post tes didapat 2,6 point kenaikan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan pemberian materi dan praktik siswa mampu memahami materi yang disampaikan dan terjadi peningkatan pengetahuan akan digital bisnis. Tidak hanya peningkatan pengetahuan, pelatihan ini juga dapat meningkatkan keterampilan. Hal ini tampak seperti Gambar 1 dimana setiap peserta membuat sablon untuk kaosnya masing-masing dan hasilnya tidak ada yang rusak, tidak ada tinta sablon yang lengket/luntur sehingga proses sablon menjadi berkualitas.



Gambar 4. Hasil Sablon Kaos Setiap Peserta

Hasil yang dicapai

Berikut beberapa hasil yang diperoleh dari pelatihan tersebut antara lain:

1. Terjadinya peningkatan pengetahuan tentang digital literacy dari yang sebelumnya kurang paham tentang digital bisnis menjadi lebih paham. Hal ini juga dapat mengembangkan

pengetahuan tentang strategi digital marketing. Terbukti pada hasil pre dan post test pada tabel 4.1 diman terjadi peningkatan yang signifikan.

2. Terjadinya peningkatan keterampilan dari yang sebelumnya kurang bisa membuat desain menjadi mahir dalam membuat desain grafis. Hal ini dibuktikan dengan hasil desain yang dibuat oleh siswa tersebut.
3. Terjadinya peningkatan keterampilan baru dari yang sebelumnya tidak bisa sama sekali dalam menyablon kaos menjadi sangat mahir dalam menyablon. Hal ini terbukti dari hasil sablon setiap peserta yang dibuktikan pada gambar 4.1.

Penyajian hasil dan pembahasan sebaiknya sesuai dengan metode kegiatan yang dilaksanakan. Apabila metode kegiatan terdiri dari tiga langkah, maka hasil dan pembahasan juga menguraikan ketiga langkah pada bagian metode tersebut. Pada BAB ini juga dapat disampaikan tentang kendala-kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan serta respon dan tanggapan dari para stakeholder. Penyampaian hasil dan pembahasan akan lebih bagus apabila disajikan dalam bentuk Gambar, Tabel, dan Grafik yang mendukung. Penulis harus menyajikan bab ini dengan maksimal. Harapannya adalah para pembaca dapat mengambil pelajaran dari kegiatan yang telah penulis lakukan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan selesainya kegiatan ini kami tim abdimas Universitas Hayam Wuruk Perbanas berterima kasih kepada :

1. Seluruh Civitas akademika Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya yang telah mendukung kegiatan kami.
2. Kepada Mitra kami SMA GIKI 2 Surabaya yang sudan mendukung dan berpartisipasi aktif mendukung kegiatan abdimas ini.
3. Kepada seluruh Tim Abdimas yang telah berkoordinasi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, M. A., Prihadi, D., Irawan, B. H., & Irsyad, F. (2023). Peningkatan Literasi Digital Student-preneurship Pada SMA Ihsaniyah di Kota Tegal. *Jurnal Abdimas PHB Vol, 6*(4).
- Bungai, J., Perdana, I., Supriyadi, S., & Pancawati, R. (2024). Edukasi kewirausahaan berbasis digital melalui pelatihan dan pendampingan bagi siswa tingkat Sekolah Menengah Atas. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 8*(2), 1497–1506.
- Jamaludin, M., Sulistianto, S. W., MI, A., MM, M., Marthalia, D., Wikansari, R., Fachrurazi, H., Hiswanti, S., Ikom, M., & Indrayani, E. (2022). *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi, 11*(2).
- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas, 8*(2).
- Pare, A., & Sihotang, H. (2023). Pendidikan holistik untuk mengembangkan keterampilan abad 21 dalam menghadapi tantangan era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 7*(3), 27778.
- Putri, O. A., & Hariyanti, S. (2022). Review artikel: Transformasi digital dalam bisnis dan manajemen. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy, 1*(1), 135–166.
- Rahmadana, M. F. (2021). *Ekonomi Digital*. Nilacakra.
- Ramli, T., Sukarsa, D., Zamil, Y. S., Muttaqin, Z., Putri, S. A., Cahyadini, A., Ramadayanti, E., Millaudy, R. A., Hidayat, M. J., & Aurellia, B. (2022). Pemanfaatan teknologi bagi siswa dalam menyokong

- peningkatan ekonomi digital dan upaya menghadapi era society 5.0. *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 6(1), 81–98.
- Rizky, M. M., Rizky, M. M., & Sari, T. N. (2020). The Influence of Instagram Social Media Against Traveling Interest. *Proceedings of The ICECRS*, 8, 1–12. <https://doi.org/10.21070/icecrs2020479>
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Sudirwo, S., Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.35130/jrimk.v5i1.178>
- Suhariyanto, D. (2023). Pelatihan Pengelolaan SDM di Era Digital pada UMKM. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 27–32.
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99.
- Warsiyah, W., Madrah, M. Y., Muflihin, A., & Irfan, A. (2022). Urgensi Literasi Digital bagi Pendidik dalam Meningkatkan Keterampilan Mengelola Pembelajaran. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 22(1), 115–132.
- Yulaini, E., Pramika, D., Hodsay, Z., Rachmawati, D. W., Gunawan, H., Toyib, M., Permatasari, N., & Suryani, I. (2022). Pelatihan dan Workshop Kewirausahaan Berbasis Digital di Sekolah. *Wahana Dedikasi: Jurnal PkM Ilmu Kependidikan*, 5(1), 151–156.