

## **PENINGKATAN KEMAMPUAN MANAJEMEN WIRAUSAHA DIGITAL PADA PONPES KALIMASADA JOMBANG**

**Angga Y. Mantara<sup>1</sup>, Diyah Sulistiyorini<sup>2</sup>, Ikhwanul Ihsan A.<sup>3</sup>, Chaty T.  
Anggini<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Psikologi, Fakultas, Psikologi, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No 5  
Malang

<sup>1</sup>e-mail [anggamanta.fppi@um.ac.id](mailto:anggamanta.fppi@um.ac.id)

---

*Submitted 02-11-2025*

*Accepted 30-04-2026*

*Published 30-04-2026*

---

### **Abstrak**

Latar belakang utama kegiatan ini ialah munculnya kebutuhan pesantren untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital demi memperkuat daya saing ekonomi santri serta institusi di era modern. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan manajemen wirausaha digital bagi santri dan pengelola kewirausahaan di Pondok Pesantren Kalimasada, Jombang. Metode kegiatan berupa pelatihan yang dibagi dalam dua sesi, yaitu seminar sejumlah 48 orang yang membahas mengenai *digital marketing* dan *workshop* praktik digital marketing serta foto produk, dengan peserta sejumlah 16 orang yang terdiri dari santri kelas 11 MA Terpadu dan pengelola kewirausahaan. Hasil menunjukkan 37 orang dari sesi seminar dan 13 orang dari sesi workshop merasa antusias dalam mengikuti kegiatan, namun waktu pelaksanaan terbatas menjadi kendala. Evaluasi menyarankan perlunya waktu pelatihan yang lebih panjang dan dukungan akses *smartphone* yang lebih luas pada kegiatan sehari-hari santri. Kegiatan ini secara umum mampu meningkatkan pengetahuan dan minat berwirausaha digital, serta berpotensi mendukung pondok pesantren menjadi lembaga modern berbasis ekonomi digital.

**Kata kunci:** wirausaha, kewirausahaan digital, pondok pesantren

### **Abstract**

*The main background of this activity is the emergence of the need for Islamic boarding schools to adapt to the development of digital technology in order to strengthen the economic competitiveness of students and institutions in the modern era. This community service activity aims to improve the understanding and skills of digital entrepreneurship management for students and entrepreneurship managers at the Kalimasada Islamic Boarding School, Jombang. The method of the activity is a training divided into two sessions, namely a seminar for 48 people discussing digital marketing and a workshop on digital marketing practices and product photography, with 16 participants consisting of class 11 students of the Integrated MA and entrepreneurship managers. The results showed that 37 people from the seminar session and 13 people from the workshop session were enthusiastic in participating in the activity, but limited implementation time was an obstacle. The evaluation suggested the need for longer training time and wider support for smartphone access in the students' daily activities. This activity is generally able to increase knowledge and interest in digital entrepreneurship, and has the potential to support Islamic boarding schools to become modern institutions based on the digital economy.*

**Keywords:** entrepreneurship, digital entrepreneurship, Islamic boarding schools

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan digital dan aplikasi-aplikasi yang mendukung saat ini menjadi hal yang mutlak dikuasai oleh banyak orang. Penggunaan aplikasi-aplikasi mulai untuk membeli barang-barang kebutuhan, pembayaran, komunikasi, pencarian informasi, hingga mencari penghasilan saat ini sangat menjamur. Namun, sayangnya tidak semua pihak mampu menikmati perkembangan ini, salah satunya adalah santri-santri yang ada pada lingkungan pondok pesantren (Isabela, 2021). Pondok pesantren sebagai salah satu institusi pendidikan non formal yang ada di Indonesia termasuk institusi yang memberikan pendidikan dasar kepada masyarakat. Namun, pondok pesantren menjadi yang pertama saja tidak cukup, meskipun selalu mendapatkan persepsi positif sebagai salah satu instansi pendidikan yang menekankan penanaman nilai-nilai agama, namun harus berkembang dan selalu beradaptasi dengan perkembangan masyarakat dan zaman yang ada (Imam, 2022). Hal ini terlihat masih munculnya tekanan untuk pondok pesantren melakukan modernisasi, peningkatan menghadapi era globalisasi, kurangnya dukungan masyarakat, hingga pandangan negatif terhadap pondok pesantren karena dinilai tidak memiliki keterampilan lain yang relevan dengan dunia kerja (Baidhawi, 2021; Mursidi, 2016).

Setelah lulus, banyak santri yang bingung mencari peluang kerja/usaha yang sesuai dengan nilai-nilai yang ditanamkan saat di pesantren, sehingga ini menimbulkan tantangannya tersendiri. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara potensi santri dengan keterampilan yang dibutuhkan di era digital untuk mandiri secara ekonomi dan kreatif dalam menemukan jalannya. Melihat kondisi diatas maka ada dorongan untuk memberdayakan dan membekali santri agar mampu mandiri secara ekonomi melalui wirausaha digital. Langkah paling dasar yang dapat dilakukan ialah meningkatkan pemahaman santri tentang dasar kewirausahaan digital, diikuti dengan pemberian keterampilan praktis dalam menggunakan platform media sosial seperti TikTok/Instagram/Facebook dan *e-commerce* seperti Shopee/Tokopedia untuk berjualan (Rahman dkk., 2021). Selain itu, platform lain untuk berjualan secara langsung seperti GoFood dan GrabFood apabila ingin melakukan usaha dalam hal kuliner. Terakhir, membantu santri

menghasilkan satu ide bisnis digital yang relevan dengan lingkungan serta meningkatkan motivasi mereka untuk berwirausaha. Namun, perlu diingat bahwa santri dan pondok pesantren memiliki potensi besar yang solid dan masih memegang nilai kejujuran dengan sangat tinggi, namun disisi lain mereka terkadang tertinggal, salah satunya terkait dengan literasi digital dan kewirausahaan.

Wirausaha digital sendiri merupakan kegiatan wirausaha yang berkaitan dengan pemindahan aset, layanan, dan proses bisnis ke dalam dunia digital (Kraus dkk., 2019). Wirausaha digital memiliki perbedaan yang sangat mencolok dengan wirausaha non digital, terutama terkait dengan produk, aktivitas pemasaran, dan tempat kerja. Produk-produk yang ditawarkan pada wirausaha digital mungkin saja sudah ada sebelumnya namun memiliki bentuk yang lebih kompleks, atau bahkan benar-benar baru muncul ketika dibawa ke konteks digital. Terkait pemasaran produk, digitalisasi menjadikan tidak adanya batas ruang dan waktu untuk seseorang menikmati apa yang ditawarkan pada wirausahawan, pun pula mereka tidak harus melakukan kontak langsung dengan konsumen seperti masa-masa sebelumnya (Ike, 2025). Terakhir, karena tidak ada batas ruang terkait dengan pekerjaan, wirausahawan digital juga mampu mengerjakan apa yang mereka tawarkan bisa darimana saja, atau bahkan hanya sebatas berperan sebagai perantara antara produsen sesungguhnya dengan konsumen (Purwanto dkk., 2025).

Salah satu pondok pesantren dengan karakteristik tersebut ialah Pondok Pesantren Kalimasada, yang berada di wilayah Plandaan, Kabupaten Jombang. Perkembangan pondok pesantren yang didirikan dan diasuh oleh KH. Mokh. Fahrudin Siswopranoto. M.Pd.I. dan istri beliau, Hj. Maharani Wicahyaningtyas, S.Pd.I., MM. Beliau memulai pondok pesantren ini berbekal gajinya sebagai guru memberikan pendidikan secara gratis dalam lingkungan pondok pesantren. Nama "Kalimasada" sendiri berasal dari "kalimat syahadat," mencerminkan fokus pesantren pada penguatan nilai-nilai keislaman. Struktur pendidikan yang berada dibawah Pondok Pesantren Kalimasada meliputi dua pendidikan formal, yakni Madrasah Tsanawiyah Diponegoro dan Madrasah Aliyah Terpadu Kalimasada. Sedangkan pendidikan non formal terdapat Madrasah Diniyah Kalimasada yang

berfokus pada pendalaman ilmu agama secara tradisional pondok pesantren pada umumnya. Selain dua pendidikan tersebut, Pondok Pesantren Kalimasada juga memiliki pendidikan keterampilan hidup yang terdiri atas pelatihan kewirausahaan, pelatihan memasak dan menjahit, dan terakhir ialah pelatihan pertukangan yang dinaungi Balai Latihan Kerja Komunitas (BLKK) Kalimasada. Dari seluruh bidang yang ada, kontribusi Pondok Pesantren Kalimasada terhadap pembentukan dan pengembangan wirausahawan bagi masyarakat perlu didukung dengan baik. Dukungan yang ada dapat diberikan dengan mengembangkan keterampilan-keterampilan baru untuk wirausahawan yang sedang dilatih dalam BLKK Kalimasada maupun santri yang berada dibawah naungan Pondok Pesantren Kalimasada. Salah satu upaya untuk membantu pengembangan tersebut ialah mengembangkan kompetensi melalui wirausaha digital berbasis sosial media.

Pengembangan ini dikarenakan perkembangan sosial media mampu menjangkau calon pembeli dengan sangat luas dan mampu menyasar sesuai dengan target market yang sesuai, maka pengembangan keterampilan dalam wirausaha digital menjadi sangat krusial bagi peserta pelatihan (Isabela, 2021). Disisi lain, lokasi Kecamatan Plandaan sendiri sebagai salah satu kecamatan yang jauh dari pusat kota Jombang dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Nganjuk, menjadikan produk-produk yang ditawarkan hanya beredar disekitar lingkungan dan tidak memiliki nilai tambah. Apabila dengan mengembangkan keterampilan wirausaha digital, maka produk yang tadinya memiliki nilai rendah karena berasal dari sumber yang ada disekitar lingkungan dapat memiliki nilai tambah karena dibutuhkan diwilayah lain (Cham dkk., 2022). Selain itu, peserta pelatihan yang memiliki usaha jasa juga mampu mendapatkan pelanggan yang lebih luas dengan potensi penghasilan yang lebih tinggi dengan menawarkan nilai unggulan tersendiri (Badriyah dkk., 2023).

Mengamati situasi dan kondisi yang ada, maka kami ingin berupaya meningkatkan keinginan dan kemampuan santri tentang wirausaha digital (Ferreira dkk., 2012). Karena kami menilai bahwa keinginan meskipun salah satu variabel yang cukup penting memotivasi individu, tanpa diikuti dengan keterampilan yang mumpuni, keinginan untuk menginisiasi wirausaha tidak akan cukup kuat (Chang

dkk., 2026; Wardoyo dkk., 2025). Maka, kegiatan ini dilakukan untuk membekali santri tentang wirausaha digital, memberikan model pelatihan yang efektif dan praktis dalam kehidupan sehari-hari untuk membentuk perilaku wirausaha digital. Dengan adanya pelatihan terkait manajemen keterampilan wirausaha digital pada santri mampu meningkatkan pengetahuan, memberikan ide, bahkan mengembangkan ide tersebut lebih lanjut agar mampu ditindaklanjuti oleh santri tersebut. Bagi pondok pesantren mampu meningkatkan citra sebagai lembaga yang modern dan membuka unit usaha baru bagi pesantren.

## **METODE**

Metode pelatihan yang digunakan pada kegiatan ini ialah *experiential learning*. Penggunaan metode ini memiliki keunggulan yakni peserta tidak hanya diberikan pengetahuan, namun juga kesempatan untuk mengimplementasikan pengetahuan yang sebelumnya diperoleh (Pamungkas dkk., 2019; Sukardi dkk., 2023). Kegiatan ini menyasar pada peserta pelatihan kewirausahaan BLKK Kalimasada, Siswa yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Kalimasada, maupun masyarakat sekitar Pondok Pesantren Kalimasada dengan estimasi jumlah peserta 30-50 orang. Kualifikasi minimal yang dibutuhkan ialah memiliki minat dibidang wirausaha dan dasar penggunaan perangkat digital. Waktu dan tempat akan dilaksanakan bulan Mei 2025 dengan menggunakan ruang aula yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Kalimasada. Pelatihan ini akan terdiri atas dua sesi. Kegiatan presentasi terkait paparan materi yang relevan dan diskusi tanya jawab dengan permasalahan spesifik pada sesi pertama. Selanjutnya diikuti dengan *workshop* terkait materi yang telah dipaparkan dan pendampingan selama proses pelatihan pada mentor yang terlibat pada sesi kedua.

Konten yang akan disajikan ialah tentang pengantar wirausaha digital yang berisi konsep dasar serta tren dan peluang bisnis di era digital. Kedua ialah platform digital, terutama marketplace seperti shopee dan tokopedia. Ketiga akan membahas tentang pengenalan pengelolaan keuangan dan pembayaran digital dengan pengenalan dompet digital dan manajemen arus kas untuk bisnis digital.

Yang terakhir akan melakukan kegiatan praktik membuat strategi pemasaran, membangun toko online, dan membuat foto produk yang menarik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Model pelatihan yang digunakan dalam kegiatan ini mengadopsi pendekatan *experiential learning*, yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung (Kolb, 1984). Pendekatan ini mengintegrasikan empat tahapan utama, yaitu pengalaman konkret, refleksi, konseptualisasi, dan eksperimen aktif. Pada kegiatan ini, sesi seminar berfungsi sebagai tahap *abstract conceptualization* dan *Workshop* menjadi bentuk *active experimentation*.

Kegiatan ini menyasar santri MA Terpadu Kalimasada kelas 11 dengan jumlah peserta 48 orang untuk kegiatan seminar dan pengelola kewirausahaan pada lingkungan Pondok Pesantren Kalimasada sejumlah 14 orang dan 2 orang dari MA Kalimasada sebagai peserta pelatihan *workshop*. Kualifikasi minimal yang dibutuhkan ialah memiliki minat dibidang wirausaha dan dasar penggunaan perangkat digital. Pemateri pada kegiatan ini ialah Syamsu Dhuha, A.Md. yang merupakan Direktur CV Smart Desa Indonesia dan inisiator berbagai brand seperti kaos koplak, mhsum, dll. Pemateri kedua ialah Grieffanny Pranata Wicaksana, S.Pd yang merupakan penggiat kewirausahaan. Waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan pada tanggal 19 Juli 2025 dengan menggunakan ruang aula yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Kalimasada. Pelatihan ini akan terdiri atas dua sesi, yakni sesi pemberian materi mengenai kewirausahaan dan sesi kedua merupakan kegiatan pelatihan penyusunan brand melalui pelatihan foto produk.

### **1. Tahap Seminar: Penguatan Pengetahuan Kognitif**

Pada sesi pertama, kegiatan berisi penyampaian materi mengenai “Digital Marketing dan Wirausaha Digital”. Materi ini berfokus pada pengembangan usaha dengan memanfaatkan berbagai platform yang tersedia. Materi kedua berfokus pada “Manajemen Digital Marketing pada Wirausaha Digital” yang lebih berfokus pada pelaksanaan dan pengelolaan usaha dalam bidang digital. Kegiatan berlangsung secara semarak karena antusiasme peserta dalam kegiatan. Antusiasme yang tinggi ini juga didukung dengan adanya hadiah-hadiah yang

sudah kami persiapkan untuk peserta-peserta yang aktif bertanya dan merespons interaksi dengan pemateri. Sesi pertama berlangsung dari pukul 09.00 WIB hingga 12.00 WIB.

Hasil evaluasi kepuasan menunjukkan bahwa sebanyak 37 peserta menyatakan puas dan cukup puas terhadap pelaksanaan kegiatan, sementara 11 peserta menyatakan kurang puas. Ketidakpuasan ini terutama disebabkan oleh keterbatasan waktu dalam penyampaian materi dan kurangnya kesempatan eksplorasi praktik secara langsung.



**Gambar 1 Sesi Seminar**

## **2. Tahap *Workshop*: Penguatan Keterampilan Praktis**

Pada sesi kedua, peserta mengikuti pelatihan praktik foto produk yang dilakukan dalam dua setting, yaitu *indoor* dan *outdoor*. Peserta pada kegiatan tahap kedua ini ialah 16 orang peserta. Sesi kedua ini bertujuan meningkatkan kemampuan peserta dalam menciptakan konten visual yang menarik sebagai bagian dari strategi digital marketing. Hasil kegiatan menunjukkan peserta mampu menghasilkan foto produk yang lebih menarik secara visual, peserta memahami prinsip dasar *visual branding*, dan terjadi peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk. Namun demikian, terdapat beberapa kendala, seperti

keterbatasan waktu praktik dan tidak semua peserta mengikuti sesi kedua.



**Gambar 2 Sesi Workshop**

Evaluasi menunjukkan sebagian besar peserta merasa cukup puas, meskipun terdapat 3 peserta yang menyatakan kurang puas karena waktu pelatihan yang terbatas.

**Tabel 1 Hasil Evaluasi Kegiatan**

<b>Kegiatan</b>	<b>Puas</b>	<b>Kurang Puas</b>
Seminar	37	11
<i>Workshop</i>	13	3

Efektivitas pendekatan ini terlihat dari peningkatan keterlibatan peserta serta kemampuan mereka dalam menghasilkan konten digital sederhana. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan secara signifikan (Fayolle & Gailly, 2015; Nabi dkk., 2017). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara teori dan praktik merupakan kunci dalam pengembangan keterampilan kewirausahaan. Namun, keterbatasan waktu pelaksanaan menyebabkan siklus pembelajaran tidak berlangsung secara optimal, terutama pada tahap refleksi dan pengulangan praktik. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan *experiential learning* sangat bergantung pada durasi dan intensitas pelatihan yang diberikan.

Selain mengenai penerapan *experiential learning*, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep dan praktik wirausaha digital mencakup kemampuan untuk menciptakan nilai melalui inovasi berbasis digital (Kraus dkk., 2019). Dalam konteks ini, peserta mulai mampu untuk mengidentifikasi peluang usaha digital, memahami mekanisme pemasaran berbasis platform, dan mengembangkan ide bisnis berbasis lingkungan sekitar. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa digitalisasi memungkinkan transformasi model bisnis menjadi lebih fleksibel dan scalable (Teece, 2010). Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis (Ratten, 2023).

Hal ini mencerminkan peningkatan literasi digital, yang merupakan kemampuan penting dalam era ekonomi berbasis teknologi. Temuan ini sejalan dengan konsep *digital entrepreneurship*, yang menekankan pemanfaatan teknologi digital dalam menciptakan peluang bisnis dan nilai ekonomi serta memungkinkan individu untuk mengatasi keterbatasan geografis dan memperluas jangkauan pasar melalui platform digital (Kraus et al., 2019; Ratten, 2022).

Dalam konteks pesantren, peningkatan literasi digital menjadi sangat penting karena selama ini santri cenderung memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi. Program pelatihan ini berperan sebagai jembatan untuk mengurangi kesenjangan tersebut, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian terkait digital literacy dan pembelajaran kewirausahaan (Aysi dkk., 2024).

Tingginya antusiasme peserta dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa niat berwirausaha dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Pelatihan ini berkontribusi dalam peningkatan sikap positif terhadap kewirausahaan, pembentukan norma sosial melalui interaksi kelompok, dan peningkatan *perceived behavioral control* melalui praktik langsung selama kegiatan berlangsung.

Selain itu, peningkatan kepercayaan diri peserta dalam melakukan praktik digital menunjukkan adanya peningkatan *self-efficacy* (Bandura, 1997). *Self-efficacy* berperan penting sebagai mediator dalam pembentukan niat berwirausaha (Zhao dkk., 2005). Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan

pengetahuan, tetapi juga memperkuat faktor psikologis yang mendukung terbentuknya perilaku kewirausahaan.

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan dampak positif, terdapat beberapa kendala yang muncul, seperti keterbatasan waktu, akses perangkat digital, dan variasi kemampuan peserta. Kondisi ini dapat dianalisis melalui konsep *digital divide*, yaitu kesenjangan akses dan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital. Keterbatasan akses terhadap smartphone dan lingkungan yang belum sepenuhnya mendukung penggunaan teknologi menjadi faktor penghambat dalam optimalisasi hasil pelatihan. Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan digital entrepreneurship sangat dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur dan akses teknologi (Thongsri dkk., 2019).

Kegiatan ini memiliki implikasi strategis dalam mendorong transformasi pesantren menuju lembaga yang adaptif terhadap perkembangan digital. Penguatan kompetensi wirausaha digital dapat meningkatkan daya saing santri dan membuka peluang ekonomi baru. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan memperluas jangkauan pasar (Cham dkk., 2022). Selain itu, pelatihan digital marketing juga terbukti mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya (Badriyah dkk., 2023). Dengan demikian, program ini tidak hanya berdampak pada individu peserta, tetapi juga pada pengembangan kelembagaan pesantren secara keseluruhan.

## **SIMPULAN**

Kegiatan yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik dengan 47 peserta pada sesi seminar dan 14 orang pada sesi *workshop* merasa puas dengan kegiatan pelatihan yang telah dilakukan. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan minat siswa lulusan SMA Terpadu dan Pondok Pesantren Kalimasada untuk memiliki minat dan keterampilan yang unggul dalam merintis usaha sendiri. Kami berharap dalam jangka panjang, kegiatan ini juga mampu menarik minat siswa menjadi wirausahawan yang berkompeten. Kekurangan pada kegiatan ini ialah rendahnya jumlah orang yang melanjutkan untuk mengikuti pada sesi kedua, sehingga kami

tidak bisa mengetahui bagaimana dampak langsung dari pelatihan terhadap keterampilan dalam mengelola konten digital untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha digital. Evaluasi selanjutnya ialah kemungkinan bahwa peserta perlu dipastikan memiliki akses yang luas terhadap penggunaan smartphone pada lingkungan pondok sehingga memungkinkan peserta belajar selama waktu luang yang ada.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih pertama kami sampaikan kepada Pondok Pesantren Kalimasada karena telah membantu dengan dukungan yang optimal terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Kedua, kepada Fakultas Psikologi Universitas Negeri Malang karena telah memberikan bantuan terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aysi, S. A. H., Susilaningsih, S., & Sabandi, M. (2024). The Implementation of Digital Entrepreneurship Learning in Higher Education: A Systematic Literature Review. *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*, 13(2), 255–273. <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v13i2.1692>
- Badriyah, A. L., Wati, N. R., Rizka, S. S. A., Rohman, M. H., & Lumbanraja, K. A. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Sistem Pemasaran Bagi Pelaku UMKM Guna Mendorong Terciptanya Digital Marketing di Kelurahan Rungkut Tengah. *Sabangka Abdima: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(4). <https://doi.org/10.62668/sabangka.v2i04.641>
- Baidhawi, B. (2021). Peran Kepemimpinan Kiai Dalam Pengembangan Pondok Pesantren Di Era Globalisasi. *Proceeding: Islamic University of Kalimantan*.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Cham, T.-H., Cheah, J.-H., Memon, M. A., Fam, K.-S., & László, J. (2022). Digitalization and its impact on contemporary marketing strategies and practices. *Journal of Marketing Analytics*, 10(2), 103–105.

- Chang, T., Liu, F., Li, H., & Hung, C. (2026). The Critical First Step on the Digital Entrepreneurial Journey: Examining the Development of Digital Entrepreneurial Intention Through the Lens of Protection Motivation Theory. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 43(1), e70047. <https://doi.org/10.1002/cjas.70047>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Gouveia Rodrigues, R., Dinis, A., & Do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424–440. <https://doi.org/10.1108/14626001211250144>
- Ike, D. (2025). Sustainable Entrepreneurship in Emergence: A Systematic Literature Review. *Sustainable Development*, 33(S1), 1200–1214. <https://doi.org/10.1002/sd.70058>
- Imam, M. (2022). Persepsi masyarakat terhadap eksistensi pesantren. *Kariman: Jurnal Pendidikan Keislaman*, 10(1), 137–152.
- Isabela, A. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Pengelolaan Keuangan Bisnis Online Shop Era Digital. *ANDASIH Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 15–21. <https://doi.org/10.57084/andasih.v2i1.606>
- Kolb, D. A. (1984). *Experimental learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353–375.
- Mursidi, A. (2016). *Dominasi kiai dalam pendidikan di pondok pesantren ihya'ulumiddin*. 4.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Pamungkas, S. F., Widiastuti, I., & Suharno, S. (2019). Kolb's experiential learning as an effective learning model in creative product and entrepreneurship subjects. *Journal of Mechanical Engineering and Vocational Education (JoMEVE)*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.20961/jomeve.v2i1.28352>

- Purwanto, A. N. I., Maulidizen, A., Hayati, S., Setiawan, A., Azzaky, N. S., & Auladi, G. A. (2025). Santripreneur Digital: Pemberdayaan Ekonomi Santri melalui Pelatihan Bisnis Online dan Branding Produk Pesantren. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 289–305. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v4i2.5084>
- Rahman, A. S., Sembodo, C., Kurnianingsih, R., Razak, F., & Al Amin, M. N. K. (2021). Participatory Action Research Dalam Pengembangan Kewirausahaan Digital Di Pesantren Perkotaan. *Ulumuddin : Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, 11(1), 85–98. <https://doi.org/10.47200/ulumuddin.v11i1.766>
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Sukardi, S., Astini, B. N., & Nursaptini, N. (2023). Students' Innovativeness in Developing Business: An Empirical Study of Kolb's Experiential Learning on Entrepreneurship Course. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, 9(1), 24. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i1.7088>
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Thongsri, N., Shen, L., & Bao, Y. (2019). Investigating factors affecting learner's perception toward online learning: Evidence from ClassStart application in Thailand. *Behaviour & Information Technology*, 38(12), 1243–1258. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1581259>
- Wardoyo, C., Narmaditya, B. S., Qurrata, V. A., Satrio, Y. D., & Sahid, S. (2025). Are students ready for digital business? Antecedents of entrepreneurial intentions among Indonesian students using a serial mediation. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101213>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>