

Pelatihan Wirausaha Berbasis Digital untuk Peningkatan Motivasi bagi Penyandang Disabilitas dalam Memanfaatkan Produk Unggulan Masyarakat Pesisir

Dody Bakhtiar Al-Anshori¹, Reza Febri Abadi², Neti Asmiati³, Yuni Tanjung Utami⁴, Sayidatul Maslahah⁵, Rizki Aningrum⁶, Irmawanti⁷, Toni Yudha Pratama⁸, Sistriadini Alamsyah Sidik⁹, Dedi Mulia¹⁰

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10} Program Studi Pendidikan Khusus, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Raya Ciwaru No. 25, Kota Serang, Banten, Indonesia

Email : dody.bakhtiar@untirta.ac.id

Abstract: *This research aims to analyze the effectiveness of digital-based entrepreneurship training in increasing entrepreneurial motivation for persons with disabilities in coastal areas. In the era of digitalization, access to online marketing platforms represents a strategic opportunity to enhance economic independence, including for persons with disabilities. The research methodology uses a One-Group Pretest-Posttest design with a saturated sample of 15 participants who are persons with disabilities. The research instrument is a questionnaire on entrepreneurial motivation based on the Theory of Planned Behavior. Data were analyzed using the Wilcoxon Signed-Rank Test because the pretest data distribution was not normal. The analysis results show a significant increase in entrepreneurial motivation after participating in the training ($Z=-3.412$, $p=0.001$). These findings indicate that digital training is effective in increasing the participants' belief, readiness, and interest in starting a digital business based on superior coastal community products. Thus, digital entrepreneurship training serves as a relevant and inclusive empowerment strategy for persons with disabilities.*

Keywords: *Entrepreneurship training, digital, motivation, coastal communities*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelatihan wirausaha berbasis digital dalam meningkatkan motivasi berwirausaha bagi penyandang disabilitas di wilayah pesisir. Dalam era digitalisasi, akses terhadap platform pemasaran online menjadi peluang strategis untuk meningkatkan kemandirian ekonomi, termasuk penyandang disabilitas. Metode penelitian menggunakan desain One-Group Pretest-Posttest dengan sampel jenuh sebanyak 15 peserta penyandang disabilitas. Instrumen penelitian berupa angket motivasi berwirausaha berbasis *Theory of Planned Behavior*. Data dianalisis menggunakan Uji Wilcoxon Signed-Rank Test karena distribusi data pretest tidak normal. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan signifikan motivasi berwirausaha setelah mengikuti pelatihan ($Z=-3.412$, $p=0.001$). Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan digital efektif dalam meningkatkan keyakinan, kesiapan, dan minat peserta dalam memulai usaha digital berbasis produk unggulan masyarakat pesisir. Dengan demikian, pelatihan wirausaha digital menjadi strategi pemberdayaan yang relevan dan inklusif bagi penyandang disabilitas

Kata kunci: Pelatihan wirausaha, digital, motivasi, masyarakat pesisir

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi bagi penyandang disabilitas merupakan langkah penting dalam mewujudkan kepercayaan diri dan kemandirian yang berkelanjutan. Pada era saat ini berbagai macam bentuk bidang telah bertransformasi ke arah digital, termasuk dalam hal pemasaran produk secara digital. Peluang usaha secara daring semakin terbuka secara luas, banyak platform yang menyediakan kesempatan berjualan bagi setiap orang, termasuk bagi penyandang disabilitas yang memiliki keterbatasan dalam mobilitas. Namun, peluang besar tersebut tidak dimanfaatkan secara optimal oleh disabilitas terutama di wilayah masyarakat pesisir yang memiliki berbagai produk unggulan lokal seperti hasil olahan laut dan kerajinan tangan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk unggulan

dengan keterbatasan akses dan literasi digital di kalangan penyandang disabilitas di daerah pesisir, sehingga menghambat peningkatan motivasi berwirausaha digital (Alpiani et al., 2025).

Kurangnya motivasi dan keterampilan digital di kalangan penyandang disabilitas menjadi isu tantangan utama dalam pengembangan wirausaha berbasis digital. Banyak dari mereka yang belum memahami cara memulai usaha secara daring, menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, maupun memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Di sisi lain, dukungan pelatihan dan pemberdayaan oleh pemerintah dalam sektor digital masih sangat rendah sehingga potensi ekonomi lokal belum tergarap secara optimal (Khotijah et al., 2021). Padahal, digitalisasi telah membuka peluang baru bagi penyandang disabilitas untuk berpartisipasi dalam perekonomian melalui pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial Instagram (Fahriza & Prasetyawati, 2025). Hal ini didukung oleh peningkatan signifikan pengguna aktif media sosial setiap tahunnya, menawarkan potensi besar bagi pelaku usaha digital untuk memasarkan produk dan menjangkau calon konsumen secara lebih luas. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk, terutama bagi usaha mikro kecil dan menengah serta kelompok masyarakat pesisir yang sebelumnya mengandalkan metode pemasaran konvensional (Novrianty et al., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu berkaitan dengan disabilitas sebagai subjek utama pemberdayaan ekonomi digital. Penelitian yang dilakukan oleh DJ & Azizah (2022), yang mengkaji lebih lanjut bagaimana strategi pemasaran digital, khususnya melalui media sosial, dapat diterapkan untuk meningkatkan motivasi berwirausaha bagi penyandang disabilitas di wilayah pesisir yang kaya akan produk lokal. Penelitian lain menunjukkan bahwa pemberdayaan disabilitas melalui inovasi pemasaran, baik digital maupun non-digital, dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar UMKM yang dikelola oleh penyandang disabilitas, meskipun masih menghadapi tantangan akses pasar (Mardatillah et al., 2024). Dan penelitian yang dilakukan oleh Aminuddin & Choiri (2025), yang membahas pemanfaatan digital marketing, terutama melalui media sosial dan platform marketplace dapat memperluas jangkauan pasar produk lokal dan meningkatkan interaksi pelanggan yang krusial bagi UMKM di daerah pedesaan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di Kampung Domas, Desa Domas, Kecamatan Pontang, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Permasalahan utama yang dihadapi ialah rendahnya motivasi penyandang disabilitas untuk berwirausaha berbasis digital. Hal ini disebabkan karena minimnya pemahaman mengenai langkah awal berjualan online serta kurangnya pendampingan yang membuat mereka merasa kesulitan untuk memanfaatkan platform digital sebagai media promosi dan transaksi. Kondisi ini menyebabkan aktivitas pemasaran produk yang mereka hasilkan masih bergantung pada sistem penjualan tradisional dari mulut ke mulut dan di pasar mingguan yang di adakan hanya hari minggu. Akibatnya, jangkauan pasar menjadi terbatas dan peluang peningkatan pendapatan belum dapat dimaksimalkan.

Wilayah pesisir ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena daerah ini memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar. Masyarakat pesisir memiliki berbagai produk unggulan seperti terasi, bontot ikan, dan kerupuk ikan, yang sebenarnya telah diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar. Keberhasilan penjualan produk tersebut di lingkungan lokal menunjukkan bahwa produk memiliki nilai ekonomi dan daya jual yang layak dikembangkan ke pasar yang lebih luas. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh penyandang disabilitas di wilayah pesisir karena keterbatasan dalam pengetahuan pemasaran digital. Kondisi ini diperparah oleh keterbatasan pengetahuan pemilik UMKM dalam mengoperasikan teknologi informasi dan komunikasi, seperti yang banyak ditemukan pada usaha mikro di pedesaan (Amri & Safitri, 2023). Faktanya, banyak UMKM termasuk yang dikelola oleh penyandang disabilitas masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka secara efektif dan efisien di pasar yang lebih luas (Wibilaksono, 2024).

Melihat kondisi tersebut, maka diperlukan sebuah intervensi yang terarah untuk meningkatkan motivasi berwirausaha berbasis digital bagi penyandang disabilitas. Upaya yang dilakukan yaitu dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan tingkat motivasi berwirausaha sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan dan pendampingan kewirausahaan digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan penyandang disabilitas mampu mengagali potensi diri serta penguatan mental wirausaha agar mereka lebih percaya diri dan mandiri dalam mengembangkan usaha.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain Eksperimen Pretest-Posttest Kelompok Berpasangan (One-Group Pretest-Posttest Design). Desain ini dipilih untuk menguji intervensi Pelatihan Wirausaha Berbasis Digital terhadap Peningkatan Motivasi Wirausaha. Subjek penelitian terdiri dari 15 Penyandang Disabilitas di wilayah Pesisir Laut yang telah menunjukkan minat awal dalam berwirausaha. Subjek memiliki keragaman jenis disabilitas meliputi disabilitas Rungu, Disleksia, dan Daksa untuk memastikan keberlakuan program yang inklusif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampel Jenuh, di mana seluruh populasi target yang memenuhi kriteria spesifik (N=15) dijadikan subjek penelitian untuk memaksimalkan keterlibatan dalam konteks komunitas kecil. Hal ini sejalan dengan Gusman & Rahman (2022), Metode dipilih karena populasi penelitian relatif kecil, sehingga seluruh anggota populasi dapat dijadikan sampel untuk memastikan representasi yang komprehensif dari seluruh kelompok penyandang disabilitas yang menjadi target intervensi.

Instrumen utama yang digunakan yaitu Angket Motivasi Berwirausaha yang terdiri dari 30 butir pernyataan. Angket ini disusun berdasarkan dimensi-dimensi Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (1991), meliputi: Sikap terhadap Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan (Perceived Behavioral Control). Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert 5 Poin, Sangat Setuju hingga Sangat Tidak Setuju. Instrumen ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Analisis data dilakukan secara komparatif terhadap skor Motivasi Wirausaha yang diperoleh dari pengukuran pretest dan posttest. Langkah analisis dimulai dengan uji prasyarat analisis, yaitu uji normalitas data menggunakan Shapiro-Wilk Test karena jumlah subjek penelitian kurang dari 50 responden. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data skor motivasi wirausaha penyandang disabilitas sebelum dan sesudah pelatihan berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas digunakan sebagai dasar untuk menentukan jenis uji hipotesis yang tepat dalam penelitian ini. Apabila data berdistribusi normal, maka analisis dilanjutkan menggunakan uji parametrik Paired Sample t-test untuk melihat perbedaan mean antara skor pretest dan posttest. Namun, apabila salah satu atau kedua kelompok data tidak berdistribusi normal, maka analisis dilanjutkan dengan uji non-parametrik Wilcoxon Signed-Rank Test.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Tahap pertama dalam penelitian ini yaitu membuat perencanaan intervensi berupa Power Point, modul Pelatihan Wirausaha Berbasis Digital dan angket pretest. Materi dan modul pelatihan yang disusun berfokus pada keterampilan praktis berjualan online, khususnya melalui platform TikTok Seller. Pembuatan materi ini mengacu pada analisis kebutuhan yang sebelumnya dilakukan terhadap Penyandang Disabilitas serta potensi lingkungan masyarakat pesisir yang memiliki produk unggulan seperti olahan hasil laut berupa terasi, bontot ikan dan kerupuk ikan. Desain Power Point dirancang dengan prinsip inklusivitas dan menggunakan visual yang dominan. Tahap implementasi dilakukan selama 2 kali pertemuan materi dan pendampingan praktik langsung. Setiap modul, mulai dari pembuatan akun TikTok Seller, pengunggahan produk unggulan pesisir, hingga teknik live selling sederhana, didemonstrasikan secara bertahap. Implementasi ini didukung penuh oleh pendamping lapangan untuk memastikan transfer pengetahuan berlangsung efektif dan subjek mengalami peningkatan kontrol perilaku yang dirasakan, yang merupakan komponen kunci Motivasi Berwirausaha. Tahap terakhir dari intervensi adalah evaluasi. Setelah pelatihan selesai dilaksanakan, subjek diberikan instrumen angket Posttest yang sama dengan Pretest. Hasil skor ini kemudian dikumpulkan dan dianalisis untuk melihat perbedaan rata-rata dan peningkatan Motivasi Wirausaha.

3.2. Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini difokuskan pada pengujian Hipotesis yaitu adanya peningkatan signifikan Motivasi Wirausaha Penyandang Disabilitas setelah intervensi Pelatihan Wirausaha Berbasis Digital diberikan. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari tanggal 23 Juli 2025 sampai dengan 29

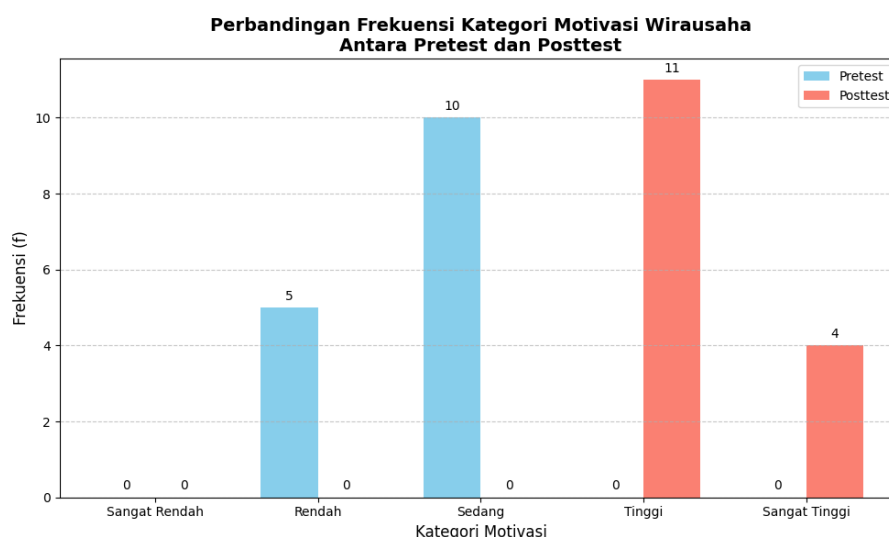
Juli 2025. Data yang terkumpul merupakan data skor kuantitatif dari angket Motivasi Berwirausaha yang diukur secara berpasangan.

3.3. Skor Motivasi Pretest Posttest

Hasil analisis deskriptif terhadap skor motivasi belajar mahasiswa menunjukkan adanya perubahan yang signifikan setelah pelatihan. Pergeseran signifikan pada kategori Motivasi Wirausaha subjek setelah intervensi Pelatihan Wirausaha Berbasis Digital. Sebelum pelatihan, Motivasi Wirausaha subjek terpusat pada kategori yang lebih rendah, di mana 66.67% (10 subjek) berada pada kategori Sedang dan 33.33% (5 subjek) berada pada kategori Rendah. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan niat berwirausaha. Namun, setelah pelaksanaan intervensi dan pengukuran Posttest, terjadi perubahan drastis pada distribusi frekuensi. Seluruh subjek mengalami peningkatan motivasi, dengan 0% subjek tersisa di kategori Rendah atau Sedang. Sebaliknya, 73.33% 11 subjek berhasil mencapai kategori Tinggi dan 26.67 % 4 subjek mencapai kategori Sangat Tinggi. Data ini secara deskriptif mengindikasikan bahwa intervensi pelatihan berhasil memindahkan seluruh partisipan dari kategori motivasi rendah dan sedang menuju kategori motivasi yang tinggi dan sangat tinggi.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Skor Motivasi Wirausaha

Interval Skor	Kategori Motivasi	Frekuensi Pretest	Persentase Pretest	Frekuensi Posttest	Persentase Posttest
30–54	Sangat Rendah	0	0.00%	0	0.00%
55–78	Rendah	5	33.33%	0	0.00%
79–102	Sedang	10	66.67%	0	0.00%
103–126	Tinggi	0	0.00%	11	73.33%
127–150	Sangat Tinggi	0	0.00%	4	26.67%
	Total	15	100.00%	15	100.00%



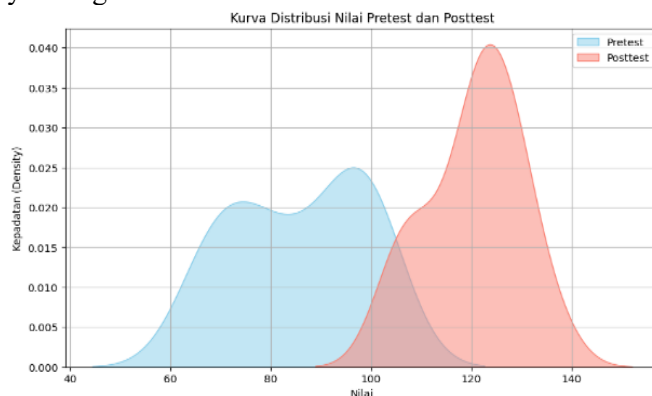
Gambar 1. Perbandingan Frekuensi Pretest dan posttest

3.4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data skor Motivasi Wirausaha peserta pelatihan berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan Shapiro–Wilk Test, karena jumlah subjek penelitian kurang dari 50 responden sehingga uji ini lebih tepat dan sensitif untuk ukuran sampel kecil. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai statistik Shapiro–Wilk untuk data pretest sebesar 0.8595

dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.0238, dan untuk data posttest sebesar 0.9307 dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0.2792.

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai $p\text{-value} > 0.05$ maka data dianggap berdistribusi normal, sedangkan jika $p\text{-value} \leq 0.05$ maka data tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, hasil uji menunjukkan bahwa data pretest tidak berdistribusi normal karena nilai $p = 0.0238 \leq 0.05$, sedangkan data posttest berdistribusi normal karena nilai $p = 0.2792 > 0.05$. Oleh karena salah satu kelompok data tidak memenuhi asumsi normalitas, maka uji hipotesis dalam penelitian ini tidak dapat menggunakan uji parametrik (Paired Sample t-test), melainkan dilanjutkan dengan uji non-parametrik Wilcoxon Signed-Rank Test untuk menguji perbedaan antara skor pretest dan posttest motivasi wirausaha penyandang disabilitas.



Gambar 2. Kurva Distribusi Pretest Posttest

3.5. Uji Wilcoxon Signed-Rank Test

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Uji Wilcoxon Signed-Rank Test terhadap skor motivasi wirausaha penyandang disabilitas, diperoleh nilai Z sebesar -3.412 dengan tingkat signifikansi 0.001 ($p < 0.05$). Hasil ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara skor motivasi wirausaha sebelum dan sesudah diberikan pelatihan wirausaha berbasis digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelatihan yang diberikan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan motivasi wirausaha peserta. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis digital meningkatkan motivasi penyandang disabilitas untuk mengembangkan potensi ekonomi melalui produk unggulan masyarakat pesisir.

Tabel 2. Test Statistik

Statistik	Motivasi Posttest – Motivasi Pretest
Z	-3.412
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.001

3.6. Pembahasan

Hasil analisis menggunakan Uji Wilcoxon Signed-Rank Test menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara skor motivasi wirausaha sebelum dan sesudah pelatihan wirausaha berbasis digital ($Z = -3.412$, $p = 0.001 < 0.05$). Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan motivasi wirausaha penyandang disabilitas. Peningkatan skor motivasi terlihat konsisten pada seluruh peserta, yang ditandai dengan bertambahnya nilai posttest dibandingkan pretest. Kemudian, perubahan positif tersebut juga memperlihatkan bahwa pendekatan pelatihan yang memadukan praktik langsung, pendampingan intensif, serta pemanfaatan platform digital mampu memperkuat keyakinan dan minat peserta disabilitas dalam memulai serta mengembangkan usaha secara daring. Dengan demikian, pelatihan wirausaha digital tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri, kesiapan mental, dan kemauan para penyandang disabilitas untuk terlibat aktif dalam kegiatan kewirausahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis digital mampu memberikan dampak positif terhadap aspek psikologis dan afektif peserta,

khususnya dalam membangun kepercayaan diri, semangat berusaha, dan dorongan untuk memanfaatkan peluang ekonomi melalui produk unggulan masyarakat pesisir.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari et al., (2023), yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dapat secara signifikan meningkatkan kemampuan UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran dan efektivitas promosi, sebagaimana diilustrasikan oleh peningkatan potensi usaha "GambArt" setelah pendampingan platform media sosial. Lebih lanjut, studi ini mengukuhkan pentingnya pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri sebagai mediator utama dalam meningkatkan minat berwirausaha, yang relevan dengan konteks peningkatan motivasi pada penyandang disabilitas (Tiondang et al., 2023). Adanya perbedaan yang signifikan antara niat berwirausaha sebelum dan sesudah pendidikan kewirausahaan menegaskan bahwa intervensi edukatif sangat efektif dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan masyarakat, termasuk penyandang disabilitas (Tentama et al., 2019). Penelitian lain turut memperkuat bahwa ekspektasi pendapatan dan pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh langsung terhadap motivasi berwirausaha, yang kemudian berdampak pada niat berwirausaha (Jonathan & Handoyo, 2023).

Selain itu Peningkatan motivasi wirausaha ini sejalan dengan teori Ajzen yang menyatakan bahwa niat merupakan indikator terbaik dari perilaku yang direncanakan, dan motivasi berwirausaha digital yang kuat akan mendorong tindakan nyata dalam berwirausaha. Hal ini didukung oleh temuan yang menunjukkan bahwa intervensi pendidikan kewirausahaan secara efektif meningkatkan kemungkinan individu untuk memulai bisnis mereka sendiri pasca-studi, serta memperkuat toleransi risiko dan pengetahuan kewirausahaan mereka (Sofiullah et al., 2023). Kemudian pendidikan kewirausahaan yang terstruktur dan relevan, terutama yang berfokus pada pemasaran digital dapat meningkatkan kompetensi dan kemandirian ekonomi siswa, seperti yang ditunjukkan oleh pelatihan digital marketing di SMK Muhammadiyah 6 Jakarta (Sekarini et al., 2025).

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan wirausaha berbasis digital memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan motivasi berwirausaha penyandang disabilitas di wilayah pesisir. Peningkatan motivasi ini terlihat dari perubahan kategori motivasi yang bergeser dari rendah-sedang menjadi tinggi-sangat tinggi setelah mengikuti pelatihan. Uji Wilcoxon Signed-Rank Test membuktikan bahwa intervensi pelatihan efektif secara statistik. Pelatihan yang melibatkan praktik langsung, pendampingan intensif, dan penggunaan platform digital seperti TikTok Seller terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan peserta dalam memulai usaha secara daring. Dengan demikian, pelatihan berbasis digital direkomendasikan sebagai program berkelanjutan dalam rangka pemberdayaan ekonomi penyandang disabilitas, khususnya dalam memanfaatkan potensi produk unggulan masyarakat pesisir sebagai sumber kemandirian ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alpiani, A., Amri, A., Tahang, H., Fakhriyyah, S., & Wahid, A. (2025). Meningkatkan daya saing UMKM perikanan melalui e-commerce. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.51622/pengabdian.v6i1.2610>
- Amri, S., & Safitri, D. (2023). Penerapan strategi pemasaran UMKM melalui media sosial pada pelaku home industry tempe. *Gervasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 38–46. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i1.4325>
- Arifa, I., Choiri, A., Wibowo, W., Aminuddin, A., & Panggabean, N. A. (2025). Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian nasional. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9530>
- DJ, Y. R., & Azizah, L. N. (2022). Pelatihan digital marketing dan inovasi produk hasil olahan udang pada UKM guna mempertahankan perekonomian di masa pandemi COVID-19. *International Journal of Community Service Learning*, 6(3), 351–359. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i3.48028>
- Fahriza, R., & Prasetyawati, Y. R. (2025). Strategi pemasaran digital melalui Instagram Kios Sahabat

- untuk mendukung inklusi kewirausahaan bagi individu neurodiversity. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 7(2), 57–66. <https://doi.org/10.37476/massaro.v7i2.5140>
- Gusman, A. P., & Rahman, A. V. (2022). Penerapan bisnis digital pada usaha mikro kecil menengah dengan memaksimalkan peran perempuan. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 29(1), 67–72. <https://doi.org/10.35134/jmi.v29i1.111>
- Khotijah, S. A., Bharata, R. W., Priyono, N., Christiani, L. C., & Firmansyah, D. (2021). Pengembangan kapasitas kewirausahaan disabilitas. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 111–118. <https://doi.org/10.51622/pengabdian.v6i1.2610>
- Mardatillah, H., Hidayat, M., Yuniar, E., Arsyad, A. A., & Syafiah, N. (2024). Pemberdayaan disabilitas melalui inovasi pemasaran pada UMKM Inklusi Craft Kota Balikpapan. *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 326–340. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i3.16446>
- Novrianty, R., Salamah, U. G., Apria, I., Septian, W., Syaputra, K., Nazhirah, A., & Fadilah, L. (2025). Pelatihan dan pendampingan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Abdi Insani*, 12(6), 2802–2810. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2626>
- Sari, R. K., Rijal, M. S., Utama, S. P., Zairina, A., Modiana, Y. Q., Widyastuti, D., & Perdana, R. G. (2023). Empowering UMKM dengan pemanfaatan digital marketing pada Paguyuban Destinasi Usaha Kasembon Malang. *Journal Community Service Consortium*, 3(1).
- Sekarini, R. A., Perdana, N. A., Rini, I. P., Siregar, A. M., Dirgantara, M. A., Farhani, H., & Yunas, M. F. (2025). Pelatihan digital marketing sebagai upaya kemandirian ekonomi siswa SMK Muhammadiyah 06 Jakarta. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 878–883. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i1.40113>
- Sofiullah, M., Gomes Vale, E., & Darr, D. (2023). Effectiveness of an interactive start-up simulation to foster entrepreneurial intentions among undergraduate university students: A quasi-experimental study. *Entrepreneurship Education*, 6(4), 445–467. <https://doi.org/10.1007/s41959-023-00108-z>
- Tentama, F., Mulasari, S. A., & Widiasari, S. (2019). Entrepreneurship education to improve entrepreneurship intention. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(3), 162–168. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7325>
- Tiondang, E., Khairinal, K., & Syuhada, S. (2023). Pengaruh efikasi diri dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh motivasi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 4(1), 500–511. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v4i1.1489>
- Wibilaksono, H. (2024). Pelatihan pemasaran pada era digital bagi UMKM produk tradisional Indonesia. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 838–850. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4524>