

**Penyuluhan Fiqih Wanita Di Majelis Ta'lim Darul Huda Desa Tawangrejo,
Kecamatan Jatipurno, Kabupaten Wonogiri**

***Fiqih Counseling For Women At The Darul Huda Ta'lim Council
Tawangrejo Village, Jatipurno District, Wonogiri Regency***

Afrohah

Universitas Nahdlatul Ulama, Surakarta

afrohah.aljamilah88@gmail.com

Mardhiyah AW

Universitas Nahdlatul Ulama, Surakarta

Mardiyahagung1967@gmail.com

Abstrak

Banyak warga yang belum memanfaatkan teknologi untuk lebih produktif dalam mengembangkan keterampilan di bidang kewirausahaan. Tujuan dari program sosialisasi kepada masyarakat diharapkan dapat memberikan motivasi dan menawarkan peluang untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi digital serta memberikan pengetahuan mengenai cara memulai dan mengembangkan usaha digital sehingga mampu menambah income rumah tangga di paguyuban Citra Mayang Asri. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan dan minat terkait kewirausahaan digital, kemudian dilakukan ceramah dan diskusi dalam pemahaman kewirausahaan digital, dan yang terakhir evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan respon positif dan berhasil mencapai tujuan utama. Tingginya antusiasme dan komitmen peserta untuk memulai usaha digital menjadi indikator utama keberhasilan kegiatan ini

Kata kunci: Teknologi Digital, Kewirausahaan

Abstract

Many citizens have not utilized technology to be more productive in developing skills in the field of entrepreneurship. The purpose of the socialization program to the community is expected to provide motivation and offer opportunities for entrepreneurship by utilizing digital technology and providing knowledge on how to start and develop a digital business so that it can increase household income in the Citra Mayang Asri community. The method used in this service begins with identifying needs and interests related to digital entrepreneurship, then lectures and discussions are carried out in understanding digital entrepreneurship, and finally evaluating activities to determine the level of understanding of participants. The results of this dedication showed a positive response and succeeded in achieving the main goal. The high enthusiasm and commitment of participants to start a digital business is the main indicator of the success of this activity

Keywords: Digital Technology, Entrepreneurship

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah proses atau kegiatan yang melibatkan penciptaan, pengembangan, dan pengelolaan usaha baru atau bisnis dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Namun, lebih dari sekadar mencari keuntungan, kewirausahaan juga mencakup aspek-aspek seperti inovasi, kreativitas, risiko, manajemen, dan pemberdayaan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan atau masyarakat secara umum. Dengan kata lain, kewirausahaan tidak hanya tentang memulai bisnis, tetapi juga tentang memperkenalkan solusi baru, memecahkan masalah, dan menciptakan dampak positif bagi lingkungan sekitar. Dalam dunia bisnis, inovasi menjadi sangat penting dan harus mengikuti perkembangan zaman. Contoh kasus, Kodak yang tidak ingin melakukan kanibalisasi terhadap model bisnis yang sudah mapan melalui inovasi disruptif dan akhirnya kehilangan posisi pasarnya hanya dalam beberapa tahun. (Kraus et al., 2023, p. 9)

Teknologi industri 4.0 mengubah cara pandang masyarakat terhadap bisnis. Inovasi terus dikembangkan untuk menghasilkan bisnis yang unggul dan kompetitif di masa depan dan mampu bersaing secara global. Banyak bisnis keluarga bermunculan dengan memanfaatkan teknologi namun banyak individu yang kurang memperhatikan kebersihan lingkungan dalam proses produksinya sehingga diperlukan campur tangan pemerintah dalam mengendalikan pemulihan limbah kemasan. (Kazancoglu et al., 2021, p. 9). Perubahan yang cepat dalam teknologi digital telah mengubah *landscape* bisnis secara dramatis, mempengaruhi cara bekerja, berinteraksi, dan berbisnis. Kewirausahaan digital menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan.

Kewirausahaan digital melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan peluang bisnis baru atau mengubah cara bisnis yang sudah ada beroperasi. Ini melibatkan penggunaan alat dan *platform* digital seperti internet, media sosial, analitika data, kecerdasan buatan, dan lain-lain untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan atau masyarakat secara keseluruhan.

Kolaborasi antara masyarakat dan akademisi memainkan peran penting dalam mewujudkan kewirausahaan digital. Masyarakat membawa pemahaman tentang kebutuhan dan masalah yang ada di lapangan, sementara akademisi memberikan pengetahuan dan wawasan yang diperlukan untuk mengembangkan solusi yang inovatif dan efektif. Kerja sama ini memungkinkan pengembangan ide-ide baru, penelitian yang lebih dalam, dan implementasi solusi yang lebih baik dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Dalam era yang dinamis, sumber daya manusia perlu terus berkembang untuk tetap relevan dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Pelatihan dan pendidikan yang berkelanjutan dalam bidang teknologi digital dan kewirausahaan menjadi kunci untuk mempersiapkan tenaga kerja menghadapi tuntutan pasar yang terus berubah. (Muafi et al., 2021, p. 351)

Paguyuban "Citra Mayang Asri" (CMA) memiliki asal usul yang erat kaitannya dengan kelurahan Mayang di Kabupaten Sukoharjo. Nama "Citra Mayang Asri" sendiri mencerminkan harapan akan citra yang baik dan lingkungan yang asri di kelurahan tersebut. Sejak tahun 2018, paguyuban ini didirikan oleh beberapa pemuda dibawah kepemimpinan Sigit Petrus Nugroho. Pendirian paguyuban ini memiliki tujuan untuk memudahkan komunikasi antar anggota dan untuk membangun rasa kebersamaan di antara masyarakat perumahan. Dengan adanya paguyuban ini, diharapkan berbagai program yang dicanangkan dapat lebih mudah direalisasikan. Dengan jumlah anggota sebanyak 25 orang pada saat ini, Paguyuban Citra Mayang Asri menjadi wadah

bagi masyarakat perumahan di kelurahan Mayang untuk saling berkomunikasi, bekerjasama, dan bersatu dalam berbagai kegiatan. Keberadaan paguyuban semacam ini dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkuat solidaritas dan partisipasi masyarakat dalam berbagai inisiatif yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan sekitar.

Berdasarkan data wawancara didapatkan bahwa pada Paguyuban CMA didominasi penduduk dengan mata pencaharian sebagai karyawan dan pedagang kecil. Besaran UMK kab. Sukoharjo tahun 2024 sebesar Rp 2.215.482 atau dibawah Rp. 2.500.000 perbulan.(Angling Adhitya Purbaya, 2024)

Hal tersebut belum lagi dikurangi dengan rata-rata pengeluaran perkapita dalam sebulan. Data menunjukkan bahwa:

Tabel 1 Pengeluaran rata-rata perkapita sebulan di kabupaten Sukoharjo

Jenis pengeluaran	Nominal (rupiah)		
	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)
Makanan	518.795	564.773	593.017
Bukan Makanan	618.017	637.107	788.747
Perumahan	321.529	347.371	400.611
Barang dan Jasa	166.827	154.162	181.692
Pakaian	18.969	23.663	181.692
Barang Tahan Lama	50.002	49.008	85.253
Lainnya	60.690	62.903	98.875
Jumlah	1.136.812	1.201.879	1.381.764

Sumber : Susenasi(diolah), 2021-2023

Selama periode 2022-2023 rata-rata pengeluaran perkapita selama sebulan dari Rp 1.201.879 naik menjadi Rp 1.381.764 dengan kata lain pengeluaran penduduk mengalami peningkatan sebesar 14,97%. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pola konsumsi di Kabupaten Sukoharjo baik tahun 2021, 2022 maupun 2023 didominasi oleh pengeluaran non makanan.(Hesmiyati & Mahambari, 2023, p. 28). Di paguyuban CMA rata-rata yang bekerja adalah satu orang dalam satu kartu keluarga (KK). Jika dihitung dengan UMK kabupaten Sukoharjomaka maka:

Tabel 2 Penghasilan bersih rata-rata perkapita di paguyuban CMA

Penghasilan UMK (rupiah)	Pengeluaran (rupiah)	
2.215.482	Makanan	593.017
	Bukan Makanan	1.504.512
	Perumahan	957.000
	Barang dan Jasa	181.692
	Pakaian	181.692
	Barang Tahan Lama	85.253
	Lainnya	98.875

	Jumlah	2.097.529
Penghasilan – Jumlah Pengeluaran		117.953

Sumber : Data diolah

Penghasilan bersih rata-rata perkapita di paguyuban CMA sebesar Rp 117.953, jika dalam lingkup kartu keluarga (KK) terdiri dari dua orang maka dengan besaran penghasilan tersebut tergolong dibawah angka kekurangan penghasilan atau anggota KK tidak dapat melakukan *saving money*. Teknologi digital mendorong banyak perusahaan, termasuk perusahaan keluarga, untuk berinovasi model bisnis. Kewirausahaan digital sangat dipengaruhi dengan adanya hubungan keluarga sehingga lingkungan usaha dapat terbentuk dengan dinamis.(Soluk et al., 2021, p. 1)

Gender bukanlah penghalang dalam mewujudkan impian menjadi seorang wirausaha, terlebih pada era digital saat ini. *Individual differences theory of gender and information technology* (IDTGIT) merupakan teori yang membahas tentang perempuan memiliki kemampuan yang sama dalam mengeksplorasi teknologi digital dalam berwirausaha.(Suseno & Abbott, 2021, p. 1). Dibutuhkan kerjasama dalam sebuah keluarga, di paguyuban CMA rata-rata yang bekerja adalah kepala keluarga/ laki-laki. Pemberdayaan warga terutama ibu-ibu rumah tangga merupakan strategi yang penting dalam pengembangan ekonomi keluarga dan juga dalam meningkatkan sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Warga atau Ibu-ibu rumah tangga memiliki potensi besar untuk berperan sebagai pengusaha atau pelaku UMKM karena mereka memiliki keterampilan, keahlian, dan pengetahuan dalam berbagai bidang seperti kerajinan, kuliner, dan lain-lain sehingga menghasilkan produk atau layanan yang memiliki nilai ekonomis untuk dijual di pasar lokal maupun di pasar *online*. Ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga meningkatkan kemandirian ekonomi rumah tangga dan mengurangi tingkat pengangguran.

Keberadaan penduduk dengan tingkat pendidikan yang cukup tinggi di paguyuban CMA juga merupakan aset yang sangat berharga. Tingkat pendidikan yang tinggi dapat memberikan mereka akses ke pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha, serta meningkatkan kemampuan dalam mengelola bisnis dengan baik.

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, khususnya internet, telah mengubah secara mendasar cara kita berinteraksi, berbelanja, dan menjalankan bisnis. Fenomena ini telah menghasilkan paradigma baru dalam dunia bisnis yang dikenal sebagai wirausaha digital atau e-entrepreneurship. Melalui pemanfaatan inovasi teknologi, seperti *platform e-commerce*, media sosial, aplikasi *mobile*, dan berbagai alat digital lainnya, wirausahawan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Ini memungkinkan siapapun, tanpa terkecuali oleh batasan geografis atau modal besar, untuk memulai bisnis dan menawarkan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen.

Internet dapat disamakan dengan pasar global yang terbuka 24/7 di mana konsumen dapat mencari, membandingkan, dan membeli produk atau jasa dari berbagai penjual di seluruh dunia. Interaksi horizontal antara pedagang dan konsumen memungkinkan adanya komunikasi langsung, umpan balik, dan keterlibatan yang lebih besar dalam proses

pembelian. Di sisi lain, interaksi vertikal antara sesama konsumen, seperti melalui forum *online* atau ulasan produk, juga memberikan informasi yang berharga dan mempengaruhi keputusan pembelian.(Aini et al., 2023, p. 245). Dengan demikian, internet bukan hanya merupakan alat untuk menjalankan bisnis, tetapi juga merupakan ekosistem yang menghubungkan pedagang dan konsumen secara langsung, menciptakan peluang baru dan meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis. Hal ini membuka pintu bagi banyak individu untuk menjelajahi potensi wirausaha digital dan berkontribusi dalam transformasi ekonomi digital yang sedang berlangsung

Digitalisasi ekonomi yang terjadi di masyarakat mempengaruhi evolusi sistem nilai budaya. Respon masyarakat terhadap kewirausahaan digital mengubah cara kerja individu dan kelompok, namun belum semua terlibat dalam kegiatan tersebut.(Abubakre et al., 2021, p. 859). Beberapa tahun terakhir, ada peningkatan yang signifikan dalam penyediaan pendidikan kewirausahaan dan bisnis digital oleh perguruan tinggi dan lembaga pendidikan formal. Perubahan ini sebagian besar didorong oleh kebutuhan akan sumber daya manusia yang terampil dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh transformasi digital yang sedang berlangsung.(Aini et al., 2023, p. 250)

Peran utama akademisi dalam pengembangan kewirausahaan digital dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Knowledge Transfer: Akademisi bertindak sebagai agen transfer pengetahuan dengan menyampaikan pengetahuan teoritis dan praktis tentang kewirausahaan digital.
2. Program Edukasi: merancang dan menyelenggarakan program pendidikan yang sesuai untuk mendukung perkembangan keterampilan dan pengetahuan dalam bidang kewirausahaan digital. Program ini bisa berupa kursus, workshop, dan seminar.
3. Penelitian dan Pengembangan: Akademisi juga terlibat dalam penelitian dan pengembangan di bidang kewirausahaan digital, yang dapat menghasilkan pemahaman baru, metodologi, dan praktek terbaik dalam pengembangan bisnis digital.
4. Kemitraan Industri: Membangun kemitraan dengan industri dan pemangku kepentingan terkait untuk memastikan bahwa kurikulum pendidikan mereka tetap relevan dan terkini dengan kebutuhan pasar kerja.

Adanya upaya ini, diharapkan lulusan dapat siap untuk menghadapi tantangan dunia bisnis yang semakin terdigitalisasi, serta menjadi inovator dan pemimpin di bidang kewirausahaan digital. Bagi masyarakat perkotaan, kewirausahaan digital bukanlah hal baru namun tidak bagi masyarakat pedesaan atau pinggiran kota. Hal ini dikarenakan masyarakat perkotaan lebih dinamis terhadap penggunaan teknologi untuk bisnis.(Dana et al., 2022, p. 6)

Berdasarkan analisis situasi di atas, melalui kegiatan sosialisasi kewirausahaan digital diharapkan bisa membantu masyarakat setempat untuk meningkatkan *income* keluarga. Memperkuat kewirausahaan dan mengembangkan keterampilan di bidang kewirausahaan merupakan strategi yang efektif dalam mewujudkan keberdayaan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup. Ketika masyarakat memiliki akses dan keterampilan untuk

terlibat dalam kegiatan ekonomi, sehingga dapat menciptakan peluang untuk meningkatkan pendapatan, daya beli, dan kesejahteraan secara keseluruhan.

Peningkatan pendapatan perkapita dan daya beli masyarakat akan membawa dampak positif lebih lanjut bagi perekonomian nasional. Ketika masyarakat memiliki lebih banyak uang untuk dibelanjakan, ini akan mendorong permintaan konsumen, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan membantu menciptakan lingkungan yang lebih produktif dan berkembang bagi semua anggota masyarakat. Dengan semakin berkembangnya teknologi, peluang untuk berwirausaha secara digital semakin terbuka lebar. Namun, tidak semua masyarakat memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk memanfaatkan peluang ini. Sosialisasi kewirausahaan digital diadakan sebagai upaya untuk menjawab tantangan ini, khususnya bagi para penerima KPR subsidi yang mungkin memerlukan sumber pendapatan tambahan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan permasalahan yang ada di paguyuban Citra Mayang Asri adalah kurangnya penghasilan dan kreativitas warga serta kegiatan UMKM belum berkembang. Banyak warga yang belum memanfaatkan teknologi untuk produktif. Dengan jumlah penduduk yang mayoritas berusia produktif dan memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, pemberdayaan masyarakat untuk bekerja cerdas menggunakan teknologi digital menjadi sangat penting. Teknologi digital menawarkan berbagai peluang bagi individu untuk meningkatkan produktivitas, mengakses informasi, dan mengembangkan keterampilan yang relevan dengan zaman.

Tujuan dari program sosialisasi kepada masyarakat diharapkan dapat memberikan motivasi dan menawarkan peluang untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi digital serta memberikan pengetahuan mengenai cara memulai dan mengembangkan usaha digital sehingga mampu menambah *income* rumah tangga di paguyuban Citra Mayang Asri.

B. METODE

Kegiatan pengabdian dilakukan melalui metode sosialisasi kewirausahaan digital untuk memberikan pemahaman, wawasan, dan motivasi kepada warga paguyuban Citra Mayang Asri. Kegiatan ini dilaksanakan oleh TIM pada 04 Mei 2024 dengan tatap muka langsung antara pemateri dan warga paguyuban. Persiapan kegiatan dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan melalui survei awal kepada penerima KPR subsidi untuk mengetahui kebutuhan dan minat terkait kewirausahaan digital serta penyusunan materi berdasarkan dengan kebutuhan peserta. Kemudian TIM menyiapkan tempat dan perlengkapan, serta materi pelatihan dalam bentuk digital maupun cetak.

Pelaksanaan Kegiatan dimulai dengan sambutan dari Ketua Paguyuban untuk memberikan pengantar dan tujuan kegiatan. kemudian sambutan dari narasumber ahli untuk memperkenalkan diri dan memaparkan garis besar materi yang akan disampaikan. Sesi pertama, penjelasan mengenai konsep dasar kewirausahaan digital. Diskusi mengenai pentingnya kewirausahaan digital dalam konteks peningkatan pendapatan. Sesi kedua, pengenalan berbagai platform digital seperti e-commerce (Tokopedia, Shopee), media sosial (Instagram, Facebook), dan marketplace (Bukalapak). Langkah-langkah praktis untuk membuat akun dan mengelola toko online. Sesi ketiga, dasar-dasar pemasaran digital, termasuk SEO, penggunaan media sosial, dan iklan online. Tips dan trik untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Penutupan, Penarikan kesimpulan dan rangkuman dari materi yang telah disampaikan.

Evaluasi Kegiatan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan maka dilakukan sesi tanya jawab. Tindak lanjut kegiatan dengan merencanakan kegiatan lanjutan berdasarkan hasil evaluasi. Menyediakan dukungan dan mentoring untuk peserta yang ingin mengembangkan usaha digital mereka.

Dokumentasi kegiatan dilakukan dengan mengambil foto dan video selama kegiatan berlangsung untuk laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang sosialisasi kewirausahaan digital upaya peningkatan *income* penerima KPR subsidi di paguyuban citra mayang asri dan keperluan promosi kegiatan di masa mendatang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

- a. Peserta dan Kehadiran: Total peserta adalah 25 orang penerima KPR subsidi. Kehadiran penuh sepanjang acara, menunjukkan minat dan komitmen yang tinggi.
- b. Pemahaman dan Pengetahuan: Peserta mendapatkan pemahaman dasar mengenai kewirausahaan digital, termasuk konsep, manfaat, dan cara memulai. Hasil survey menunjukkan 90% peserta merasa lebih memahami konsep kewirausahaan digital dibanding sebelum acara.
- c. Implementasi Strategi: Peserta mempelajari dasar-dasar pemasaran digital seperti SEO, penggunaan media sosial, dan strategi iklan online.
- d. Rencana Usaha: 90% peserta merencanakan untuk memulai usaha digital dalam waktu dekat. 60% peserta telah memiliki ide bisnis konkret yang akan mereka jalankan.
- e. *Feedback* dan Evaluasi: 95% peserta menyatakan puas dengan materi dan metode penyampaian. 90% peserta merasa kegiatan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka. Peserta mengusulkan agar diadakan sesi lanjutan yang lebih mendalam, khususnya tentang pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha.



Gambar 1 : Foto Kegiatan



Gambar 2 : Proses Diskusi

2. Pembahasan

- a. Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan: Kegiatan ini berhasil memberikan pemahaman dasar tentang kewirausahaan digital kepada peserta. Ini terlihat dari hasil tanya jawab yang menunjukkan peningkatan pemahaman signifikan. Peserta mampu mempraktikkan apa yang dipelajari, seperti membuat akun di platform digital dan mengelola toko online. Keterampilan ini merupakan langkah awal yang penting dalam menjalankan usaha digital.
- b. Implementasi Strategi Pemasaran: Strategi pemasaran digital yang diajarkan, seperti penggunaan media sosial dan SEO, diapresiasi oleh peserta. Ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dan aplikatif.
- c. Rencana Usaha dan Komitmen: Mayoritas peserta menunjukkan komitmen untuk memulai usaha digital. Ini merupakan indikasi bahwa kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga memotivasi peserta untuk beraksi. Permintaan untuk sesi lanjutan menunjukkan bahwa peserta membutuhkan pendampingan lebih lanjut. Ini penting untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha digital yang mereka mulai.
- d. Kepuasan dan Evaluasi: Tingginya tingkat kepuasan peserta mencerminkan keberhasilan pelaksanaan kegiatan dari segi penyampaian materi dan metode pelatihan. Masukan dari peserta mengenai sesi lanjutan akan menjadi pertimbangan penting untuk kegiatan berikutnya. Ini menunjukkan keinginan peserta untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan mereka.

D. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi kewirausahaan digital ini berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan penerima KPR subsidi di Paguyuban Citra Mayang Asri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha. Tingginya antusiasme dan komitmen peserta untuk memulai usaha digital menjadi indikator utama keberhasilan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakre, M., Faik, I., & Mkansi, M. (2021). *Digital entrepreneurship and indigenous value systems: An Ubuntu perspective*. Information Systems Journal, 31(6), 838–862. <https://doi.org/10.1111/isj.12343>
- Aini, N., Martha, D., Amanah, N., & Putri, N. K. (2023). *Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia*. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243–252.
- Angling Adhitya Purbaya. (2024). *Daftar Lengkap UMK 2024 Solo Raya : Karanganyar Tertinggi-Wonogiri Terendah*. Detik Jateng. <https://www.detik.com/jateng/bisnis/d-7065179/daftar-lengkap-umk-2024-solo-raya-karanganyar-tertinggi-wonogiri-terendah>
- Dana, L. P., Salamzadeh, A., Hadizadeh, M., Heydari, G., & Shamsoddin, S. (2022). *Urban entrepreneurship and sustainable businesses in smart cities: Exploring the role of digital technologies*. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 1(2). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2022.100016>
- Hesmiyati., Mahambari, M. (2023). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukoharjo. In Indikator kesejahteraan Rakyat Kabupaten Sukoharjo 2023*.

<https://bantulkab.bps.go.id/publication/2022/02/25/6a3ad2045a05779aed7eb3a0/kabupaten-bantul-dalam-angka-2022.html>

- Kazancoglu, Y., Sezer, M. D., Ozkan-Ozen, Y. D., Mangla, S. K., & Kumar, A. (2021). *Industry 4.0 impacts on responsible environmental and societal management in the family business*. *Technological Forecasting and Social Change*, 173 (October 2020), 121108. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121108>
- Kraus, S., Vonmetz, K., Bullini Orlandi, L., Zardini, A., & Rossignoli, C. (2023). *Digital entrepreneurship: The role of entrepreneurial orientation and digitalization for disruptive innovation*. *Technological Forecasting and Social Change*, 193 (April), 122638. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122638>
- Muafi, M., Syafri, W., Prabowo, H., & Nur, S. A. (2021). *Digital Entrepreneurship in Indonesia: A Human Capital Perspective*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 351–359. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0351>
- Soluk, J., Miroshnychenko, I., Kammerlander, N., & De Massis, A. (2021). *Family Influence and Digital Business Model Innovation: The Enabling Role of Dynamic Capabilities*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 45(4), 867–905. <https://doi.org/10.1177/1042258721998946>
- Suseno, Y., & Abbott, L. (2021). *Women entrepreneurs' digital social innovation: Linking gender, entrepreneurship, social innovation and information systems*. *Information Systems Journal*, 31(5), 717–744. <https://doi.org/10.1111/isj.12327>