



Transformasi Pola Pikir Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Program *Start-Up* Halal Berbasis *Experiential Learning*

Transforming Students' Entrepreneurial Mindsets Through an Experiential Learning-Based Halal Start-Up Program

Ilma Mahdiya^{1*}, Abdul Wahab²

¹Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari, Indonesia

²Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Indonesia

*Penulis Korespondensi: Ilmahdiya12@gmail.com

Article History:

Naskah Masuk: 12 September 2025;

Revisi: 26 September 2025;

Diterima: 10 Oktober 2025;

Terbit: 15 Oktober 2025.

Keywords: Digital Marketing; Digital Transformation; Halal Startup; Halalpreneur; Sharia Business.

Abstract: Digital transformation has opened vast opportunities for the younger generation to engage in technology-based entrepreneurship. However, the low level of literacy regarding Sharia-based business among university students remains a major challenge in building a competitive halal startup ecosystem. This community engagement program aims to equip students with both conceptual understanding and practical skills in developing digital businesses aligned with Sharia principles. The program was implemented on May 10, 2025, involving 60 students from UNISKA, UMB, and Poliban. The method employed an educational-dialogical approach based on experiential learning, encompassing interactive seminars, technical workshops, and reflective evaluations. The training materials included the Sharia Business Model Canvas, halal design thinking, Islamic ethical digital marketing, as well as halal legality and certification. The program's effectiveness was measured through pretest and posttest instruments, which showed a significant improvement in the average score from 58.3 to 82.7. These findings indicate that the program was effective in enhancing students' understanding and readiness to become halalpreneurs. Furthermore, the experience fostered a transformation in students' mindsets toward perceiving business as a means of worship and social contribution. The program is recommended to be replicated on a larger scale with cross-sectoral collaboration and support.

Abstrak

Transformasi digital telah membuka peluang besar bagi generasi muda untuk terjun ke dunia kewirausahaan berbasis teknologi. Namun, rendahnya literasi tentang bisnis berbasis syariah di kalangan mahasiswa menjadi tantangan dalam membangun ekosistem startup halal yang kompetitif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman dan keterampilan praktis dalam membangun bisnis digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Program ini dilaksanakan pada 10 Mei 2025 dan melibatkan 60 mahasiswa dari UNISKA, UMB, dan Poliban. Metode yang digunakan adalah pendekatan edukatif-dialogis berbasis experiential learning yang meliputi seminar interaktif, workshop teknis, dan evaluasi reflektif. Materi pelatihan mencakup Business Model Canvas Syariah, design thinking halal, digital marketing berbasis etika Islam, serta legalitas dan sertifikasi halal. Efektivitas kegiatan diukur melalui instrumen pretest dan posttest yang menunjukkan peningkatan signifikan rata-rata skor dari 58,3 menjadi 82,7. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan ini efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesiapan mahasiswa untuk menjadi halalpreneur. Pengalaman ini juga mendorong perubahan pola pikir mahasiswa terhadap bisnis sebagai sarana ibadah dan kontribusi sosial. Kegiatan ini direkomendasikan untuk direplikasi dalam skala yang lebih luas dengan dukungan lintas sektor.

Kata Kunci: Bisnis Syariah; Digital Marketing; Halalpreneur; Startup Halal; Transformasi Digital.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi cara orang berkomunikasi dan bertransaksi, tetapi juga membuka peluang baru dalam dunia bisnis. Revolusi industri 4.0 dan transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental (Wati & Rajuddin, 2025), khususnya melalui pengembangan *startup*. Startup menjadi salah satu bentuk kewirausahaan modern yang mampu merespons kebutuhan pasar secara cepat dan fleksibel dengan memanfaatkan teknologi digital. Teknologi digital seperti *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, dan *digital marketing* membuka peluang luas bagi generasi muda untuk terlibat dalam dunia wirausaha. Di tengah kemajuan ini, model bisnis *startup* menjadi pilihan populer karena fleksibilitas dan potensi skalabilitasnya yang tinggi (Rajuddin, 2023); (Susanto et al., 2025).

Berdasarkan data Startup Ranking pada awal tahun 2024, Indonesia menempati peringkat ke-6 dunia dalam jumlah startup, tepatnya sebanyak 2.562 startup aktif yang bergerak di berbagai sektor, terutama teknologi, perdagangan, dan jasa (Ahda & Hajar, 2024).

Di sisi lain, sebagai negara dengan penduduk mayoritas Muslim dengan jumlah 87,2% dari total populasi (BPS 2024), Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi dan bisnis berbasis syariah (Millah et al., 2025). Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) mencatat bahwa kontribusi sektor ekonomi syariah terhadap PDB nasional terus meningkat, dan pada tahun 2023 mencapai lebih dari 25% dari total ekonomi nasional, khususnya dari sektor makanan halal, keuangan syariah, busana muslim, dan pariwisata halal. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). (2024). *Laporan Ekonomi Syariah Indonesia 2023*. (<https://kneks.go.id>).

Namun, terlepas dari besarnya potensi tersebut, masih terdapat tantangan besar dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam model bisnis digital, terutama di kalangan mahasiswa (Priatna, 2025). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada 2022, tingkat literasi ekonomi dan keuangan syariah masyarakat Indonesia masih berada di angka 23,3%, dengan literasi di kalangan mahasiswa belum optimal. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan pendampingan, terutama dalam konteks pengembangan bisnis halal yang sesuai dengan prinsip syariah. (Bank Indonesia. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah*. (<https://www.bi.go.id>).

Program Studi Ekonomi Syariah UNISKA MAB Banjarmasin berada pada posisi strategis untuk menjembatani gap literasi umum dan literasi praktis berbasis digital. Dengan menyediakan edukasi komprehensif tentang prinsip halal, akad muamalah, penerapan fintech syariah, hingga pengembangan startup digital. Mahasiswa dapat menjadi pelopor ekosistem startup halal di Kalimantan Selatan.

Melalui kegiatan kajian ekonomi syariah, diberikan edukasi secara sistematis kepada mahasiswa mengenai konsep startup halal, prinsip-prinsip bisnis syariah, serta pemanfaatan teknologi digital dalam membangun dan mengelola bisnis yang etis, inovatif, dan berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan semangat *entrepreneurial* berbasis syariah, membentuk ekosistem startup halal yang kompetitif, serta memperkuat kontribusi generasi muda dalam pembangunan ekonomi nasional yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Kajian ekonomi syariah dengan tema Start-up Halal: Membangun Bisnis Berbasis Syariah di Era Industri Digital kepada mahasiswa adalah program yang bertujuan untuk memberikan pelatihan, pendampingan, dan pengalaman praktis dalam dunia startup digital kepada mahasiswa. Program ini membantu mahasiswa memahami proses membangun dan mengelola bisnis digital, mulai dari validasi ide, pengembangan produk, pemasaran, hingga manajemen tim dan operasional. Melalui program ini, mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan jaringan yang dibutuhkan untuk menjadi entrepreneur sukses di era digital.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif-dialogis yang menggabungkan antara transfer pengetahuan teori dengan diskusi aplikatif (Asan et al., 2025), berbasis pengalaman langsung (*experiential learning*) oleh praktisi (Haryati & Makarim, 2025), agar mahasiswa tidak hanya memahami prinsip-prinsip ekonomi syariah secara konseptual, tetapi juga mampu menerapkannya dalam pengembangan ide bisnis digital berbasis syariah.

- a. Sosialisasi dan Seminar Interaktif Menyajikan materi dasar mengenai konsep startup halal, peluang usaha syariah di era digital, dan etika bisnis Islam. Pemateri terdiri dari akademisi sekaligus praktisi startup halal. Mahasiswa diajak untuk berdiskusi aktif dan menyampaikan gagasan.
- b. Workshop dan Pelatihan Mahasiswa dilatih secara teknis melalui sesi: Perancangan Business Model Canvas Syariah, Design Thinking dalam konteks halalpreneur, Digital

marketing halal, Legalitas usaha dan sertifikasi halal serta strategi branding dan customer engagement di era media social.

- c. Evaluasi dan rekomendasi bersama. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui survei, observasi, dan diskusi reflektif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "*Start-up Halal: Membangun Bisnis Berbasis Syariah di Era Industri Digital kepada Mahasiswa*" telah berhasil dilaksanakan dengan capaian yang menggembirakan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, keterampilan, dan pengalaman kepada mahasiswa dalam membangun bisnis digital yang tidak hanya inovatif dan berdaya saing, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam pelaksanaannya, program ini telah memberikan ruang bagi mahasiswa untuk memahami, mendiskusikan, dan mengimplementasikan ide-ide bisnis halal secara sistematis dan aplikatif.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada hari Sabtu, 10 Mei 2025, bertempat di aula pertemuan kampus dan dihadiri oleh 60 peserta dari tiga perguruan tinggi berbeda, yaitu Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari (UNISKA), Universitas Muhammadiyah Banjarmasin (UMB), dan Politeknik Negeri Banjarmasin (Poliban). Kehadiran mahasiswa dari latar belakang institusi yang beragam memberikan dinamika diskusi dan pertukaran wawasan yang kaya, menunjukkan bahwa ketertarikan dan kebutuhan terhadap literasi halalpreneurship semakin luas dan relevan di kalangan generasi muda, khususnya di era digital saat ini.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan.

Sesi awal kegiatan berupa sosialisasi dan seminar interaktif yang dipandu oleh pemateri dari kalangan akademisi sekaligus praktisi startup halal, Ilma Mahdiya, ME. Beliau menyampaikan materi mengenai konsep dasar startup berbasis syariah, tantangan dan peluang

usaha halal di era digital, serta pentingnya etika bisnis dalam Islam. Mahasiswa diberikan pemahaman komparatif antara startup konvensional dengan halal startup, termasuk bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk menciptakan ekosistem halalpreneur yang kuat dan berkelanjutan. Diskusi berlangsung interaktif, dengan mahasiswa secara aktif mengajukan pertanyaan dan menyampaikan ide-ide kreatif mereka.

Metode pembelajaran yang digunakan dalam kegiatan ini menggabungkan pendekatan *edukatif-dialogis* dan *experiential learning* (Haryati & Makarim, 2025); (Asan et al., 2025). Artinya, mahasiswa tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam praktik langsung, seperti menyusun Business Model Canvas Syariah, mengikuti workshop *design thinking*, memahami strategi digital marketing halal, serta belajar tentang prosedur legalitas usaha dan proses sertifikasi halal. Pendekatan ini terbukti efektif untuk menginternalisasi pemahaman serta mengembangkan keterampilan praktis mahasiswa.

Untuk menilai efektivitas program ini, dilakukan evaluasi dengan menggunakan instrumen *pretest* dan *posttest*. Tes ini terdiri dari 20 soal pilihan ganda yang dirancang untuk mengukur lima dimensi utama, yaitu: (1) pemahaman dasar tentang ekonomi syariah dan halalpreneurship, (2) pengetahuan tentang konsep startup digital, (3) kemampuan dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis, (4) kesadaran tentang pentingnya legalitas dan sertifikasi halal, dan (5) pemahaman tentang strategi pemasaran dan branding syariah. Hasil dari pretest menunjukkan bahwa pemahaman awal peserta masih tergolong rendah, dengan rata-rata skor sebesar 58,3. Sebagian besar peserta (83,3%) memperoleh skor di bawah 70, yang mengindikasikan bahwa mayoritas peserta belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai materi yang akan disampaikan.

Tabel 1. Hasil Pengukuran Pretest-Posttest.

Distribusi Hasil Pretest	Distribusi Hasil Posttest
- Skor < 50: 20 peserta (33,3%)	- Skor < 70: 6 peserta (10%)
- Skor 50–69: 30 peserta (50%)	- Skor 70–84: 28 peserta (46,7%)
- Skor ≥ 70: 10 peserta (16,7%)	- Skor ≥ 85: 26 peserta (43,3%)

Sumber: data diolah, 2025

Setelah seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan selesai dilaksanakan, dilakukan posttest sebagai pengukuran akhir. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan rata-rata skor posttest mencapai 82,7. Sebanyak 43,3% peserta memperoleh skor di atas 85, dan hanya 10% peserta yang masih berada di bawah skor 70. Peningkatan rata-rata sebesar 24,4 poin ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah pelatihan. Secara statistik, uji paired t-test menunjukkan nilai signifikansi < 0,05, yang

mengindikasikan bahwa kegiatan pelatihan ini memiliki pengaruh yang nyata terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa.

Lebih dari sekadar angka, hasil ini juga diperkuat oleh temuan kualitatif selama proses kegiatan. Observasi fasilitator menunjukkan bahwa mahasiswa mengalami transformasi pemikiran yang cukup signifikan. Jika sebelumnya mahasiswa cenderung memandang bisnis digital hanya sebagai sarana meraih keuntungan, maka setelah mengikuti kegiatan ini, mereka mulai memahami bahwa bisnis dapat menjadi sarana ibadah dan kontribusi sosial, selama dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini sejalan dengan konsep *maqashid syariah* dalam ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan antara keuntungan materi dan keberkahan spiritual.

Beberapa mahasiswa bahkan menunjukkan peningkatan kepercayaan diri yang signifikan dalam mempresentasikan ide bisnis mereka, termasuk dalam menjelaskan aspek syariah dari model bisnis yang mereka rancang. Mereka juga menjadi lebih kritis dalam menganalisis kesesuaian antara produk/jasa yang ditawarkan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menandakan bahwa kegiatan ini tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap dan cara berpikir yang lebih etis dan bertanggung jawab.

Hasil diskusi reflektif di akhir kegiatan juga memperkuat kesimpulan ini. Mahasiswa memberikan respon yang sangat positif, baik terhadap materi, metode pelatihan, maupun kualitas fasilitator. Sebagian besar peserta menyampaikan bahwa pelatihan ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka sebagai calon pelaku usaha di era digital (Sekarningtyas & Firdaus, 2025). Mereka juga menyatakan keinginan untuk mengikuti kegiatan serupa di masa mendatang dengan waktu pelatihan yang lebih panjang dan pendalaman materi yang lebih teknis, termasuk praktik digital branding, simulasi aplikasi sertifikasi halal, dan studi kasus startup halal yang telah sukses di Indonesia.

Kutipan dari peserta seperti: *"Saya baru sadar kalau bisnis digital bisa sangat relevan dengan prinsip Islam, dan ternyata ada cara untuk memulai yang halal dan profesional,"* dan *"Pelatihan ini membuka wawasan saya tentang bagaimana membangun usaha tanpa melanggar syariat, apalagi soal marketing dan legalitas halal,"* menjadi bukti bahwa kegiatan ini telah memberikan pengalaman belajar yang bermakna (Lutfi & Maftuhah, 2024); (Hardiati, 2021).

Pembahasan

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian oleh (Arianti & Susanti, 2025) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) secara signifikan dapat meningkatkan minat, motivasi, dan kesiapan mahasiswa untuk terjun ke dunia

kewirausahaan. Selain itu, Rini et al., (2025) menegaskan bahwa pendidikan halalpreneurship sejak dini di lingkungan kampus merupakan strategi penting dalam memperkuat ekosistem bisnis halal nasional.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini dapat dikatakan berhasil mencapai tujuannya. Mahasiswa tidak hanya mengalami peningkatan secara kognitif, tetapi juga secara afektif dan psikomotorik (Faridah et al., 2021). Mereka memperoleh pengetahuan baru, menumbuhkan sikap positif terhadap bisnis syariah, serta mengembangkan keterampilan teknis yang aplikatif. Capaian ini menjadi indikasi bahwa model pelatihan seperti ini layak untuk direplikasi dan dikembangkan lebih lanjut, dengan skala yang lebih luas dan durasi yang lebih intensif (Utami et al., 2021).

Ke depan, disarankan agar program serupa dapat dilengkapi dengan platform digital pendukung seperti modul online, mentoring lanjutan, atau inkubator startup halal di lingkungan kampus. Kolaborasi dengan lembaga sertifikasi halal, pelaku industri, dan pemerintah daerah juga menjadi kunci untuk meningkatkan keberlanjutan dan dampak kegiatan. Dengan demikian, generasi muda dapat tumbuh menjadi pelaku usaha yang tidak hanya kompeten secara bisnis, tetapi juga konsisten dalam menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas ekonominya.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuannya dalam memberikan edukasi, pelatihan, dan pengalaman praktis kepada mahasiswa mengenai startup halal berbasis syariah. Kegiatan ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis, tetapi juga melatih keterampilan aplikatif mahasiswa untuk menghadapi tantangan bisnis di era digital yang tetap memegang teguh nilai-nilai Islam. Peningkatan signifikan hasil posttest dibanding pretest menjadi bukti keberhasilan metode pelatihan yang digunakan. Dengan dukungan fasilitator yang berkompeten serta antusiasme peserta yang tinggi, kegiatan ini layak untuk dikembangkan lebih lanjut dalam skala yang lebih luas dan berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana berkat dukungan penuh dari Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari (UNISKA MAB) Banjarmasin serta kerja sama dengan Universitas Muhammadiyah Banjarmasin (UMB) dan Politeknik Negeri Banjarmasin (Poliban). Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh mahasiswa peserta, narasumber, dan panitia yang telah berkontribusi aktif sehingga program *Start-Up*

Halal berbasis *Experiential Learning* ini dapat berjalan dengan sukses dan memberikan dampak positif bagi pengembangan kewirausahaan berbasis syariah di kalangan mahasiswa.

DAFTAR REFERENSI

- Ahda, M. H., & Hajar, S. (2024). Strategi sosial media officer PT. Garuda Cyber Indonesia dalam meningkatkan kesadaran merek melalui platform digital. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(3), 847–855. <https://doi.org/10.31004/irje.v4i3.794>
- Arianti, D., & Susanti, A. (2025). Peran dukungan sosial dalam meningkatkan kesehatan mental remaja di lingkungan sekolah. *Jurnal Ners*, 9(2), 2077–2083. <https://doi.org/10.31004/jn.v9i2.42618>
- Asan, A. K., Ramadhani, R., Pasaribu, R., Bely, B., Gultom, I. J. P., Fahzri, M., Suhendar, S., Ricki, R., Herwin, H., & Muhammad, F. (2025). Menanamkan nilai kebangsaan untuk membangun generasi berkarakter dan berempati di lingkungan sekolah. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN (ABDIMAS SEAN)*, 3(1), 53–60.
- Faridah, V. N., Aris, A., Sholikhah, S., Nurafifah, D., & Prastiwi, R. (2021). Peningkatan domain kognitif, afektif dan psikomotor dalam program pembelajaran di luar kampus pada mahasiswa fakultas ilmu kesehatan Universitas Muhammadiyah Lamongan. *Bali Medika Jurnal*, 8(4), 455–463. <https://doi.org/10.36376/bmj.v8i4.246>
- Hardiati, N. (2021). Etika bisnis Rasulullah SAW sebagai pelaku usaha sukses dalam perspektif maqashid syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513–518. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1862>
- Haryati, S., & Makarim, S. A. (2025). Penerapan model pembelajaran experiential learning dalam pendidikan kewirausahaan di SMA Serba Bakti. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin*, 2(2), 40–46. <https://doi.org/10.70134/jupengen.v2i2.442>
- Lutfi, L., & Maftuhah, M. (2024). Transformasi bisnis di era digital melalui literasi entrepreneur sebagai pendekatan Islami dalam pendidikan agama Islam. *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 53–67. <https://doi.org/10.69552/mumtaz.v4i1.2894>
- Millah, H., Najiyah, S., & Novitasari, K. (2025). Strategi pengembangan ekonomi syariah di Indonesia menjadi pusat ekonomi syariah dunia. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)*, 3(1), 28–37. <https://doi.org/10.56855/analysis.v3i1.1263>
- Priatna, A. (2025). Peran generasi muda dalam pengembangan ekonomi Islam di Indonesia pada era digital. *Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(2), 240–253.
- Rajuddin, W. O. N. (2023). Ketahanan wirausaha mengarungi tantangan dalam ekosistem startup. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 1(2), 81–87. <https://doi.org/10.55182/jimp.v1i2.433>
- Rini, D. I. S., Shulthoni, M., & Firdausi, M. I. (2025). Peran pendidikan di Indonesia dalam mendorong ekonomi kreatif halal. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 104–111.

- Sekarningtyas, H., & Firdaus, M. A. (2025). Peningkatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui pelatihan business model canvas dan strategi digital marketing di era MBKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bakti Negeri*, 2(1), 29–37. <https://doi.org/10.71277/jpyg7m46>
- Susanto, P. C., Gunawan, A., Primadi, A., Pahrudin, C., & Tohir, M. (2025). Menjadi entrepreneur visioner di era 5.0: Memanfaatkan teknologi untuk keberlanjutan bisnis. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(1), 231–242. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i1.23335>
- Utami, D. P., Rahmawati, F., & Zulfanita, Z. (2021). Pelatihan Business Model Canvas (BMC) untuk pengembangan startup mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Pertanian*, 2(1), 69–79.
- Wati, K. L., & Rajuddin, W. O. N. (2025). Transformasi digital dalam manajemen bisnis: Tantangan dan peluang di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 206–213. <https://doi.org/10.56145/ekobis.v5i1.317>