



## **Pelatihan Digital Entrepreneur (Digipreneur) pada Pemuda Muhammadiyah Pemalang**

Bahtiar Effendi<sup>1</sup>, Hendri Hermawan Adinugraha<sup>2</sup>, Wahid Wachyu Adiwinarto<sup>3</sup>,  
Novendi Arkham Mubtadi<sup>4</sup>

<sup>1</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid, e-mail: bahtiar.effendi@uingusdur.ac.id

<sup>2</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid, e-mail: hendri.hermawan@uingusdur.ac.id

<sup>3</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid, e-mail: wahidwachyuadi@uingusdur.ac.id

<sup>4</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid, e-mail: novendi.arkham.mubtadi@uingusdur.ac.id

### ***Histori Naskah***

*Diserahkan:*  
14-08-2024

*Direvisi:*  
22-08-2024

*Diterima:*  
30-08-2024

### ***ABSTRACT***

*The problem that becomes the main discussion in this community service activity is the lack of education obtained by Muhammadiyah Youth in developing the businesses that their members are engaged in. This community service activity aims to provide training and improve the entrepreneurial spirit in Muhammadiyah Youth in Pemalang. The target of this community service activity is Muhammadiyah Youth in Pemalang, totaling 50 people. The method of implementing activities is carried out using a training approach and combining it with discussion and practice. The results of this service activity show that participants can follow the stages of digipreneur training well. Through digipreneur training, participants know about the basics of starting an entrepreneur in the digital world such as researching potential markets on the internet, setting up social media so that it is more visited and attracts visitors, then also through direct practice participants can use the social media they have to focus more on achieving sales targets through online promotions and offers using attractive promotional flyers.*

### ***Keywords***

: Entrepreneur; Digital Marketing; Digipreneur, Training, Social Media

### ***ABSTRAK***

Problem yang menjadi bahasan utama dalam kegiatan pengabdian ini adalah minimnya edukasi yang diperoleh Pemuda Muhammadiyah dalam mengembangkan usaha yang ditekuni anggotanya. Karenanya kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan di Pemuda Muhammadiyah Pemalang. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah Pemuda Muhammadiyah yang ada di Pemalang yang berjumlah 50 orang. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan menggunakan pendekatan pelatihan serta mengkombinasikan dengan diskusi dan praktik. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa peserta bisa mengikuti tahapan-tahapan pelatihan digipreneur dengan baik. Melalui pelatihan digipreneur peserta mengetahui mengenai dasar-dasar memulai menjadi pengusaha di dunia digital seperti melakukan riset pasar-pasar potensial yang ada di internet, melakukan setting media sosial agar lebih banyak dikunjungi dan menarik minat pengunjung, kemudian juga melalui praktik secara langsung peserta bisa menggunakan media sosial yang mereka miliki untuk lebih fokus pada pencapaian target-target penjualan melalui promosi dan penawaran online dengan menggunakan flyer promosi yang menarik.

### ***Kata Kunci***

: Enterpreneur; Pemasaran Digital; Digipreneur, Pelatihan, Media Sosial

### ***Corresponding Author***

: Bahtiar Effendi, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Jalan Kusuma Bangsa No.9, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia, e-mail: bahtiar.effendi@uingusdur.ac.id

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan menjadi salah satu modal penting untuk membangun bangsa Indonesia menjadi lebih maju. Untuk mencapai Indonesia maju, Indonesia berpacu dengan waktu untuk keluar dari jebakan negara berpenghasilan menengah sebelum bonus demografi habis dalam 13 tahun. Untuk mencapai hal tersebut salah satu cara untuk melipatgandakan PDB adalah dengan menciptakan sebanyak mungkin wirausahawan baru di semua sektor bisnis terutama dengan memfokuskan pada pengembangan tren bisnis masa depan ke arah bisnis digital yang sedang berkembang, yang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian. Digital entrepreneurship (Digipreneur) merupakan sebuah inovasi dalam peningkatan kompetensi (Ninik Srijani et al., 2022) dan pengembangan kewirausahaan dimana individu-individu menggunakan internet sebagai alat untuk menciptakan peluang komersial, menyebarkan informasi, dan berkolaborasi dengan klien dan mitra (S & Sudianto, 2014). Bank Dunia memperkirakan bahwa bisnis digital berkontribusi sebesar 5% terhadap PDB global, sementara Google Temasek, Bain & Company memperkirakan bahwa ekonomi digital berkontribusi sebesar 6,09% terhadap PDB di Indonesia (Maruf, 2023).

Proses mencapai target seperti di atas tentu tidak mudah disamping tingkat literasi mengenai digital marketing masih rendah (Mavilinda et al., 2021), program-program pelatihan yang berkaitan dengan Digital Entrepreneurship (Digipreneur) juga masih terus dilakukan baik dikalangan masyarakat maupun organisasi kepemudaan yang memiliki basis masa cukup besar, hal ini tidak lain dilakukan agar pengembangan kewirausahaan digital terus dilakukan. Beberapa riset terdahulu maupun program pengabdian masyarakat juga menunjukkan mengenai banyaknya upaya yang terus dilakukan untuk mengembangkan digital entrepreneurship seperti diantaranya yang dilakukan oleh Nuraisana et al., (2023) yang melakukan kegiatan digitalpreneur dengan fokus pada desain grafis, Abdul Manap (Manap et al., 2023) yang fokus pada aspek pemasaran digital, Pranawukir et al., (2023) yang melakukan pelatihan digipreneur dengan fokus konten Instagram, Zaenal Asikin & Fadilah (2024) yang menganalisis mengenai tantangan dan dinamika kewirausahaan digital. Aprillia et al., (2023) yang membahas mengenai kewirausahaan digital yang ramah lingkungan, Amelia & Effendi (2023) yang membahas mengenai strategi pemasaran produk kosmetik pemasaran digital melalui, serta Wafa et al., (2023) membahas mengenai kontribusi digital marketing untuk sektor UMKM.

Tren saat ini juga menunjukkan bahwa pemuda merupakan generasi yang banyak mengawali dan berkecimpung dalam mendirikan Digital Entrepreneurship yang sering disebut sebagai usaha rintisan atau start up (Nurjaya, 2022). Rata-rata dari mereka memulai dan mengembangkan Digipreneur melalui media sosial yang saat ini semakin berkembang seperti WhatsApp, Instagram, Tiktok, Youtube, Facebook maupun platform lainnya. Digipreneur memiliki potensi yang sangat besar (Kondoj et al., 2023) untuk terus berkembang (Aini et al., 2023). Orang-orang saat ini lebih mudah berjualan dibandingkan di masa lalu. Memasarkan barang di *market place* atau media sosial tanpa perlu toko atau tempat usaha. Kegiatan mempromosikan barang atau jasa ke mancanegara tidak lagi sulit dan bisa dilakukan oleh siapa saja karena media promosi digital menjadi pilihan yang efektif (Alfina et al., 2020). Karenanya pendidikan dan pelatihan, terutama untuk pemuda dan generasi milenial, dapat membantu mempromosikan dan meningkatkan skill kewirausahaan digital (Gunawan & Hazwardy, 2020). Hasil riset dan program-program sebagaimana telah diuraikan di atas menunjukkan bahwa program pengabdian dengan pengembangan digital entrepreneur masih sangat diperlukan, inilah yang menjadi alasan kegiatan pelatihan semacam ini masih sangat perlu dilakukan untuk meningkatkan skill dalam pemasaran digital (Effendi et al., 2022). Dengan adanya pelatihan-pelatihan yang dilakukan akseleksi pertumbuhan tentu diharapkan mampu

menopang Indonesia yang membutuhkan pengusaha-pengusaha baru yang dapat menopang dan menyelesaikan persoalan ekonomi bangsa.

Digipreneur juga diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan serta memperbaiki kondisi perekonomian dengan gadget yang dimiliki (Perwita, 2021). Hal inilah yang menjadi latar belakang utama dalam program pelatihan digipreneur yang diadakan bersama organisasi kepemudaan Pemuda Muhammadiyah. Sebagai salah satu organisasi otonom yang ada di bawah naungan Muhammadiyah, Pemuda Muhammadiyah mempunyai basis massa yang cukup besar. Hal ini menjadi modal utama karena pemuda bisa menjadi inisiator dan penggerak untuk pertumbuhan bisnis digital terutama di Pemalang yang sampai saat ini problem kemiskinan menjadi salah satu problem yang cukup pelik untuk diselesaikan. Karenanya tujuan utama pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk membangun jiwa wirausaha dan kemandirian di kalangan Pemuda Muhammadiyah serta meningkatkan skill dalam berwirausaha sehingga mampu bersaing di pasar digital.

## SASARAN DAN TUJUAN KEGIATAN

Sasaran dari pelaksanaan pelatihan ini adalah Pimpinan dan Anggota dari Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Pemalang sebanyak 50 orang. Pemilihan sasaran kegiatan karena sebagian besar Pimpinan dan Anggota Pemuda Muhammadiyah berprofesi sebagai wirausahawan akan tetapi sebagian diantara mereka masih menjalankan usahanya secara tradisional. Sebagian lain yang sudah melaksanakan pemasaran digital juga masih belum mampu maksimal dalam penjualan hal ini karena minimnya edukasi yang mereka dapatkan. Karenanya pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi Pemuda Muhammadiyah mengenai digital marketing kemudian diperaktikkan untuk bisa membantu peningkatan penjualan dari usaha yang mereka jalankan

## TAHAPAN KEGIATAN DAN METODE

Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Sedangkan metode yang dilakukan adalah melalui pelatihan dan diskusi. Tahap persiapan dilakukan dengan melakukan koordinasi pada Pimpinan Pemuda Muhammadiyah yang kemudian disepakati untuk pelaksanaan kegiatan pada Sabtu tanggal 6 Juli 2024 dengan jumlah peserta sebanyak 50 orang. Untuk menunjang pelaksanaan kegiatan, pelatihan dilengkapi dengan penggunaan layer proyektor, laptop, handphone serta buku panduan materi. Penjelasan detail acara pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Pemberian materi melalui ceramah, pelatihan diawali dengan penjelasan mengenai dasar-dasar dalam mengawali membangun digital entrepreneurship, diantaranya dengan mengetahui potensi pasar digital, tren produk, produk-produk yang paling diminati, serta mengetahui ceruk pasar dari produk-produk yang akan dipasarkan melalui digital entrepreneurship
2. Metode selanjutnya adalah metode diskusi, metode diskusi dilakukan untuk menggali ide-ide serta kesulitan-kesulitan melalui pertanyaan yang disampaikan oleh peserta (Salim & Effendi, 2022)
3. Setelah sesi ceramah dan diskusi, metode selanjutnya adalah melalui praktik secara langsung. Dalam hal ini peserta dipandu step by step untuk membuat akun-akun medsos yang akan dijadikan sebagai media pemasaran produk. Selanjutnya peserta diarahkan untuk melakukan setting medos yang telah dibuat menjadi mode bisnis yang lebih menarik dan mengundang ketertarikan pengikut ataupun pengunjung. Sesi selanjutnya peserta pelatihan dilatih membuat flyer-flyer promosi produk melalui canva sehingga harapannya peserta bisa menjadi digital entrepreneur yang berhasil dengan keterampilan pemasaran yang dimiliki

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui berbagai tahapan mulai dari koordinasi persiapan pelatihan, pelaksanaan serta evaluasi pelaksanaan dari kegiatan yang diselenggarakan. Secara detail tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan tersebut adalah sebagai berikut:

### Tahap Pelaksanaan Program Pelatihan Digipreneur

#### A. Pra Acara (Tahap Koordinasi Pelaksanaan Pelatihan)

Sebelum pelaksanaan pelatihan, dilakukan koordinasi bersama dengan pengurus dari Pemuda Muhammadiyah Pemalang. Koordinasi dilakukan untuk menentukan mengenai pelaksanaan tempat pelatihan, waktu, konsep acara termasuk sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan pelatihan. Setelah melalui proses koordinasi akhirnya disepakati untuk pelaksanaan dilakukan di SMK Muhammadiyah Pemalang dengan peserta adalah pimpinan dan anggota dari Pemuda Muhammadiyah Pemalang. Untuk detail acara kemudian disusun sebagai berikut:

**Tabel 1. Susunan Acara Pelatihan Digipreneur**

Waktu	Acara	Moderator
07.30-08.30	Pembukaan 1. Pembacaan Kalam Ilahi (Puji Setiawan) 2. Sambutan sekaligus membuka acara oleh Ketua Pemuda Muhammadiyah Pemalang/ yang mewakili	Abdi Salimi
08.30-08.45	Persiapan acara pelatihan	
08.45-09.45	<b>Pelaksanaan Pelatihan sesi 1</b> Pemateri: 1. Bahtiar Effendi (Dosen UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan) 2. Aulady Fillani (Pengusaha Muda Digital Entrepreneur)	Abdul Basir
09.45-10.15	Sesi 2: Diskusi pemateri bersama peserta pelatihan	
10.15-11.30	Sesi 3: Praktik	
11.30-12.00	Penutupan	

#### B. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilakukan pada hari Sabtu tanggal 6 Juli 2024 bertempat di SMK Muhammadiyah Pemalang. Peserta yang hadir merupakan pimpinan dan anggota dari Pemuda Muhammadiyah Pemalang yang berjumlah 50 orang. Dalam pelaksanaannya kegiatan diawali dengan acara pembukaan yang berlangsung selama kurang lebih 30 menit, kemudian dilanjutkan ke sesi acara inti yaitu pelatihan digipreneur.

Ada tiga sesi yang dilakukan dalam pelaksanaan pelatihan ini, diantaranya adalah sesi ceramah, diskusi dan praktik.

##### 1. Sesi Ceramah (Pemaparan Materi)

Sesi ceramah oleh pemateri pertama lebih fokus mengenai potensi dan peluang dalam pasar digital yang disampaikan oleh Bahtiar Effendi, M.E. Diantara inti penjelasannya adalah mengenai peluang dan potensi pasar internet yang bisa diambil oleh pemuda dalam menjual dan memasarkan produknya. Dalam hal potensi sesuai data yang

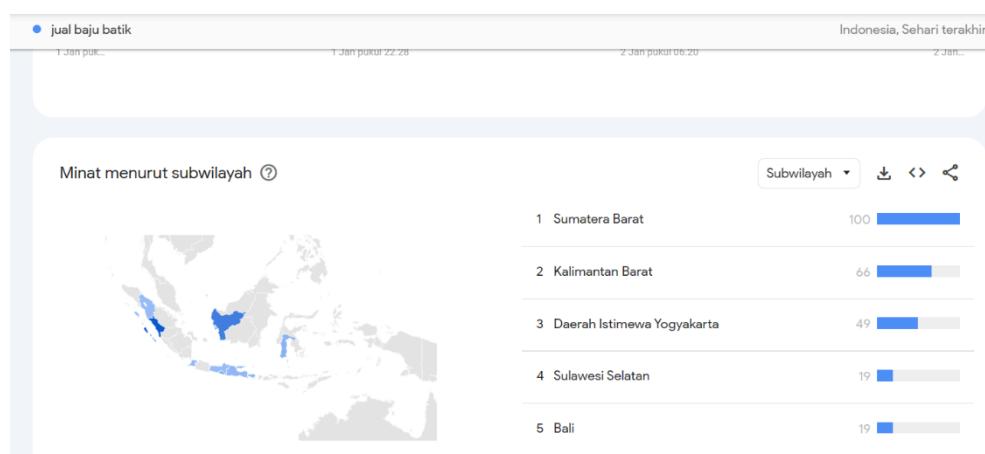
dikutip pemateri dari datareportal.com dijelaskan bahwa: terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2023, ketika penetrasi internet mencapai 77,0 persen. Indonesia merupakan rumah bagi 167,0 juta pengguna media sosial pada Januari 2023, setara dengan 60,4 persen dari total populasi. Sementara itu sebanyak 353,8 juta koneksi seluler aktif di Indonesia pada awal tahun 2023, dengan angka ini setara dengan 128,0 persen dari total populasi.



**Gambar 1. Pemaparan materi oleh Pemateri**

Potensi-potensi tersebut dipaparkan lebih detail untuk meningkatkan motivasi para pemuda bahwa pasar internet begitu besar dan masih terbuka lebar untuk anak-anak muda mengambil peran dalam menjual dan memasarkan produknya.

Pemaparan materi selanjutnya oleh pemateri kedua Aulady Fillani menjelaskan mengenai bagaimana cara mengetahui tren produk yang sedang gada di pasar digital. Melalui <https://trends.google.co.id/> dapat diketahui mengenai seberapa besar minat pasar digital terhadap produk yang kita tawarkan, misalnya dicontohkan dengan menggunakan kata kunci “jual batik”



**Gambar 2. Trend pasar digital dengan menggunakan kata kunci “jual baju batik”**

Dari gambar dapat dijelaskan bahwa kata kunci “jual baju batik” paling banyak dicari di Provinsi Sumatera Barat kemudian diikuti Kalimantan Barat, Daerah Istimewa Yogyakarta, Sulawesi Selatan dan Bali. Penjelasan oleh pemateri kemudian dilanjutkan

dengan tips dan trik bagaimana memaksimalkan media sosial seperti Instagram, tiktok dan facebook untuk melakukan pemasaran dan penjualan produk.

## 2. Sesi Diskusi

Selama sesi diskusi peserta pelatihan tampak antusias bertanya kepada para pemateri. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan lebih banyak mengarah kepada hal teknis terutama terkait bagaimana melakukan pengaturan di media sosial yang dimiliki sehingga lebih mudah menarik calon pengunjung. Sesi tanya jawab dibuka dengan dua termin pertanyaan dimana tiap termin berisi tiga pertanyaan.

## 3. Sesi Praktik

Pada sesi ini peserta pelatihan diarahkan untuk bisa mempraktikkan bagaimana melakukan mini riset mengenai produk-produk yang akan dijual. Kemudian peserta melalui handphone dan laptop diarahkan untuk melakukan setting medsos menjadi model bisnis kemudian membuat model-model flyer promosi melalui aplikasi canva. Dari sini dapat terlihat bahwa kebanyakan peserta awalnya masih nampak gagap dan belum mahir namun melalui proses pelatihan yang intens sebagian peserta bisa membuat flyer-flyer untuk promosi penjualan di medsos yang mereka miliki.

Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu mengikuti pelatihan dengan baik. Tahapan proses dari sesi ceramah, diskusi dan praktik dapat diikuti dengan baik. Peserta juga mampu membuat flyer-flyer promosi yang menjadi modal dasar bagi para digipreneur untuk bisa terjun berbisnis di pasar digital. Pelatihan ini semakin memotivasi peserta pelatihan untuk mengembangkan produk yang mereka miliki sehingga mampu menjadi sumber penghasilan dan meningkatkan ekonomi pemuda muhammadiyah

## PENUTUP

Kegiatan pengabdian ini merupakan inisiasi dari tim pengabdian dalam rangka meningkatkan jiwa kewirausahaan dan skill wirausaha pemuda untuk menjadi digital entrepreneur. Di zaman milenial yang penuh kemajuan teknologi, pemuda diharapkan mampu berperan lebih banyak bagi peningkatan jumlah pengusaha-pengusaha baru. Karena saat ini pemuda dianggap sebagai pribadi yang mampu dan cepat mengakses lebih banyak perkembangan teknologi informasi. Karenanya melalui Pemuda Muhammadiyah yang merupakan salah satu organisasi otonom di bawah Muhammadiyah diharapkan bisa ikut pula berperan bagi penciptaan wirausahawan-wirausahawan baru.

Hasil program pelatihan digipreneur menunjukkan bahwa pemecahan masalah dari awal pelatihan melalui pembekalan-pembekalan pengetahuan dasar hingga diskusi dan praktik telah mampu meningkatkan motivasi para pemuda untuk bisa menjadi digipreneur sehingga kedepan pemuda bisa lebih berperan tidak hanya bagi diri dan ekonomi organisasi tetapi juga bisa berkontribusi terhadap pemecahan persoalan ekonomi yang ada di Kabupaten Pemalang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Amanah, D. M. N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243–252. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3264>
- Alfina, A., Khoirina, M. M., & Nastiti, T. A. (2020). Pelatihan Digital Marketing bagi Entrepreneur Di Kota Gresik. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 797–804. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.166>
- Amelia, S., & Effendi, B. (2023). Internet Marketing Strategy in Increasing the Sales Volume of Gbee Glow Beauty Skincare Business ( Islamic Economic Perspective ). *IJABAH: Indonesian Journal of Sharia Economics, Business, and Halal Studies*, 1(1), h.16.
- Aprillia, N. M., Ramadhan, T., & Ramdhan, H. (2023). Pendekatan Lean Startup untuk Inovasi dalam Model Bisnis Ramah Lingkungan dan Kewirausahaan Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 88–93. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.1027>
- Effendi, B., Ardiansyah, H., Saifudin, A. G., Isa, M., Shilla, R. A., & Arisandi, D. (2022). Inkubasi Wirausaha Sebagai Upaya Peningkatan Skill Digital Marketing Bagi Mahasiswa Dan Alumni. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat FORDICATE*, 2(1), 1–8.
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Kondoj, M., Langi, H., Putung, Y., & Kumaat, A. (2023). Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara. *Technomedia Journal*, 8(2), 221–234. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2089>
- Manap, A., Hawari, Y., Ginting, R. U. B., Saepullah, A., Sekianti, A., Sasmiyati, R. Y., Edy, N., Pujadi, A., Buana, L. S. A., & Pujiningsih, D. (2023). Workshop Inovasi Program Pemasaran Dan Social Preneur Era Digital Society 5.0. *Ekalaya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 2(2), 248–254. <https://doi.org/10.57254/eka.v2i2.49>
- Maruf, M. (2023). *RI Butuh 1.679 Pengusaha Baru Untuk Jadi Negara Maju*. [https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6156](https://www.cnbcindonesia.com/research/20230716214030-128-454765/ri-butuh-1679-pengusaha-baru-untuk-jadi-negara-maju#:~:text=RI Butuh 1.679 Pengusaha Baru Untuk Jadi Negara,kian membesar dan signifikan dampaknya bagi perekonomian.</a></p><p>Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiaty, N., Daud, I., & Dameria S., L. (2021). Penguanan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan “Digital Entrepreneurship” Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan. <i>SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan</i>, 5(1), 627. <a href=)
- Ninik Srijani, Riyanto, S., Diyah Santi Hariyani, & Ihtiari Prastyaningrum. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Kegiatan Digital Entrepreneurship Pada Mahasiswa. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(8), 1707–1714. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i8.740>
- Nuraisana, Sijabat, P. I., & Sianipar, J. (2023). PKM DIGITALPRENEUR DESAIN GRAFIS DI CV. INTI GRAFIKA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nauli*, 1(2), 90–95.
- Nurjaya. (2022). *Digital Entrepreneurship* (T. Handayani (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN).
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 40–51. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4511>

- Pranawukir, I., Hamboer, M. J. E., Riyantie, M., Romli, Nur Desilawati, Barizki, R. N., & Filda Angellia. (2023). Toturial Instagram Reel Technical Guidance for Beginning Digital Preneurs in The Jagakarsa Area, Jakarta Selatan. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 108–113. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1323>
- S, D. N., & Sudianto, J. (2014). Pemerataan Digipreneur dalam Rangka Kerangka Pembangunan Ekonomi Menyambut Zona Bebas Dagang ASEAN (ASEAN Free Trade Area / AFTA) 2014. *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2014*, 2014(November), 100–105.
- Salim, I. N., & Effendi, B. (2022). Pelatihan Pembuatan Sale Pisang Untuk Menumbuh Kembangkan UMKM. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 222–226.
- Wafa, M. A., Mubarok, M. S., & Effendi, B. (2023). Peran Digital Marketing Dalam Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 19–27. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.3>
- Zaenal Asikin, M., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.1023>