

**PEMBERDAYAAN PESERTA DIDIK DALAM PENGEMBANGAN E-COMMERCE MELALUI STRATEGI TRANSFORMASI WIRAUSAHA DIGITAL DI MA ISLMIYAH SENORI**

**<sup>1</sup>Zeni Faridah, <sup>2</sup>Siti Maftuhah, Indonesia, <sup>3</sup>Muhammad Abdul Mujib**

<sup>1,2,3</sup>STAI Senori Tuban, Indonesia

Email: zenifaridah@staisenorituban.ac.id, sitimaftuhah@staisenorituban.ac.id, abdulmujib@staisenorituban.ac.id

<i>Article Info</i>	<i>Abstrack</i>
<b>Article History</b> Received : October 12, 2024 Revised : January 17, 2025 Accepted : January 26, 2025 Available online January 29, 2025 Page 26-37	<i>Creative endeavors are very important, especially for the younger generation. However, for many young people in the digital era, technological skills to market and develop creative businesses have become very important, especially for the younger generation. However, many young people at the madrasah level do not yet have an understanding of digital technology-based entrepreneurship. The creative young entrepreneur training program at MA Islamiyah Senori aims to provide practical skills in utilizing digital technology, especially in marketing via social media, creating creative content, and managing online businesses. The method used is Participatory Action Research (PAR) which actively involves students through direct practice, digital business simulations, and personal mentoring for 3 months. The results of the training show an increase in students' skills in utilizing social media for business, creating creative content, and managing digital-based businesses. Some students have started their own businesses and market products through e-commerce platforms. Apart from that, this training also increases students' motivation to become entrepreneurs and develop more concrete business plans. It is hoped that this program can help create creative and innovative young entrepreneurs, as well as contribute to the development of the digital economy in Indonesia.</i>
<b>Keywords:</b> <i>Young Entrepreneurs, E-Commerce Assistance, Business Development</i>	
 <b>Copyright:</b> ©2025. The Authors Journal of Innovation and Contribution to Community Service is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License	

**PENDAHULUAN**

Dalam era digital saat ini, keterampilan dalam menggunakan teknologi untuk memasarkan dan mengembangkan usaha kreatif menjadi sangat penting, terutama bagi generasi muda. Namun, banyak pemuda di tingkat madrasah yang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai wirausaha berbasis teknologi digital. Hal ini menjadi salah satu penghambat dalam menciptakan wirausaha muda yang kreatif dan inovatif. Kehadiran akan teknologi digital di era modern saat ini telah membuka berbagai peluang bagi para siswa untuk mengembangkan potensi dan kreativitas mereka, khususnya dalam bidang kewirausahaan.

Pendidikan kewirausahaan adalah proses dinamis yang mengembangkan keterampilan hidup melalui kurikulum sekolah terpadu, bertujuan untuk membangun ketahanan, mengembangkan nilai-nilai pribadi, mengembangkan kreativitas dan inovasi, serta beradaptasi dengan zaman modern (Fahri Sahrul Ramadhan, Abdul Hafid, Ardiansyah, 2024). Pengembangan kewirausahaan sosial yang berfokus pada inovasi dan kolaborasi dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah sosial yang terjadi di tengah masyarakat Islam Indonesia.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh madrasah aliyah untuk meningkatkan mutu pendidikan dan menghasilkan lulusan yang unggul, kompetitif, bahkan siap untuk menciptakan usaha sendiri untuk membantu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masing-masing. Oleh karena itu, pemberdayaan siswa madrasah aliyah melalui pelatihan wirausaha muda kreatif di era digital menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Fokus pemberdayaan kegiatan ini adalah memberikan keterampilan praktis bagi siswa MA Islamiyah Senori untuk memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam pemasaran melalui media sosial, pembuatan konten kreatif, dan pengelolaan bisnis berbasis *online*.

Pada dasarnya tujuan utama dari meningkatkan jiwa kewirausahaan pada siswa tidak lain untuk menumbuhkan sifat dan karakter yang mandiri serta mampu bertanggung jawab, semua keterampilan ini dapat diasah melalui pembelajaran dalam berwirausah, baik secara teori ataupun praktik. dalam hal ini, Kuratno menyampaikan pendapatnya bahwa jiwa kewirausahaan yang dimiliki seseorang dicirikan dengan tindakan kreatif yang memiliki nilai, terampil dalam menghadapi berbagai tantangan, memiliki kepribadian yang pantang menyerah, percaya diri, memiliki control diri yang baik, mampu mengelola resiko dengan bijak, memandang bentuk perubahan sebagai peluang, bersikap toleran dalam menghadapi dispendapat dalam berargumen hingga menganggap waktu adalah hal yang tidak boleh disia-siakan (Kartikasari, 2023). Inilah integrasi nilai-nilai yang dipercaya dimiliki setiap jiwa wirausahawan.

Sebelum menjalankan usaha, pada dasarnya siswa harus mengerti betul tentang ilmu kewirausahaan, manfaat apa yang bisa diambil dari kegiatan berwirausaha, bagaimana teknik pengelolaan dalam berusaha hingga strategi dalam berwirausaha. Selain itu menjadi hal penting juga untuk siswa dapat menyadari bahwa dalam menjalankan usaha ada tantangan dan hambatan yang akan dihadapi nantinya. Untuk itulah mentalitas harus dimiliki oleh siswa untuk menghadapi berbagai tantangan yang bakal muncul di depan. Salah satu diantaranya adalah kehilangan banyak waktu (Bukhari & Saleh, 2024). Disinilah kreatifitas siswa mulai diasah, bagaimana dia mampu mengelola waktu yang baik antara membagi waktu sekolah dan belajar dengan menyisakan waktu untuk mengelola usaha. Pun siswa harus pandai dalam mengatur jadwal dengan membagi waktu yang seimbang. hal ini dapat memudahkan antara sekolah dan usaha dapat berjalan dengan baik.

## **METODOLOGI**

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah *Participatory Action Research* (PAR). *Participatory Action Research* (PAR) merupakan metode riset yang dilaksanakan secara partisipatif di antara masyarakat dan komunitas. Pendekatan ini melibatkan peneliti untuk terjun langsung kepada masyarakat dengan melalui beberapa tahapan, diantaranya:

1. Praktik langsung
2. simulasi usaha digital
3. Pendampingan personal.

Sedangkan langkah-langkah dalam pendampingan dimulai dengan persiapan dan penyusunan materi kemudian pelaksanaan pelatihan. Subyek dampingan adalah siswa MA Islamiyah Senori yang sudah berusia 17 tahun dan proses pendampingan dilakukan selama 3 bulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tantangan dan Peluang *E-commerce* bagi Siswa MA Islamiyah Senori**

Kemampuan berwirausaha menjadi semakin penting bagi siswa madrasah aliyah untuk dapat bersaing dan berkembang di masa depan. Saat ini, interaksi siswa dengan teknologi informasi memungkinkan mereka menjadi penerima aktif dalam kegiatan *e-learning*, dan hal ini dapat mempercepat aktivasi kewirausahaan di masa krisis dan kesulitan. Pelatihan Wirausaha Muda Kreatif di Era Digital yang dilaksanakan pada 28 November 2023 dengan pendampingan selama 3 bulan telah memberikan dampak signifikan terhadap siswa MA Islamiyah Senori. Beberapa dampak perubahan yang terlihat adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Keterampilan Teknologi dan Wirausaha

Sebelum pelatihan, banyak siswa MA Islamiyah Senori Tuban yang hanya menggunakan media sosial untuk aktivitas pribadi. Setelah mengikuti pelatihan, para siswa kini memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara memanfaatkan media sosial untuk tujuan pemasaran dan bisnis. Mereka mampu membuat dan mengelola konten kreatif untuk promosi produk atau jasa yang mereka tawarkan. Keterampilan ini memungkinkan mereka untuk mulai merintis usaha berbasis digital dengan menggunakan media sosial dan platform *marketplace*.

2. Kemampuan Pembuatan Konten Kreatif

Siswa MA Islamiyah Senori Tuban telah mempelajari cara menggunakan aplikasi desain seperti Canva dan Photoshop untuk membuat konten visual yang menarik. Mereka kini mampu memproduksi konten berupa gambar dan video yang lebih profesional untuk mendukung promosi produk mereka. Hasil dari keterampilan ini telah diaplikasikan oleh beberapa siswa yang berhasil memasarkan produk hasil karya mereka melalui media online.

3. Pengelolaan Usaha Mandiri Berbasis Digital

Beberapa siswa MA Islamiyah Senori Tuban mulai menerapkan hasil pelatihan dalam usaha kecil-kecilan yang mereka jalankan, seperti penjualan produk lokal dan kerajinan tangan. Mereka kini mampu membuat akun toko

*online* di platform *e-commerce* dan melakukan promosi produk secara mandiri. Siswa juga memahami bagaimana cara memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperluas jangkauan pasar mereka.

#### 4. Motivasi untuk Berwirausaha

Pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga meningkatkan motivasi siswa MA Islamiyah Senori Tuban untuk memulai usaha sendiri. Dampaknya, beberapa siswa telah mengembangkan rencana usaha yang lebih konkret, dan beberapa telah berhasil menghasilkan pendapatan dari produk yang mereka pasarkan secara online.

Pelaksanaan kegiatan ini selaras dengan konsep ekonomi digital dan pemberdayaan masyarakat yang bertumpu pada pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kemandirian ekonomi. Beberapa aspek keilmuan yang menjadi dasar dalam pelatihan ini adalah:

##### 1. Ekonomi Digital dan Pemberdayaan

Pelatihan ini mendukung konsep ekonomi digital, di mana teknologi digunakan sebagai alat untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan partisipasi ekonomi masyarakat. Dengan memperkenalkan siswa MA Islamiyah Senori pada strategi pemasaran digital dan pengelolaan bisnis *online*, pelatihan ini membantu mereka mengintegrasikan teknologi ke dalam usaha yang mereka rintis. Hal ini sesuai dengan teori pemberdayaan, di mana individu diberikan keterampilan yang dapat membantu mereka mengatasi kendala ekonomi dan meningkatkan taraf hidup melalui kewirausahaan.

##### 2. Konsep Wirausaha Kreatif

Dalam ekonomi kreatif, kemampuan untuk menciptakan produk yang inovatif dan memanfaatkan kreativitas untuk mendukung bisnis menjadi sangat penting. Pelatihan ini memperkenalkan siswa MA Islamiyah Senori pada konsep wirausaha kreatif, yang menekankan pada pemanfaatan keterampilan dalam desain dan teknologi untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat dipasarkan secara luas. Dengan kemampuan ini, siswa dapat menjadi pelaku ekonomi kreatif yang memiliki daya saing tinggi di pasar.

##### 3. Penerapan Teori Pemasaran Digital

Salah satu poin penting dalam pelatihan ini adalah pengenalan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform *e-commerce*. Penerapan teori pemasaran digital membantu siswa MA Islamiyah Senori memahami bagaimana mereka dapat memanfaatkan internet untuk mempromosikan produk, menjangkau pelanggan potensial, dan membangun *brand awareness*. Hal ini memperkuat keterampilan bisnis mereka dalam konteks modern yang semakin terhubung secara digital.

Dalam kaitannya sumber daya manusia atau kualitas dalam diri jiwa wirausaha meliputi rasa percaya diri, memiliki manajemen tugas yang jelas, keberanian akan pengambilan keputusan beserta resiko yang ada dibelakang, jujur, tekun dan jiwa kepemimpinan. Jika kewirausahaan menekankan pada proses

dankarakteristiknya, itulah mengapa konteks makna dari terminology wirausaha lebih ditekankan pada pelakunya (Mustika et al., 2023).

Indonesia merupakan salah satu Negara yang menempati posisi perkembangan ekonomi yang berkembang dibidangnya, tentu pengembangan ekonomi Indonesia sangat dipengaruhi akan sarat peran maksimal dari para wirausahawannya. Pun, Indonesia merupakan Negara besar berdasarkan luas wilayah, banyaknya jumlah penduduk kisaran 270 juta hingga bentuk keragaman budaya dan sumber daya alamnya. Besarnya jumlah penduduk di Indonesia menjadi modal kuat dalam rangka memajukan perekonomian, baik sebagai produsen maupun konsumen (Fahri Sahrul Ramadhan, Abdul Hafid, Ardiansyah, 2024).

Menyitir pendapat Meredith dalam Rusdiana seseorang yang memiliki ciri-ciri karakter wirausaha yaitu dicirikan sebagai 1) memiliki orientasi yang jelas pada tugas-tugas dan hasil 2) keberanian dalam mengambil resiko 3) percaya diri 4) berorientasi ke depan 5) memiliki jiwa pemimpin dan 6) orisinil. Sedangkan Mursidin dan Arifin berpendapat lain bahwa seorang wirausaha harus memiliki karakter 1) kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis 2) mampu berinovasi dalam hal-hal baru 3) menciptakan peluang-peluang baru 4) memiliki kemampuan untuk beradaptasi 5) dan yang paling penting berani dalam mengambil resiko dan mengubahnya menjadi peluang. Menurut Rusdiana kesimpulan untuk menjadi wirausaha yang berhasil adalah memiliki watak dan jiwa kewirausahaan (Kartikasari, 2023). Hal ini berkaitan erat dengan esensi dari kewirausahaan adalah mampu menciptakan nilai tambah di pasar dengan proses pengkombinasian sumberdaya dengan strategi berbeda dan baru untuk meningkatkan kemampuan dalam bersaing.

Termasuk peluang dalam memperluas jaringan atau mengembangkan kewirausahaan dengan memanfaatkan media sosial. Saat ini, banyak sekali blog-blog yang dapat dipergunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produknya seperti jejaring media sosial dan Wikipedia ada whatsapp, facebook, line, twitter, tik-tok, instagram dan lain-lain. Kemajuan dari meningkatnya kualitas teknologi di zaman ini, maka sangat mempermudah manusia untuk mendapatkan akses dengan mudah. Kelebihan lain dari media sosial adalah dia tidak hanya bisa diakses melalui computer, tetapi melalui aplikasi yang ada di telepon pintar atau smartphone, maka semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses media kapan pun dan dimana pun (Ilahin, 2022).

Kehadiran wirausaha menjadi hal yang krusial di era digitalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, tentu dalam kaitannya menggerakkan perekonomian suatu Negara. Pemerintah Indonesia sendiri telah menempatkan target untuk mencapai tingkat kewirausahaan sebesar 4% di tahun 2024, hal ini sesuai catatan dari Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian (Hardinandar et al., 2024). Terlebih melihat kemampuan yang dimiliki generasi Z yang sedang menempuh bangku sekolah saat ini mencakup adanya keterampilan teknologi yang baik karena mereka yang tidak asing dengan internet.

Kewirausahaan di era digital acap kali dikenal dengan kewirausahaan digital menjadi salah satu konsep yang dianggap paling berpengaruh saat ini sebagai solusi dari persoalan yang ada. Konsep ini menawarkan strategi, bagaimana kewirausahaan dapat berkembang, karena bagaimanapun juga bisnis dan masyarakat senantiasa mengikuti arus perubahan dari adanya teknologi digital. Selain itu ada bagian terpenting yang perlu disorot dalam kewirausahaan digital adalah pengembangan dalam segi pendidikan, praktik dan filosofi. Pendefinisian dari adanya kewirausahaan dinilai sebagai peluang yang dikejar dan diciptakan melalui penggunaan platform teknologi dan peralatan komunikasi informasi lainnya (Journal et al., 2023).

Dalam bidang perekonomian sangat penting diperhatikan dalam menjalankan kewirausahaan. Adapun dampak yang kemungkinan terjadi tidak hanya pada individu saja, tetapi juga membawa manfaat besar bagi perkembangan ekonomi secara keseluruhan. (Tampubolon et al., 2023) Berikut penulis hadirkan beberapa peran dalam menjalankan perekonomian kewirausahaan, terdiri dari; peningkatan daya saing, pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, mengurangi ketergantungan pada pekerjaan formal, inovasi dan pengembangan produk atau layanan dan mendorong tanggung jawab sosial bisnis. Para siswa juga dapat memilih diantara beberapa jenis wirausaha seperti kreatif dan seni, sosial, jasa, produk maupun e-commerce.

Tidak menjadi hal yang baru adanya kreatifitas dalam pelaku usaha. Hampir disetiap penemuan artikel membahas evektifitas dari kreatifitas sebagai factor utama yang perlu diperhatikan. Namun kemudian timbul pertanyaan “Bagaimana siswa ataupun seorang pelaku usaha dapat mengembangkan kreativitasnya pada era digital?” Menilik pendapat Lubart kreatifitas memerlukan proses pembaharuan sesuai dengan perkembangan terbaru dimasa mendatang (Pudianti et al., 2018). Dalam konteks digitalisasi, menanggapi pertanyaan sebelumnya memunculkan pertanyaan baru “Mengapa proses kreativitas begitu saja berubah setelah munculnya teknologi disaat ini dan bagaimanakah proses perubahan tersebut dapat terjadi?”

Indonesia akhir-akhir ini mengalami pertumbuhan dibidang Bisnis E-commerce dengan pencapaian yang pesat. Hal ini di dorong oleh pengguna internet yang semakin tersebar luas di masyarakat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang di kenal (APJII) memberikan data lebih dari 70% meluasnya internet di Indonesia berjalan signifikan, ini terjadi pada tahun 2022. Pun, dengan dukungan pengguna smartphone mendukung peningkatan sector pasar digital (Usady, 2023). Tentu dengan pertumbuhannya bisnis di sector digital ini memunculkan tantangan baru seperti adanya infrastruktur logistic yang belum merata, terlebih dengan kondisi geografis di Indonesia yang memiliki ribuan pulau. Akibat yang terjadi adalah kurangnya kepercayaan atas konsumen, karena hal ini cukup mengawatirkan mengingat akan keamanan transaksi dan kualitas produk. Inilah yang menjadikan tantangan baru di dunia bisnis online. Bagaimanapun juga bisnis E-commere mau tidak mau harus membangun

kepercayaan dengan layanan pelanggan yang baik, penjaminan kualitas produk dan adanya transparansi dalam transaksi.

### **Pendampingan Wirausaha Muda Kreatif: Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan di kalangan Siswa**

Menurut teori, Negara maju dapat diukur dengan adanya minimal 2% wirausaha dari keseluruhan total jumlah penduduknya. Menurut Menkop Puspayoga berdasarkan data BPS 2016 dengan jumlah penduduk 252 juta, ada banyak sebesar 7,8 juta wirausaha non pertanian dengan status tetap dengan kisaran 3,1 persen. Dengan demikian Indonesia telah melampaui 2 persen berdasarkan populasi penduduk sebagai syarat minimal masyarakat dinyatakan sejahtera (Kusuma, 2017). Pemerintah telah menjalankan program GKN yang dikenal dengan Gerakan Kewirausahaan Nasional sejak tahun 2011 dan di tahun 2017 mengambil tema wirausaha tangguh, inovatif dan peduli. Dalam kurun waktu kedua tahun tersebut (2011-2017) pemerintah berupaya terus mendorong penggalakan kewirausahaan di masyarakat, terlebih pada bidang pendidikan yang lebih hadir sejak awal, melalui berbagai program pemerintah memiliki tujuan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan terutama kalangan siswa dan mahasiswa.

Basis entrepreneurship sangat dibutuhkan bagi wirausaha muda sebagai pendampingan sekaligus pengetahuan yang perlu dikembangkan. Entrepreneurship merupakan tindakan yang bernilai kreatif dan menghadirkan inovasi dengan output yang dimiliki berupa nilai jual sehingga bisa menghasilkan pendapatan (Sitepu et al., 2023). Untuk itu perlu membentuk kegiatan pendampingan secara khusus baik berupa monitoring ataupun Focus Group Discussion (FGD). Kegiatan ini dilakukan semata untuk memberikan waktu kepada wirausaha muda dalam kesempatan sharing. Terutama dalam melakukan FGD membuka peluang atau kesempatan besar untuk mencari jaringan atau mitra guna melakukan kolaborasi (Yogyakarta & Astuti, 2014).

Dalam merancang suatu usaha dibutuhkan manajemen usaha yang baik dan tepat, penting diperhatikan karena rancangan dalam mengelola usaha menentukan kesuksesan. Dan bentuk rancangan yang baik adalah mengikuti perkembangan zaman. Ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam berwirausaha, diantaranya; modal, peralatan, sumber daya manusia, mesin, pengelolaan usaha (strategi marketing), ketersediaan bahan baku dan jaringan untuk menerobos dunia global (Usady, 2023). Dalam kaitannya kegiatan pendampingan wirausaha kepada siswa menjadi satu rangkaian acara yang terkonsep dan dijalankan terstruktur. Adapun pemahaman dalam meningkatkan keterampilan dalam bisnis e-commerce meliputi;

#### **1. Pendekatan Pembelajaran**

Bisa di dapatkan melalui agenda seminar atau semacamnya, pendekatan pembelajaran dimulai dengan penyampaian materi oleh narasumber ahli yang kemudian disusul dengan diskusi interaktif. Hal ini dilakukan demi mencapai

tujuan pengenalan peserta pada konsep dasar *technopreneurship*, relevansi *e-commerce*, serta bagaimana cara mengintegrasikan keduanya ke dalam konteks dunia bisnis (Widiastuti, 2021). Seringkali media visual seperti slide presentasi dan video ditampilkan untuk mendukung pemahaman yang lebih mendalam. Setelah peserta berhasil memahami konsep-konsep dasar yang berhasil dijelaskan disusul dengan praktikum, dimana mereka bakal dibimbing bagaimana caranya membangun *took online* mereka sendiri lewat platform *e-commerce*, tik-tok misalnya. Selama sesi ini peserta diberikan instruksi mencakup proses pendaftaran, pengaturan profil *took* hingga cara mengunggah produk.

2. Studi Kasus serta *Focus Group Discussion* (FGD)

Studi kasus dan diskusi kelompok merupakan unsur penting dalam pendekatan pembelajaran dari hasil seminar pembelajaran. Proses dimulai dengan menyajikan studi kasus tentang wirausaha muda yang berhasil menerapkan *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis mereka, tujuannya memberikan realitas, bahwa senyatanya hal tersebut menjadi kenyataan konkret tentang penerapan *technopreneurship* dalam dunia usaha. Setelah mempelajari kasusnya apa peserta kemudian dikelompokkan untuk berdiskusi dan merancang konsep bisnis sederhana. setiap kelompok dimintai untuk mempresentasikan ide bisnis yang telah mereka susun dan munculah timbal balik dari komunikasi nya. Harapan dari pembelajaran ini adalah supaya peserta saling bertukar pikir dan memperluas wawasan ( et al., 2013).

3. Simulasi dan praktik mandiri

Simulasi dan praktik mandiri memegang peranan penting dalam memberikan pengalaman langsung kepada peserta. Dalam simulasi penjualan, pelatihan yang harus dilakukan oleh peserta yaitu menjalankan proses transaksi di *platform e-commerce* yang terdiri dari (Muhammadiyah et al., 2024); cara mengelola pesanan, pengaturan pengiriman dan pelayanan kepada pelanggan. Mereka dihadapkan pada *scenario kasus* yang harus diselesaikan seperti halnya bagaimana cara menangani keluhan dari pelanggan. Praktik ini diterapkan untuk mengasah manajemen konflik mereka dalam menangani kasus yang senyatanya.

4. Evaluasi dan umpan balik

Pada tahap evaluasi dan umpan balik, pemahaman dan kemampuan peserta diukur untuk memastikan mereka dapat menggunakan platform *e-commerce* dengan baik serta mengembangkan ide atau menciptakan inovasi melalui bisnis digital. Proses evaluasi meliputi tugas praktis, kuis, dan penilaian terhadap proyek *took online* yang telah dibuat oleh peserta selama *workshop* (Baktiono & Artaya, 2020). Setelah evaluasi, peserta menerima umpan balik atau respon yang membangun. Hal ini membantu mereka mengenali bagian mana yang sudah menjadi kelebihan dan apa yang masih perlu ditingkatkan. Selain itu, diskusi terbuka diselenggarakan untuk menjawab

pertanyaan peserta dan memberikan saran terkait pengembangan keterampilan mereka di masa depan.

5. Pendekatan *edutainment*

Tujuan pendekatan ini dilakukan untuk membuat proses pembelajaran menjadi lebih menarik dan menyenangkan. Game edukatif digunakan untuk meningkatkan minat peserta terhadap topic *e-commerce* dan kewirausahaan seperti halnya permainan simulasi manajemen bisnis yang mengajarkan strategi pemasaran, pengelolaan keuangan dan interaksi dengan pelanggan (Ridwan et al., 2018). Di samping itu diadakan kompetisi kesil di akhir pembelajaran, dimana peserta atau kelompok yang berhasil membuat *took online* terbaik akan menerima penghargaan. Kompetisi ini dilakukan agar memberikan motivasi kepada peserta, serta membangun jiwa kompetitif yang sehat, dan memberikan pengalaman praktis yang berguna dalam proses pembelajaran.

6. Pendampingan dan konsultasi

Pendampingan dan konsultasi merupakan komponen penting dalam agenda pembelajaran (seminar) contohnya. Sesi konsultasi memberikan kesempatan bagi peserta untuk berdiskusi langsung dengan yang memberikan bimbingan mengenai ide bisnis mereka atau tantangan yang dihadapi dalam menjalankan *took online*. Selain itu, ada pendampingan lanjutan sebagai fasilitas untuk peserta yang ingin terus mengembangkan bisnis online mereka pasca pembelajaran (Ekonomi et al., 2024). Hal ini memastikan bahwa peserta tidak hanya memperoleh keterampilan selama pembelajaran berlangsung tetapi juga mendapat dukungan berjenjang untuk mengimplementasikan dan mengembangkan keterampilan tersebut dalam praktik. Konsepsi ini didesain untuk memberikan pengalaman belajar yang menyeluruh antara menggabungkan teori dengan praktik yang dikerjakan secara langsung. Dengan metode yang interaktif peserta diharapkan dapat memahami konsep *techanopreneurship* lebih dalam dan dapat mengaplikasikannya secara praktis dalam wirausaha digital (Savira et al., 2018).

Enam metode yang telah dijelaskan adalah *technopreneurship* adalah suatu proses investasi dalam suatu pekerjaan yang terdiri dari langkah-langkah untuk memberikan dorongan dalam upaya mengidentifikasi teknologi modern yang memberikan sebuah tawaran dalam bentuk kesempatan mempromosikan barang maupun jasa yang dikemas dalam bentuk menarik (Yuliana, 2021). Hemat kata, pembentukan serta proses bisnis baru melalui teknologi.

## **KESIMPULAN**

Pelatihan Wirausaha Muda Kreatif di Era Digital yang dilaksanakan pada 28 November 2023 dan didampingi selama 3 bulan telah berhasil mencapai tujuan

utamanya, yaitu meningkatkan keterampilan dan motivasi siswa MA Islamiyah Senori dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kewirausahaan. Para siswa mendapatkan pemahaman baru tentang cara memanfaatkan media sosial dan platform *online* untuk memasarkan produk dan jasa mereka secara efektif. Mereka juga mampu menciptakan konten kreatif yang menarik menggunakan aplikasi desain grafis, seperti Canva dan Photoshop, yang secara langsung mendukung usaha mereka di dunia digital.

Pelatihan ini memberikan dampak yang nyata dalam hal peningkatan keterampilan teknis dan mentalitas kewirausahaan siswa. Beberapa peserta telah memulai usaha kecil-kecilan berbasis digital, yang menunjukkan keberhasilan program ini dalam membuka peluang wirausaha di kalangan siswa. Pendampingan selama 3 bulan juga memberikan dukungan berkelanjutan kepada peserta sehingga mereka dapat mengatasi kendala yang dihadapi dalam praktik di lapangan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada Kepala Sekolah MA Islamiyah Senori beserta para stakeholdernya yang telah membantu tim peneliti STAI Senori Tuban dalam proses pengabdian. Pemberdayaan yang dilaksanakan untuk membina lebih dalam terkait kewirausahaan. Serta kepada LPPM STAI Senori Tuban yang telah memberikan izin dalam proses pengabdian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aulia, D., & Ikhwana, A. (2013). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus Di Pabrik Sutra Tiga Putra). *Jurnal Kalibrasi*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.10-1.1>
- Baktiono, R. A., & Artaya, I. P. (2020). Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical. *Journal Manajemen Kinerja*, 53(9), 1689–1699. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/download/202/137>
- Bukhari, A., & Saleh, K. (2024). Pengembangan Minat Wirausaha Siswa Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (Smkn) 4 Kota Serang. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 24–30. <https://doi.org/10.59066/jppm.v3i1.645>
- Ekonomi, S., Universitas, S., Pasuruan, Y., & Studi, P. (2024). Penguatan Kapabilitas Digital UKM Batik Canting Khas Gempol Strengthening Digital Capability Of Batik Canting Smes In Gempol , Pasuruan Regency. 11(September), 755–763.
- Fahri Sahrul Ramadhan, Abdul Hafid, Ardiansyah, U. N. (2024). Pengertian Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(3), 289–298.
- Hardinandar, F., Rizkan, M., & Amelia, R. (2024). 208-Article Text-952-2-10-20240122. 1, 37–50.

- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *Ibtida'*, 3(1), 112–119. <https://doi.org/10.37850/ibtida.v3i1.300>
- Journal, C. D., Fatmawati, R., Mutiah, N., & Digital, E. (2023). Pengembangan Produktivitas Kewirausahaan. 4(4), 7368–7372.
- Kartikasari, M. A. (2023). Where Theory, Practice, Experience, & Talent meet. *Community Service Journal*, 3(1), 56–62. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/tpet>
- Kusuma, A. I. (2017). Strategi Manajemen Sekolah Dasar Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan. *Jurnal JPSD (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 4(1), 77. <https://doi.org/10.26555/jpsd.v4i1.a9590>
- Muhammadiyah, M., Wardani, A. N. K., Yuwono, S., Khairunnisa, & Jumriah. (2024). Pemberdayaan Perempuan Dalam Bisnis Online: Peluang Dan Tantangan Di Era Digital. *Communnity Development Jpurnal*, 5(2), 3924–3931.
- Mustika, I., Ferdila, Khadijah, Sarmini, M. Arpah, & Diana Nabella, S. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Untuk Siswa SMA Islam Nabilah Batam Melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 334–340. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i1.2318>
- Pudianti, A., Herawati, A., & Purwaningsih, A. (2018). Faktor Kreativitas dalam Pengembangan Model Inkubator Bisnis di Era Digital. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.26740/bisma.v10n2.p145-155>
- Ridwan, H., Masrul, M., & Juhaepa, J. (2018). Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 99–108. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.17>
- Savira, A. N., Fatmawati, R., Z, M. R., & S, M. E. (2018). Peningkatan Minat Belajar Siswa dengan Menggunakan Metode Ceramah Interaktif. *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)*, 1(1), 43–56. [https://doi.org/10.30762/factor\\_m.v1i1.963](https://doi.org/10.30762/factor_m.v1i1.963)
- Sitepu, S. N. B., Teguh, M., Sienatra, K. B., & Kenang, I. H. (2023). Pendampingan Wirausaha Muda Untuk Membangun Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Provinsi Bali. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 742–752.
- Tampubolon, A., Pasaribu, D. S. O., & Juliansyah, R. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Siswa Sekolah SMK Swasta Mayjend. Sutoyo pada Era Digital. *Journal Liaison Academia and Society*, 3(4), 58–62. <https://doi.org/10.58939/j-las.v3i4.678>
- Usady, H. (2023). Tantangan, Faktor dan Strategi dalam Penerapan E-Commerce: Systematic Literature Review. *Seminar Nasional Amikom Surakarta*

(Semnasa) 2023, November, 765–773.

Widiastuti, N. (2021). Ekonomi Digital Peluang dan Strategi. Seminar Nasional STIE Wiwaha, 148–167. <http://www.mitrawacanamedia.com>

Yogyakarta, U. N., & Astuti, F. K. (2014). Upaya meningkatkan minat kewirausahaan melalui diskusi kelompok pada siswa kelas xi smk negeri i sanden. Skripsi, 1–135.

Yuliana, Y. (2021). Peningkatan Daya Saing Bisnis melalui Technopreneurship. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 103–113. <https://doi.org/10.35912/rambis.v1i2.556>