

Pemberdayaan Siswa MA An-Nidham melalui Pelatihan Penjualan Produk Digital Berbasis E-Book pada Era Ekonomi Digital

Langlang Handayani^{1*}, Zunita Nawang Sari², Nurul Zahrotu Shitaq³ Raihan Aditya Hasya Putra⁴

¹⁻⁴Program Studi Pendidikan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Correspondence to: langlanghandayani@mail.unnes.ac.id

Abstract: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap bisnis digital di MA An-Nidham, khususnya dalam pemasaran e-book sebagai produk digital di era ekonomi digital. Program ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan akan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan sebagai respons terhadap pesatnya perkembangan teknologi. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan konsep bisnis digital serta memberikan panduan praktis dalam pembuatan dan pemasaran e-book. Metode yang digunakan adalah pendekatan pelatihan partisipatif dengan desain mixed methods yang terdiri dari pretest, penyampaian materi, diskusi interaktif, dan posttest. Hasil pretest menunjukkan bahwa pemahaman awal siswa masih relatif rendah. Setelah pelatihan, siswa menunjukkan peningkatan signifikan dalam memahami konsep bisnis digital, mengenali produk digital, serta memandang e-book sebagai produk yang memiliki nilai ekonomi. Selain itu, siswa juga menunjukkan partisipasi aktif dan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis praktik dan interaktif efektif dalam meningkatkan literasi digital serta mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan siswa.

Keywords: ekonomi digital, literasi digital, e-book, kewirausahaan, pelatihan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era ekonomi digital saat ini telah membawa transformasi fundamental pada berbagai sektor kehidupan, terutama dalam reorganisasi model pendidikan dan strategi kewirausahaan global (Dwivedi et al., 2021). Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) kini telah berkembang secara eksponensial dan mendominasi sebagian besar struktur interaksi serta aktivitas produktif manusia di ruang siber (Vargo et al., 2021). Optimalisasi internet dalam ekosistem ekonomi modern memungkinkan integrasi pemasaran barang dan jasa yang lebih luas tanpa hambatan geografis bagi para pelaku usaha (Kurniawan et al., 2022). Akselerasi teknologi ini secara langsung membuka spektrum peluang usaha berbasis digital yang inklusif dan dapat diakses dengan mudah oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk siswa sekolah menengah (Nanda et al., 2023).

Meskipun akses terhadap teknologi semakin terbuka, tingkat literasi digital dan kematangan pemahaman kewirausahaan di kalangan siswa masih menunjukkan defisit yang cukup signifikan (Nasution et al., 2024). Fenomena ini menciptakan kesenjangan kognitif antara pesatnya ketersediaan perangkat teknologi dengan kemampuan individu untuk memanfaatkannya secara produktif dan bernilai ekonomi (Syam et al., 2023). Minimnya pemahaman mengenai potensi teknologi sebagai instrumen pencipta nilai menunjukkan urgensi adanya intervensi edukatif yang mengombinasikan teori dengan keterampilan praktis (Aini et al., 2023). Oleh karena itu, penguatan literasi digital menjadi pilar utama dalam kurikulum non-formal guna memastikan siswa mampu mengelola informasi secara efektif dan etis dalam lingkungan bisnis digital (Gultom et al., 2022).

Implementasi literasi digital yang mumpuni harus diakselerasi dengan pengembangan kewirausahaan digital sebagai strategi pemanfaatan teknologi untuk menciptakan lapangan kerja yang adaptif (Zhao & Zhang, 2022). Kewirausahaan digital diidentifikasi sebagai katalisator penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi nasional melalui inovasi yang lebih efisien dan berbasis data (Ferreira et al., 2021). Penggunaan platform media digital, seperti e-book, telah terbukti secara empiris efektif sebagai media pembelajaran sekaligus produk digital yang memiliki daya saing tinggi di pasar (Pratama et al., 2021). Integrasi ini tidak hanya meningkatkan minat siswa untuk berinovasi, tetapi juga memberikan pengalaman nyata dalam mengelola aset digital yang memiliki nilai komersial (Soleh et al., 2023).

Namun demikian, kajian yang secara spesifik mengintegrasikan literasi digital dengan pelatihan penjualan produk e-book pada segmen siswa Madrasah Aliyah masih sangat terbatas dalam literatur saat ini (Hidayat et al., 2023). Kebutuhan akan model pemberdayaan yang komprehensif menjadi krusial untuk menjembatani keterbatasan keterampilan teknis dalam pemasaran digital di lingkungan sekolah (Putra & Santoso, 2024). Berdasarkan urgensi tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan siswa MA An-Nidham melalui pelatihan intensif penjualan produk digital berbasis e-book. Fokus utama penelitian ini adalah meningkatkan literasi bisnis digital, menumbuhkan intensi kewirausahaan, serta membekali siswa dengan kapabilitas praktis dalam mengoptimalkan platform digital sebagai saluran pemasaran yang efektif.

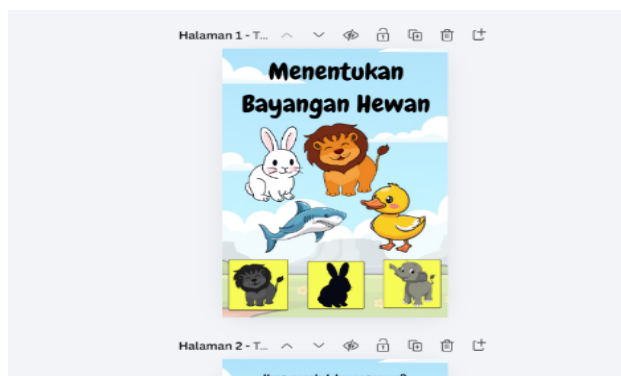
METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif yang melibatkan siswa secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan pembelajaran. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan siswa sehingga proses pembelajaran tidak hanya berlangsung satu arah, tetapi juga memberikan kesempatan kepada siswa untuk memahami dan mempraktikkan materi secara langsung. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) yang mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif guna memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman siswa melalui hasil pretest, sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis partisipasi, respons, dan perubahan pemahaman siswa selama kegiatan berlangsung melalui observasi dan posttest lisan. Seluruh tahapan penelitian dirancang secara sistematis agar dapat direplikasi pada kondisi dan lingkungan pembelajaran yang serupa.

Subjek penelitian ini adalah 27 siswa kelas XI SMA yang terdiri atas siswa laki-laki dan perempuan dari jurusan IPA dan IPS. Seluruh peserta mengikuti kegiatan dalam satu sesi pembelajaran tatap muka yang dilaksanakan secara langsung di dalam kelas selama ± 120 menit dalam satu kali pertemuan. Durasi kegiatan merupakan penyesuaian dari rencana awal selama 60 menit yang mengalami perubahan akibat kendala teknis pada peralatan dan faktor pendukung lainnya. Penelitian dilaksanakan menggunakan beberapa perangkat pendukung, yaitu laptop, proyektor, akses internet, Microsoft PowerPoint sebagai media presentasi, kertas lembar pretest, alat tulis, serta platform digital Lynk.id sebagai media distribusi produk digital. Spesifikasi perangkat yang digunakan meliputi laptop dengan koneksi internet aktif untuk mengakses platform digital serta proyektor untuk menampilkan materi dan demonstrasi penggunaan platform secara langsung kepada siswa.

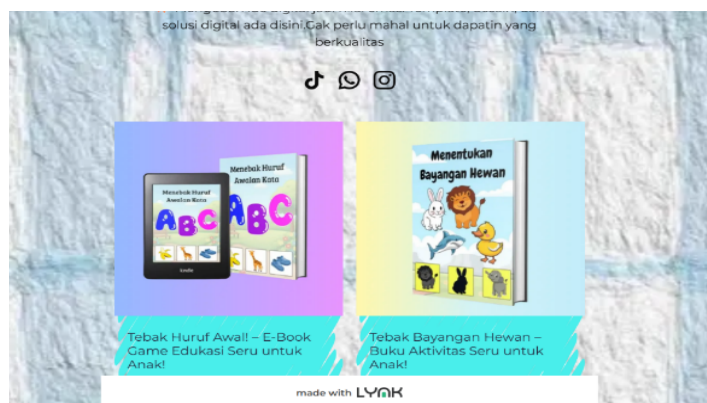
Prosedur penelitian terdiri atas empat tahap utama, yaitu pretest, penyampaian materi, sesi tanya jawab, dan posttest. Tahap pretest dilakukan pada awal kegiatan untuk mengukur pemahaman awal siswa mengenai bisnis digital, produk digital, dan e-book. Pelaksanaan pretest menggunakan media kertas dan alat tulis sesuai kebijakan sekolah yang tidak memperbolehkan penggunaan telepon genggam selama kegiatan berlangsung. Instrumen pretest terdiri atas lima soal uraian yang dikerjakan siswa dalam waktu 15 menit dengan penilaian berdasarkan ketepatan dan kelengkapan jawaban. Hasil pretest digunakan sebagai data awal untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa sebelum mengikuti pelatihan.

Tahap berikutnya adalah penyampaian materi mengenai konsep bisnis digital, jenis dan karakteristik produk digital, serta e-book sebagai salah satu bentuk produk digital yang memiliki nilai ekonomi. Materi juga mencakup strategi dasar pemasaran digital dan pengenalan platform Lynk.id sebagai media distribusi dan promosi produk digital. Penyampaian materi dilakukan menggunakan Microsoft PowerPoint yang ditampilkan melalui proyektor sehingga siswa dapat memahami materi secara visual dan sistematis. Proses pembelajaran didukung oleh penggunaan laptop dan koneksi internet agar demonstrasi penggunaan platform digital dapat dilakukan secara langsung. Selain penyampaian teori, siswa juga diberikan contoh implementasi bisnis digital melalui penjualan e-book agar siswa memahami penerapan materi dalam praktik nyata. Pada tahap praktik, siswa diberikan pelatihan pembuatan produk digital berupa e-book sederhana yang disusun secara bertahap. Proses pembuatan e-book diawali dengan menentukan tema atau topik yang sesuai dengan minat siswa, kemudian siswa menyusun isi materi menggunakan aplikasi Microsoft Word maupun Canva. Setelah isi selesai dibuat, siswa diarahkan untuk menambahkan desain sampul, gambar pendukung, pemilihan warna, serta pengaturan tata letak agar tampilan e-book lebih menarik dan mudah dipahami pembaca. File e-book yang telah selesai kemudian disimpan dalam format PDF agar dapat digunakan sebagai produk digital yang siap dipasarkan. Selain disimpan pada perangkat laptop, file e-book juga dapat disimpan melalui Google Drive maupun penyimpanan Canva sehingga menghasilkan tautan (*link*) digital yang dapat dibagikan dan digunakan sebagai akses penjualan produk e-book secara online. Tahap ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam membuat produk digital yang memiliki nilai guna sekaligus nilai ekonomi.



Gambar 1. Tampilan proses penyusunan dan desain produk digital berupa e-book menggunakan platform Canva

Setelah proses pembuatan e-book selesai, siswa diberikan pelatihan mengenai langkah-langkah mengunggah produk digital ke platform Lynk.id sebagai media distribusi dan pemasaran digital. Tahap pertama dilakukan dengan membuka mesin pencarian internet dan mengakses website Lynk.id melalui browser pada laptop. Selanjutnya, siswa diarahkan untuk membuat akun menggunakan email aktif dan melengkapi data akun seperti nama pengguna, alamat email, serta informasi profil lainnya. Setelah proses pendaftaran selesai, siswa masuk ke halaman utama akun dan memilih menu “My Lynk” yang terletak pada bagian sebelah kiri halaman. Pada tahap berikutnya, siswa memilih menu “Add New Link” kemudian memilih kategori “Digital Product” dan menggunakan “Simple Template” sebagai tampilan produk digital yang akan dipasarkan. Setelah itu, siswa mengisi berbagai informasi mengenai produk e-book yang akan dijual, seperti judul produk, deskripsi produk, harga produk, gambar sampul e-book, serta tautan akses file e-book yang telah disimpan sebelumnya melalui Google Drive atau Canva. Proses ini dilakukan secara langsung menggunakan laptop dan proyektor sehingga seluruh siswa dapat mengamati dan mengikuti setiap langkah penggunaan platform digital secara sistematis.



Gambar 2. Tampilan dashboard akun Lynk.id yang digunakan untuk menambahkan dan mengelola produk digital e-book

Selama penyampaian materi dan praktik berlangsung, dilakukan sesi tanya jawab secara interaktif untuk memberikan kesempatan kepada siswa dalam mengajukan pertanyaan terkait materi maupun penggunaan platform digital. Sesi ini bertujuan untuk memperjelas materi yang belum dipahami serta memperdalam pemahaman siswa mengenai bisnis digital dan pemasaran produk digital. Interaksi yang terjadi selama kegiatan juga digunakan sebagai indikator tingkat partisipasi dan keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran. Dengan demikian, proses pembelajaran berlangsung secara aktif, komunikatif, dan partisipatif. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk menilai tingkat keaktifan, respons, serta kemampuan siswa dalam mengikuti setiap tahapan pelatihan. Pada tahap akhir, dilakukan posttest secara lisan untuk mengukur tingkat pemahaman siswa setelah mengikuti kegiatan pelatihan. Posttest terdiri atas empat pertanyaan utama yang diberikan dalam waktu sekitar 20 menit dengan penilaian berdasarkan ketepatan jawaban, kelengkapan penjelasan, dan kemampuan siswa dalam menjelaskan materi secara langsung. Selain itu, hasil observasi selama kegiatan juga digunakan untuk menilai perubahan tingkat partisipasi dan pemahaman siswa setelah mengikuti pelatihan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif. Data kuantitatif dari hasil pretest dianalisis dalam bentuk persentase untuk mengelompokkan tingkat pemahaman siswa, sedangkan data kualitatif dari hasil observasi dan posttest dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi perubahan pemahaman dan keterampilan siswa setelah kegiatan berlangsung.

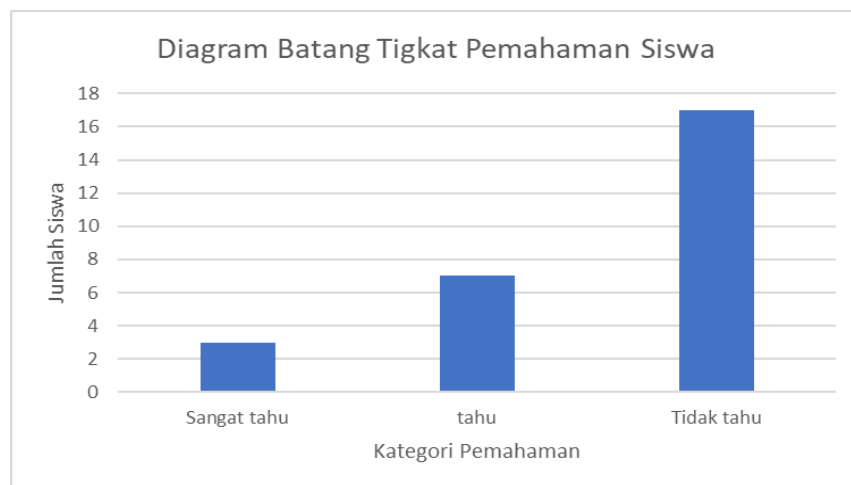
HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui tingkat pemahaman awal siswa terhadap bisnis digital, dilakukan pretest sebelum kegiatan penyampaian materi dilaksanakan. Pretest diberikan kepada seluruh peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman awal siswa mengenai konsep bisnis digital, produk digital, dan pemanfaatan e-book sebagai salah satu produk yang dapat dipasarkan. Hasil pretest digunakan sebagai dasar untuk mengetahui kondisi awal peserta sebelum memperoleh materi yang diberikan oleh tim pengabdian.



Gambar 3. Pelaksanaan pretest pemahaman konsep bisnis digital.

Hasil pretest menunjukkan bahwa sebagian besar siswa masih berada pada kategori “tidak tahu”, sedangkan hanya sebagian kecil siswa yang berada pada kategori “tahu” dan “sangat tahu”. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman awal siswa mengenai bisnis digital, produk digital, serta pemanfaatan e-book masih tergolong rendah. Distribusi tingkat pemahaman awal siswa terhadap konsep bisnis digital disajikan pada Diagram 1.



Gambar 4. Tingkat Pemahaman Awal Siswa terhadap Konsep Bisnis Digital

Berdasarkan hasil pretest, dapat diketahui bahwa siswa belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai konsep bisnis digital dan peluang pemanfaatannya sebagai kegiatan kewirausahaan. Kondisi ini menjadi dasar dalam penyusunan materi yang disampaikan kepada peserta. Materi yang diberikan meliputi pengenalan bisnis digital, jenis-jenis produk digital, serta pemanfaatan e-book sebagai salah satu produk digital yang memiliki nilai ekonomi.



Gambar 5. Penyampaian materi bisnis digital kepada siswa

Selama kegiatan penyampaian materi berlangsung, siswa menunjukkan partisipasi yang aktif dalam mengikuti kegiatan. Hal ini terlihat dari keterlibatan siswa dalam menyimak materi, mengajukan pertanyaan, serta

memberikan tanggapan terhadap penjelasan yang disampaikan oleh pemateri. Interaksi yang terjadi selama kegiatan menunjukkan adanya ketertarikan siswa terhadap topik bisnis digital dan pemanfaatan teknologi sebagai peluang usaha di era digital. Setelah memperoleh materi, sebagian besar siswa mampu menjelaskan kembali konsep dasar bisnis digital, mengenali berbagai jenis produk digital, serta memahami e-book sebagai salah satu produk digital yang dapat dikembangkan dan dipasarkan. Selain itu, siswa mulai memahami peluang pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha dan pemasaran produk. Peningkatan pemahaman tersebut terlihat dari kemampuan siswa dalam menjawab pertanyaan yang diberikan selama sesi diskusi dan evaluasi akhir kegiatan. Sebagai penutup kegiatan, dilakukan sesi dokumentasi bersama antara tim pengabdian, siswa, dan guru pendamping. Dokumentasi ini menunjukkan keterlibatan seluruh peserta serta dukungan pihak sekolah terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan berlangsung dengan lancar dan mendapat respons positif dari peserta maupun guru pendamping.



Gambar 6. Foto bersama tim pengabdian dan guru pendamping



Gambar 7. Foto bersama tim pengabdian dan siswa

Berdasarkan hasil pretest, respons siswa selama kegiatan, serta peningkatan pemahaman setelah penyampaian materi dan diskusi, diperlukan pembahasan lebih lanjut untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kondisi awal siswa serta efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan. Analisis terhadap hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa kondisi awal siswa ditandai dengan pemahaman yang masih rendah terhadap konsep bisnis digital (Nasution et al., 2024). Rendahnya pemahaman awal tersebut menunjukkan bahwa literasi digital siswa masih berada pada tingkat dasar, sehingga membatasi kemampuan mereka dalam mengeksplorasi peluang ekonomi di ruang digital (Syam et al., 2023). Kondisi ini juga menunjukkan adanya keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi secara optimal untuk kegiatan yang menghasilkan nilai ekonomi, di mana perangkat digital belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana kewirausahaan (Putra & Santoso, 2024). Selain itu, rendahnya literasi informasi juga menjadi salah satu faktor yang menghambat penguasaan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi di tingkat sekolah menengah (Aini et al., 2023).

Kondisi awal tersebut juga dipengaruhi oleh terbatasnya paparan materi kewirausahaan digital yang relevan dalam pembelajaran sebelumnya (Gultom et al., 2022). Pembelajaran yang cenderung bersifat teoritis tanpa disertai praktik langsung membuat siswa kesulitan dalam menghubungkan konsep bisnis digital dengan penerapannya dalam kehidupan nyata (Hidayat et al., 2023). Selain itu, kurangnya integrasi teknologi dalam proses pembelajaran kewirausahaan turut menyebabkan siswa belum siap menghadapi perkembangan dunia digital yang semakin cepat (Dwivedi et al., 2021). Oleh karena itu, pemberian materi mengenai bisnis digital dalam kegiatan ini menjadi langkah awal untuk memperkenalkan konsep tersebut secara lebih kontekstual kepada siswa (Nanda et al., 2023). Hasil observasi menunjukkan bahwa pada awal kegiatan, sebagian besar siswa berada pada kategori “tidak tahu”, yang

menunjukkan bahwa pemahaman mereka terhadap produk digital masih belum merata (Soleh et al., 2023). Kondisi ini menegaskan pentingnya penggunaan metode penyampaian materi yang lebih kontekstual, aplikatif, dan sesuai dengan perkembangan ekonomi digital saat ini (Ferreira et al., 2021). Melalui penyampaian materi dan diskusi, siswa mulai mampu membangun pemahaman dasar mengenai konsep bisnis digital secara lebih terarah (Zhao & Zhang, 2022). Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan sederhana berupa pemberian materi dan diskusi tetap dapat membantu meningkatkan pemahaman awal siswa (Karim et al., 2022). Peningkatan pemahaman siswa setelah penyampaian materi dan diskusi menunjukkan bahwa proses pembelajaran sederhana tetap memiliki efektivitas dalam meningkatkan pemahaman konsep (Pratama et al., 2021). Melalui penjelasan materi dan sesi diskusi, siswa tidak hanya memahami konsep dasar, tetapi juga mulai mengenali e-book sebagai salah satu produk digital yang memiliki nilai ekonomi (Hidayat et al., 2023). Kegiatan ini membantu siswa menghubungkan materi yang disampaikan dengan contoh nyata dalam dunia digital (Vargo et al., 2021). Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa interaksi dalam bentuk penjelasan dan diskusi dapat membantu memperkuat pemahaman konsep (Kartawaria & Normansah, 2023).

Keberhasilan kegiatan ini juga didukung oleh metode penyampaian yang interaktif melalui diskusi dua arah antara pemateri dan siswa (Lestari & Merthayasa, 2023). Penggunaan media seperti presentasi membantu siswa memahami konsep pemasaran digital yang sebelumnya masih terasa abstrak (Putra & Santoso, 2024). Keterlibatan siswa dalam sesi diskusi juga meningkatkan minat, pemahaman, dan kepercayaan diri mereka terhadap konsep kewirausahaan digital (Syam et al., 2023). Kombinasi antara penyampaian materi dan diskusi membantu meningkatkan kesiapan awal siswa dalam memahami perkembangan ekonomi digital (Aini et al., 2023). Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pemberian materi mengenai bisnis digital yang disertai diskusi efektif dalam meningkatkan pemahaman awal siswa terhadap literasi digital dan kewirausahaan (Soleh et al., 2023). Pendekatan sederhana ini mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan awal siswa yang masih rendah dengan konsep dasar bisnis digital (Karim et al., 2022). Kegiatan ini juga relevan dengan kebutuhan siswa dalam memahami perkembangan teknologi di era digital saat ini (Aini et al., 2023; Nasution et al., 2024). Pemanfaatan e-book sebagai contoh produk digital juga membantu siswa memahami bahwa produk digital dapat memiliki nilai ekonomi (Hidayat et al., 2023; Pratama et al., 2021).

Namun demikian, kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan, terutama karena hanya berupa penyampaian materi dan diskusi singkat sehingga pemahaman mendalam masih terbatas (Zhao & Zhang, 2022). Perbedaan kemampuan awal siswa juga menyebabkan tingkat pemahaman yang dihasilkan belum sepenuhnya merata (Nasution et al., 2024). Waktu yang terbatas membuat eksplorasi materi secara mendalam belum dapat dilakukan secara optimal (Vargo et al., 2021). Selain itu, variasi kemampuan digital siswa juga memengaruhi kecepatan mereka dalam memahami materi yang disampaikan (Ferreira et al., 2021). Sebagai saran, kegiatan serupa sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dengan integrasi dalam pembelajaran sekolah (Gultom et al., 2022; Ferreira et al., 2021). Penyampaian materi dengan durasi yang lebih panjang serta diskusi yang lebih mendalam diharapkan dapat meningkatkan pemahaman siswa secara lebih optimal (Putra & Santoso, 2024). Selain itu, penguatan melalui diskusi lanjutan, penggunaan contoh kasus, serta keterlibatan guru dalam tindak lanjut pembelajaran dapat membantu meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep bisnis digital (Syam et al., 2023). Upaya ini diharapkan dapat mendukung terciptanya pemahaman yang lebih baik terhadap perkembangan teknologi di era digital saat ini (Dwivedi et al., 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan penjualan produk digital berbasis e-book dengan pendekatan partisipatif efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep bisnis digital secara signifikan. Keterlibatan aktif siswa yang didukung oleh metode pembelajaran interaktif dan penggunaan media berbasis teknologi terbukti memberikan pengalaman belajar yang lebih bermakna, konkret, dan mudah dipahami. Hasil ini menegaskan bahwa integrasi antara praktik langsung dan strategi komunikasi dua arah mampu menjadi solusi efektif dalam mengatasi rendahnya literasi digital di tingkat sekolah menengah. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan model pelatihan yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan ekonomi era digital, sekaligus memperkuat kesiapan siswa dalam mengidentifikasi serta mengoptimalkan peluang usaha berbasis teknologi di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak MA An-Nidham yang telah memberikan izin dan mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada guru dan siswa yang telah berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Langlang Handayani, M.App.Sc selaku dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan yang telah memberikan arahan dan dukungan selama pelaksanaan kegiatan hingga penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis mengapresiasi semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., Lutfiani, N., Hanafi, M. S., & Akabri, A. P. (2023). Application of Digital Entrepreneurship in the Era of the Digital Economy. *Journal of Business and Economic Research (JBER)*, 4(1), 45-52. <https://doi.org/10.47065/jber.v4i1.3120>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., et al. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Ferreira, F. A. (2021). To Be or Not to Be Digital: Keep It Simple. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120613. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120613>
- Gultom, S., Hutagalung, S., & Pangaribuan, J. (2022). Literasi Digital dan Dampaknya Terhadap Perilaku Ekonomi Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 19(1), 55-64. <https://doi.org/10.21831/jep.v19i1.45120>
- Hidayat, R., Sukanto, S., & Rahmawati, E. (2023). Digital Content Marketing through E-books: A New Perspective for Vocational Students. *Journal of Educational Research and Evaluation*, 7(2), 189-198. <https://doi.org/10.23887/jere.v7i2.56431>
- Karim, A., Sumpena, A., & Rahmat, A. (2022). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan Digital dalam Meningkatkan Kompetensi Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 17(1), 12-21. <https://doi.org/10.17977/um041v17i1p12-21>
- Kartawaria, A. S., & Normansah, N. (2023). Partisipasi Aktif dalam Pelatihan Digital Entrepreneurship bagi Generasi Muda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Terpadu*, 2(2), 88-97. <https://doi.org/10.54082/jpmt.115>
- Kurniawan, R., Setiawan, A., & Zalisman. (2022). Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Produk Hasil Usaha Siswa di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1234-1241. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.3155>
- Lestari, P. S., & Merthayasa, I. G. N. (2023). Pemanfaatan Media Visual dalam Transformasi Digital Learning di Era Ekonomi Baru. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 11(2), 245-256. <https://doi.org/10.31800/jtp.v11i2.4432>
- Nanda, A. K., Iftekar, H., & Karim, M. R. (2023). Digital Entrepreneurship and Youth Empowerment in Developing Economies. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 13(1), 1-15. <https://doi.org/10.1186/s40497-023-00354-w>
- Nasution, A. H., Sari, P., & Ramadhani, S. (2024). Analisis Hambatan Literasi Digital pada Generasi Z dalam Berwirausaha. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 210-225. <https://doi.org/10.35313/jibes.v7i2.5432>
- Pratama, M. A., Rohayati, S., & Harti. (2021). Pengembangan E-Book Berbasis Digital Entrepreneurship untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 115-122. <https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p115-122>
- Putra, D. A., & Santoso, B. (2024). Strengthening Digital Literacy to Foster Small-Scale Entrepreneurship among Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(1), 402-415. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i1/20102>
- Soleh, A., Kurniawan, D., & Mulyadi. (2023). Pendampingan Pembuatan dan Penjualan E-Book sebagai Produk Digital bagi Siswa Madrasah Aliyah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 650-658. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i8.342>
- Syam, A., Akib, H., & Yunus, M. (2023). Determinants of Digital Literacy and Its Impact on Student Entrepreneurial Intentions. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01890. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1890>
- Vargo, D., Zhu, L., Benwell, B., & Yan, Z. (2021). Digital technology use during COVID-19 pandemic: A rapid review. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(1), 13-24. <https://doi.org/10.1002/hbe2.242>
- Zhao, F., & Zhang, Q. J. (2022). Digital Entrepreneurship, Innovation and Social Change: A Review and Research Agenda. *Sustainability*, 14(21), 14325. <https://doi.org/10.3390/su142114325>