

**PENINGKATAN KESADARAN GENERASI MUDA AKAN  
PENTINGNYA BISNIS DIGITAL DI ERA DIGITAL*****INCREASING YOUTH AWARENESS ABOUT THE IMPORTANCE OF  
DIGITAL BUSINESS IN THE DIGITAL ERA*****Nur Qoudri Wijaya<sup>1)</sup>, Moh. Baqir Ainun<sup>2)</sup> Dedy Arfiyanto<sup>3)</sup>**<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja<sup>1</sup>Email: penulis [nurqoudri@wiraraja.ac.id](mailto:nurqoudri@wiraraja.ac.id)

**Abstrak** Pengguna terbesar internet adalah muda-mudi atau generasi milenial. Kaum muda berada pada posisi ambiguitas yang acapkali dijadikan sebagai target pasar yang mendorongnya masuk dalam dimensi konsumsi dan tak jarang dari mereka terkena dampak akses negatif globalisasi, seperti konsumerisme maupun hedonism. Perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja disebabkan belum bisa mengontrol kebutuhannya dan terus memenuhi semua keinginannya. Jumlah penggunaan kuota internet yang sangat besar dan kegunaannya hanya untuk bersenang-senang melakukan chatting atau bermain media sosial secara terus menerus menyebabkan remaja cenderung berperilaku konsumtif. Kondisi demikian akan berdampak buruk jika tidak diatasi dengan cara meningkatkan kesadaran generasi muda untuk memanfaatkan internet dengan lebih produktif seperti berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi dan internet atau menjadi technopreneur. Pengabdian ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran generasi muda agar memanfaatkan teknologi dan internet sesuai dengan perkembangan dan peluang bisnis saat ini dan masa depan. Program ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran generasi muda agar menggunakan internet dengan lebih produktif dan mendorong minat menjadi technopreneur. Pengabdian ini menargetkan siswa-siswi SMKN 1 Sumenep. Metode yang digunakan yaitu sosialisasi dan forum group discussion (FGD) yang intensif. Hasil dari kegiatan ini yaitu meningkatnya pengetahuan dan kesadaran siswa untuk memanfaatkan teknologi dan internet dengan lebih produktif (Hasil pre-test 57,65 dan post-test 91,87). Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah membuka usaha online shop sesuai dengan kebutuhan masyarakat, seperti produk kosmetik, buket, dan baju.

**Kata Kunci:** *Technopreneur*; generasi muda; bisnis digital

**Abstract** *The biggest users of the internet are young people or the millennial generation. Young people are in an ambiguous position that is often used as a target market that pushes them into the consumption dimension, and is affected by negative access to globalization such as consumerism and hedonism. Consumptive behavior in young people is caused by not being able to control their needs and continue to fulfill all their desires. The very large amount of internet quota usage is just for fun chatting or playing social media and causes teenagers to tend to behave consumptively. This condition can be overcome by increasing the awareness of young people to use the internet more productively, such as becoming a technopreneur. This activity aims to increase the awareness*

*of young people to take advantage of technology and the internet in accordance with current and future developments and business opportunities, and to encourage interest in becoming a technopreneur. This activity targets students of SMK 1 Sumenep. The method used is socialization and forum group discussion (FGD). The results of this activity are increasing students' knowledge and awareness to use technology and the internet more productively (Results of pre-test 57.65 and post-test 91.87). One way that can be done is to open an online shop business according to the needs of the community, such as cosmetic products, bouquets, and clothes.*

**Keywords:** *Technopreneur; young people; digital business*

## **PENDAHULUAN**

Revolusi teknologi digital harus dipahami sebagai peluang bisnis baru karena pemerataan akses ke adopsi digital adalah langkah untuk mengurangi ketidaksetaraan pembangunan suatu negara (Tayibnapi et al., 2019). Indonesia dinilai memiliki potensi besar karena tingkat penetrasi penggunaan internet terus meningkat yang dibuktikan dengan pesatnya perkembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang menggunakan layanan internet sebagai media dalam berkomunikasi, berkolaborasi, dan bekerjasama antar perusahaan atau individu (Sayekti, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa internet dan teknologi digital sebagai industri sudah tidak terelakkan lagi, berbagai macam bisnis telah tercipta dari internet dan mampu membawa pada perubahan ekonomi masyarakat (Danuri, 2019).

Teknologi digital terbukti memainkan peran strategis dalam menyediakan barang dan jasa dalam waktu yang nyaman, praktis, lebih murah, lebih cepat, hemat dan padat karya (Tayibnapi et al., 2019). Eksploitasi teknologi digital untuk meningkatkan proses yang ada, dan eksplorasi inovasi digital, yang berpotensi mengubah model bisnis perlu dilakukan agar bisnis yang dikelola semakin besar dan berkembang (Putri et al., 2021). Salah satu bentuk pasar yang disukai oleh orang urban adalah pasar via internet yang biasa disebut *e-business* atau *e-commerce*. Munculnya jual beli *online* menyebabkan berbagai produk bisa dilihat serta diketahui harga bahkan menegosiasikan harga tanpa harus datang langsung ke tempat barang tersebut dijual (Fahmi et al., 2019).

Menteri Keuangan, Sri Mulyani pada Rapat Koordinasi Keuangan Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2021 menyampaikan bahwa kemampuan mengkreasi dan juga mengadopsi teknologi digital sangat menentukan bagaimana sebuah perekonomian dan negara mampu untuk masuk di dalam system *globe value chain* yang akan meningkatkan produktivitas. Meski Indonesia memiliki kesempatan untuk turut serta dalam kompetisi *e- business*, namun masih banyak tantangan yang harus dihadapi seperti masih rendahnya jumlah pengguna aktif internet yang memanfaatkan internet untuk transaksi perdagangan (Kartikasari et al., 2021).

Pengguna terbesar internet adalah muda-mudi atau generasi milenial (Utami, 2021; Wijaya et al., 2021). Namun masih banyak generasi milenial yang belum memanfaatkan teknologi dan internet untuk kegiatan yang produktif seperti usaha dan bisnis (Kusuma et al., 2021). Karakter kaum muda yang dinamis, suka bersosialisasi, masyarakat komunal (senang berkumpul dan berkomunikasi maupun bergaul), masyarakat yang latah akan sesuatu yang baru dan pengaruh eksternal pergaulan mengisyaratkan bahwa kaum muda berada pada dimensi efektif. Namun kaum muda juga berada pada posisi ambiguitas yang sering dijadikan sebagai target pasar yang mendorongnya masuk dalam dimensi konsumsi dan tak jarang dari mereka terkena dampak dari akses negatif globalisasi, seperti konsumerisme maupun hedonisme (Glanz et al., 2015; Miranda, 2017).

Nafisah (2019) menyatakan bahwa kaum remaja masih menggunakan internet dengan perilaku yang konsumtif. Padahal konsumerisme yang berlebihan dapat berpengaruh buruk untuk kehidupan seseorang karena akan menimbulkan perilaku hedonis dan hidupnya hanya berfokus pada pemenuhan konsumsi yang berlebihan (Marina Dominika, 2020). Perilaku konsumtif ini dikarenakan kebanyakan pengguna tidak lagi membeli sesuatu karna kebutuhan melainkan karena keinginan semata, tergiur iklan atau bahkan hanya untuk mengikuti tren yang ada (Sahanaya, 2021).

Perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja disebabkan belum bisa mengontrol kebutuhannya dan terus memenuhi semua keinginannya. Jumlah

penggunaan kuota internet yang sangat besar dan kegunaannya hanya untuk bersenang-senang melakukan chatting atau bermain media sosial secara terus menerus menyebabkan remaja cenderung berperilaku konsumtif (Nafisah, 2019). Kondisi demikian akan berdampak buruk jika tidak diatasi dengan cara meningkatkan kesadaran generasi muda untuk memanfaatkan internet dengan lebih produktif seperti berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi dan internet. Padahal generasi muda merupakan salah satu bagian dari sumber daya manusia yang kelak akan menjadi generasi penerus pembangunan bangsa dalam upaya mewujudkan bangsa Indonesia menjadi generasi muda yang maju, mandiri dan sejahtera (Rachmayanti, F. A., & Fuady, 2016).

Kehadiran dan peranan wirausaha akan memberikan pengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan perbaikan pada keadaan ekonomi di Indonesia sekarang ini. Wirausaha dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan pemerataan pendapatan, memanfaatkan dan memobilisasi sumberdaya untuk meningkatkan produktivitas nasional, serta meningkatkan kesejahteraan pemerintahan (Liswandi, 2019; Septianti & Frastuti, 2019).

Minat berwirausaha *online* dapat dipengaruhi oleh motivasi. Motivasi sebagai suatu kekuatan yang dapat mendorong seseorang untuk dapat melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, termasuk kegiatan berwirausaha. Seseorang yang mempunyai motivasi tinggi terhadap keinginan untuk memulai usaha, maka akan mempunyai minat yang tinggi pula terhadap kegiatan untuk berwirausaha (Septianti & Frastuti, 2019). SMK 1 Sumenep merupakan Sekolah Menengah Kejuruan yang peserta didiknya merupakan remaja-remaja yang berada di umur produktif. Kesadaran dan motivasi untuk menjadi produktif perlu dimaksimalkan agar anak didik dapat menjadi remaja yang menjadi dambaan bangsa di masa depan. Salah satunya adalah dengan menumbuhkan kesadaran dan motivasi untuk melakukan wirausaha dengan memanfaatkan teknologi dan internet (*technopreneur*).

SMK 1 Sumenep memiliki Program Keahlian “Bisnis Daring dan Pemasaran”. Meski demikian, Bidang Kerja Lulusan hanya menekankan pada

pramuniaga, casier, display, dan labeling. Hal ini menunjukkan bahwa masih butuhnya dorongan dan motivasi bagi anak didik untuk memiliki minat dalam berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi dan internet (*technopreneur*) sesuai dengan perkembangan dan peluang bisnis saat ini dan masa depan.

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat ditujukan untuk meningkatkan kesadaran untuk menggunakan internet dengan lebih produktif, dan meningkatkan kesadaran serta menumbuhkan minat siswa dan siswi SMK 1 Sumenep Program Keahlian “Bisnis Daring dan Pemasaran” untuk menjadi *technopreneur*.

### **METODE**

Generasi muda merupakan aset besar negara, terlebih apabila diikuti dengan minat untuk menjadi *technopreneur* dari sejak awal. Meningkatnya jumlah *technopreneur* di Indonesia akan meningkatkan perekonomian Indonesia di masa depan dimana angka wirausahawan yang ada saat ini masih sangat kecil. Salah satu upaya untuk meningkatkan minat untuk menjadi *technopreneur* adalah dengan dilakukan sosialisasi dan *forum group discussion* (FGD) yang intensif dengan generasi muda di SMK 1 Sumenep sebagai mitra terkait dengan “menjadi *technopreneur*”.

Sosialisasi dilakukan sebagai upaya untuk menumbuhkan minat untuk menjadi *technopreneur* dan tidak hanya menjadi pengguna internet yang konsumtif. Selanjutnya, FGD intensif akan dilakukan sebagai upaya untuk membedah ide-ide wirausaha dengan detail dan mendalam. Pada akhirnya, diharapkan generasi muda pada mitra akan antusias untuk menjadi *technopreneur* dan menata perjalanan menjadi *technopreneur* dari sejak dini.

### **Sosialisasi**

Pada tahap ini, peserta akan diberikan kuesiner *pre-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pentingnya bisnis digital. Setelah itu, peserta akan diberikan materi tentang perkembangan wirausaha di era digital, peluang wirausaha di era digital, dan contoh-contoh usaha atau bisnis yang telah berkembang dengan memanfaatkan digital. selain itu, dalam tahap ini juga akan disampaikan saran-saran agar menjadi pengguna teknologi dan internet yang

produktif demi kemajuan ekonomi pengguna secara khusus dan kemajuan ekonomi Indonesia secara umum.

Pada tahapan ini diharapkan peserta akan memiliki motivasi untuk menjadi pengguna internet dan teknologi yang lebih produktif dan menumbuhkan minat untuk menjadi *technopreneur*. Dalam tahapan sosialisasi ini akan dibagi menjadi 2 sesi, yaitu penyampaian materi, dan tanya jawab.

#### **Forum Group Discussion (FGD)**

Pada tahapan ini, peserta diminta untuk membuat kelompok-kelompok kecil dan mendiskusikan tentang peluang usaha atau bisnis online yang dapat dilakukan di Sumenep. Setiap kelompok diharuskan untuk memperoleh minimal 2 ide usaha. Setelah itu, setiap kelompok akan diminta mempresentasikan ide tersebut dengan prospek usaha kedepan. Kelompok lain dan pendamping akan memberikan kritik dan saran bagi kelompok yang presentasi tersebut. Selain itu, akan diberikan hadiah dan penghargaan bagi kelompok yang memiliki ide usaha terbaik.

Pada tahap ini, diharapkan peserta akan mampu berpikir kritis dan menangkap peluang usaha yang ada dengan disertai argument sederhana tentang prospek kedepan dan bagaimana menjalankan usaha tersebut. Akhir dari rangkaian pengabdian adalah membagikan kuesioner *post-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pentingnya bisnis digital.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan dan waktu pelaksanaan pengabdian

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Rangkaian acara	Waktu
1	30 Agustus 2022	Kegiatan Sosialisasi	Opening Ceremony	07:30 – 08:30 WIB
			Sambutan Kepala Sekolah atau yang mewakili	
			Sambutan dari Tim Universitas Wiraraja	
			Persiapan kegiatan sosialisasi	08:30 – 11:00 WIB
			Pengisian kuesioner <i>pre-test</i>	
			Penyampaian materi	
2	30 Agustus 2022	Kegiatan Forum Group Discussion	Diskusi dan tanya jawab	11:00 – 12:30 WIB
			Persiapan kegiatan FGD	
			Pendampingan Diskusi FGD	
			Presentasi Hasil FGD	
			Pengisian kuesioner <i>post-test</i>	
Penentuan gagasan bisnis terbaik				

Sumber: data diolah (2022)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Masyarakat sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah SMK 1 Sumenep konsentrasi Bisnis Daring dan Pemasaran. Bidang Kerja Lulusan pada konsentrasi ini hanya menekankan pada pramuniaga, *casier*, *display*, dan *labeling*. Hal ini menunjukkan bahwa masih butuhnya dorongan dan motivasi bagi anak didik untuk memiliki minat dalam berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi dan internet (*technopreneur*) sesuai dengan perkembangan dan peluang bisnis saat ini dan masa depan.

**Sosialisasi**

Pada kegiatan pengabdian ini, dilakukan *pre-test* terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pentingnya bisnis digital. Hasil *pre-test* mendapat rata-rata 57,65 (tergolong rendah). Selanjutnya pemateri menyampaikan tentang pentingnya bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital. Pemateri mula-mula menyampaikan sosok *entrepreneur* yang telah sukses dibidang bisnis digital untuk merangsang peserta pengabdian. Sosok *entrepreneur* yang mampu memanfaatkan teknologi digital pada akhirnya disebut sebagai *technopreneur*. Pemateri juga menyampaikan bahwa pemanfaatan internet untuk hal-hal produktif seperti bisnis merupakan hal yang sangat penting untuk kesuksesan di masa depan. Generasi muda harus mampu berinovasi dan menjadi agen perubahan, termasuk memanfaatkan peluang untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi digital.

Pemateri juga menyampaikan beberapa contoh bisnis *online* yang sederhana seperti *online shop*, kuliner, dan bimbingan belajar *online*. Pemateri juga menyampaikan tentang contoh riil yang terjadi pada seorang mahasiswa yang sukses berkarir pada bisnis *online*, dan menjadikan bisnis online nya sebagai topik skripsi untuk syarat kelulusan. Pemateri menyampaikan beberapa kiat sukses berbisnis *online* berdasarkan penelitian ilmiah dari mahasiswa tersebut seperti, mampu membaca peluang pasar, mampu menggunakan media sosial dengan baik (dalam hal ini tiktok dengan menyewa artis tiktok untuk promosi), dan kemauan untuk melakukan atau memulainya.



Gambar 1. Pemateri memberikan materi

Pada akhir sesi, pemateri mensimulasi tentang kemauan untuk bertindak dengan menawarkan uang kepada peserta. Semua peserta menyatakan “mau” pada uang yang ditawarkan oleh pemateri, namun tidak ada yang mau mengambil atau menjemput uang tersebut. Pemateri kembali menawarkannya beberapa kali sampai ada satu peserta yang menjemput dan mengambil uang tersebut ke depan forum. Setelah kejadian tersebut, pemateri menyampaikan bahwa banyak orang di dunia ini yang ingin untuk sukses, namun hanya ada sedikit orang yang bertindak untuk menjadi sukses. Hal ini sama dengan banyaknya peserta pengabdian yang menyatakan mau pada uang yang ditawarkan oleh penguji, namun hanya satu orang peserta yang mau bertindak untuk maju dan mengambil uang yang ditawarkan oleh pemateri. Oleh karena itu, pemateri menyampaikan bahwa kita semua harus mau dan berani untk bertindak dan mengeksekusi ide bisnis kita untuk menjadi *technopreneur* sukses.

Selanjutnya, pemateri kembali menawarkan uang kembali kepada peserta, lalu banyak peserta yang berebut mau mengambil uang tersebut. Namun, pemateri tidak jadi memberikan uang tersebut. Pemateri menyampaikan pesan tersirat dari simulasi ini bahwa kesempatan tidak datang untuk yang kedua kali. Oleh karena itu, kita harus benar-benar mampu memanfaatkan kesempatan dan peluang sebaik-baiknya.

Setelah itu, pemateri kembali menawarkan uang. Peserta pengabdian sudah trauma pada kejadian kedua, sehingga tidak ada yang mau mengambil uang

tersebut. Setelah beberapa kali ditawarkan, ada satu peserta yang berani mengambil uang tersebut dan pemaateri memberikannya. Pemateri menyampaikan bahwa, memang tidak ada kesempatan kedua, namun kesuksesan akan dicapai oleh seseorang yang terus menerus mencoba dan tidak pernah menyerah meski mengalami kegagalan.

### **Forum Group Discussion (FGD)**

Pada tahap ini, menggunakan diskusi terbuka dengan mengungkapkan beberapa pendapat dari peserta terkait dengan peluang *technoprenuer* yang mungkin dilakukan di Sumenep. Beberapa ide atau gagasan yang disampaikan antara lain bisnis kuliner COD, bisnis *top up diamond game online* dengan metode *online*, bisnis buket COD, dan bisnis *outfit* remaja COD. Berdasarkan pemaparan yang dilakukan oleh masing-masing penyampai gagasan, tim pengabdian sepakat bahwa bisnis buket COD merupakan gagasan dan penyampaian gagasan yang terbaik. Hal ini didasarkan pada bagaimana peserta mampu memaparkan peluang pasar dan proseppek bisnis tersebut.



Gambar 2. Pemaparan gagasan bisnis pada sesi FGD

Selanjutnya diberikan kuesioner *post-test* kepada peserta untuk mengukur kembali tingkat pengetahuan dan pentingnya bisnis digital setelah dilakukannya sosialisasi dan FGD. Hasil *post-test* menunjukkan rata-rata 91,87. Berdasarkan hasil *post-test* maka dapat diketahui bahwa tingkat pengetahuan dan pentingnya bisnis digital setelah sosialisasi dan FGD meningkat. Peserta telah memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya bisnis digital di era digital.



Gambar 3. Sesi foto bersama

### KESIMPULAN

Era digital memberikan tantangan dan peluang di dunia bisnis. Generasi muda harus mampu memanfaatkan peluang ini dengan baik dan mulai menggunakan internet dan teknologi untuk kegiatan yang produktif, seperti berwirausaha atau menjadi *technopreneur*.

Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk menumbuhkan minat dan siswa untuk menjadi *technopreneur*. Hal ini dapat dilihat dari antusias dan semangat siswa dalam mengikuti kegiatan pengabdian ini melalui aktifnya diskusi dan tanya jawab, sampai dengan beberapa gagasan bisnis yang bagus yang disampaikan pada saat sesi FGD. Selain itu, terdapat peningkatan rata-rata hasil *pre-test* yaitu 57,65 menjadi 91,87 pada saat *post-test*.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada SMKN 1 Sumenep dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Wiraraja yang telah mendanai pengabdian ini sesuai dengan Kontrak Pengabdian Nomor : 031/SP2H/PKM-DI/LPPM/UNIJA/VII/2022.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Danuri, M. (2019). Development and Transformation of Digital Technology. *Infokam*, XV(II), 116–123.
- Fahmi, I., Fachruddin, R., & Silvia, V. (2019). Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 71–75. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3583>
- Fahrizandi, F. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi di Perpustakaan. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 63. <https://doi.org/10.29240/tik.v4i1.1160>
- Fajri, A. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 104–112. <http://diqudiamond.blogspot.co.id/2014/06/peran-kewirausahaan-dalam-pembangunan.html>
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2015). *Health Behavior "Theory, Research, And Practice* (5th ed.). Jossey-Bass.
- Kartikasari, D., Darmaningrum, K., Dwanita Widodo, Z., Elfani Prasetyaningrum, N., & Purwanto, A. (2021). Pelatihan Bisnis dengan Digital Marketing ntuk Generasi Muda di Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tunas Membangun*, 1(2), 4–7. <https://doi.org/10.36728/tm.v1i2.1656>
- Kusuma, I. L., Fitria, T. N., & Dewi, M. W. (2021). Pelatihan Kewirausahaan sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal BUDIMAS*, 3(2), 315–321.
- Liswandi, L. (2019). Sosialisasi Entrepreneurship dan Intrapreneurship dalam Upaya Meningkatkan Kualitas SDM SMK. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT TRI PAMAS*, 1(2), 43–52.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15. <https://beritagar.id/artikel/sains->
- Nafisah, D. (2019). *PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA KUOTA DI TINJAU DARI KONTROL DIRI DAN GAYA HIDUP*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., & Munawar, Z. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 1–15. <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/600>
- Rachmayanti, F. A., & Fuady, M. E. (2016). Hubungan antara Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta untuk Berwirausaha. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2, 1.
- Sahanaya, G. A. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1(1), 126–131. <https://ojs.unm.ac.id/tekipend/article/view/22613>
- Sayekti, N. W. (2018). TANTANGAN PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA. *Info Singkat*, 10(5), 19–24.
- Septianti, D., & Frastuti, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Berbasis Internet, Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Minat Berwirausaha Online Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang. *Jurnal*

- Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 130.  
<https://doi.org/10.36982/jiegm.v10i2.871>
- Tayibnapi, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*.
- Utami, M. N. (2021). HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN CYBERBULLYING PADA REMAJA DI MEDIA SOSIAL. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(3), 314–320.
- Wijaya, R. J., Kristianto, B. D., Marta, R. F., & Wahyudi, S. (2021). Konstruksi Citra Destinasi Wisata Gedung Juang45 Bekasi Dalam Berita Media Daring Tribunnews. *Perspektif*, 10(2), 599–608.  
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4863>