

**PEMBELAJARAN *ONLINE MARKETPLACE* SEBAGAI BEKAL
KEWIRAUSAHAAN BAGI SISWA SMK INFORMATIKA AMANAH BANGSA,
CIKARANG**

***MARKETPLACE ONLINE LEARNING AS A PROVISION OF
ENTREPRENEURSHIP FOR STUDENTS OF AMANAH BANGSA INFORMATICS
VOCATIONAL SCHOOL, CIKARANG***

Sonny*, Siska Manurung, Genoveva, Jhanghiz Syahrivar, Dewi Fortuna

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Presiden, Cikarang

*Email: sonny@president.ac.id

(Diterima 17-06-2023; Disetujui 15-08-2023)

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan oleh akademisi dan mahasiswa Universitas Presiden, bertujuan untuk memberikan bekal yang positif kepada siswa SMK Amanah Bangsa, Cikarang dalam memaksimalkan peluang di *internet*. Pembelajaran ini bertujuan untuk memaksimalkan *sosial media* dan *online marketplace* untuk mendapatkan penghasilan. Para siswa belajar dari dasar, bagaimana membangun *brand awareness*, meningkatkan interaksi dengan pengikut, serta menggunakan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan. Pelatihan ini juga akan membantu mereka dalam mengidentifikasi produk atau jasa yang memiliki potensi pasar tinggi, serta bagaimana menawarkan produk atau jasa tersebut secara efektif. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola *sosial media*, para siswa diharapkan dapat menjadi agen perubahan dalam meningkatkan perekonomian di tingkat mikro.

Kata kunci: Pelatihan *internet*, *sosial media*, wirausaha *online*

ABSTRACT

This community service activity was organized by academics and students of President's University, aiming to provide positive provisions to students of SMK Amanah Bangsa, Cikarang in maximizing opportunities on the internet. This training aims to maximize sosial media and onlinemarketplaces, to earn income. Students learn from the basics how to build brand awareness, increase interaction with followers, and use digital marketing strategies to increase sales. This training will also help them identify products or services that have high market potential, and how to offer these products or services effectively. By increasing skills and knowledge in managing sosial media, students are expected to become agents of change in improving the economy at the micro level.

Keywords: internet training, sosial media, online entrepreneurship

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman yang berkelanjutan dengan perkembangan teknologi telah memberikan perubahan pula pada dinamika kehidupan, diantaranya adalah dinamika kehidupan bisnis. Tanpa modal besar dan tanpa tempat, seseorang dapat membuat bisnis dengan menggunakan inovasi digital, misalnya melalui Facebook, Instagram, atau *online marketplace*. Fenomena ini disikapi dengan maraknya orang berbisnis *online*, tidak terkecuali di kalangan generasi muda. Mayoritas generasi muda yang hidup di kota besar familiar dengan memakai gawai/*gadget*. Mereka yang jeli dan memang tumbuh jiwa kewirausahaannya akan menangkap peluang tersebut untuk berwirausaha dan menjadikannya sebagai mata pencaharian. Menurut studi yang dilakukan oleh iPrice Group

pada 2021, penjualan di pasar *online* di Asia Tenggara diprediksi akan meningkat dari 62 miliar USD pada tahun 2020 menjadi 172 miliar USD pada tahun 2025. Dengan begitu, generasi muda dapat memanfaatkan potensi pasar yang besar ini untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui *online marketplace*.

Di era digital saat ini, banyak bisnis memanfaatkan *platform online marketplace* atau Facebook, Instagram dan sejenisnya sebagai sarana untuk memasarkan produk mereka. Generasi muda dapat memanfaatkan pelatihan jualan *online* untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk memulai bisnis *online*. Pelatihan juga dapat membantu generasi muda dalam memahami cara mengoptimalkan iklan di Facebook untuk meningkatkan penjualan mereka (Sulistiyo, 2021).

Di sisi lain, pelatihan jualan *online* di *marketplace* dan Facebook juga dapat membantu generasi muda dalam memahami aspek hukum terkait bisnis *online* seperti pajak dan perizinan (Widianto, 2019).

Salah satu masalah di generasi muda yang sering terjadi adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital. Sebuah survei yang dilakukan oleh We Are Sosial dan Hootsuite pada tahun 2021 menunjukkan bahwa sekitar 3,78 miliar orang di seluruh dunia menggunakan sosial media secara aktif. Dari jumlah tersebut, sekitar 90 persen adalah generasi muda. Meskipun begitu, masih banyak orang yang tidak memanfaatkan sosial media untuk menghasilkan uang. Kebanyakan hanya menganggap sosial media sebagai alat untuk berbagi kesenangan, menghabiskan waktu yang lama di sosial media, mengunggah foto atau video untuk mendapatkan komentar, atau bahkan hanya untuk melihat-lihat konten dari orang lain. Mereka tidak menyadari bahwa mereka dapat memanfaatkan *platform* tersebut untuk menghasilkan uang.

Hal lain yang juga penting adalah membangun citra merek yang kuat di mata konsumen. Dengan belajar cara membuat konten yang menarik dan mempromosikan merek mereka dengan lebih efektif, mereka dapat membuat pelanggan lebih percaya dan cenderung memilih merek mereka daripada merek lain. Menurut sebuah artikel oleh Forbes, 59% konsumen lebih memilih merek yang memiliki konten yang menarik dan informatif (Forbes, 2021).

Dua bidang yang paling menonjol di tahun 2023 adalah sosial media dan *online marketplace*. Keduanya telah menjadi *platform* yang sangat penting bagi generasi muda dalam mencari penghasilan tambahan dan mengembangkan bisnis mereka sendiri. Kedua *platform* ini dapat membantu mereka mencapai tujuan-tujuan tersebut dengan cara yang mudah, efisien, dan hemat biaya. Perusahaan *marketplace* menyediakan *platform*

bertemunya penjual dan pembeli, di mana pembeli bisa melihat produk apa saja yang dijual, lalu perusahaan *marketplace* mengambil keuntungan melalui komisi dari setiap penjualan (Kompas, 2021). Menurut survei oleh Shopify, lebih dari setengah (53%) generasi muda memulai usaha kecil mereka melalui *platform online*.

Dari sisi pembiayaan, berbisnis secara *online* bisa dibilang hampir tanpa biaya. Menurut studi yang dilakukan oleh BigCommerce pada 2021, *online marketplace* dapat membantu pengguna mengurangi biaya operasional seperti sewa toko, listrik, dan biaya operasional lainnya yang harus dibayarkan dalam menjalankan bisnis offline. Hanya dibutuhkan biaya *internet*, ketrampilan *online* dan tekad yang kuat untuk menjalaninya.

Untuk mengatasi masalah ini, dibutuhkan upaya pendidikan dan pelatihan yang lebih intensif dalam bidang kewirausahaan berbasis digital dan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pendidikan dan pelatihan ini dapat membantu generasi muda untuk memahami dan menguasai keterampilan digital *marketing*, SEO, dan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu pelatihan berbasis digital adalah yang diselenggarakan oleh Universitas Presiden ini, sebagai bagian dari kegiatan pengabdian masyarakat.

BAHAN DAN METODE

Pelatihan akan dilakukan melalui training di lab komputer Universitas Presiden, selama 3 jam. Persiapan pelatihan ini membutuhkan waktu beberapa hari, mulai dari persiapan awal hingga hari H pelaksanaan. Berikut adalah rincian dari persiapan tersebut.

Tahap penjadwalan dengan pihak sekolah

Di tahap awal, pihak Universitas Presiden menyesuaikan jadwal dengan kepala sekolah SMK Amanah Bangsa, kapan hari yang sesuai untuk pelatihan tersebut. Akhirnya diputuskan hari selasa, 7 Maret 2023 pukul 10.00 – 13.00 sebagai tanggal pelaksanaan.

Pembagian tugas dan kepanitiaan

Selain para akademisi (dosen) yang memegang peran utama di sini, para mahasiswa juga berperan menjadi panitia, beserta penugasannya masing-masing. Dewi Fortuna sebagai ketua panitia dari mahasiswa, membagi rekan-rekannya menjadi beberapa kelompok. Ada dua orang yang bertugas menunggu kedatangan para siswa, lima orang yang mendampingi siswa selama pelatihan (dan wajib menguasai materi), serta dua orang yang menyiapkan handout, makan siang, dan sebagainya. Setelah pembagian, para mahasiswa berdiskusi, dan siap untuk melakukan tugasnya masing-masing dengan baik.

Tahap seleksi peserta

Ada seleksi dari pihak sekolah, mengenai siapa saja siswa Amanah Bangsa yang bisa mengikuti pelatihan tersebut. Hal ini karena pelatihan ini terbatas ke 25 siswa (sesuai jumlah komputer di lab komputer Presiden), sehingga perlu ada seleksi khusus. Seleksi ini diantaranya secara akademis mereka termasuk 10 besar di kelas, minimal mempunyai pengalaman 1 tahun atau lebih dalam menjual sesuatu di *internet* hingga tahun 2023, dan punya antusiasme yang tinggi untuk belajar *internet marketing* lebih mendalam. Dari hasil seleksi tersebut, ada 25 siswa kelas XII yang memenuhi kualifikasi dan layak untuk ikut.

Tahap pematangan materi

Materi yang disiapkan adalah sosial media, Google *trends* dan Facebook *marketing*. Dipilihnya materi ini karena sekarang sedang populer di pasar *internet*, dan juga merupakan materi yang mudah dan bisa langsung dipraktikkan oleh para siswa. Materi ini disiapkan dalam bentuk presentasi, yang nantinya akan ditayangkan juga ke layar. Materi tersebut juga dicetak dan di fotokopi beberapa kali, sebagai *handout* bagi siswa saat pelaksanaan nanti. Beberapa mahasiswa yang menjadi panitia juga dilatih materi tersebut, sehingga nanti bisa membantu para siswa saat pelatihan.

Tahap persiapan lokasi

Lokasi pelatihan berada di lab *internet* Universitas Presiden, Cikarang. Total ada 25 komputer. Semua komputer di lab dicek ulang, semua wajib terhubung ke *internet*, dan terinstal program-program yang nantinya akan digunakan. Setiap siswa akan menggunakan satu komputer. Nantinya pengajar akan menerangkan satu konsep dan ditayangkan di layar besar, kemudian semua siswa akan melakukan konsep tersebut secara bertahap, dengan komputer yang ada di depannya. Sempat dilakukan simulasi, antara pengajar yang mencoba menerangkan sesuatu, materinya ditayangkan di layar, dan panitia mencoba beberapa komputer untuk praktik langsung. Semua berjalan dengan baik. Disediakan juga beberapa kursi di bagian belakang lab, untuk para guru dan akademisi Universitas Presiden.

Tahap penutupan

Di tahap ini akan ada penutup dari panitia, pembagian ijazah kepada para peserta, serta persiapan untuk makan siang bagi para peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mulai pukul 09.00, dua mahasiswa yang bertugas sebagai panitia sudah menunggu di pintu gerbang Universitas Presiden. Sekitar pukul 10.35, rombongan siswa Amanah Bangsa datang dengan beberapa mobil, dan diarahkan ke lab komputer di lantai 2. Karena jumlah

komputer sesuai dengan jumlah siswa, mudah saja bagi para siswa untuk duduk di tempat yang disediakan. Para guru, kepala sekolah dan akademisi duduk di bagian belakang lab.

Acara pelatihan ini direncanakan berlangsung dalam 4 sesi, yaitu pembukaan sekitar 15 menit, pelatihan sekitar 2 jam, tanya jawab sekitar setengah jam, dan diakhiri dengan penutupan.

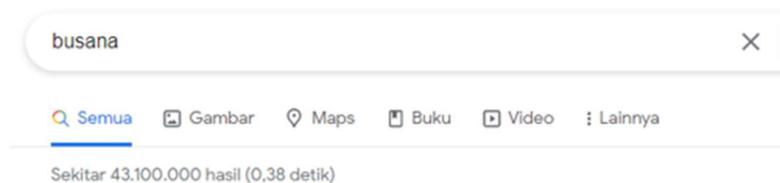
Acara dibuka oleh MC, kemudian bapak Sonny selaku ketua panitia memberikan kata sambutan, disusul oleh kepala sekolah Amanah Bangsa. Dalam kata sambutannya, bapak Sonny senang dengan antusiasme dari para siswa untuk belajar di luar kegiatan sekolah, yang bisa memberikan banyak nilai tambah. Selain itu, Universitas Presiden akan banyak memberikan kegiatan sosial seperti ini kepada masyarakat Cikarang dan sekitarnya ke depan, sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat.

Acara pelatihan yang merupakan inti acara dimulai; kedua pembicara merupakan dosen dan praktisi bisnis yang kompeten di bidangnya. Bisnis yang mereka jalankan tetap bertahan, bahkan menunjukkan peningkatan penjualan yang baik. Kedua pembicara tersebut adalah :

- a. Ibu Dr. Dra Genoveva, M.M (praktisi *e-commerce* dan ketua program manajemen di Universitas Presiden)
- b. Ibu Siska Purnama Manurung, S.Kom, M.M (Dosen senior di Universitas Presiden)

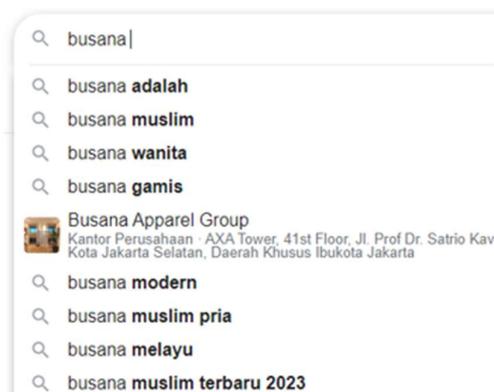
Sesi pertama dimulai dengan perkenalan pembicara oleh MC, lalu pemaparan materi pertama oleh Ibu Dr. Dra Genoveva. Beliau menjelaskan mengenai *Google Trends* dan sosial media untuk menunjang kewirausahaan. Awalnya beliau mempunyai bisnis keluarga di bidang bengkel. Pada saat covid melanda dunia, semua aktivitas wajib ditutup sementara, beliau belajar sosial media dan *Google trends*, lalu mencoba menerapkannya. Di sinilah awal mula beliau menjadi praktisi *e-commerce* .

Sejak awal ibu Genoveva langsung memberi contoh di layar, diasumsikan kita akan menjual ‘busana ‘di *internet*, pada Google akan nampak sekitar 43 juta hasil. Ini artinya, ada 43 juta penjual yang menggunakan kata tersebut pada *web/marketplace* yang menjadi lapak dagangannya, dan merupakan kompetitor kita. Sangat susah untuk bersaing dengan mereka semua, berarti kata kuncinya harus lebih jelas, bukan sekedar kata ‘busana’ saja.



Gambar 1. Contoh penelusuran di Google terkait ‘busana’

Saat menunjukkan hal ini, para siswa juga diminta langsung praktik, dengan menuliskan jenis barang dagangan yang saat ini sedang mereka jual di *internet*. Cara termudah untuk melihat jenis ‘busana’ apa yang saat ini sedang populer di google, sebenarnya cukup mudah. Dari gambar 1, ketika kita mengetikkan ‘busana’ cukup dengan menambahkan satu *space* (spasi), dan hasilnya akan langsung terlihat.

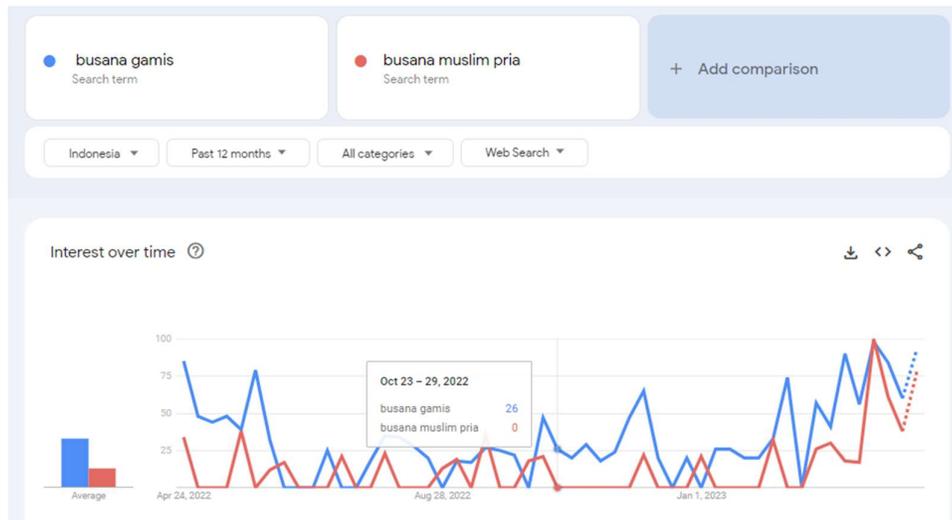


Gambar 2. Jenis busana yang populer di Google dalam 3 bulan terakhir

Salah seorang siswa yang kebetulan membantu usaha orang tuanya menjual busana muslim di *internet*, langsung tersentak melihat hasil ini. Dia bercerita, bahwa selama ini kata kunci yang selalu digunakan di *online marketplace* adalah ‘baju, busana, dan kemeja’, tanpa embel-embel lain di belakangnya. Dia heran dengan perkembangan dari kompetitornya yang menjual dengan harga lebih mahal, mengapa bisa lebih laris daripada dagangannya. Ternyata ada unsur teknis yang diabaikan, yaitu kata kuncinya (*keywords*) terlalu umum. Dari konsep awal ini, siswa tadi berjanji akan memberikan kata kunci yang lebih detail, berdasarkan data dari Google.

Langkah berikutnya, ibu Genoveva mengajak seluruh murid masuk ke web Google trend di alamat <https://trends.google.co.id/home>. Mengambil contoh dari siswa yang menjual busana muslim, disini akan dilihat, jenis busana muslim apa yang populer di Indonesia dalam 12 bulan terakhir di Indonesia. Dalam contoh ini, dimasukkan pilihan

busana muslim pria dan busana muslim wanita. Berikut adalah hasil dari Google *trends* dalam 12 bulan terakhir.



Gambar 3. Perbandingan busana muslim pria vs gamis di Indonesia, dalam 12 bulan terakhir

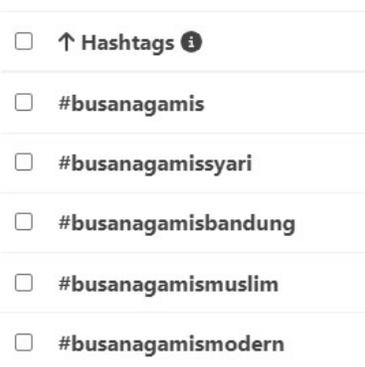
Dari grafik di atas dapat dilihat, popularitas busana muslim wanita (gamis) – berwarna biru, selalu berada di atas pria (merah). Ini berarti, apabila kita menjual jenis busana tersebut, kita dapat fokus ke jenis-jenis yang banyak disukai wanita. Demikian pula bila kita ingin tahu hasil-hasil lain yang lebih detil, kita dapat memasukkan jenisnya, dan melihat hasilnya. Di sisi lain, kita dapat juga menghilangkan jenis barang tertentu, yang kurang atau tidak ada peminatnya.

Salah seorang siswa berkomentar, mereka baru mengetahui ada fitur sebaik ini di Google. Ini bisa membuat para penjual *online* lebih efisien dalam membelanjakan stok barang, cukup disesuaikan dengan permintaan pasar.

Di bagian akhir, ibu Genoveva menjelaskan tentang sosial media. Apapun sosial medianya, pasti umumnya akan menggunakan *hashtag*. Jika di Google kita harus terbiasa dengan *keywords*/kata kunci, maka di sosial media *hashtag* kurang lebih sama fungsinya. Untuk pelatihan ini, sengaja dipilih Instagram sebagai sosial media yang populer di Indonesia. Ibu Genoveva meminta para siswa untuk membuka alamat tools untuk analisa *hashtag* yang berada di <https://keywordtool.io/search/keywords/instagram> dan menjelaskan beberapa tips untuk sukses menempatkan link Instagram di halaman depan pencarian.

Sama seperti penjelasan sebelumnya, para siswa langsung melakukan praktik di sini sesuai dengan bisnis *online* yang mereka jalani. Masih mengambil dari contoh sebelumnya yang menjual busana gamis, ternyata di 5 besarnya ada *hashtag-hashtag* tertentu, yang tidak

dipikirkan sebelumnya, namun ternyata populer. Bila posting dagangan di Instagram menggunakan *hashtag* ini, tentu peluangnya lebih besar untuk menarik calon konsumen.



Gambar 4. Lima besar *hashtag* di Instagram untuk busana gamis di Indonesia

Praktik berjalan dengan baik, disertai panitia yang sigap membantu, apabila ada siswa yang merasa kesulitan. Pelatihan di tahap pertama ini berlangsung sekitar dua jam, diselingi istirahat sejenak, untuk kemudian memulai tahap kedua.

Di sesi selanjutnya, giliran ibu Siska Manurung yang menjelaskan tentang Facebook *Marketing* untuk pemula. Secara umum, Facebook juga bagian dari sosial media. Ada satu pertanyaan menarik dari seorang siswa, yang menanyakan apa beda Instagram dan Facebook, dari sisi *marketing*. Instagram lebih maksimal digunakan di perangkat selular, didominasi oleh gambar, dan menggunakan *hashtag* untuk menjaring pengguna, sedangkan Facebook menggabungkan antara pengguna selular dan PC, didominasi oleh video, dan tidak menggunakan *hashtag*. Jadi secara singkat dapat disimpulkan, keduanya memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing.

Hal pertama di Facebook *marketing* yang harus dimiliki setiap penjual adalah membuat fans page (halaman untuk penggemar). Ini adalah semacam *official store*/toko resmi dari penjual. Dari sini, penjual harus rajin memposting barang, *review* produk, program diskon, dan sebagainya. Hal yang wajib ada di halaman depan adalah merek produk, beserta produk utama yang bisa menjadi nilai jual. Minimal kita wajib memposting seminggu sekali, dengan beragam produk yang dimiliki. Bila kebiasaan ini berlangsung rutin, akan bisa meningkatkan *brand awareness* (kesadaran merek) dari produk tersebut.

Hampir semua siswa yang hadir sudah mempunyai *account* Facebook, tapi semuanya hanya digunakan untuk berteman dan bercanda dengan rekan-rekannya. Melalui pelatihan ini, mereka diarahkan ke tujuan yang lebih serius dalam menjalani bisnis *online*-nya. Bentuk fans page kurang lebih mirip seperti halaman web; dimana kita bisa menambahkan gambar, artikel, dan hal-hal yang mampu menarik perhatian calon konsumen.

Sesi berikutnya setelah pelatihan adalah tanya jawab bersama peserta. Dua pertanyaan yang paling berkualitas menurut para narasumber, akan mendapatkan hadiah. Sesi ini berlangsung menarik, karena selain bertanya para siswa juga menceritakan masalah di penjualan *online*-nya. Ada belasan komentar dan pertanyaan dari para siswa, dan akhirnya terpilih dua pertanyaan terbaik. Dua pertanyaan itu adalah, apakah semua ilmu Facebook, Google *trends* dan yang lain yang diajarkan disini apakah harus membayar? Pertanyaan ini dijawab oleh ibu Genoveva dengan ya dan tidak. Maksudnya, semua konsep dasar yang diajarkan disini sifatnya gratis, tanpa biaya, asalkan masing-masing mempunyai account Google untuk memulainya. Konsep Google *trends* baru mulai membayar jika kita ingin menaikkan level kita ke level di atasnya, dengan tambahan fungsi yang lebih maksimal, ada biaya yang harus dikeluarkan setiap bulannya. Ibu Genoveva menyarankan untuk pemula sebaiknya ambil yang gratis dulu. Konsep membayar baru dilakukan jika kita sudah sangat menguasai pasar, dan ingin meningkatkan pasar secara nasional dan internasional. Berkaca dari pengalaman ibu Genoveva sendiri yang sukses menjalankan lima toko *online*-nya hingga tahun 2023, semua dijalankan dengan konsep non membayar.

Pertanyaan yang kedua, adalah kebingungan seorang siswa yang harus memilih, sosial media apakah yang harus dijalankan untuk promosi produk; mengingat begitu banyaknya sosial media saat ini. Pertanyaan ini dijawab oleh ibu Siska Manurung. Menurut beliau, disesuaikan saja dengan kenyamanan dari masing-masing siswa, sosial media manakah yang paling sering digunakan, yang paling banyak *followers*/pengikutnya, dan yang paling banyak mendapatkan komentar jika kita *posting* sesuatu. Sesi ini berlangsung sekitar 30 menit, dan kemudian ditutup oleh bapak Jhanghiz Syahrivar sebagai wakil dari akademisi Universitas Presiden.

Dalam waktu 3 jam ini, para siswa mendapat banyak manfaat yang berguna, yang tidak mereka ketahui sebelumnya. Diharapkan para siswa bisa segera mengimplementasikan ilmu ini segera, untuk meningkatkan penjualan *online* mereka. dalam sesi terakhir adalah penyerahan sertifikat penghargaan kepada Bapak Budi Kurniawan selaku Kepala Sekolah SMK Informatika Amanah Bangsa, dan sertifikat penghargaan secara simbolis kepada salah satu siswa, kemudian diakhiri dengan sesi dokumentasi. Selesai acara, para siswa, kepala sekolah dan guru SMK Amanah Bangsa diajak untuk menikmati santap siang bersama di kantin Universitas Presiden.



Gambar 5. Beberapa siswa SMK Amanah Bangsa dan akademisi Universitas Presiden berfoto bersama sesuai pelatihan

KESIMPULAN DAN SARAN

Salah satu masalah di generasi muda yang sering terjadi adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam memaksimalkan sosial media dan *internet marketing*. Kebanyakan hanya menganggap sosial media sebagai alat untuk berbagi kesenangan, menghabiskan waktu yang lama di sosial media, mengunggah foto atau video untuk mendapatkan komentar, atau bahkan hanya untuk melihat-lihat konten dari orang lain.

Melalui pelatihan “Pembelajaran *online marketplace* sebagai bekal kewirausahaan bagi siswa SMK Informatika Amanah Bangsa, Cikarang” ini, Universitas Presiden memberikan pengetahuan yang bisa menjadi bekal berharga bagi para siswa untuk mempromosikan produk atau jasa secara *online* dan mencapai target pasar yang lebih luas. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola sosial media, para siswa di masa yang akan datang diharapkan dapat menjadi agen perubahan dalam meningkatkan perekonomian di tingkat mikro.

DAFTAR PUSTAKA

- BigCommerce. (2021). Understanding *online marketplace*'s: What They Are and How to Sell on Them. Retrieved from <https://www.bigcommerce.com/blog/online-marketplace's>
- Dewaweb . (2022). Apa itu Bisnis *online* ? Pengertian dan Kenapa Kamu Harus Memulainya. Retrieved from <https://www.dewaweb.com/blog/bisnis-online/>
- Dharmaputra, I. M. (2019). Pendidikan Kewirausahaan Bagi Pelajar Sekolah Menengah Atas Dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 9(2), 203-214.

- Forbes. (2021). Why content is king: 59% of consumers would rather engage with interesting content than with ads. Diakses pada 23 Maret 2023, dari <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/03/18/why-content-is-king-59-of-consumers-would-rather-engage-with-interesting-content-than-with-ads/?sh=64b9f2831d72>
- Indrawati, L. (2021). Pelatihan Jualan Di Instagram Untuk Meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2), 141-151.
- iPrice Group. (2021). Southeast Asia's *E-commerce* Market Expected to Grow 3x to \$172 Billion by 2025. Retrieved from <https://iprice.my/trends/insights/southeast-asias-e-commerce-market-expected-to-grow-3x-to-172-billion-by-2025/>
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kompasiana.com. (2022). Peluang Bisnis *Online* bagi Mahasiswa. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/nasywanarishazanhaq/629ff2e92154ae1812749963/peluang-bisnis-online-bagi-mahasiswa>
- Mariana, D. (2020). Pengaruh Pelatihan Media Sosial Terhadap Peningkatan Kemampuan *Digital Marketing* dan Content Creation Pada Mahasiswa. *Jurnal Kajian Teknologi Informasi dan Multimedia*, 9(1), 21-29.
- Mebis (2019). Peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: strategi menguatkan perekonomian. Retrieved from <http://mebis.upnjatim.ac.id/index.php/mebis/article/view/62/49>
- Nasir, A. (2020). Pelatihan *E-commerce* Dalam Meningkatkan Keterampilan Berwirausaha Generasi muda. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(3), 373-383.
- Sudardi, B. (2019). Pelatihan *Sosial Media Marketing* Sebagai Upaya Pengembangan Wirausaha Di SMK. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Akuntansi (JIPA)*, 7(1), 21-31.
- Shopify. (2021). 2021 Global Ecommerce Statistics and *Trends* : What the Future Holds. Retrieved from <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics>
- Sulistiyo, A. (2021). Menghasilkan Uang dari Facebook *Marketplace*. *Jurnal Digital*, 22(1), 16-27.
- Widianto, R. (2019). Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 24(1), 97-106.
- Yusnita, E., & Nurlatifah, L. (2020). Pelatihan Pengelolaan Toko *Online* Pada *Platform Marketplace* Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Keuangan*, 3(3), 211-220.
- Allen, G.R. (1972). *The Anemonefishes: Their classification and Biology*. T.F.H. Publications, Neptune City. pp. 288.