

Inovasi Penggunaan *Digital Plattform* untuk Peningkatan Promosi Usaha Produk Kewirausahaan Pemuda

Subiani¹; Zulkarnain²

Pendidikan Luar Sekolah/ Fakultas Ilmu Pendidikan/Universitas Negeri Malang

*) anisubiani59@gmail.com

Abstrak

Pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang memerlukan dukungan dan pelatihan dalam mengoptimalkan penggunaan digital platform sebagai strategi alternatif dalam mempromosikan usaha mereka dan mengatasi dampak pandemi. Dalam rangka menghadapi tantangan ini, diperlukan program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda dalam penggunaan digital platform sebagai sarana promosi usaha produk kewirausahaan mereka. Dengan pemahaman dan keterampilan yang ditingkatkan dalam penggunaan digital platform, Pemuda diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan penjualan, dan mengatasi kendala yang dihadapi dalam mempromosikan usaha mereka. Hasil dari program diketahui bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pemuda Anggota Karang Taruna dalam pemanfaatan digital platform untuk manajemen usaha, promosi dan memberi dampak ekonomi kepada masyarakat melalui pelatihan pendirian dan pemberdayaan kelompok usaha masyarakat.

Kata kunci: digital platform, pelatihan, karang taruna, pemuda, wirausaha

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Pemuda merupakan potensi besar dalam dunia kewirausahaan. Di Kabupaten Malang, terdapat banyak pemuda yang memiliki potensi untuk mengembangkan usaha produk kewirausahaan mereka. Namun, masih banyak pemuda yang menghadapi kendala dalam mempromosikan usaha mereka, terutama dalam era digital yang semakin berkembang pesat.

Dalam era digital saat ini, penggunaan *digital platform* seperti media sosial, *marketplace*, dan *website* telah menjadi salah satu cara yang efektif untuk mempromosikan produk kewirausahaan (Charlesworth, 2018; Lin & Rauschnabel, 2015; Zhao, Fang; Collier,

2017). Namun, banyak pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang yang masih belum paham atau belum maksimal dalam memanfaatkan *digital platform* untuk mempromosikan usaha mereka. Masalah ini menjadi salah satu kendala dalam mengembangkan usaha kewirausahaan pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang (Churchill, 2005; Sahut et al., 2019).

Selain itu, pandemi COVID-19 juga telah memberikan dampak signifikan terhadap usaha pemuda. Banyak usaha pemuda yang terdampak secara ekonomi akibat pembatasan sosial dan ekonomi yang diterapkan untuk mengendalikan penyebaran virus. Oleh karena itu, pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang memerlukan dukungan dan pelatihan dalam mengoptimalkan penggunaan *digital platform* sebagai strategi alternatif dalam mempromosikan usaha mereka dan mengatasi dampak pandemic (Buana, 2020; Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020; Perkasa, 2020).

Dalam rangka menghadapi tantangan ini, diperlukan program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam penggunaan *digital platform* sebagai sarana promosi usaha produk kewirausahaan mereka (Diaconu, 2011; Han et al., 2014; Lingelbach et al., 2012). Dengan pemahaman dan keterampilan yang ditingkatkan dalam penggunaan *digital platform*, pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan penjualan, dan mengatasi kendala yang dihadapi dalam mempromosikan usaha mereka.

Melalui pelatihan penggunaan *digital platform* untuk peningkatan promosi usaha produk kewirausahaan pemuda Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang, diharapkan pemuda dapat lebih efektif dan efisien dalam memanfaatkan platform digital sebagai strategi promosi usaha mereka, meningkatkan daya saing produk kewirausahaan mereka, serta mengatasi dampak pandemi COVID-19 (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020). Selain itu, diharapkan program ini juga dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian daerah dengan mendorong pertumbuhan usaha

pemuda yang berbasis digital di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

Beberapa alasan mengapa program pelatihan penggunaan digital platform untuk peningkatan promosi usaha produk kewirausahaan pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang perlu dilakukan antara lain: pertama, potensi besar pemuda sebagai kreator usaha: Pemuda merupakan generasi penerus yang memiliki potensi kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usaha produk kewirausahaan (Ahmed et al., 2019). Dengan memberikan pelatihan penggunaan digital platform, pemuda dapat memperluas pemahaman mereka dalam memanfaatkan *digital platform* sebagai sarana promosi usaha mereka, sehingga dapat mengoptimalkan potensi mereka sebagai kreator usaha yang berdaya saing di pasar digital.

Kedua, tantangan dalam penggunaan platform digital: Meskipun *digital platform* telah menjadi sarana yang efektif dalam mempromosikan usaha, banyak pemuda yang masih belum paham atau belum maksimal dalam menggunakannya. Dalam program pelatihan ini, pemuda akan diberikan pemahaman dan keterampilan yang komprehensif dalam penggunaan *digital platform* seperti media sosial, *marketplace*, dan *website*, sehingga mereka dapat menghadapi tantangan dalam penggunaan *digital platform* dengan lebih baik.

Ketiga, dampak pandemi COVID-19: Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap usaha pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Banyak usaha pemuda yang terdampak secara ekonomi akibat pembatasan sosial dan ekonomi yang diterapkan (Buana, 2020; Charlesworth, 2018; Churchill, 2005; Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020; Perkasa, 2020; Zhao, Fang; Collier, 2017). Dengan menghadapi situasi ini, pemuda memerlukan solusi alternatif dalam mempromosikan usaha mereka, dan penggunaan platform digital menjadi salah satu solusi yang relevan. Melalui program pelatihan ini, pemuda dapat mempelajari strategi promosi usaha di *digital platform* yang dapat membantu mereka mengatasi dampak pandemi dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Keempat, potensi pengembangan ekonomi lokal: Dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda dalam

penggunaan *digital platform*, diharapkan usaha pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang dapat berkembang lebih baik. Peningkatan promosi usaha melalui platform digital dapat membantu pemuda memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan menghasilkan pendapatan yang dapat berdampak positif pada perekonomian lokal di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Selain itu, program ini juga dapat mendorong pertumbuhan usaha berbasis digital di daerah, yang dapat menjadi potensi penggerak ekonomi lokal yang berkelanjutan (Akareem & Hossain, 2016; Boyle, 1981; Majid & Fuada, 2020; Sahut et al., 2019; Schwab, 2018).

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pelatihan penggunaan *digital platform* untuk peningkatan promosi usaha produk kewirausahaan pemuda di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang menjadi sangat relevan dan diperlukan untuk mengoptimalkan potensi pemuda, mengatasi tantangan yang dihadapi, menghadapi dampak pandemi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Anik Yuesti, 2017). Dalam program pelatihan ini, akan diberikan materi dan kegiatan yang komprehensif untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda dalam mengelola promosi usaha di *digital platform*, serta dukungan pendampingan yang efektif untuk memastikan pemuda dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari dalam usaha mereka

Solusi dan Target

Terdapat tiga permasalahan yang dihadapi oleh mitra, dalam hal ini adalah komunitas Karang Taruna di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang, yaitu: (1) strategi untuk menjalankan dan mengembangkan usaha (manajemen usaha) secara daring (*online*) melalui pemanfaatan *digital platform* yang tersedia; (2) pemanfaatan *digital platform* yang berguna untuk menjalankan dan mengembangkan promosi usaha; dan (3) pemberdayaan masyarakat di sekitar lokasi usaha untuk membantu proses usaha dan memberi dampak ekonomi kepada masyarakat.

Pengembang program selanjutnya menyusun program pelatihan pemanfaatan *digital platform* untuk manajemen usaha

yang ditargetkan untuk meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mahasiswa (*tenant*) dalam pemanfaatan *digital platform* untuk manajemen usaha. Hal ini untuk mengatasi permasalahan tentang strategi untuk menjalankan dan mengembangkan usaha (manajemen usaha) secara daring (*online*) melalui pemanfaatan *digital platform* yang tersedia.

Program kedua yang disusun adalah pelatihan pemanfaatan *digital platform* untuk promosi usaha yang ditujukan untuk mengatasi permasalahan tentang pemanfaatan *digital platform* yang berguna untuk menjalankan dan mengembangkan promosi usaha. Target dari program ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan pemuda anggota Karang Taruna (*tenant*) dalam pemanfaatan *digital platform* untuk promosi usaha.

Selanjutnya, program ketiga adalah pelatihan pendirian dan pemberdayaan kelompok usaha masyarakat yang ditargetkan untuk terjadinya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemuda anggota Karang Taruna (*tenant*) dalam pendirian kelompok usaha dan menjalin kerjasama, sebagai solusi dari permasalahan tentang pemberdayaan masyarakat di sekitar lokasi usaha untuk membantu proses usaha dan memberi dampak ekonomi kepada masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Tempat

Program diselenggarakan dalam kurun April sampai dengan Oktober 2022 di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Khalayak Sasaran

Sasaran dari program ini adalah 20 orang pemuda anggota Karang Taruna di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Metode Pengabdian

1. Perencanaan Pelatihan

- a. Identifikasi masalah. Sebelum program dilaksanakan perlu dipahami terlebih dahulu masalah yang dihadapi oleh masyarakat secara tepat. Masalah di sini dapat diartikan

sebagai keadaan, fakta, kejadian yang memberikan gambaran kepada kita sebagai sesuatu yang belum sesuai dengan yang kita harapkan, baik dari segi norma-norma keilmuan, maupun dari segi norma-norma hukum yang berlaku. Masalah tersebut harus didaftar sesuai dengan keadaan nyata di masyarakat binaan (*societal-client system*).

- b. Merumuskan topik pembelajaran dialogis. Setelah berbagai masalah dikenali, maka perlu diadakan penggolongan menurut jenisnya. Gejala-gejala masalah tersebut, dapat dicakup dalam topik. Kelompok masalah ini bisa diupayakan pemecahannya melalui topik tersebut dan dilakukan dengan metode pembelajaran dialogis. Dengan begitu justru bisa menampung permasalahan yang telah ditemukan. Dengan topik diperluas seperti ini, dialog dapat diperkaya, bersifat lentur, dan menarik warga belajar, sehingga dialog bisa lebih hidup dan tidak kekurangan bahan.
- c. Merumuskan tujuan. Tujuan perlu dirumuskan dengan jelas agar dialog tepat mengenai sasaran dan pesan-pesan dialog dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran akan masalah, serta memperbaiki tindakan-tindakan warga masyarakat lebih lanjut.
- d. Menguraikan bahan dalam bentuk pokok-pokok bahasan. Berdasarkan tujuan khusus pada langkah sebelumnya dapat dirumuskan pokok bahasan.
- e. Menetapkan kelompok sasaran (*target group*). Setelah pokok-pokok bahasan diketahui maka perlu ditetapkan siapa saja yang hendak dipengaruhi tindakannya sebagai warga belajar atau binaan.
- f. Pelaksanaan. Agar pelaksanaan berjalan dengan baik maka perlu ditempuh langkah-langkah: (1) menyiapkan ruangan sebaik mungkin sehingga peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik, (2) menyediakan pengeras suara, (3) perlu latihan terlebih dahulu supaya lebih meyakinkan dan enak diikuti, (4) mempersiapkan selingan dalam kegiatan, (5) mengendalikan penggunaan waktu agar tidak terlalu lama, dan (6) jika memang harus meminta bantuan dari

narasumber ahli, harus ada jaminan bahwa narasumber tersebut benar-benar ahli dan memastikan bisa hadir.

- g. Penilaian program. Untuk mengetahui kelayakan proses maupun hasil program, perlu diadakan dilakukan penilaian pada para peserta.

2. Pembelajaran pada Pelatihan

a. Ceramah

Penggunaan ceramah dipusatkan pada saat penyampaian materi. Ceramah digunakan oleh instruktur untuk menjelaskan tentang teori pembelajaran daring dan kajian-kajian yang berhubungan, atau perkembangan penggunaan beragam jenis layanan daring dalam pembelajaran pada beragam kepentingan dan sasaran khalayak belajar. Penggunaan metode ini, baik secara daring (*online*) atau luring (*offline*).

b. Diskusi

Metode diskusi digunakan sebagai tindak lanjut dari penggunaan metode ceramah. Hasil dari penjelasan instruktur melalui metode ceramah merupakan bahan diskusi para peserta pelatihan. Diskusi yang dilakukan secara daring (*online*) atau luring (*offline*). ini, ditujukan untuk terjadinya pertukaran pemahaman antar peserta, dan memperkaya wawasan serta pengetahuan baru yang sehubungan dengan penjelasan tentang pemanfaatan sistem pembelajaran daring.

c. Praktik

Penggunaan metode ini digunakan sebagai penguatan terhadap pemahaman yang telah diperoleh melalui metode ceramah dan diskusi. Praktik dalam hal ini penting sebab materi pelatihan adalah berhubungan dengan pemanfaatan teknologi dalam sistem pembelajaran daring.

3. Metode Evaluasi

Evaluasi dalam kegiatan pelatihan ini dilakukan terkait dengan tiga hal evaluasi, yaitu evaluasi instruktur, evaluasi penyelenggaraan, dan evaluasi peserta. Evaluasi instruktur dan penyelenggara dilakukan oleh peserta. Sedangkan, evaluasi peserta

dilakukan oleh instruktur sesuai bahan belajar yang disampaikan kepada peserta pelatihan.

Evaluasi instruktur yang dilakukan oleh peserta terdiri dari beberapa aspek sebagai berikut. (1) penguasaan materi, (2) sistematika dan cara penyajian, (3) kemampuan menyajikan/memfasilitasi, (4) penggunaan metode dan sarana pelatihan, (5) cara menjawab pertanyaan dan saran pelatihan, (6) penggunaan bahasa, (7) memberikan motivasi kepada peserta, (8) kerapian berpakaian, dan (9) kehadiran dan ketepatan waktu.

Evaluasi penyelenggara yang dilakukan oleh peserta terdiri dari beberapa aspek berikut. (1) kesiapan fasilitator, (2) kesiapan bahan belajar/materi pelatihan, (3) efektifitas penyelenggaraan, (4) kesiapan media pelatihan, (5) kebersihan/fasilitas kelas, (6) ketersediaan fasilitas kelas, (7) ketersediaan fasilitas belajar, (8) pelayanan terhadap peserta, dan (9) kesesuaian menu makanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Permasalahan Usaha yang Dihadapi

Seluruh pemuda anggota Karang Taruna di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang, Jawa Timur, yang terlibat sebagai sasaran dari program pengembangan kewirausahaan (*tenant*) memiliki beberapa permasalahan (kebutuhan) yang teridentifikasi sebagai berikut.

1. Pengelolaan (manajemen) usaha ke arah yang lebih baik, sehingga dapat mengurangi resiko kerugian usaha karena infesiensi. Perkembangan zaman menuju globalisasi berbasis teknologi dan perubahan sistuasi akibat aturan *social distancing* yang diterapkan pemerintah dalam rangka pencegahan penyebaran virus COVID-19 menuntut para *tenant* untuk memiliki strategi untuk menjalankan dan mengembangkan usaha (manajemen usaha) secara daring (*online*) melalui pemanfaatan *plattform digital* yang tersedia.
2. Semakin besarnya minat masyarakat dalam berbelanja menggunakan *plattform digital* (belanja *online*) menuntut diracangnya konsep pemasaran (promosi) produk yang lebih efisien, namun demikian, diketahui bahwa belum memadainya pengetahuan dan keterampilan para *tenant* tentang pemanfaatan

platform digital yang berguna untuk menjalankan dan mengembangkan promosi usaha.

3. Pemberdayaan masyarakat di sekitar lokasi usaha sehingga dapat membantu proses produksi dan pemasaran serta dapat menjadi alternatif kegiatan usaha yang mendukung perkonomian masyarakat sekitar.

Berdasar pada permasalahan (kebutuhan) tersebut, maka dirumuskan alternatif pemecahan masalah kewirausahaan berupa pelatihan tentang pengenalan dan praktik pemanfaatan *platform digital* untuk keperluan manajemen usaha dan promosi usaha. Selain itu, para *tenant* (pemuda anggota Karang Taruna di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang) juga akan dibekali pemahaman tentang pemberdayaan masyarakat dalam pembentukan kelompok usaha di sekitar lokasi usaha yang dijalankan.

2. Pengelolaan Sasaran

Pengelolaan sasaran, yaitu para pemuda anggota Karang Taruna dilakukan sebagai berikut. Pada tahap pertama, rekrutmen sasaran dilakukan dengan memperhatikan kemudahan akses dan kategori jenis usaha yang dipilih. Usaha yang dipilih adalah produksi kuliner, distributor, dan usaha bisang jasa. Seleksi yang dilakukan sebagai berikut: (1) Sasaran yang dipilih adalah mahasiswa yang memiliki komitmen kuat dalam berusaha yang ditunjukkan dengan proses usaha yang sedang dilakukan; dan (2) sasaran yang dipilih adalah anggota Karang taruna yang memiliki keterampilan dasar dalam teknologi informasi, penggunaan Microsoft Office, dan akuntansi; serta (3) menyerahkan proposal usaha kepada pengembang program.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Pada masa awal program, dilakukan kegiatan “identifikasi masalah terhadap kebutuhan sasaran” yang dilakukan untuk mengetahui tentang masalah/situasi kegiatan wirausaha yang akan dan/atau sedang dilakukan oleh sasaran. Kegiatan selanjutnya adalah “persiapan pengembangan kewirausahaan”. Hasil identifikasi masalah selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk

klasifikasi kegiatan sesuai solusi yang ditawarkan dan hasil yang diharapkan dengan metode pengembangan. Persiapan pengembangan kepada para sasaran adalah didasarkan hasil identifikasi dan dialog dengan sasaran.

Langkah selanjutnya adalah kegiatan “penyusunan jadwal dan persiapan kegiatan pengembangan” yang dirancang berdasar kesepakatan yang dibuat antara pengembang program dengan para sasaran. Sedangkan, persiapan kegiatan pengembangan disesuaikan dengan kebutuhan wirausaha yang telah dijalankan oleh para anggota Karang Taruna yang dipandu oleh pihak mitra perusahaan. Mitra memberikan saran-saran kepada sasaran melalui proses *coaching* yang dilakukan secara tatap muka dan menggunakan media Grup WA serta berkomunikasi melalui aplikasi Zoom Meeting. Para sasaran program melakukan diskusi dan belajar tentang kegiatan promosi yang selama ini dilakukan oleh mitra usaha dalam menjalankan usahanya.

Pengembang program melaksanakan kegiatan selanjutnya yaitu “pembuatan promosi usaha berbasis *digital platform*”. Selain itu, para anggota Karang Taruna juga membuat promosi usaha pada beberapa aplikasi digital untuk memperluas jejaring usaha. Kegiatan ini memperoleh langsung bimbingan dari mitra usaha.

Para pemuda anggota Karang Taruna mengikuti kegiatan “evaluasi pengembangan promosi” yang telah dilakukan. Pengembang program dan mitra usaha melakukan komunikasi dengan sasaran program secara intensif. Aspek yang dievaluasi adalah tampilan promosi usaha yang dibuat. Melalui evaluasi ini, dimunculkan rekomendasi kepada sasaran untuk membuat sebuah laman (*website*) promosi usaha bersama. Pada bagian akhir dari program, dijadwalkan untuk melakukan *workshop* (Lokakarya) untuk memberikan penguatan usaha kepada para pemuda anggota Karang Taruna.

SIMPULAN

- 1) Terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pemuda Anggota Karang Taruna di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam pemanfaatan *digital platform* untuk manajemen usaha. Pemanfaatan *digital platform*

- yang tersedia dilakukan untuk untuk menjalankan dan mengembangkan usaha (manajemen usaha) secara daring (*online*);
- 2) Peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pemuda Anggota Karang Taruna di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam pemanfaatan *digital platform* untuk promosi usaha telah berhasil dilaksanakan dan berguna dalam menjalankan dan mengembangkan promosi usaha melalui Pelatihan pemanfaatan *digital platform* untuk promosi usaha;
 - 3) Peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pemuda Anggota Karang Taruna di Kelurahan Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang dalam pendirian kelompok usaha dan menjalin kerjasama. Hal ini dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat di sekitar lokasi usaha untuk membantu proses usaha dan memberi dampak ekonomi kepada masyarakat melalui pelatihan pendirian dan pemberdayaan kelompok usaha masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Berchtold, G., Vveinhardt, J., Channar, Z. A., & Soomro, R. H. (2019). Effectiveness of Online Digital Media Advertising as A Strategic Tool for Building Brand Sustainability: Evidence from FMCGs and Services Sectors of Pakistan. *Sustainability*, 11(12), 3436. <https://doi.org/10.3390/su11123436>
- Akareem, H. S., & Hossain, S. S. (2016). Determinants of education quality: what makes students' perception different? *Open Review of Educational Research*, 3(1), 52–67. <https://doi.org/10.1080/23265507.2016.1155167>
- Anik Yuesti, K. S. (2017). Empowerment on the Knowledge and Learning Organization for Community Development. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, V(Ix), 96–101.
- Boyle, P. G. (1981). *Planning Better Programs*. McGraw-Hill.
- Buana, D. R. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *SALAM: Jurnal Sosial Dan*

- Budaya Syar-I, 7(3). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15082>
- Charlesworth, A. (2018). Digital Marketing. *Digital Marketing*, 48, 82–88. <https://doi.org/10.4324/9781315175737>
- Churchill, E. F. (2005, September). and Social Networking. *IEEE Computer Society*, September, 14–19.
- Diaconu, M. (2011). Technological Innovation: Concept, Process, Typology and Implications in the Economy. *Theoretical and Applied Economics*, 10(563)(10(563)), 127–144.
- Han, Y. M., Shen, C. S., & Farn, C. K. (2014). Determinants of continued usage of pervasive business intelligence systems. *Information Development*, 32(3), 424–439. <https://doi.org/10.1177/0266666914554811>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Coronavirus Disease (COVID-19). In Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit. Kementerian Kesehatan RI, Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit (P2P).
- Lin, C., & Rauschnabel, P. A. (2015). Social Media Marketing: Psychological insights, managerial importance, and future research directions. *Encyclopedia of E-Commerce Development, Implementation and Management*, March, 2144–2158. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9787-4.ch154>
- Lingelbach, D., Patino, A., & Pitta, D. A. (2012). The emergence of marketing in Millennial new ventures. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 136–145. <https://doi.org/10.1108/07363761211206384>
- Majid, N. W. A., & Fuada, S. (2020). E-Learning for society: A great potential to implement education for all (EFA) movement in Indonesia. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(2), 250–258. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i02.11363>
- Perkasa, V. D. (2020). Social Distancing dan Pembangkangan Publik: Perspektif Antropologis dalam Menangani Wabah COVID-19. *CSIS Commentaries DMRU-012*, 01(March), 34.
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2019). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, September, 0–19. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
- Schwab, K. (2018). the Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) a

Social Innovation Perspective. Tạp Chí Nghiên Cứu Dân Tộc, 7(23), 12–21. <https://doi.org/10.25073/0866-773x/97>

Zhao, Fang; Collier, A. (2017). Digital Entrepreneurship: Research and Practice (PDF Download Available). 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, September, 2173–2182.

https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice