



Pelatihan Kewirausahaan Digital dalam Meningkatkan Keterampilan Bisnis Mahasiswa

Digital Entrepreneurship Training to Improve Students' Business Skills

Mardani Eka Ningrum^{1*}, Sri Mulyeni², Mita Puspita³, Aida Fitriani⁴, Marzuki Marzuki⁵

¹STIA Cimahi, Indonesia

²Universitas Nasional PASIM, Indonesia

³Politeknik LP3I Bandung, Indonesia

⁴⁻⁵Universitas Kapuas, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mardaniekaningrum270378@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 12 Februari 2024;

Revisi: 15 Maret 2026;

Diterima: 05 April 2026;

Terbit: 30 April 2026

Keywords: Business Skills; Community Service; Digital Entrepreneurship; Students; Training.

Abstract: This community service program aims to strengthen students' business skills through digital-based entrepreneurship training. The initiative responds to rapid technological development, requiring students to develop adaptive skills for building businesses in the digital realm to compete globally. Activities were designed using a participatory approach encompassing four stages: planning, training implementation, mentoring, and evaluation. The training combined material delivery, interactive discussions, case analysis, and hands-on practice based on the learning by doing principle, with practical sessions focused on creating digital business accounts and developing online marketing strategies. Results indicate a significant improvement in participants' knowledge and skills in digital entrepreneurship, as reflected in pre- and post-training evaluation scores and participants' ability to apply the learned material. The program also positively impacted students' motivation, creativity, and confidence in starting digital businesses. Throughout the activities, participants demonstrated active involvement and high enthusiasm, ultimately producing a simple business plan as a final achievement. Overall, this program contributes meaningfully to improving students' business competencies while fostering an independent and innovative entrepreneurial mindset. Continuous follow-up through mentoring programs and advanced training is recommended to ensure the benefits obtained can develop optimally.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat keterampilan bisnis mahasiswa melalui pelatihan kewirausahaan berbasis digital sebagai respons terhadap pesatnya perkembangan teknologi yang menuntut kemampuan adaptif dalam membangun usaha di era global. Kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif yang mencakup empat tahap utama: perencanaan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Metode yang diterapkan meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, analisis kasus, dan praktik langsung berbasis prinsip *learning by doing*, dengan fokus pada pembuatan akun bisnis digital dan pengembangan strategi pemasaran daring yang efektif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan dan keterampilan peserta di bidang kewirausahaan digital, sebagaimana tercermin dari perbedaan skor evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan serta kemampuan peserta dalam menerapkan materi yang dipelajari. Program ini juga berdampak positif terhadap peningkatan motivasi, kreativitas, dan kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai bisnis digital. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan keterlibatan aktif dan antusias tinggi, serta berhasil menyusun rencana bisnis sederhana sebagai capaian akhir pelatihan. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi nyata dalam meningkatkan kompetensi bisnis mahasiswa sekaligus menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang mandiri dan inovatif. Tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan dan pelatihan lanjutan sangat direkomendasikan agar manfaat yang diperoleh dapat berkembang secara optimal.

Kata Kunci: Kewirausahaan Digital; Keterampilan Bisnis; Mahasiswa; Pelatihan; Pengabdian Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi digital memberikan perubahan besar di dunia usaha secara langsung maupun tidak langsung (Marzuki et al., 2024; Nasution et al., 2020). Transformasi ini tidak hanya mempengaruhi cara perusahaan beroperasi, tetapi juga membuka peluang baru bagi individu, termasuk mahasiswa, untuk mengembangkan usaha secara mandiri melalui platform digital. Di era ekonomi berbasis teknologi, kemampuan berwirausaha tidak lagi terbatas pada keterampilan konvensional, melainkan menuntut penguasaan keterampilan digital seperti pemasaran *online*, pengelolaan media sosial, analisis pasar berbasis data, serta pemanfaatan *e-commerce* (Rizal et al., 2025; Yacub et al., 2022).

Mahasiswa sebagai generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan digital (Kaban et al., 2020; Seno et al., 2025). Namun, potensi tersebut seringkali belum diimbangi dengan keterampilan praktis dan pemahaman yang memadai terkait bisnis digital. Banyak mahasiswa yang memiliki ide kreatif, tetapi mengalami kendala dalam mengimplementasikannya menjadi usaha yang berkelanjutan (Fadlillah & Mulyeni, 2023; Siagian, 2023). Oleh karena itu, diperlukan suatu upaya sistematis untuk memberikan bekal kepada mahasiswa berupa pemahaman serta kemampuan praktis di bidang kewirausahaan digital yang relevan dengan kebutuhan zaman.

Perkembangan ekosistem digital di Indonesia yang ditandai dengan meningkatnya pengguna internet dan penetrasi platform *e-commerce* turut memperkuat urgensi penguasaan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa (Maghfiratul Azizah et al., 2025; Putri et al., 2025). Berbagai platform seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi berbasis digital telah menjadi sarana utama dalam kegiatan bisnis modern (Bahtera et al., 2022; Mulyeni et al., 2025). Kondisi ini memberikan peluang yang luas bagi mahasiswa untuk memulai bisnis dengan kebutuhan modal yang cenderung lebih ringan dibandingkan usaha konvensional. Namun demikian, tanpa pemahaman yang baik mengenai strategi bisnis digital, peluang tersebut tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Sementara itu, tantangan berwirausaha digital juga tidak dapat diabaikan. Persaingan bisnis yang semakin ketat, perubahan tren pasar yang cepat, serta tuntutan inovasi yang berkelanjutan menjadi hambatan tersendiri bagi pelaku usaha pemula, termasuk mahasiswa (Aulia et al., 2025; Yacub et al., 2023). Banyak usaha yang gagal berkembang karena kurangnya perencanaan bisnis yang matang, minimnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif, serta rendahnya literasi keuangan dan pemasaran digital. Oleh karena itu, mahasiswa perlu dibekali dengan keterampilan yang komprehensif agar mampu bersaing dan bertahan dalam dunia bisnis digital.

Pelatihan kewirausahaan digital adalah pilihan tepat dan strategis untuk meningkatkan kompetensi bisnis mahasiswa (Mulyeni et al., 2023). Melalui pelatihan ini, mahasiswa tidak difokuskan pada pemahaman teori, melainkan juga pengalaman praktek untuk merancang, mengelola, serta mengembangkan usaha berbasis digital. Selain itu, pelatihan ini diharapkan mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, serta kemandirian mahasiswa untuk menyelesaikan tantangan yang dihadapi di dunia kerja yang semakin kompetitif.

Pelatihan kewirausahaan digital tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mencakup pengembangan *soft skills* seperti kreativitas, kemampuan komunikasi, problem solving, serta manajemen risiko (Siagian, 2023; Wiwik et al., 2025). Dengan pendekatan pembelajaran yang interaktif dan berbasis praktik, mahasiswa diharapkan mampu mengintegrasikan antara pengetahuan teori dan pengalaman nyata dalam menjalankan bisnis digital. Kegiatan pelatihan ini juga dapat menjadi wadah untuk membangun *networking*, kolaborasi, serta berbagi pengalaman antar mahasiswa yang memiliki minat di bidang kewirausahaan. Lebih lanjut, pelatihan kewirausahaan digital juga sejalan dengan upaya perguruan tinggi dalam mencetak lulusan yang tidak hanya siap kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini menjadi penting mengingat keterbatasan lapangan kerja yang tersedia dibandingkan dengan jumlah lulusan setiap tahunnya. Dengan memiliki keterampilan kewirausahaan digital, mahasiswa diharapkan dapat lebih mandiri secara ekonomi dan berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran.

Dengan demikian, pelatihan kewirausahaan digital memberikan efek yang sangat baik dalam meningkatkan keterampilan bisnis mahasiswa. Program ini tidak hanya memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan praktis, namun membentuk pola pikir kewirausahaan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan pembinaan kewirausahaan digital menjadi penting untuk dilaksanakan, khususnya dalam kaitannya dengan peningkatan keterampilan bisnis mahasiswa. Dengan adanya pelatihan yang terarah dan aplikatif, diharapkan mahasiswa dapat lebih siap menjadi pelaku bisnis digital yang inovatif dan dapat berkontribusi dalam perekonomian.

2. METODE

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan *learning by doing*, dengan alasan untuk menambah keterampilan bisnis mahasiswa melalui pelatihan kewirausahaan digital, untuk kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari sabtu, 18 April 2026 adapun tahapan kegiatan dilakukan yaitu, tahap persiapan dengan mengidentifikasi hal-hal yang dibutuhkan

peserta melalui observasi dan survei awal tentang pemahaman mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan pihak kampus atau lembaga terkait untuk menentukan waktu, tempat, serta jumlah peserta. Tim pelaksana juga menyusun materi pelatihan, modul, serta menyiapkan media pembelajaran seperti presentasi, studi kasus, dan praktik penggunaan platform digital.

Berikutnya pelaksanaan pelatihan, dilaksanakan dalam bentuk workshop dan pelatihan interaktif, yaitu melalui ceramah (*Lecture Method*). Digunakan untuk memberikan pemahaman dasar tentang konsep kewirausahaan digital, peluang usaha, serta strategi bisnis di era digital. Diskusi dan tanya jawab memberikan kesempatan kepada peserta untuk menggali pemahaman lebih dalam, bertukar ide, serta mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dalam memulai bisnis digital. Studi kasus, peserta diberikan contoh kasus nyata terkait bisnis digital untuk dianalisis dan dicarikan solusi, sehingga dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan analitis. Praktik langsung peserta dilatih secara langsung dalam membuat akun bisnis di platform digital, menyusun konten pemasaran, serta melakukan simulasi penjualan melalui marketplace atau media sosial. Simulasi bisnis digital peserta diminta merancang ide bisnis sederhana, membuat strategi pemasaran digital, dan mempresentasikan rencana usaha mereka.

Dalam kegiatan ini diberikan juga pendampingan pada peserta untuk memastikan implementasi hasil pelatihan. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi, baik secara langsung maupun daring, terkait pengembangan usaha, strategi pemasaran digital, serta kendala yang dihadapi peserta dalam menjalankan bisnisnya. Tidak lupa tim pengabdian juga mengevaluasi kegiatan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta, observasi aktivitas peserta selama pelatihan, kuesioner kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan, penilaian hasil praktik atau proyek bisnis digital peserta. Tahap akhir yaitu pelaporan, tahap akhir adalah penyusunan laporan kegiatan yang berisi rangkaian pelaksanaan, hasil yang dicapai, kendala yang dihadapi, serta rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya. Laporan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan program pengabdian di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan kewirausahaan digital telah berjalan sesuai dengan rencana yang disusun oleh tim. Kegiatan ini diikuti oleh mahasiswa dari berbagai jurusan, namun memiliki minat yang sama dalam bidang kewirausahaan.

Program pengabdian ini disusun secara terstruktur dan sistematis untuk mencapai tujuan peningkatan keterampilan bisnis mahasiswa melalui pelatihan kewirausahaan digital. Dengan rangkaian kegiatan yang diawali dengan pembukaan oleh panitia dan sambutan dari pihak institusi. Pada tahap ini disampaikan tujuan kegiatan, manfaat pelatihan, serta gambaran umum rangkaian acara yang akan dilaksanakan, sebelum materi disampaikan peserta diberikan soal pretest untuk mengetahui gambaran dari pengetahuan peserta mengenai kewirausahaan digital.

Sesi kedua merupakan penyampaian materi dasar kewirausahaan digital, pada sesi ini, pemateri menyampaikan konsep dasar kewirausahaan digital, termasuk pengertian, karakteristik, peluang usaha di era digital, serta tantangan yang dihadapi. Selain itu, dibahas pula pentingnya inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan bisnis berbasis teknologi. Peserta diberikan pula materi terkait strategi promosi secara digital, seperti pengaplikasian media sosial, pembuatan konten yang menarik, teknik *copywriting* sederhana, dan pemanfaatan *marketplace*. Dalam sesi ini, peserta juga dikenalkan dengan konsep *branding* dan cara membangun identitas produk secara *online*.

Kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung, yaitu peserta dibimbing dalam membuat akun bisnis pada platform digital seperti media sosial dan marketplace. Peserta juga diajarkan cara mengelola akun, mengunggah produk, serta menulis deskripsi produk yang menarik. Sebelum tahap tanya jawab peserta diajak untuk simulasi dan perancangan bisnis, Pada tahap ini, peserta diminta untuk merancang ide bisnis sederhana berbasis digital. Peserta menyusun rencana usaha yang meliputi jenis produk, target pasar, strategi pemasaran, serta estimasi keuntungan. Hasil perancangan kemudian dipresentasikan di depan peserta lain untuk mendapatkan masukan.

Sesi diskusi dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam menyampaikan pertanyaan, kendala, serta berbagi pengalaman terkait kewirausahaan. Diskusi ini juga menjadi sarana untuk memperdalam pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Sebelum kegiatan penutup peserta diberikan posttest sebagai evaluasi kegiatan dan dilakukan penilaian terhadap hasil praktik dan rencana bisnis yang telah disusun oleh peserta. Kegiatan diakhiri dengan penutupan, penyampaian kesan dan pesan dari peserta, serta pemberian sertifikat kepada peserta sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi mereka dalam kegiatan pelatihan. Berikut merupakan foto kegiatan.



Gambar 1. Pemberian Materi.



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab.

Dari segi keterampilan praktis, peserta telah mampu mengaplikasikan materi yang diberikan melalui kegiatan praktik langsung. Hal ini terlihat dari kemampuan peserta dalam membuat akun bisnis di platform digital, merancang konten promosi yang menarik, serta melakukan simulasi pemasaran produk secara *online*. Selain itu, peserta juga mampu menyusun rencana bisnis sederhana yang mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, serta proyeksi penjualan. Hasil observasi selama pelatihan menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dan aktif dalam mengikuti setiap sesi kegiatan. Hal ini ditunjukkan melalui partisipasi aktif dalam diskusi, keberanian dalam menyampaikan ide bisnis, serta keterlibatan dalam kegiatan praktik dan simulasi. Interaksi yang terjalin antara peserta dan pemateri juga berlangsung dengan baik, sehingga menciptakan suasana belajar yang kondusif dan interaktif.

Selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan, kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap motivasi dan sikap kewirausahaan mahasiswa. Peserta menjadi lebih percaya diri untuk memulai usaha sendiri, memiliki pola pikir yang lebih kreatif dan inovatif, serta lebih siap menghadapi tantangan dalam dunia bisnis digital. Beberapa peserta bahkan telah mulai merintis usaha kecil secara *online* sebagai tindak lanjut dari pelatihan yang diikuti. Berdasarkan hasil kuesioner evaluasi, mayoritas peserta memberikan respon positif terhadap

pelaksanaan kegiatan. Peserta menilai bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan, metode pelatihan menarik dan mudah dipahami, serta kegiatan praktik sangat membantu dalam meningkatkan keterampilan. Namun demikian, terdapat beberapa masukan dari peserta, seperti perlunya penambahan durasi pelatihan dan pendampingan lanjutan yang lebih intensif.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatkan keterampilan bisnis mahasiswa melalui pelatihan kewirausahaan digital. Meskipun demikian, untuk hasil yang lebih optimal, diperlukan keberlanjutan program melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan lanjutan agar peserta dapat mengembangkan usahanya secara lebih maksimal dan berkelanjutan. Hasil pelaksanaan kegiatan memberikan efek yang positif pada mahasiswa dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam membangun bisnis digital. Peningkatan ini terlihat dari perbandingan hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam pemahaman peserta terkait konsep kewirausahaan digital, strategi pemasaran *online*, serta pemanfaatan platform digital dalam menjalankan usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang digunakan, yaitu kombinasi antara ceramah, diskusi, dan praktik langsung, efektif dalam mentransfer pengetahuan kepada peserta. Selain peningkatan pengetahuan, keterampilan praktis peserta juga mengalami perkembangan yang cukup baik. Melalui pendekatan *learning by doing*, peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan secara langsung pembuatan akun bisnis digital, penyusunan konten pemasaran, serta simulasi penjualan secara *online*. Temuan ini sejalan dengan konsep pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang menyatakan bahwa keterlibatan langsung dalam praktik dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan secara lebih efektif dibandingkan pembelajaran yang bersifat teoritis semata (Izzrahwan et al., 2025; Kurnia et al., 2018; Ningrum, 2020).

Partisipasi peserta tampak intens dan disertai semangat yang tinggi selama proses kegiatan menjadi indikator keberhasilan pelatihan. Tingginya keterlibatan peserta dalam diskusi dan praktik menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan minat mahasiswa. Selain itu, suasana pelatihan yang interaktif turut mendukung proses pembelajaran yang lebih efektif, sehingga peserta merasa lebih nyaman untuk bertanya, berdiskusi, dan mengembangkan ide bisnis mereka. Dari aspek sikap dan motivasi, pelatihan ini berhasil menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa. Peserta menjadi lebih percaya diri untuk memulai usaha, lebih kreatif dalam melihat peluang bisnis, serta memiliki kemampuan untuk berani mengambil risiko dalam dunia usaha menjadi aspek penting,

mengingat salah satu tujuan utama pendidikan kewirausahaan adalah membentuk karakter wirausaha yang mandiri, kreatif, serta mampu beradaptasi dengan dinamika lingkungan bisnis (Indriyani & Margunani, 2019; Suminar et al., 2023). Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini masih menghadapi sejumlah kendala. Salah satu permasalahan yang muncul adalah keterbatasan durasi pelatihan, sehingga tidak seluruh materi dapat disampaikan secara optimal. Di samping itu, perbedaan tingkat pemahaman awal peserta juga menjadi tantangan tersendiri dalam proses penyampaian materi. Kondisi ini menuntut adanya strategi pembelajaran yang lebih fleksibel agar seluruh peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Oleh sebab itu, keberadaan program pendampingan lanjutan menjadi hal yang krusial untuk menjamin keberlanjutan hasil pelatihan. Dengan adanya pendampingan, peserta diharapkan mampu mengembangkan kompetensi yang telah diperoleh secara lebih maksimal.

Pelatihan kewirausahaan digital terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan bisnis mahasiswa, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap kewirausahaan. Namun, untuk mencapai hasil yang lebih maksimal dan berkelanjutan, diperlukan pengembangan program yang lebih komprehensif, seperti pelatihan lanjutan, mentoring bisnis, serta dukungan akses terhadap platform digital dan permodalan. Mahasiswa tidak hanya mampu memulai usaha, melainkan dapat mengembangkan serta mempertahankan bisnisnya di tengah persaingan yang semakin ketat di era digital.

4. KESIMPULAN

Merujuk pada rangkaian pelaksanaan serta hasil pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan kewirausahaan digital, dapat ditegaskan bahwa program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas mahasiswa, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap kewirausahaan. Peningkatan tersebut terlihat dari hasil evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan, serta kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi melalui kegiatan praktik secara langsung, seperti pembuatan akun bisnis digital, pengembangan konten pemasaran, hingga simulasi aktivitas penjualan berbasis *online*. Selain peningkatan aspek kognitif dan keterampilan, program ini juga berkontribusi dalam membangun motivasi, kepercayaan diri, serta kesiapan mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan usaha di bidang digital. Hal ini ditunjukkan melalui perubahan sikap peserta yang menjadi lebih kreatif, inovatif, serta adaptif terhadap perkembangan teknologi dalam dunia usaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan kewirausahaan digital tidak hanya berperan dalam mempersiapkan mahasiswa sebagai pencari kerja, tetapi

juga mendorong mereka untuk menjadi pencipta lapangan pekerjaan. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu pelatihan dan perlunya pendampingan yang lebih intensif agar hasil yang diperoleh dapat dimaksimalkan. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa program berkelanjutan, seperti kegiatan mentoring dan pembinaan usaha, guna memastikan keberlanjutan dan pengembangan hasil pelatihan. Secara umum, kegiatan ini dapat dinilai sebagai salah satu strategi efektif dalam meningkatkan kompetensi bisnis mahasiswa sekaligus mendukung terbentuknya generasi wirausaha muda yang mandiri, inovatif, dan mampu bersaing di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, R. N., Fajar, S., Akbar, Raine, R., & Mulyeni, S. (2025). Strategi Branding Wirausaha Digital Pemula Melalui Media Sosial: Pendekatan Kualitatif Interpretatif pada UMKMDi Kabupaten Garut. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(3).
- Bahtera, N. T., Sinatriya Marjianto, R., & Salam, M. D. (2022). DIGITAL ENTREPRENEURSHIP TRAINING FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) FOR TYPICAL CULINARY OF TUBAN REGENCY. *Darmabakti Cendekia: Journal of Community Service and Engagements*, 4(1), 31–36. <https://doi.org/10.20473/dc.V4.I1.2022.31-36>
- Fadllilah, M., & Mulyeni, S. (2023). Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas XII SMK Islam Assalafiyah Cibiuk – Garut Authors. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 1–10.
- Indriyani, L., & Margunani, M. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 848–862. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28315>
- Izzrahwan, L. P., Muntasya, R. N. A., Pratiwi, S. D., & Mulyeni, S. (2025). MINAT WIRAUSAHA DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NASIONAL PASIM: TREN ATAU KEBUTUHAN 101-110. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 19(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.2324/h4awwb07>
- Kaban, R. F., Hadiyati, P., & Prihandini, W. (2020). EFEKTIVITAS PEMBERDAYAAN E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN WIRASUSAHA SANTRI. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.56174/jap.v1i1.336>
- Kurnia, D., Kusnendi, K., & Furqon, C. (2018). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN EFIKASI DIRI TERHADAP MINAT WIRAUSAHA. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 6(2). <https://doi.org/10.24127/pro.v6i2.1690>
- Maghfiratul Azizah, Sayyida, S., & Alwiyah, A. (2025). PENGARUH MARKETPLACE DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN SUMENEP. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(2), 1826–1838. <https://doi.org/10.70248/jmie.v2i2.1860>

- Marzuki, M., Patemah, P., & Parta, I. B. M. W. (2024). STRATEGY FOR DEVELOPING SOFT SKILLS IN GENERATION Z USING EDUCATIONAL TECHNOLOGY. *Jurnal Kajian Pendidikan Dan Psikologi*, 1(3), 179–186. <https://doi.org/10.61397/jkpp.v1i3.118>
- Mulyeni, S., Meilani, A., & Rusmiati, I. (2025). Pengaruh Beauty Influencer dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Pengguna TikTok Shop di Kota Bandung. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4634–4639. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2672>
- Mulyeni, S., Yacub, R., Herlina, H., Sophan, I., & Suparno, S. (2023). PELATIHAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS JAMUR & ANALISA BIAYA PENDAPATAN (Pada Petani Jamur di Benjot Cugenang Cianjur). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 11–17.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Ningrum, M. E. (2020). Peranan komunikasi internal di lingkungan kerja. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 3(1).
- Putri, K. Z., Zahara, N., & Mulyeni, S. (2025). Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 01–10. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.685>
- Rizal, M., Ferlyani, A. D., Apriliza, D., & Mulyeni, S. (2025). PENGARUH TEKNOLOGI LIVE STREAMING DALAM MEMBANGUN ENGAGEMENT KONSUMEN DI PLATFROM E-COMMERCE. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 8(7), 71–80.
- Seno, L. H., Cahyudin, T. S., Anugrah, M. L., & Mulyeni, S. (2025). Komunikasi Digital Mahasiswa Generasi Z: Pergeseran Norma Akademik di Era Society 5.0. *Jurnal Penelitian Ilmu Multidisipliner*, 1(3).
- Siagian, N. F. (2023). Pengaruh Pengetahuan Manajemen Mahasiswa Terhadap Minat Berwirausaha Yang Didasari Oleh Kecerdasan Emosional. *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen Nusantara*, 1(2), 97–102. <https://doi.org/10.55338/jeama.v1i2.42>
- Suminar, T., Raharjo, T. J., Siswanto, Y., & Aslikhah, A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Home Industry Ramah Lingkungan pada Wisata Kampung Jawi Kota Semarang. *DIKMAS: Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*, 3(2).
- Wiwik, S. M., Hasani, M. A. Q., Fauzia, S. R., & Mulyeni, S. (2025). Strategi Pengembangan SDM Digital: Kajian Literatur Sistematis Berbasis Human Capital dan Dynamic Capabilities. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(3).
- Yacub, R., Herlina, H., & Himawan, I. S. (2022). How Cultural Intelligence Develop Students' Social Entrepreneurship in Indonesia? *Jurnal Economia*, 18(2), 256–273. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.44488>
- Yacub, R., Sophan, I., Herlina, H., Mulyeni, S., & Susilawati, E. (2023). MENUMBUHKAN MINAT BERWIRAUSAHA DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN DIGITAL SOCIETY 5.0 PADA SISWA/I SMK MULTIMEDIA BINKARA CIANJUR JAWA BARAT. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)* (Vol. 1, Issue 1).