

Digitalisasi Bisnis Siswa: Strategi Branding dan Penjualan melalui Konvergensi Marketplace dan Linktree

Chairilisa Azzahra^{*1}, Putu Ruth Adwishanty¹, Zulham Dwi Pratikto¹, Novira Dian Antasari¹, Zulhamdani¹

¹ Fakultas Sains dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital, Universitas LIA, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diserahkan 29/05/2026
 Direvisi 10/06/2026
 Diterima 29/06/2026
 Diterbitkan 10/07/2026

Kata Kunci:

Pencitraan Merek,
 Pemasaran Digital,
 Bisnis Digital,
 Platform Digital,
 Kewirausahaan

ABSTRAK

Pada era Revolusi Industri 4.0, kompetensi lulusan pendidikan masih belum sepenuhnya selaras dengan kebutuhan industri yang menuntut penguasaan talenta digital dan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi. Meskipun siswa telah terbiasa menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, namun masih terdapat kesenjangan digital tingkat kedua, khususnya dalam aspek keterampilan digital produktif. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital serta keterampilan kewirausahaan siswa melalui pengembangan dan pelatihan platform toko daring berbasis Linktree. Kegiatan PKM dilaksanakan dengan pendekatan multi-tahap berbasis pengalaman langsung yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu: (1) peningkatan literasi digital terkait pemahaman konsep branding dan pemasaran digital; (2) pelaksanaan workshop pembuatan template promosi siap pakai; serta (3) proses digitalisasi, dan presentasi hasil karya peserta. Luaran utama dari kegiatan ini adalah terbentuknya minimal satu unit toko daring skala kecil yang dikelola secara kolaboratif oleh siswa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman literasi bisnis digital, kreativitas dalam perancangan promosi, serta kemampuan siswa dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam aktivitas kewirausahaan. Rata-rata skor pre-test peserta berada pada kisaran 77%, meningkat menjadi 91% pada post-test. Selain itu, tingkat kepuasan peserta mencapai 90% menyatakan 'sangat puas'. Kegiatan PKM ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan muda yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

Corresponding author email:
chairilisa.azzahra@gmail.com



Copyright © Author (2026). Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era Revolusi Industri 4.0 telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam berbagai sektor, termasuk bidang pendidikan dan kewirausahaan. Dunia kerja dan industri saat ini menuntut sumber daya manusia yang tidak hanya memiliki kemampuan akademik, tetapi juga keterampilan digital serta jiwa kewirausahaan yang adaptif terhadap perubahan teknologi. Namun demikian, kompetensi lulusan pendidikan, khususnya pada jenjang SMA dan SMK, masih belum sepenuhnya selaras dengan kebutuhan tersebut. Hal ini sejalan dengan laporan Kemnaker yang menyebutkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka tertinggi didominasi oleh lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), sebesar 8,00% [1].

Walaupun saat ini akses terhadap infrastruktur digital semakin merata, namun defisit talenta digital dapat terjadi karena adanya kesenjangan dalam hal keterampilan digital (digital skills) dan kemampuan

memanfaatkan teknologi secara produktif, yang dikenal dengan istilah second level digital divide [2]. Lebih lanjut, Schwab (2016) menjelaskan bahwa transformasi digital menuntut para profesional masa depan untuk adaptif, kreatif, dan berjiwa wirausaha [3]. Oleh karenanya, diperlukan pelatihan untuk menghasilkan siswa/siswi yang memiliki keahlian digital di tengah dunia global yang berubah sangat cepat [4], [5]. Menurut Sukirman (2017), salah satu usaha kreatif yang dapat dilakukan di era globalisasi saat ini adalah dengan meningkatkan kemampuan akan teknologi [6].

Konvergensi teknologi dan kewirausahaan, yang dikenal dengan istilah technopreneurship, memainkan peran penting dalam mempersiapkan siswa siswi dalam menghadapi tantangan ekonomi global, transformasi digital, dan masa depan dunia kerja. Technopreneurship sendiri merupakan inovasi berbasis teknologi yang bertujuan untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha bisnis. Ismail et al. (2018), mengemukakan bahwa technopreneurship menekankan pada kreativitas, inovasi, dan pengambilan risiko untuk mengembangkan produk atau layanan berbasis teknologi yang dapat mengatasi permasalahan dalam dunia global saat ini [7]. Selanjutnya, menurut Sutrisno (2023), dengan mengintegrasikan technopreneurship dalam pendidikan, maka dapat meningkatkan kemampuan inovasi dan kreativitas siswa dalam memecahkan masalah, khususnya dalam dunia usaha [8]. Sedangkan dalam jangka panjang, sektor kewirausahaan, termasuk technopreneurship, merupakan pendorong utama pembangunan ekonomi dan sosial [9]. Technopreneurship memuat teori dan praktik kewirausahaan dengan memberikan inovasi melalui penerapan teknologi yang dimiliki oleh perguruan tinggi khususnya dan sumber daya teknologi lainnya untuk menciptakan produk inovatif sehingga menghasilkan wirausahawan baru berbasis teknologi.

Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan tenaga kerja di sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) memproyeksikan bahwa permintaan terhadap talenta digital akan terus mengalami peningkatan, yang sekaligus menunjukkan adanya defisit tenaga kerja digital di pasar kerja Indonesia yang perlu segera diatasi [10]. Namun demikian, kondisi tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh kesiapan sumber daya manusia muda, khususnya siswa siswi lulusan SMA dan SMK, yang meskipun telah terbiasa menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan hiburan, namun masih belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara produktif untuk kegiatan ekonomi dan pengembangan usaha. Hal ini juga terlihat dari hasil observasi awal pada siswa-siswi peserta pelatihan workshop, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki literasi digital dasar sebatas penggunaan media sosial untuk komunikasi dan hiburan. Dari hasil pre test awal, diperoleh hanya sekitar 45% yang pernah mencoba berjualan secara daring, namun masih menghadapi kendala utama berupa keterbatasan pemahaman branding, kesulitan membuat konten promosi yang menarik, serta minimnya pengalaman mengelola toko online di marketplace. Kondisi ini menjadi dasar perlunya pelatihan berbasis praktik untuk menjembatani kesenjangan keterampilan digital produktif.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya edukatif yang aplikatif untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan siswa. Salah satu alternatif solusi yang relevan adalah melalui pelatihan pengembangan mini online shop berbasis marketplace dan Linktree, yang relatif mudah diakses dan sesuai dengan karakteristik generasi muda. Melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, siswa dibekali pemahaman branding, pemasaran digital, serta keterampilan teknis dalam merancang dan mengelola toko daring sederhana. Adapun hasil dari kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kompetensi digital siswa, tetapi juga menumbuhkan jiwa kewirausahaan baru yang mampu beradaptasi dengan dinamika ekonomi digital

2. METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan dengan mengusung tema Workshop Berbasis Kompetensi (*Competency-Based Workshop*), yang menitikberatkan pada penguasaan kemampuan praktis

secara spesifik dan terukur. Hal ini berdasar pada teori *Experiential Learning* yang dikembangkan oleh Kolb [11], dimana peserta belajar melalui pengalaman nyata dengan siklus observasi dan eksperimen aktif. Penggunaan simulasi langsung memperkuat keterampilan teknis serta adaptivitas peserta terhadap teknologi digital, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan relevan dengan kebutuhan industri saat ini [12]. Adapun mitra utama dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah sekolah-sekolah yang berada di lingkungan Universitas LIA, meliputi SMK Cyber Media Jakarta, SMK Karya Teladan, dan SMAS Fatahillah, yang berlokasi di Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan dengan pendekatan *action-based learning*, yang menekankan partisipasi aktif peserta melalui praktik langsung (*learning by doing*). Model ini memastikan luaran aplikasi dan pemberdayaan mitra tercapai secara terukur. Kegiatan dirancang dalam lima tahap utama selama 16 pertemuan, dengan fokus pada penerapan keterampilan digital dan kewirausahaan. Berikut adalah jadwal pelaksanaan dan tahapan kegiatan yang dilakukan selama kegiatan PKM berlangsung:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1.	Koordinasi Mitra: Perizinan dan penyelarasan program dengan Kecamatan Pancoran	√					
2.	Koordinasi Mitra: Koordinasi dan observasi siswa dengan Sekolah Mitra	√					
3.	Orientasi & Pre-Test: Pengenalan program dan pemetaan awal kompetensi siswa		√				
4.	Pelatihan Branding: Konsep dasar brand dan strategi identitas merek		√				
5.	Workshop Visual I: Pengambilan foto produk menggunakan smartphone dan alat bantu sederhana		√				
6.	Workshop Visual II: Praktik desain identitas visual dan logo menggunakan Canva		√				
7.	Workshop Copywriting: Pembuatan tagline dan deskripsi produk menggunakan teknik AIDA			√			
8.	Workshop pembuatan template marketing siap unggah menggunakan Canva (terdapat produk riil yang siap dipasarkan berserta tagline dan <i>copywrittingnya</i>)			√			
9.	Setup Marketplace: Pendaftaran dan konfigurasi operasional toko daring (shopee atau tokopedia)			√			
10	Setup Linktree: Pembuatan dan integrasi landing page bisnis ke akun whatsapp ataupun IG				√		
11	Presentasi dari setiap group siswa terkait strategi marketing yang akan diterapkan dalam bisnis onlinenya				√		
12	Praktik unggah produk dan template marketing ke markterplace yang telah dibuka sebelumnya					√	
13	Evaluasi & Post-Test: Penilaian peningkatan kompetensi dan efektivitas program					√	
14	Pembuatan dan pengiriman dokumen berita					√	

No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
	acara kemajuan PkM						
15	Penutupan Kegiatan: Gelar karya portofolio digital dan penutupan formal kegiatan PkM						√
16	Laporan Akhir: Penyusunan dan pengiriman laporan akhir kegiatan PkM						√

Berdasarkan rancangan metode tersebut, pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan secara sistematis melalui lima tahapan utama sebagai berikut:

1. Tahap I: Observasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra
Tim pelaksana melakukan observasi mendalam terhadap karakteristik peserta dan tantangan digital yang dihadapi. Data profil siswa menjadi dasar penyusunan kurikulum dan bahan ajar yang relevan.
2. Tahap II: Pelaksanaan Pelatihan Intensif (*Hands-on*)
Konsep dasar pelatihan Bisnis Digital melibatkan 25 siswa/siswi SMA dan SMK di lingkungan Kecamatan Pancoran. Peserta dibekali konsep dasar bisnis digital, teknik branding, dan strategi pemasaran digital. Tujuannya membangun fondasi teoritis sebelum praktik teknis.
3. Tahap III: Pelaksanaan Workshop (*Practical Learning*)
Fase ini berfokus pada pembelajaran berbasis praktik langsung. Peserta membuat aset visual menggunakan Canva dan website produk sederhana berbasis platform gratis. Pada tahap ini diharapkan dapat menumbuhkan kemampuan peserta dalam memproduksi konten digital secara mandiri.
4. Tahap IV: Digitalisasi dan Presentasi Hasil Karya Siswa
Pada tahap ini, peserta mengimplementasikan hasil pelatihan dengan membuka akun marketplace dan membuat landing page Linktree sebagai pusat informasi produk. Rangkaian tahap ini diakhiri dengan sesi presentasi kelompok di mana setiap peserta memaparkan hasil karya mereka, mulai dari identitas brand, aset visual, hingga strategi pemasaran yang diterapkan di marketplace.
5. Tahap V: Evaluasi Hasil Kegiatan dan Pelaporan Akhir
Tahap akhir dari seluruh rangkaian kegiatan adalah evaluasi komprehensif. Tim pelaksana melakukan *post test* pasca-pelatihan untuk mengukur peningkatan kompetensi dan kepuasan peserta.

Selain itu juga terdapat kegiatan *coaching & mentoring* sebagai bentuk pendampingan individual saat siswa mengelola toko online, dengan proyek akhir berupa peluncuran mini online shop yang dilakukan oleh setiap siswa siswi peserta pelatihan. Sesi ini bertujuan untuk menjembatani celah pemahaman yang mungkin masih dimiliki peserta setelah kegiatan workshop berakhir. Pendampingan ini menjamin setiap siswa siswi sekolah mitra tidak hanya memahami konsep *online shop*, tetapi mampu mengelola toko digital mereka secara mandiri dan berkelanjutan.

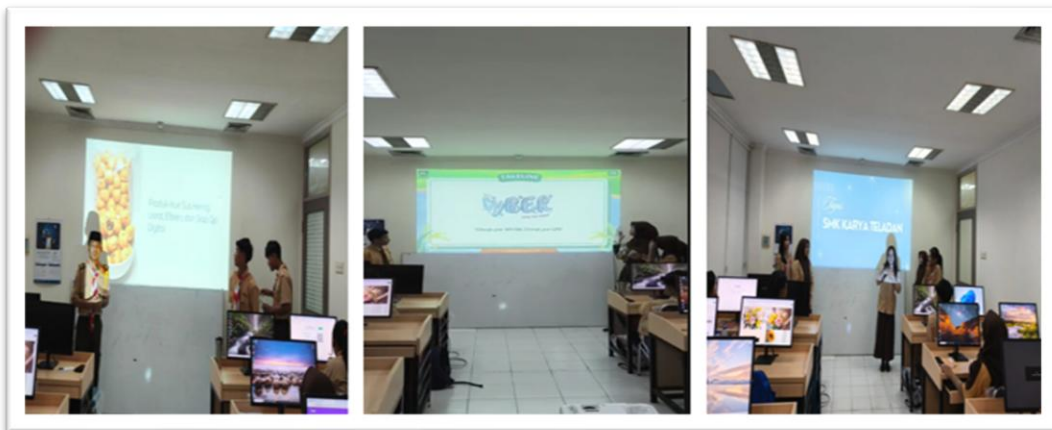
3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan dalam bentuk pelatihan ‘‘Workshop Berbasis Kompetensi (*Competency-Based Workshop*)’’, yang merupakan sebuah pendekatan pelatihan yang menitikberatkan pada penguasaan kemampuan praktis secara spesifik dan terukur. Selanjutnya, untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai suasana pelaksanaan kegiatan workshop, berikut disajikan dokumentasi foto yang mencakup seluruh rangkaian yang telah dilaksanakan (Gambar 1):



Gambar 1. Pelatihan Branding Produk

Dalam sesi pelatihan branding produk, siswa siswi diajarkan terkait konsep produk, *copywriting* dan tagline produk. Pemahaman akan ketiga variabel ini akan sangat berpengaruh terhadap *branding* produk yang sedang dibangun. Selanjutnya, pada akhir kegiatan workshop, setiap tim dari masing-masing sekolah akan melakukan presentasi hasil produk yang akan mereka kembangkan di kemudian hari (Gambar 2).



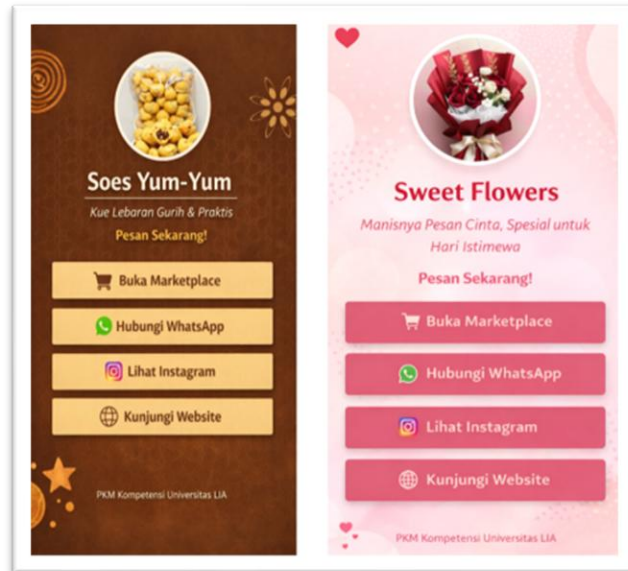
Gambar 2. Sesi Presentasi Hasil Karya Peserta Workshop

Kegiatan PKM ini dilaksanakan melalui Workshop Berbasis Kompetensi yang menekankan praktik langsung sehingga setiap aktivitas dirancang untuk menghasilkan capaian kompetensi yang spesifik, yaitu:

1. Pelatihan Branding: meningkatkan pemahaman identitas merek, terbukti dari kemampuan peserta menyusun logo, tagline, dan deskripsi produk yang persuasif.
2. Workshop Visual (Fotografi & Desain) → memperkuat keterampilan teknis dalam pengambilan foto produk dan desain identitas visual menggunakan Canva, sehingga peserta mampu menghasilkan konten promosi yang menarik.
3. Workshop Copywriting & Template Marketing → mengasah kreativitas komunikasi pemasaran dengan teknik AIDA, menghasilkan materi promosi siap unggah.
4. Setup Marketplace & Linktree → melatih keterampilan operasional digital, di mana peserta berhasil membuka akun marketplace aktif dan membuat landing page Linktree sebagai pusat integrasi kanal komunikasi.

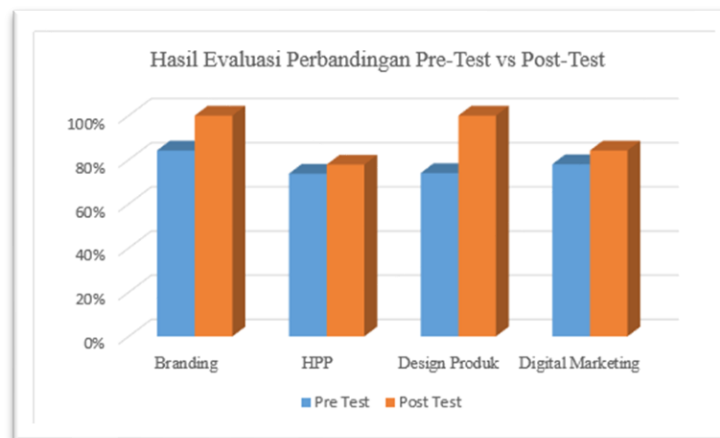
Selanjutnya, sebagai tindak lanjut dari pelatihan berbasis kompetensi, kegiatan PKM ini

menghasilkan luaran digital yang mencerminkan kemampuan peserta dalam menerapkan konsep branding dan pemasaran digital. Salah satu hasil nyata adalah pengembangan landing page dan Linktree sebagai media promosi daring produk siswa, yang mengintegrasikan marketplace, media sosial, dan komunikasi pelanggan secara efektif. Berikut capaian output siswa dan siswi dari kegiatan PKM ini:



Gambar 3. Dokumentasi Hasil Karya Peserta Workshop di Platform Linktree

Lebih lanjut, berdasarkan analisis pre-test dan post-test, workshop ini berhasil memperkuat literasi digital dan motivasi kewirausahaan siswa dan siswi mitra sekolah dengan hasil seperti pada Gambar 4 dan Tabel 2 di bawah ini:



Gambar 4. Hasil Pre Test dan Post Test Peserta Workshop

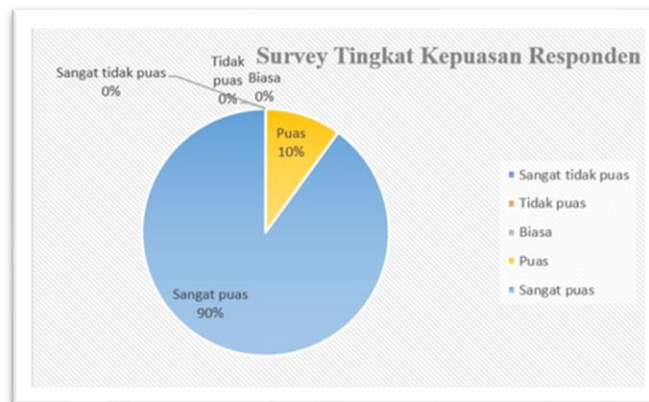
Dari Gambar 3 di atas terlihat secara keseluruhan terjadi peningkatan skor di semua kategori materi. Hal ini menunjukkan bahwa program pelatihan berbasis kompetensi yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman peserta. Semua nilai akhir (post-test) berada di atas kisaran 80%, yang menandakan tingkat penyerapan materi yang sangat baik oleh peserta workshop. Adapun rincian hasil evaluasi pre-test dan post-test untuk semua kategori materi dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Hasil Pre Test dan Post Test Peserta Workshop

Kategori	Skor pre-test	Skor post-test	Kesimpulan
Branding	84%	100%	Pemahaman awal sudah tinggi, namun tetap ada peningkatan signifikan hingga mencapai nilai sempurna di akhir sesi pelatihan.
HPP	74%	78%	Memiliki peningkatan paling kecil. Hal ini menunjukkan bahwa materi HPP mungkin lebih kompleks atau memerlukan waktu pengajaran lebih lama.
Design Produk	74%	100%	Mencatat lonjakan kenaikan tertinggi. Efektivitas pengajaran di materi ini sangat maksimal.
Digital Marketing	78%	84%	Menunjukkan adanya peningkatan hasil, meskipun peningkatannya tidak setinggi Design Produk.

Dari tabel 2 di atas, secara kuantitatif, terjadi peningkatan kompetensi yang signifikan. Rata-rata skor pre-test peserta sebesar 77%, kemudian meningkat menjadi 91% pada post-test. Peningkatan paling tinggi terlihat pada aspek desain produk (74% → 100%), sementara aspek branding juga mencapai nilai sempurna (84% → 100%). Aspek digital marketing meningkat dari 78% menjadi 84%, dan HPP dari 74% menjadi 78%.

Selanjutnya tingkat kepuasan peserta workshop dapat terlihat dari hasil survey yang diberikan pada hari terakhir pelatihan kepada siswa dan siswi dengan hasil sebagai berikut (Gambar 4):



Gambar 5. Survey Tingkat Kepuasan Peserta Workshop

Diagram lingkaran pada gambar 5 di atas terlihat bahwa sebesar 90% dari keseluruhan peserta menyatakan bahwa 'sangat puas' dengan pelaksanaan kegiatan workshop berbasis kompetensi ini, dengan rata-rata skor kepuasan peserta workshop sebesar 4,5/5 atau sebesar 90% menyatakan "sangat puas" terhadap pelaksanaan workshop. Hal ini menunjukkan kesuksesan kegiatan PKM yang diselenggarakan. Secara keseluruhan, hasil pencapaian program PKM tidak hanya memberikan solusi jangka pendek berupa peluncuran produk di aplikasi marketplace, tetapi juga solusi jangka panjang berupa kompetensi berkelanjutan.

Hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa melalui integrasi praktik langsung menggunakan produk riil dari masing-masing siswa, terbukti mampu meningkatkan efikasi diri dan niat berwirausaha siswa secara signifikan dibandingkan metode tradisional [13]. Pendekatan hands-on menjadi sangat penting karena memungkinkan peserta langsung mengaplikasikan teori dalam konteks nyata. Dengan praktik langsung,

transfer pengetahuan lebih efektif, keterampilan teknis seperti desain visual, copywriting, dan pengelolaan marketplace dapat dikuasai secara konkret, sekaligus mengurangi kesenjangan digital yang sebelumnya membuat siswa hanya menjadi pengguna pasif media sosial. Selain itu, pengalaman nyata membangun kepercayaan diri dan efikasi diri, sehingga siswa berani mencoba, merefleksikan, dan memperbaiki hasil kerja mereka. Hal ini sejalan dengan siklus Experiential Learning Kolb—mengalami, mengamati, merefleksikan, dan bereksperimen—yang menjadikan pembelajaran lebih mendalam dan berkelanjutan. Hands-on juga relevan dengan tuntutan dunia kerja, karena menghasilkan portofolio nyata berupa landing page, marketplace aktif, dan materi promosi digital yang dapat dijadikan bukti kompetensi siswa di era ekonomi digital.

Hal ini sejalan dengan salah satu tujuan program PKM, yang diorientasikan untuk menginkubasi jiwa kewirausahaan digital (*technopreneurship*), sehingga mampu menciptakan lulusan yang adaptif, inovatif, dan siap menjadi penggerak ekonomi mandiri berbasis teknologi. Kewirausahaan digital merupakan manifestasi dari pemanfaatan teknologi digital untuk mengonstruksi model bisnis baru serta menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan [14]. Bagi siswa pada jenjang SMA/SMK, implementasi *technopreneurship* bukan sekadar aktivitas transaksi jual-beli daring, melainkan sebuah upaya strategis untuk menumbuhkan pola pikir kreatif melalui integrasi berbagai platform digital seperti Canva untuk branding, Linktree sebagai landing page sederhana, dan Marketplace sebagai kanal distribusi sehingga menjadi satu ekosistem bisnis yang kohesif [15]. Hal ini sejalan dengan kegiatan PKM yang dilaksanakan oleh Putriana et al (2026), yang menyatakan bahwa pasca kegiatan, sebanyak 88% peserta menyatakan niat untuk mulai memanfaatkan teknologi secara lebih produktif, seperti membuat konten digital, belajar keterampilan baru secara daring, atau mengembangkan peluang wirausaha digital [16]. Pengembangan kompetensi ini tentunya selaras dengan kebijakan pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran terdidik melalui penciptaan lapangan kerja mandiri yang adaptif terhadap dinamika ekonomi digital [17].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, program PKM ini terbukti berhasil menjembatani kesenjangan kompetensi digital siswa mitra, ditandai dengan perubahan pola pikir dari pengguna pasif menjadi pengelola usaha digital mandiri melalui penguasaan marketplace dan Linktree. Dampaknya terlihat pada peningkatan keterampilan branding, pemasaran digital, serta terbentuknya ekosistem mini online shop yang aplikatif sebagai sarana nyata untuk mendukung usaha mandiri maupun UMKM sekolah. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan hands-on tidak hanya meningkatkan literasi digital dan efikasi diri peserta, tetapi juga membuka peluang implementasi lebih luas dalam pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi di lingkungan pendidikan, sehingga memperkuat daya saing siswa di era ekonomi digital.

Selanjutnya, berikut beberapa poin yang disarankan untuk pengembangan ke depan:

1. Pembentukan Komunitas Digital: Sekolah mitra disarankan membentuk ekstrakurikuler atau kelompok belajar kewirausahaan digital sebagai wadah pendampingan (peer-mentoring) agar toko yang telah dibuat tetap aktif.
2. Integrasi Kurikulum: Diharapkan pihak sekolah dapat mengintegrasikan materi branding dan marketplace (*technopreneurship*) ke dalam mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK).

UCAPAN TERIMA KASIH

Sehubungan dengan telah terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Tim Pengabdian menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas LIA, atas dukungan moril, pendanaan, serta fasilitasi yang memungkinkan kegiatan ini terlaksana dengan baik.

2. Kecamatan Pancoran, atas dukungan, izin, serta koordinasi wilayah yang memberikan ruang bagi terselenggaranya program pengembangan literasi digital bagi siswa sisi SMA dan SMK di lingkungan Kecamatan Pancoran.
3. Pihak Sekolah (Mitra Pelatihan), atas kerja sama, kolaborasi, dan partisipasi aktif dari seluruh Kepala Sekolah, jajaran guru, serta siswa siswi yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi sekolah, memperkuat kompetensi digital para peserta, serta menjadi inspirasi bagi penerapan transformasi digital yang lebih merata di lembaga pendidikan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemnaker, "Profil Ketenagakerjaan Umum," Retrieved from Kementerian Ketenagakerjaan: www.kemnaker.go.id, Februari 2025.
- [2] J. Ria, dan D. Anggini, "Kesenjangan Digital dan Solusi yang Diterapkan di Indonesia selama COVID-19 Pandemi," *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, vol. 24, no. 2, pp 187 – 200, Des 2022, doi:<http://dx.doi.org/10.17933/iptekkom.24.2.2022.187-200>.
- [3] Schwab. K, "The Fourth Industrial Revolution: What it means, how to respond", Retrieved from World Economic Forum, Jan 2016, <https://www.weforum.org/stories/2016/01/>
- [4] Fowosire. R, Idris. O, and Elijah. O, "Technopreneurship: A View of Technology, Innovations, and Entrepreneurship", *Global Journal of Researches in Engineering: Electrical and Electronics Engineering*, vol 17, no. F7, pp 41-46, 2017. <https://engineeringresearch.org/index.php/GJRE/article/view/1717>
- [5] Nurhayati. D, and Machmud. A, "The Influence of Technopreneurial Learning on Technopreneurship Intention Students." *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH)*, pp 390–400, 2019.
- [6] Sukirman, "Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 20, no. 1, pp 113–132. 2017. doi:10.24914/jeb.v20i1.318.
- [7] Ismail. N, Khalid. S, Othman. A, Jusoff. K, Rahman. N, Kassim. K, and Zain. R, 'Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates,' *International Journal of Business and Management*. Vol. 14, no. 2, pp 56–65, 2018. doi:10.5539/ijbm.v4n10p54.
- [8] S. Sutrisno, "The Role of Technopreneurship Education in Increasing Student Entrepreneurial Interest and Competence". *Jurnal Minfo Polgan*, vol 12, no. 2, pp 1678-1687. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12955>
- [9] Hisrich. R. D, Peters. M. P, and Shepherd. D, *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education. 2017.
- [10] Rizati. M. A, "Kebutuhan Pekerja IT Indonesia Hampir Capai 2 Juta pada 2025." Retrieved from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/tenaga-kerja/detail/kebutuhan-pekerja-it-indonesia-hampir-capai-2-juta-pada-2025>, Agustus 2022.
- [11] Kolb. D. A, "Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development", 2nd ed. New Jersey, Pearson Education, 2015.
- [12] Seaman. J, Quay. J, and Brown. M, "The Evolution of Experiential Learning Theory: Tracing Lines of Research in the "JEE"." *Journal of Experiential Education*, vol 40, no. 4, Jan 2017. doi:10.1177/1053825916689268
- [13] Morris. M. H, Kuratko. D. F, and Cornwall. J. R, "Experiential Learning in Entrepreneurship," in book: *Entrepreneurship Programs and the Modern University*, pp 845-867, Agus 2013. doi:10.4337/9781782544630.00012
- [14] Nambisan. S, "Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship", vol

- 41, no. 6, November 2017. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- [15] Giones. F, and Brem. A, “Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda.” *Technology Innovation Management Review*, vol. 7, no. 5, pp 44-51. Mei 2017. doi:10.22215/timreview/1076
- [16] Putriana, I. Andi, Harkaneri, and S. Jasmina. “Edukasi Keterampilan Digital Berbasis Service Learning untuk Meningkatkan Literasi Digital Remaja Gen Z di SMA Negeri 1 Kecamatan Situjuah Limo Nagari Payakumbuh, Sumatera Barat”, *J. Masy. Madani Indones.*, vol. 5, no. 2, pp. 1313–1318, Apr. 2026, doi: 10.59025/mjf08a03
- [17] Badan Pusat Statistik, “ingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,76 persen. Rata-rata upah buruh sebesar 3,09 juta rupiah”, Februari, 2025, Retrieved from Badan Pusat Statistik: www.bps.go.id.