



## Pelatihan Menjadi Technopreneur bagi Masyarakat di Lingkungan Puri Gading Bekasi

Muhammad Yoda Saipontas<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

(\*) Corresponding Author: [prathamayodha@gmail.com](mailto:prathamayodha@gmail.com)

### Article Info:

#### Keywords:

Technopreneurship;  
Pelatihan Komunitas;  
Literasi Digital;  
Marketplace;  
Technology Acceptance Model;

#### Article History:

Received : 02-01-2024  
Revised : 12-02-2024  
Accepted : 19-02-2024

#### Article DOI :

<https://doi.org/10.70550/sowel.v1i1.296>

### Abstract

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan pelatihan technopreneurship dan menelaah capaian pembelajaran awal pada generasi muda di lingkungan Puri Gading Bekasi. Penulisan menggunakan pendekatan deskriptif-evaluatif dengan sumber data berupa dokumentasi kegiatan dan literatur relevan. Pelatihan yang berlangsung pada 19 Juni 2019 melibatkan sembilan peserta serta mencakup pengenalan entrepreneurship, technopreneurship, model dropshipping melalui marketplace Tokopedia, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Dokumentasi mengonfirmasi pelaksanaan program dan melaporkan adanya penguatan pemahaman dasar kewirausahaan serta pengenalan keterampilan pemanfaatan teknologi digital untuk aktivitas usaha. Namun, tanpa instrumen pre-test, post-test, atau penilaian unjuk kerja individual, besaran perubahan kemampuan tidak dapat diverifikasi. Technology Acceptance Model (TAM) digunakan sebagai kerangka interpretatif: materi mengenai manfaat teknologi berkaitan secara konseptual dengan perceived usefulness, sedangkan pengenalan cara menggunakan platform berkaitan dengan perceived ease of use. Kedua konstruk tersebut tidak diukur secara empiris dan tidak dapat disamakan dengan kesiapan mendirikan usaha. Kontribusi artikel terletak pada dokumentasi pembelajaran kewirausahaan digital dalam komunitas permukiman beserta pemisahan capaian pelatihan dari dampak ekonomi jangka panjang. Keberhasilan pendirian usaha maupun peningkatan pendapatan belum dievaluasi; oleh sebab itu, diperlukan pendampingan serta pemantauan berkelanjutan dengan indikator yang terukur.

**How to cite :** Saipontas, M. Y. (2024). Pelatihan Menjadi Technopreneur bagi Masyarakat di Lingkungan Puri Gading Bekasi. *Journal of Social Welfare and Community Development*, 1(1), 37-52. <https://doi.org/10.70550/sowel.v1i1.296>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI.

Published under licence by Bacadulu.net Publisher.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, memperoleh informasi, bekerja, bertransaksi, serta membangun dan mengembangkan usaha. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana pendukung aktivitas sehari-hari, tetapi telah berkembang menjadi bagian penting dalam pembentukan ekosistem ekonomi digital. Meningkatnya akses internet, penggunaan perangkat seluler, media sosial, serta platform perdagangan elektronik membuka peluang bagi masyarakat untuk menjalankan kegiatan ekonomi dengan biaya masuk yang relatif lebih rendah dibandingkan model usaha konvensional. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa pada tahun 2024 sebanyak 72,78% penduduk Indonesia telah mengakses internet, meningkat dari 69,21% pada tahun 2023. Kondisi tersebut memperlihatkan semakin besarnya ruang bagi masyarakat untuk memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas produktif, termasuk kewirausahaan (BPS, 2025b).

Perubahan tersebut turut memunculkan pola kewirausahaan baru yang mengintegrasikan kemampuan bisnis dengan penggunaan teknologi. Konsep ini dikenal sebagai *technopreneurship*, yaitu kegiatan kewirausahaan yang menjadikan teknologi sebagai bagian penting dalam penciptaan, pengembangan, pemasaran, maupun penyampaian nilai produk dan jasa kepada konsumen. Seorang *technopreneur* bukan sekadar menggunakan teknologi sebagai alat komunikasi, tetapi mampu melihat teknologi sebagai sumber peluang untuk menciptakan model usaha yang lebih inovatif, efisien, dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Posadas (2007) menempatkan *technopreneurship* sebagai bentuk kewirausahaan yang berkaitan erat dengan kemampuan mengelola inovasi dan teknologi agar menghasilkan nilai ekonomi. Sejalan dengan itu, Marti'ah (2017) menjelaskan bahwa kewirausahaan berbasis teknologi membutuhkan perpaduan pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, keterampilan teknologi, dan keberanian dalam membaca peluang usaha.

Peluang tersebut menjadi semakin relevan bagi generasi muda. Kedekatan generasi muda dengan internet, perangkat digital, aplikasi, dan media sosial memberikan modal awal yang penting, tetapi kedekatan dengan teknologi tidak selalu berarti bahwa teknologi telah digunakan secara produktif. Seseorang dapat memiliki kemampuan menggunakan media sosial untuk komunikasi dan hiburan, namun belum tentu memahami bagaimana media sosial digunakan untuk mengenali konsumen, membuat konten pemasaran, membangun hubungan dengan pelanggan, atau melakukan transaksi bisnis. Demikian pula, kemampuan menggunakan telepon pintar belum secara otomatis diikuti kemampuan memanfaatkan *marketplace* untuk mengembangkan usaha.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada masyarakat, khususnya generasi muda, di lingkungan Puri Gading Bekasi. Identifikasi awal program menunjukkan tiga persoalan utama. Pertama, kesadaran untuk berwirausaha dan membuka usaha secara mandiri dengan memanfaatkan peluang lingkungan masih relatif terbatas. Kedua, sebagian masyarakat belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan usaha serta pemanfaatan sarana, prasarana, dan teknologi untuk mendukung kewirausahaan. Ketiga, teknologi yang telah tersedia, termasuk internet, perangkat digital, media sosial, dan platform perdagangan elektronik, belum dimanfaatkan secara optimal untuk menjual maupun memasarkan produk dan jasa. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara akses terhadap

teknologi dan kemampuan memanfaatkannya secara produktif untuk aktivitas kewirausahaan.

Persoalan tersebut penting karena transformasi digital tidak hanya membutuhkan ketersediaan perangkat dan jaringan, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia. Pemanfaatan teknologi dalam kegiatan usaha memerlukan pengetahuan kewirausahaan, kemampuan mengenali peluang pasar, pemahaman platform digital, keterampilan pemasaran, serta kepercayaan diri untuk menggunakan teknologi sebagai bagian dari proses bisnis. Dengan demikian, peningkatan akses teknologi tanpa diikuti peningkatan kompetensi dapat menyebabkan potensi ekonomi digital belum dimanfaatkan secara maksimal.

Urgensi pelatihan kewirausahaan digital semakin kuat ketika pola perdagangan masyarakat semakin terhubung dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Publikasi Statistik E-Commerce 2023 menunjukkan bahwa kegiatan perdagangan elektronik telah menjadi bagian dari aktivitas usaha di berbagai wilayah Indonesia, baik dalam aspek aktivitas usaha, tenaga kerja, maupun pendapatan usaha (BPS, 2025a). Oleh karena itu, masyarakat perlu memiliki kemampuan untuk berpindah dari posisi sebagai pengguna atau konsumen teknologi menjadi pengguna produktif yang mampu menjadikan teknologi sebagai instrumen dalam menciptakan pendapatan.

Pelatihan menjadi *technopreneur* dapat digunakan sebagai salah satu pendekatan untuk mempersempit kesenjangan tersebut. Dalam konteks Puri Gading Bekasi, pelatihan dirancang tidak hanya memberikan pengenalan mengenai *entrepreneurship* dan *technopreneurship*, tetapi juga membekali peserta dengan pengalaman menggunakan *marketplace*, khususnya Tokopedia, serta media sosial sebagai sarana pemasaran. Pendekatan tersebut penting karena pengembangan kompetensi *technopreneurship* tidak cukup dilakukan melalui penyampaian konsep, tetapi perlu diterjemahkan ke dalam aktivitas yang dapat langsung diterapkan oleh peserta.

Penelitian mengenai kewirausahaan digital memperlihatkan bahwa penguatan pengetahuan bisnis perlu berjalan beriringan dengan kemampuan memanfaatkan teknologi. Muhsin (2014) mengkaji penggunaan perdagangan elektronik untuk pengembangan industri kecil, sementara Mopangga (2015) menyoroti kebutuhan dukungan keterampilan, inovasi, dan lingkungan kewirausahaan. Marti'ah (2017) menekankan fungsi pendidikan dalam mengintegrasikan pengetahuan kewirausahaan dengan kemampuan teknologi. Ketiga kajian tersebut memberikan dasar bagi penyusunan materi, tetapi tidak secara langsung menunjukkan keberhasilan pelatihan jangka pendek di komunitas permukiman.

Dalam konteks pendidikan tinggi, Wibowo et al. (2023) menganalisis 270 mahasiswa di Indonesia dan menemukan keterkaitan pendidikan kewirausahaan digital dengan niat berwirausaha digital melalui peran media sosial dan intuisi kewirausahaan. Penelitian Su dan Li (2021) juga memanfaatkan TAM dalam kajian pendidikan kewirausahaan daring. Bukti berbasis mahasiswa tersebut penting untuk memahami niat atau penerimaan teknologi, tetapi karakter pesertanya berbeda dari masyarakat umum: mahasiswa berada dalam lingkungan pendidikan formal, memiliki dukungan kurikulum, dan lazimnya dievaluasi melalui instrumen survei. Karena itu, hubungan antarvariabel yang ditemukan pada mahasiswa tidak dapat langsung digeneralisasikan sebagai dampak ekonomi pada peserta pelatihan komunitas.

Pada konteks komunitas, Savitri et al. (2024) melaporkan pelatihan literasi digital berbasis aplikasi Canva bagi perempuan pelaku usaha di Desa Ngenep dengan perhatian pada kompetensi serta aktivitas usaha. Sementara itu, tinjauan sistematis Tran et al. (2024) tentang pemasaran digital pada usaha berbasis komunitas menunjukkan bahwa kompetensi pemasaran, penggunaan media sosial, dan konteks kelembagaan merupakan tema penting dalam pengembangan usaha komunitas. Kedua kajian ini memperluas pembahasan dari niat peserta didik menuju praktik dan keberlanjutan aktivitas ekonomi. Akan tetapi, jenis peserta, intensitas pendampingan, dan ukuran keberhasilan tidak seragam, sehingga efektivitas program harus ditafsirkan menurut desain dan bukti masing-masing studi. Paul et al. (2023) juga menegaskan beragamnya konteks dan pendekatan penelitian kewirausahaan digital, sedangkan Yuwono et al. (2024) mengidentifikasi keterbatasan keterampilan TIK dan sumber daya sebagai hambatan adopsi teknologi pada usaha kecil dan menengah.

Sintesis tersebut memperlihatkan dua kesenjangan. Kesenjangan konteks terletak pada terbatasnya uraian mengenai pelatihan technopreneurship tahap pengenalan bagi generasi muda dari lingkungan permukiman, yang berbeda dari pembelajaran formal mahasiswa maupun pendampingan pelaku usaha aktif. Kesenjangan evaluasi terletak pada belum konsistennya pemisahan antara paparan materi, pemahaman awal, keterampilan yang benar-benar ditunjukkan, niat memulai usaha, dan capaian bisnis yang terukur. Artikel ini mengisi ruang yang lebih terbatas, yakni mendokumentasikan pelaksanaan pelatihan komunitas dan menafsirkan secara hati-hati capaian pembelajaran yang dilaporkan, bukan membuktikan efektivitas kausal atau peningkatan pendapatan.

Technology Acceptance Model (TAM) dipilih sebagai kerangka interpretatif karena program memperkenalkan manfaat teknologi digital bagi kegiatan usaha serta cara awal menggunakan platform. Dalam TAM, *perceived usefulness* (PU) merujuk pada keyakinan mengenai kemanfaatan teknologi, sedangkan *perceived ease of use* (PEOU) merujuk pada keyakinan mengenai kemudahan penggunaannya (Davis, 1989). Artikel tidak memiliki pengukuran PU, PEOU, niat penggunaan, ataupun perilaku penggunaan pascapelatihan. Karena itu, kedua konstruk hanya digunakan sebagai kategori konseptual untuk membahas relevansi materi pelatihan, tanpa pengujian hubungan maupun klaim perubahan persepsi peserta.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tahapan, materi, dan bentuk pelaksanaan pelatihan technopreneurship bagi generasi muda di lingkungan Puri Gading Bekasi?
2. Capaian pembelajaran awal apa yang dapat diidentifikasi dari dokumentasi mengenai pengenalan kewirausahaan, marketplace, dan pemasaran melalui media sosial?
3. Bagaimana materi dan capaian deskriptif pelatihan dapat ditafsirkan melalui konstruk *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam TAM, dengan memperhatikan keterbatasan bukti?

### **Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan tahapan dan materi pelatihan technopreneurship yang diberikan kepada masyarakat muda di lingkungan Puri Gading Bekasi.

2. Mengidentifikasi capaian pembelajaran awal yang dilaporkan dalam dokumentasi tanpa menganggapnya sebagai perubahan kompetensi yang terukur secara kuantitatif.
3. Memberikan interpretasi konseptual atas komponen pelatihan menggunakan PU dan PEOU serta merumuskan kebutuhan evaluasi dampak dan keberlanjutan pada program selanjutnya.

### **Keterbaruan Penelitian**

Kontribusi artikel ini bersifat kontekstual dan analitis, bukan berupa pengembangan atau pengujian model penerimaan teknologi yang baru. Pertama, naskah mendokumentasikan pelatihan awal technopreneurship pada kelompok generasi muda di komunitas permukiman Puri Gading Bekasi, berbeda dari banyak kajian pendidikan kewirausahaan digital yang mengamati mahasiswa atau pengusaha yang telah menjalankan usaha. Kedua, materi pelatihan mempertemukan konsep kewirausahaan dengan contoh platform yang dekat dengan aktivitas digital peserta, yaitu Tokopedia, dropshipping, dan pemasaran media sosial. Ketiga, artikel menyusun pembedaan analitis antara (a) pengenalan manfaat teknologi, (b) pengenalan cara dan keterampilan awal penggunaannya, dan (c) kesiapan serta praktik pendirian usaha. Pembedaan ini menegaskan bahwa dua kategori pertama merupakan sasaran pembelajaran, sedangkan kesiapan operasional dan keberhasilan bisnis memerlukan bukti tambahan. TAM dipakai untuk membantu penafsiran kategori materi, bukan untuk menyatakan bahwa konstruk PU dan PEOU telah meningkat atau menyebabkan terbentuknya usaha.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Entrepreneurship**

*Entrepreneurship* atau kewirausahaan merupakan proses mengidentifikasi peluang, mengorganisasikan sumber daya, mengambil risiko yang terukur, dan menciptakan nilai melalui kegiatan usaha. Zimmerer dan Scarborough (1996) menjelaskan bahwa kewirausahaan berkaitan dengan kemampuan individu menciptakan usaha baru melalui pemanfaatan peluang yang tersedia dengan keberanian menghadapi ketidakpastian. Dengan demikian, seorang wirausahawan tidak hanya dituntut memiliki modal finansial, tetapi juga kreativitas, kemampuan membaca kebutuhan pasar, keterampilan mengelola sumber daya, dan kesiapan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan.

Dalam perkembangan ekonomi digital, karakter kewirausahaan semakin berkaitan dengan kemampuan memanfaatkan teknologi. Peluang usaha tidak lagi sepenuhnya bergantung pada kepemilikan lokasi fisik, jaringan pemasaran konvensional, maupun modal promosi yang besar. Internet, media sosial, dan platform perdagangan elektronik memungkinkan individu membangun usaha dengan jangkauan konsumen lebih luas dan biaya operasional yang lebih fleksibel. Kondisi inilah yang menjadi dasar berkembangnya kewirausahaan berbasis teknologi.

#### **Technopreneurship**

*Technopreneurship* merupakan pengembangan konsep kewirausahaan yang menjadikan teknologi sebagai bagian penting dalam proses penciptaan dan pengembangan usaha. Posadas (2007) menjelaskan *technopreneurship* sebagai aktivitas kewirausahaan yang menggabungkan kemampuan bisnis dengan pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk

menghasilkan nilai ekonomi. Seorang *technopreneur* dengan demikian bukan hanya mampu menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mampu mengubah pemanfaatan teknologi tersebut menjadi peluang bisnis.

Marti'ah (2017) menegaskan bahwa *technopreneurship* membutuhkan integrasi antara pengetahuan, kreativitas, inovasi, keterampilan teknologi, dan kemampuan bisnis. Dalam konteks Puri Gading Bekasi, konsep ini relevan karena teknologi yang telah digunakan sehari-hari belum sepenuhnya diarahkan untuk aktivitas produktif. Oleh karena itu, pelatihan diarahkan pada pengenalan *entrepreneurship*, *technopreneurship*, penggunaan teknologi, pengembangan usaha, pemasaran melalui media sosial, dan pemanfaatan Tokopedia sebagai platform perdagangan elektronik.

### **Ekonomi Digital, Marketplace, dan Media Sosial**

Ekonomi digital dapat dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang proses penciptaan nilai, transaksi, komunikasi, maupun distribusinya melibatkan teknologi digital. Dalam konteks kewirausahaan, ekonomi digital membuka kesempatan bagi masyarakat untuk memasuki pasar tanpa harus sepenuhnya bergantung pada sarana usaha konvensional.

Salah satu instrumennya adalah *marketplace*, yaitu platform digital yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam suatu sistem perdagangan elektronik. Melalui *marketplace*, pelaku usaha dapat menampilkan produk, berkomunikasi dengan calon konsumen, menerima pesanan, dan melakukan transaksi secara lebih terstruktur. Pada pelatihan di Puri Gading Bekasi, Tokopedia digunakan sebagai contoh untuk memperkenalkan praktik menjadi *dropshipper*, yaitu model penjualan ketika penjual memasarkan produk yang penyimpanan dan pengirimannya dapat dilakukan oleh pemasok.

Selain *marketplace*, media sosial memiliki fungsi strategis dalam mendukung pemasaran digital. Media sosial memungkinkan pelaku usaha memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan calon konsumen, memperoleh tanggapan pasar, dan memperluas jangkauan promosi. Karena itu, kemampuan menggunakan media sosial secara produktif menjadi salah satu kompetensi dasar calon *technopreneur*.

### **Technology Acceptance Model sebagai Landasan Teoretis**

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan Davis (1989) menjelaskan penerimaan teknologi berdasarkan keyakinan pengguna terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan. Perceived usefulness (PU) merupakan keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja aktivitas; perceived ease of use (PEOU) merupakan keyakinan bahwa teknologi dapat digunakan dengan upaya yang relatif mudah. Kedua konstruk ini merupakan persepsi psikologis, sehingga pengukurannya secara empiris membutuhkan instrumen yang secara eksplisit menanyakan keyakinan peserta.

Dalam pelatihan *technopreneurship*, materi tentang peluang pemasaran, jangkauan pelanggan, serta alternatif model penjualan melalui marketplace dapat dikaitkan secara konseptual dengan PU. Materi pengenalan langkah penggunaan Tokopedia dan pemasaran media sosial dapat dikaitkan secara konseptual dengan PEOU. Namun, penjelasan suatu manfaat tidak otomatis membuktikan bahwa peserta menyakininya; demikian pula, mengikuti pengenalan platform tidak otomatis membuktikan bahwa peserta mampu menggunakan platform secara mandiri. Keterampilan aktual perlu dinilai melalui

demonstrasi atau tugas praktik, sedangkan kesiapan berwirausaha memerlukan ukuran lain, seperti rencana usaha, komitmen tindakan, sumber daya, atau realisasi aktivitas bisnis.

Oleh karena itu, relasi konseptual yang digunakan dalam artikel ini adalah: materi pelatihan → kesempatan mengenali manfaat dan cara penggunaan teknologi → sasaran pembelajaran awal. Hubungan tersebut bersifat penjelasan kegiatan, bukan jalur kausal yang telah diuji. Tidak terdapat pengukuran PU, PEOU, niat menggunakan teknologi, atau adopsi platform setelah pelatihan. Dengan batasan ini, TAM memberikan bahasa analitis untuk membaca desain program tanpa mengubah capaian dokumentasi menjadi klaim keberhasilan adopsi teknologi.

### **Pelatihan Technopreneurship dan Peningkatan Kapasitas Masyarakat**

Pelatihan technopreneurship pada dasarnya memadukan literasi kewirausahaan dan penggunaan teknologi untuk tujuan ekonomi. Literatur pendidikan formal umumnya mengamati pengetahuan, niat, atau penerimaan teknologi pada mahasiswa dengan lingkungan pembelajaran yang lebih terstruktur. Sebagai contoh, Wibowo et al. (2023) menilai niat kewirausahaan digital melalui survei pada mahasiswa; temuannya relevan untuk memahami faktor psikologis, tetapi tidak sama dengan indikator keberhasilan praktik usaha pada peserta pelatihan masyarakat.

Pelatihan pada masyarakat umum memiliki titik berangkat yang berbeda. Peserta dapat datang dengan tingkat pengalaman, perangkat, sumber daya, serta komitmen bisnis yang tidak seragam; karena itu, pembelajaran perlu mempertimbangkan latihan yang dapat diterapkan dan pendampingan setelah kegiatan. Savitri et al. (2024) memberikan contoh pelatihan digital pada komunitas dengan perhatian terhadap kompetensi dan kegiatan usaha, sedangkan Tran et al. (2024) menempatkan penggunaan pemasaran digital dalam hubungan dengan kapasitas serta keberlanjutan usaha komunitas. Kajian sistematis Yuwono et al. (2024) mengingatkan bahwa keterbatasan pengetahuan TIK, finansial, dan kesiapan organisasi dapat menghambat penerapan teknologi meskipun perangkat tersedia.

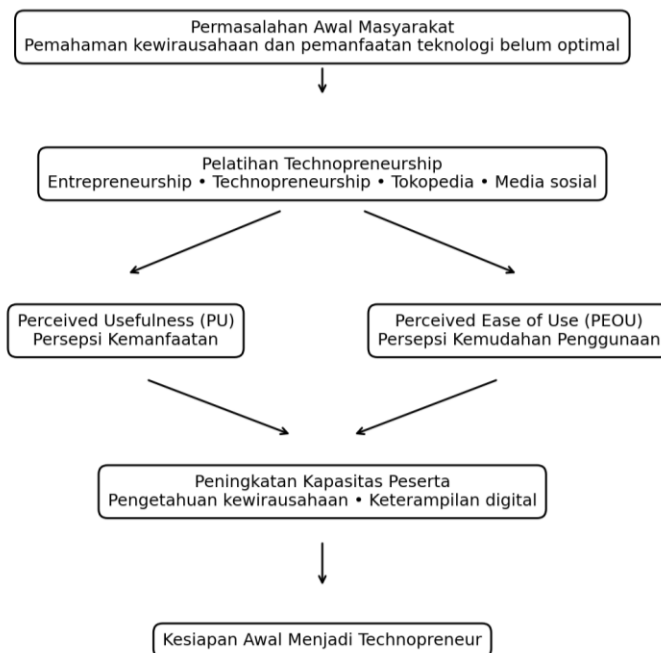
Perbandingan tersebut menghasilkan implikasi evaluasi: pada tahap awal, keberhasilan proses dapat dinyatakan melalui keterlaksanaan program dan keterpaparan peserta pada materi; hasil pembelajaran harus diverifikasi melalui tes atau unjuk kerja; dan dampak ekonomi harus dinilai melalui tindak lanjut usaha serta pencatatan transaksi. Dalam kasus Puri Gading Bekasi, data yang tersedia terutama mendukung tingkat pertama dan laporan deskriptif tentang pemahaman awal. Artikel ini dengan demikian memperlihatkan potensi pelatihan komunitas sebagai titik awal pemberdayaan, sekaligus menjelaskan batas bukti yang harus dilengkapi sebelum efektivitas program dapat dinyatakan lebih kuat.

### **Kerangka Konseptual Penelitian**

Kerangka konseptual disusun sebagai peta interpretasi terhadap proses pelatihan, bukan sebagai model hubungan kausal yang diuji. Permasalahan awal berupa terbatasnya pemanfaatan teknologi untuk usaha direspons melalui empat kelompok materi, yaitu entrepreneurship, technopreneurship, pengenalan marketplace dan dropshipping, serta pemasaran media sosial. Penyampaian manfaat ekonomi teknologi dipetakan secara konseptual pada PU; pengenalan langkah penggunaan platform dipetakan secara konseptual pada PEOU. Kedua kategori tersebut tidak diukur sebagai variabel laten. Indikator yang dapat dibahas berdasarkan dokumentasi adalah terlaksananya program dan capaian pemahaman awal yang dilaporkan. Keterampilan mandiri, kesiapan menjalankan usaha,

pembentukan usaha, dan pendapatan ditempatkan sebagai sasaran evaluasi lanjutan yang belum dapat dinyatakan tercapai.

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian



## METODE

### Desain Penelitian

Artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif-evaluatif untuk menggambarkan proses. Artikel ini merupakan laporan deskriptif-evaluatif retrospektif atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada 19 Juni 2019. Unit analisisnya adalah kegiatan pelatihan technopreneurship untuk sembilan peserta generasi muda Puri Gading Bekasi. Pendekatan deskriptif digunakan untuk merekonstruksi tujuan, materi, peserta, dan pelaksanaan; evaluasi dibatasi pada capaian yang tersedia dalam dokumentasi program. Tidak dilakukan eksperimen, perbandingan kelompok, atau pengujian hubungan kausal.

TAM digunakan hanya setelah tahap deskripsi sebagai kerangka interpretasi terhadap relevansi materi. Dengan demikian, PU dan PEOU tidak berfungsi sebagai variabel penelitian yang diukur, dan naskah tidak mengestimasi hubungan antarvariabel ataupun menguji efektivitas program secara statistik.

### Lokasi, Waktu, dan Peserta Kegiatan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada 19 Juni 2019 di Gedung B ruang DB-101 Universitas Mercu Buana Kranggan, Bekasi. Peserta kegiatan berjumlah sembilan orang generasi muda yang berasal dari lingkungan Puri Gading Bekasi, Kelurahan Jatimelati, Kecamatan Pondok Melati, Bekasi. Pemilihan kelompok generasi muda didasarkan pada kebutuhan penguatan pemahaman mengenai *entrepreneurship*, *technopreneurship*,

pemanfaatan teknologi informasi, penggunaan *marketplace*, serta pemasaran melalui media sosial.

### **Identifikasi Permasalahan Mitra**

Tahap awal dimulai dengan identifikasi kondisi dan kebutuhan mitra. Berdasarkan dokumentasi kegiatan, ditemukan tiga permasalahan utama: (1) kesadaran masyarakat untuk berwirausaha dan membuka usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang lingkungan masih terbatas; (2) masyarakat belum sepenuhnya memahami aspek pengelolaan, sarana, prasarana, dan teknologi yang diperlukan untuk menjadi *technopreneur*; dan (3) teknologi yang telah digunakan dalam kehidupan sehari-hari belum dimaksimalkan untuk mendukung penjualan dan pemasaran produk maupun jasa. Permasalahan tersebut menjadi dasar dalam menentukan materi, bentuk pelatihan, dan indikator evaluasi.

### **Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber primer penulisan adalah dokumentasi kegiatan yang memuat informasi lokasi dan tanggal penyelenggaraan, jumlah peserta, permasalahan mitra, materi, tahapan, dan capaian yang dilaporkan penyelenggara. Data sekunder berupa pustaka ilmiah digunakan untuk menafsirkan konteks kewirausahaan digital dan prinsip TAM. Tidak tersedia informasi mengenai instrumen pre-test/post-test, skor persepsi TAM, rubrik praktik individual, transaksi usaha, pendapatan peserta, maupun hasil pemantauan sesudah program.

Literatur yang terbit setelah 2019, termasuk kajian 2023–2024, dipakai sebagai pembandingan dalam penulisan dan pembahasan retrospektif; literatur tersebut tidak diposisikan sebagai referensi yang telah digunakan ketika kegiatan 2019 diselenggarakan.

### **Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

#### ***Tahap Persiapan***

Tahap persiapan dilakukan melalui koordinasi dengan mitra untuk membahas maksud, tujuan, sasaran, serta aspek teknis pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan peserta serta penyusunan materi pelatihan yang disesuaikan dengan permasalahan yang ditemukan.

#### ***Tahap Pelaksanaan***

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Materi utama meliputi:

1. Pengenalan konsep *entrepreneurship*;
2. Pengenalan konsep *technopreneurship*;
3. Pemahaman mengenai peran teknologi dalam pengembangan ekonomi digital;
4. Penggunaan teknologi digital untuk menunjang kegiatan usaha;
5. Pengenalan cara menjadi *dropshipper* melalui *marketplace* Tokopedia; dan
6. Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk atau jasa.

#### ***Tahap Akhir dan Evaluasi***

Tahap akhir mencakup perumusan hasil pelaksanaan dan evaluasi deskriptif berdasarkan dokumentasi program. Evaluasi membedakan tiga tingkat bukti: (1) keluaran proses yang dapat dikonfirmasi, seperti penyelenggaraan kegiatan, jumlah peserta, dan

cakupan materi; (2) hasil pembelajaran yang dilaporkan dalam dokumentasi, terutama pemahaman kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital, tetapi tidak dapat diukur besar perubahannya; dan (3) dampak lanjutan yang belum dievaluasi, yaitu kemampuan praktik mandiri, kesiapan usaha teruji, pendirian usaha, transaksi penjualan, serta pendapatan. Penggunaan istilah “peningkatan” pada hasil pembelajaran merujuk pada laporan deskriptif kegiatan dan bukan selisih skor sebelum–sesudah.

### Indikator Evaluasi

Tabel 1. Indikator Evaluasi Kegiatan

| Aspek                                      | Indikator yang idealnya dinilai                   | Bukti tersedia dalam naskah                                        | Kesimpulan yang dibenarkan                                                                |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Keterlaksanaan kegiatan                    | Tanggal, peserta, dan materi pelatihan            | Terdokumentasi                                                     | Pelatihan diselenggarakan untuk 9 peserta                                                 |
| Pengetahuan kewirausahaan                  | Tes atau penilaian pemahaman peserta              | Peningkatan dilaporkan secara deskriptif; tanpa skor               | Indikasi pemahaman awal; besaran perubahan tidak diketahui                                |
| Pengetahuan manfaat teknologi (konteks PU) | Skala PU atau penjelasan peserta mengenai manfaat | Materi manfaat bisnis terdokumentasi; skala PU tidak ada           | Relevansi konseptual dengan PU, bukan perubahan PU                                        |
| Kemampuan memakai platform (konteks PEOU)  | Skala PEOU dan tugas praktik individual           | Pengenalan platform terdokumentasi; skor PEOU dan rubrik tidak ada | Relevansi konseptual dengan PEOU, bukan bukti kemudahan yang dipersepsikan atau kemahiran |
| Kesiapan dan keberhasilan usaha            | Rencana usaha, akun aktif, transaksi, omzet/laba  | Tidak ada data tindak lanjut                                       | Belum dapat disimpulkan; memerlukan evaluasi baru                                         |

### Pengolahan dan Analisis Data

Analisis dilakukan melalui identifikasi dan pengelompokan informasi dokumentasi ke dalam kondisi awal mitra, penyelenggaraan program, materi pelatihan, capaian yang dilaporkan, serta keluaran yang tidak tersedia datanya. Setiap pernyataan diklasifikasikan menurut status buktinya: fakta penyelenggaraan yang tercatat, klaim hasil pembelajaran yang dilaporkan namun tidak memiliki instrumen verifikasi, interpretasi berbasis teori, atau dampak usaha yang belum teramati. Klasifikasi ini digunakan untuk mencegah penyamaan antara pemahaman tentang teknologi, keterampilan menggunakan teknologi, dan kesiapan mendirikan usaha.

Tahap interpretasi menghubungkan cakupan materi dengan dua konstruk TAM. Materi manfaat teknologi dibahas dalam kaitannya dengan PU, sementara materi cara penggunaan platform dibahas dalam kaitannya dengan PEOU. Karena tidak ada skor PU maupun PEOU, proses analisis tidak menghitung koefisien, perubahan skor, atau signifikansi. Sintesis akhir membandingkan temuan deskriptif dengan literatur pendidikan kewirausahaan digital pada mahasiswa dan pelatihan masyarakat untuk merumuskan kontribusi serta batas generalisasi artikel.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan**

Kegiatan pelatihan menjadi technopreneur dilaksanakan pada 19 Juni 2019 di Gedung B ruang DB-101 Universitas Mercu Buana Kranggan, Bekasi, dengan sembilan peserta generasi muda dari lingkungan Puri Gading Bekasi. Dokumentasi mencatat materi pengenalan entrepreneurship, technopreneurship, model dropshipping melalui Tokopedia, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Informasi ini merupakan keluaran penyelenggaraan yang dapat dinyatakan secara langsung dari sumber data.

Dokumentasi kegiatan juga melaporkan adanya penguatan pengetahuan dasar kewirausahaan serta pengenalan pemanfaatan internet dan teknologi informasi secara lebih produktif. Namun, tidak tersedia skor awal dan akhir, lembar observasi keterampilan individual, atau bukti mengenai keterlaksanaan usaha peserta setelah pelatihan. Karena itu, capaian tersebut ditulis sebagai hasil pembelajaran yang dilaporkan secara deskriptif, bukan peningkatan kompetensi yang terverifikasi melalui pengukuran atau indikator keberhasilan ekonomi. Pemisahan status bukti ini menjadi dasar untuk membaca tiga aspek pembahasan berikutnya.

### **Pelatihan Technopreneurship dalam Meningkatkan Pemahaman Kewirausahaan Masyarakat**

Materi pelatihan dimulai dari konsep entrepreneurship sebelum masuk ke technopreneurship. Urutan ini selaras dengan kebutuhan mitra yang teridentifikasi, yakni terbatasnya orientasi membuka usaha dan pemanfaatan teknologi untuk kegiatan ekonomi. Dari segi rancangan pembelajaran, pemahaman peluang dan prinsip dasar bisnis ditempatkan sebagai landasan sebelum peserta dikenalkan pada contoh platform digital.

Dokumentasi melaporkan peningkatan pemahaman dasar peserta, tetapi tanpa data tes atau rubrik kemampuan, pernyataan tersebut hanya dapat dibaca sebagai evaluasi deskriptif penyelenggara. Artikel ini tidak dapat menentukan besaran peningkatan, variasi perubahan antarindividu, maupun pengaruh pelatihan dibandingkan dengan kondisi tanpa pelatihan. Secara konseptual, pendekatan tersebut konsisten dengan gagasan Marti'ah (2017) bahwa pengetahuan kewirausahaan perlu dipadukan dengan kompetensi teknologi.

Perbandingan dengan Wibowo et al. (2023) memperjelas batas temuan. Studi mahasiswa tersebut menguji hubungan pendidikan kewirausahaan digital dengan niat berwirausaha melalui survei, sedangkan kegiatan Puri Gading Bekasi mendokumentasikan paparan materi dan hasil pembelajaran yang dilaporkan tanpa instrumen niat. Kesamaan keduanya terletak pada pentingnya edukasi, bukan pada tingkat efektivitas atau keluaran bisnis yang setara. Dengan demikian, kontribusi subbab ini adalah menunjukkan relevansi urutan materi bagi kebutuhan komunitas, bukan menyatakan bahwa pelatihan telah menciptakan wirausahawan baru.

### **Optimalisasi Marketplace dan Media Sosial sebagai Sarana Membangun dan Mengembangkan Usaha**

Pengenalan Tokopedia melalui contoh model dropshipping dan penggunaan media sosial untuk promosi merupakan komponen praktik awal yang dicatat dalam kegiatan. Kedua materi dipilih untuk menjawab kesenjangan antara penggunaan perangkat digital dalam keseharian dan pemanfaatannya bagi aktivitas usaha. Dalam pembelajaran,

marketplace memberi ilustrasi tentang saluran penjualan, sedangkan media sosial memberikan contoh saluran komunikasi pemasaran.

Bukti yang tersedia mendukung pernyataan bahwa peserta menerima pengenalan kedua aplikasi bisnis digital tersebut. Namun, tidak tersedia hasil penilaian yang menunjukkan kemampuan tiap peserta menjalankan toko daring, membuat konten promosi secara mandiri, memperoleh pelanggan, atau menyelesaikan transaksi. Oleh karena itu, istilah “optimalisasi” dalam konteks artikel ini menunjuk pada arah dan materi pembelajaran, bukan pencapaian kinerja pemasaran yang telah diverifikasi.

Studi Savitri et al. (2024) memperlihatkan pentingnya pengaitan pelatihan literasi digital dengan penilaian kompetensi dan aktivitas usaha komunitas. Tran et al. (2024) juga menekankan relevansi pemasaran digital bagi pengembangan usaha berbasis komunitas. Dibandingkan literatur tersebut, keterbatasan kegiatan Puri Gading bukan pada relevansi materi, melainkan pada ketiadaan penilaian praktik dan indikator usaha pascapelatihan. Dengan demikian, kemampuan menggunakan aplikasi secara mandiri perlu diperlakukan sebagai sasaran pendampingan lanjutan, bukan capaian yang sudah terbukti.

### **Perubahan Pemahaman dan Keterampilan Peserta dalam Perspektif Technology Acceptance Model**

Pembacaan hasil melalui TAM harus dimulai dari perbedaan antara isi pelatihan dan persepsi peserta. Komponen entrepreneurship membangun konteks bisnis, tetapi bukan indikator langsung PU atau PEOU. Penjelasan fungsi marketplace, model dropshipping, dan manfaat promosi media sosial mempunyai kedekatan konseptual dengan PU karena menunjukkan potensi teknologi untuk mendukung kegiatan usaha. Sebaliknya, pengenalan cara menggunakan platform mempunyai kedekatan konseptual dengan PEOU karena menyangkut upaya yang dibutuhkan dalam penggunaan teknologi.

Kedekatan konseptual tersebut tidak menunjukkan bahwa persepsi PU atau PEOU peserta meningkat. Kedua konstruk merupakan keyakinan individu yang seharusnya diukur melalui pertanyaan terstruktur; artikel ini tidak memiliki data tersebut. Begitu pula, pengetahuan akan manfaat aplikasi berbeda dari kemampuan menjalankannya: peserta dapat memahami kegunaan Tokopedia tetapi belum mahir memproses pesanan, atau dapat menggunakan media sosial namun belum siap menjalankan usaha yang berkelanjutan. Kesiapan berwirausaha masih membutuhkan rencana, sumber daya, komitmen, dan kemampuan melaksanakan transaksi yang tidak dinilai dalam dokumentasi.

Interpretasi ini mempertahankan fungsi TAM sebagai kerangka baca atas rancangan pelatihan, bukan pengujian atas adopsi teknologi. Kontribusi konseptual yang proporsional adalah pemisahan tiga tingkat keluaran: pengetahuan manfaat teknologi, pengenalan penggunaan teknologi, dan kesiapan serta keberhasilan usaha. Hanya tingkat penyampaian materi dan hasil pemahaman awal yang dilaporkan dalam dokumentasi; tingkat kesiapan usaha dan dampak ekonomi tetap menjadi agenda evaluasi lanjutan.

Tabel 2. Sintesis Hasil Pelatihan dalam Perspektif TAM

| Komponen pelatihan      | Informasi yang tersedia                            | Kategori analitis                                | Status simpulan                                     |
|-------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Konsep entrepreneurship | Materi diselenggarakan; pemahaman dasar dilaporkan | Fondasi pengetahuan bisnis; di luar konstruk TAM | Capaian deskriptif; bukan bukti niat/kesiapan usaha |

| Komponen pelatihan                     | Informasi yang tersedia                     | Kategori analitis                                   | Status simpulan                                       |
|----------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Technopreneurship dan manfaat platform | Materi kaitan teknologi–usaha diperkenalkan | Berkaitan dengan isi PU                             | Skor/perubahan PU tidak diukur                        |
| Tokopedia dan dropshipping             | Pengenalan platform dan contoh model usaha  | Isi materi terkait PU serta PEOU                    | Kemampuan praktik individu dan skor PEOU tidak diukur |
| Promosi melalui media sosial           | Pengenalan fungsi promosi                   | Isi materi terkait PU; cara penggunaan terkait PEOU | Hasil pemasaran tidak diukur                          |
| Pendirian usaha dan pendapatan         | Tidak tersedia dokumentasi tindak lanjut    | Di luar bukti penerimaan teknologi                  | Belum dapat disimpulkan                               |

### Implikasi Hasil Kegiatan

Secara praktis, program pelatihan komunitas dapat menggabungkan pengenalan peluang usaha, penjelasan manfaat teknologi, dan latihan menggunakan platform yang dekat dengan pengalaman peserta. Akan tetapi, evaluasi berikutnya perlu membedakan ketercapaian penyelenggaraan dari kemampuan yang dapat didemonstrasikan. Untuk itu, tindak lanjut disarankan berupa pendampingan pembuatan akun usaha, pemilihan produk, penyusunan materi promosi, simulasi pesanan, dan pencatatan transaksi.

Rencana evaluasi keberlanjutan dapat disusun dalam empat tahap. Pada awal program berikutnya, penyelenggara melakukan asesmen awal pengetahuan kewirausahaan, literasi digital, PU/PEOU jika TAM hendak diuji, serta riwayat aktivitas usaha. Segera setelah pelatihan, dilakukan tes pembelajaran dan tugas praktik dengan rubrik yang sama untuk menilai pemahaman serta keterampilan mandiri. Pada satu dan tiga bulan pascapelatihan, pendamping memeriksa penggunaan akun bisnis yang aktif, produksi konten, rencana tindak lanjut, dan kendala penerapan. Pada enam bulan, dievaluasi keberadaan usaha, aktivitas transaksi, jumlah pelanggan, omzet, dan—jika dapat didokumentasikan—laba, disertai verifikasi catatan usaha dan persetujuan peserta. Indikator tersebut adalah rancangan kegiatan masa depan; tidak satu pun dapat diklaim sebagai hasil pelatihan tahun 2019.

Dari sisi akademik, pemisahan pengetahuan, keterampilan, dan dampak bisnis mencegah generalisasi berlebihan atas keberhasilan program. Analisis TAM menjadi lebih bermakna ketika PU dan PEOU benar-benar diukur dengan instrumen yang memadai, sedangkan kesiapan usaha dan kinerja ekonomi diuji menggunakan indikator yang berbeda. Dengan demikian, program lanjutan dapat menghasilkan bukti evaluatif yang lebih kuat tanpa membebankan klaim tersebut pada dokumentasi awal yang terbatas.

### Sintesis Pembahasan

Sintesis penelitian menunjukkan bahwa pelatihan telah terlaksana dengan materi dasar kewirausahaan, pengenalan marketplace, dan promosi melalui media sosial. Dokumentasi melaporkan capaian pembelajaran awal, tetapi tidak menyediakan dasar untuk menghitung perubahan kemampuan, mengonfirmasi peningkatan persepsi TAM, atau menilai keberhasilan usaha. PU dan PEOU membantu menjelaskan dua fokus materi—

manfaat dan cara penggunaan teknologi—sementara kesiapan berwirausaha ditempatkan sebagai keluaran yang berbeda dan belum diukur.

Dibandingkan penelitian mahasiswa yang menguji niat kewirausahaan digital, artikel ini menyajikan konteks pembelajaran awal di komunitas permukiman. Dibandingkan kajian pemberdayaan usaha komunitas, penelitian ini belum memiliki data praktik usaha atau tindak lanjut yang setara. Dengan demikian, kontribusinya terletak pada dokumentasi kasus dan penetapan batas inferensi, sedangkan peluang pengembangan utama berada pada pendampingan dan penilaian dampak berkelanjutan.

## **KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

### **Kesimpulan**

Pelatihan technopreneurship bagi sembilan generasi muda dari lingkungan Puri Gading Bekasi pada 19 Juni 2019 terlaksana melalui pengenalan entrepreneurship, technopreneurship, Tokopedia dengan contoh dropshipping, dan pemasaran melalui media sosial. Dokumentasi kegiatan melaporkan penguatan pemahaman dasar kewirausahaan serta pengenalan penggunaan teknologi untuk tujuan produktif. Capaian tersebut bersifat deskriptif karena tidak didukung pengukuran kemampuan individual sebelum dan setelah pelatihan.

Melalui TAM, materi yang menekankan manfaat teknologi dapat dikaitkan secara konseptual dengan *perceived usefulness*, sedangkan pengenalan cara menggunakan platform dapat dikaitkan dengan *perceived ease of use*. Kedua konstruk tidak diuji atau diukur; pengenalan manfaat tidak sama dengan kecakapan penggunaan, dan keduanya tidak dapat disamakan dengan kesiapan menjalankan usaha. Program belum mengevaluasi pendirian usaha, keberlanjutan kegiatan bisnis, penjualan, maupun pendapatan peserta. Oleh sebab itu, kontribusi artikel dibatasi pada dokumentasi pelatihan komunitas dan pembelajaran awal, bukan pembuktian keberhasilan ekonomi.

### **Saran**

Program berikutnya disarankan mengintegrasikan sesi praktik mandiri dan pendampingan usaha terstruktur, meliputi pembuatan akun bisnis, pemilihan produk, produksi materi promosi, simulasi transaksi, dan pencatatan penjualan. Evaluasi perlu menggunakan tes pengetahuan serta rubrik praktik sebelum dan sesudah pelatihan; jika TAM dijadikan model empiris, PU dan PEOU diukur melalui instrumen yang valid. Keberlanjutan dievaluasi pada satu, tiga, dan enam bulan pascapelatihan melalui penggunaan platform, jumlah konten pemasaran, status usaha, transaksi, omzet, dan laba sesuai ketersediaan bukti. Perluasan peserta dan perbandingan karakteristik kelompok dapat dipertimbangkan setelah sistem dokumentasi diperbaiki.

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian merupakan evaluasi retrospektif dari kegiatan dengan sembilan peserta dalam satu komunitas, sehingga tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi. Tidak tersedia instrumen pre-test/post-test, skor TAM, asesmen praktik individual, kelompok pembanding, atau pemantauan peserta setelah kegiatan. Capaian pembelajaran yang dilaporkan tidak dapat diuji secara independen, sedangkan dampak usaha dan pendapatan belum dinilai. Literatur terbitan setelah pelaksanaan program digunakan untuk memperkaya

pembahasan retrospektif, bukan untuk merekonstruksi secara fiktif landasan yang telah digunakan penyelenggara saat itu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025a). *Statistik e-commerce 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025b). *Statistik telekomunikasi Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan berbasis teknologi (technopreneurship) dalam perspektif ilmu pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic: Pendidikan dan Informatika*, 3(2), 75–82. <https://doi.org/10.21107/edutic.v3i2.2927>
- Mopangga, H. (2015). Studi kasus pengembangan wirausaha berbasis teknologi (technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, 14(1), 13–24. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v14i1.587>
- Muhsin, A. (2014). *Aplikasi technopreneurship untuk mengembangkan industri kecil melalui penggunaan teknologi e-commerce berbasis content management system*. Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta.
- Mulyany, R., Muhammad, S., Geumpana, T. A., Halim, H., Muslim, Miksalmina, & Pertiwi, C. D. (2023). A potential framework for an impactful technopreneurship education. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(2), 208–219. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.2.208>
- Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. *Journal of Business Research*, 156, 113507. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113507>
- Posadas, D. (2007). *Rice & chips: Technopreneurship and innovation in Asia*. Pearson Prentice Hall.
- Savitri, I. D., Khotimah, S. K., & Rusmawati, R. (2024). Digital literacy training: Canva application in strengthening women's entrepreneurship in Ngenep Village Karangploso District Malang Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 157–164. <https://doi.org/10.32815/jpm.v5i1.1386>
- Su, Y., & Li, M. (2021). Applying Technology Acceptance Model in online entrepreneurship education for new entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 12, 713239. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.713239>

- Tran, T. T. S., Németh, N., & Sarker, M. S. I. (2024). Digital marketing in community-based enterprises: A systematic literature review and research agenda. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100414. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100414>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, Sebayang, K. D. A., Mukhtar, S., & Mohd Shafiai, M. H. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100681. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681>
- Yuwono, T., Suroso, A., & Novandari, W. (2024). Information and communication technology in SMEs: A systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13, Article 31. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00392-6>
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship and the new venture formation*. Prentice Hall.