



Peningkatan Kapabilitas Pemanfaatan Ponsel Pintar pada Generasi Milenial dalam Berwirausaha di Era Disrupsi

Chandra Fitra Arifianto^{1*}, Anom Susilo², Mutawali³, Rahadyan Tajuddien⁴, Faisal Romdonih⁵

^{1,2,3,4,5}Prodi Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia, 15310

E-mail: dosen01177@unpam.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i2.280>

Info Artikel:

Diterima :

2020-08-31

Diperbaiki :

2020-09-16

Disetujui :

2020-09-17

Kata kunci: Generasi Milenial, Ponsel Pintar, Kapabilitas Teknologi, Webinar

Abstrak: Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan paradigma perlunya meningkatkan kapabilitas penggunaan teknologi terutama ponsel pintar pada generasi milenial. Ternyata banyak konsumen yang membeli kebutuhannya secara daring dan itu merupakan kesempatan. Permasalahan yang dihadapi oleh para generasi milenial adalah pemanfaatan ponsel pintar yang tidak maksimal karena kurangnya minat dan tidak menariknya wirausaha melalui daring. Metode pelatihan berupa pemberian materi secara daring melalui webinar, peserta dapat bertanya secara langsung tanpa perlu berkumpul. Pada akhir kegiatan dilakukan dengan sesi tanya jawab sebagai bentuk evaluasinya. Hasil setelah mengikuti pelatihan, paradigma mereka terbuka untuk memunculkan minat mereka untuk memulai usaha secara daring dengan memanfaatkan ponsel pintar mereka.

Abstract: This community service aims to provide a paradigm for the need to increase the capability of using technology, especially smart phones for the millennial generation. It turns out that many consumers buy their needs online and that is an opportunity. The problem faced by the millennial generation is the use of smart phones that is not optimal due to a lack of interest and the lack of interest in online entrepreneurs. The training

Keywords: Millennial Generation, Smartphones, Technology Capabilities, Webinars

method is in the form of providing materials online through webinars, where participants can ask questions directly without needing to gather. At the end, the activity was carried out with a question and answer session as a form of evaluation. The result after participating in the training, their paradigm is open to arouse their interest in starting an online business by utilizing their smartphone.

Pendahuluan

Semenjak era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity*) yang diartikan sebagai suatu hal yang mudah berubah dan meledak, tidak pasti, kompleks, dan adanya ketidakjelasan di tahun 90an, terjadi pergeseran perilaku sosial terhadap para generasi muda. Pergeseran ini diikuti pula dengan perubahan gaya hidup yang secara bersamaan perkembangan teknologi semakin marak pula. Generasi sekarang yang lebih dikenal sebagai generasi milenial, sangatlah tidak bisa dijauhkan dari teknologi. Terlebih lagi asupan teknologi tersebut menyatu ke dalam sebuah gawai dan yang paling banyak digunakan ialah ponsel pintar (*smartphone*). Gaya hidup yang tidak tepat mungkin saja terjadi karena perilaku sosial yang kurang tepat dan bijak dalam memanfaatkan sosial media (Apsari, Rama, Prasetyo 2018, 46).

Hal tersebut selalu dihadapkan dengan kondisi dimana mereka harus selalu berhati-hati di jaman keterbukaan saat ini. Terlebih lagi, data menunjukkan bahwa *mobile phone* (96%) dan *smartphone* (94%) menjadi pilihan utama pengguna internet antara rentang umur 16-64 tahun (Haryanto 2020). Jadi tidak dapat dinafikan lagi bahwa kebutuhan gawai tersebut telah menjadi kebutuhan dalam keseharian manusia di Indonesia. Selanjutnya 64% penduduk Indonesia merupakan pengguna internet aktif. Belum lagi media sosial yang paling digandrungi ialah Facebook, Youtube, Whatsapp, Facebook Messenger, WeChat dan selanjutnya Instagram (Kemp 2020). Semakin komplitalah keaktifan dan kerigidan ke dalam dunia maya.

Era disrupsi menuntut adanya evolusi dalam sistem pendidikan agar menghasilkan generasi yang unggul. Disrupsi sendiri merupakan perubahan yang merupakan keniscayaan. Perubahan itu sendiri berlangsung di semua sektor dan segala aspek kehidupan masyarakat. Salah satu yang pesat dalam perubahan ialah teknologi. Disrupsi saat ini dipicu oleh revolusi industri 4.0. Tanda-tandanya ialah adanya perpaduan teknologi yang berakibat kurangnya sekat-sekat antara dunia

fisik, digital dan biologis (Syafarudin 2020). Keunggulan yang ada pada generasi tersebut dalam hal produksi, inovasi, kreasi, serta dalam hal jiwa kewirausahaan. Sehingga era disrupsi menuntut generasi milenial untuk bisa memberikan berbagai solusi dari berbagai permasalahan yang ada. Apabila generasi milenial tidak mampu menghadirkan solusi maka akan tergerus dan semakin terpuruk serta akan kesulitan membangun eksistensinya. Padahal generasi milenial itu sendiri merupakan generasi yang produktif, kreatif, inovatif dan berjiwa kewirausahaan.

Ada kekhasan dari generasi milenial ini sendiri adalah ditandai dengan keakraban dan peningkatan penggunaan komunikasi, media dan teknologi digital. Mereka terlahir dimana dunia modern dan teknologi canggih, seperti gawai, diperkenalkan ke publik. Inilah mengapa generasi milenial sangat melek teknologi (Saputro 2020). Generasi milenial juga memiliki sifat yang lebih toleran terhadap sesamanya. Karena arus globalisasi yang masif, anak muda tersebut dapat berinteraksi dengan manusia manapun di belahan dunia ini.

Namun apakah para generasi milenial mengetahui atau bahkan mampu mengoperasikan gawainya untuk dijadikan sarana untuk dapat mengais rejeki. Telah banyak penelitian yang menunjukkan bahwa metode daring sangat telah banyak dilakukan, seperti Situmeang (2018, 333) yang menunjukkan bahwa bisnis daring memberikan pekerjaan dan Izzati (2015, 378) juga menyimpulkan bahwa penggunaan gawai untuk promosi malah lebih nyaman. Oleh karenanya dapat dilihat adanya peluang dalam pemanfaatan gawai untuk berwirausaha pada generasi milenial. Untuk itulah perlunya penguasaan kapasitas teknologi.

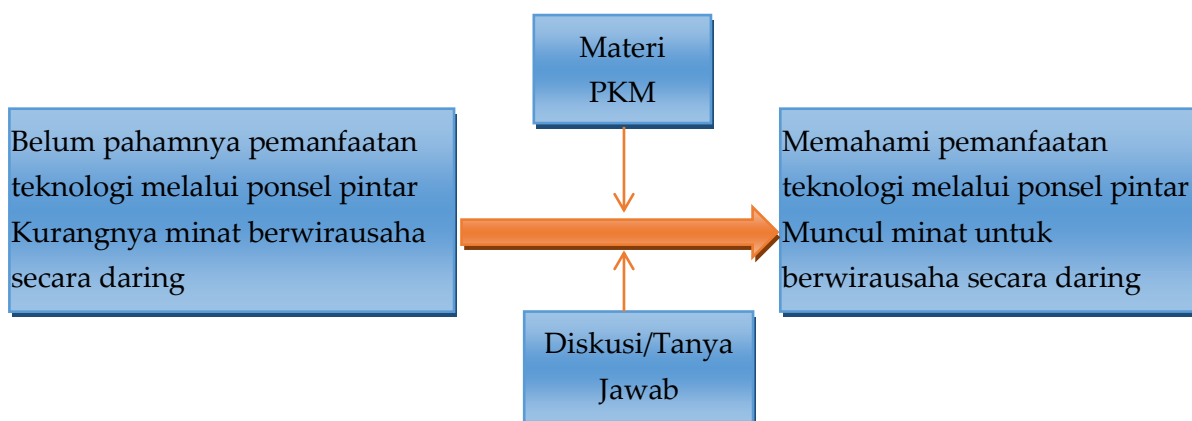
Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Teknologi itu juga telah banyak mempengaruhi masyarakat dan sekelilingnya dengan segala caranya. Di berbagai kasus di belahan dunia, banyak pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa teknologi banyak yang memberikan perubahan positif. Termasuk ketika di era generasi milenial, yang tidak bisa dilepaskan dari teknologi.

Pemanfaatan gawai sendiri banyak digunakan hanya untuk mencari informasi, berselancar dan bersosialisasi melalui media sosial. Hanya sedikit dari generasi milenial yang tertarik untuk melakukan usaha dengan memanfaatkan gawai tersebut. Oleh karenanya, perlu untuk memperkuat keyakinan pada generasi milenial untuk dapat memanfaatkan gawai tersebut untuk menjalankan usaha. Terlebih lagi masih banyak generasi milenial yang belum tertarik untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi yang ada di dalam gawai pintarnya

Di era saat inipun, untuk menjadi pengusaha lebih mudah dengan bantuan teknologi. Namun permasalahan lainnya ialah gaya hidup generasi milenial acap kali konsumtif (Taufiq, Mandasari, Romdani 2018, 144). Dengan demikian, perlu bagi generasi milenial untuk memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya. Teknologi sangat berperan dalam memajukan bisnis mereka. Untuk itu, perlu peningkatan kapabilitas teknologi pada diri mereka. Kajian LIPI (2020) pun menunjukkan bahwa sektor yang perlu dibenahi adalah kapasitas inovasi, kapasitas teknologi dan kemampuan industri yang rendah. Sehingga kapasitas teknologi di generasi milenial perlu untuk ditingkatkan mengingat ini merupakan hal utama. Untuk itulah PKM ini dipilih untuk mengisi kebutuhan tersebut.

Metode

Melihat betapa maraknya penggunaan ponsel pintar di kalangan masyarakat, terlebih lagi generasi milenial, tentulah dapat dilihat dari dua sisi. Sisi positif, mereka bisa menggali berbagai banyak informasi yang tak terhingga. Sedangkan sisi negatifnya, tak terelakkan lagi ialah ponsel pintar hanya dipakai untuk memperbarui status, berfoto ria, hingga membuat hal yang infaedah. Inilah yang acap kali dianggap tidak bisa memaksimalkan teknologi uang ada di ponsel pintarnya tersebut untuk berbuat hal positif. Untuk itulah kerangka pemecahan permasalahannya disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Mengingat kondisi pandemi Covid-19 dan tidak diperkenankan oleh Pemerintah untuk melakukan pelatihan secara langsung, maka pelatihan ini dilakukan secara daring dengan aplikasi *zoom*. Ini seringkali dikenal dengan nama webinar. Penggunaan aplikasi ini bisa dijadikan alternatif sebagai media

pembelajaran media secara daring (Brahma 2020, 98). Sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat disampaikan dengan baik dan pada akhir kegiatan dilakukan sesi tanya jawab sebagai bentuk evaluasinya. Jadi gambaran metode kegiatannya berupa pemberian materi oleh tim dosen Universitas Pamulang.

Kegiatan pemecahan masalah dilakukan dengan mengadakan pelatihan secara daring (webinar) dengan aplikasi *zoom*. Metode webinar ini dipilih karena sebagai solusi yang tepat untuk dapat meningkatkan kompetensi peserta secara daring (Harumiaty 2016). Kegiatan penyuluhan ini berupa pemberian materi oleh para dosen kepada peserta dengan memberikan pengetahuan dan gambaran riil di lapangan terkait pemanfaatan teknologi dasar yang ada di ponsel pintar, seperti aplikasi, kamera, *browser*, dan gambar/galeri. Hal tersebut perlu diingatkan kembali untuk memaksimalkan operasionalisasinya. Lalu pemanfaatan aplikasi yang dapat digunakan untuk berniaga. Beberapa contoh seperti: *Facebook ads* (Dehghani & Tumer 2015, 598), *Whatsapp Business* (Firoz & Noor 2020, 10), Tokopedia (Mohansyah & Parani 2018, 63), Shopee (Fauziah 2020, 52), Bukalapak (Sujanto 2018, 107) dan sebagainya.

Berikutnya dilanjutkan dengan pelatihan untuk membuka paradigma dan memunculkan minat untuk berwiraswasta. Pemateri memberikan contoh salah satu dosen yang berhasil membangun bisnis dengan memanfaatkan teknologi, yaitu secara daring. Dia mampu menjual barang hingga ke Kalimantan dan Papua, yang notabene jauh dari lokasi usahanya. Ditunjukkan pula bahwa semenjak kemunculan toko jual beli daring, konsumen lebih memilih untuk membeli barang melalui daring. Inilah yang disebut kesempatan dan target pasar yang jelas dan banyak. Sedangkan sasaran kegiatan PKM ini adalah seluruh generasi milenial (berusia 16-25 tahun) yang bersedia mengikuti webinar kita. Iklan webinar ini ditayangkan selama sebulan (20 Maret hingga 21 April 2020) dan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung secara daring di tanggal 13 Juni 2020 dengan dioperasikan oleh Kaweroo Institute di Jl. Akses UI, Kelapa Dua, Kota Depok, Jawa Barat.

Iklan kegiatan webinar disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Iklan kegiatan webinar

Kegiatan ini akhirnya diikuti oleh 45 orang peserta. Sedangkan pemateri berjumlah 5 orang, yang merupakan para dosen manajemen di Universitas Pamulang. Materi yang disampaikan mengacu pada judul agenda webinar, *Business Strategy During Pandemic*. Agenda kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Agenda Kegiatan Webinar

WAKTU	KEGIATAN	PIC	JUDUL
09.00-09.30	Persiapan Teknis	Kaweroo (Pak Anom)	
09.30-10.00	Persiapan Daring	Kaweroo (Pak Anom)	
10.00-10.15	Sambutan dari Moderator	Pak Anom ST., M.B.A.	
10.15-10.45	MateriMateri	Dr. Mutawali, SEI., M.M.	Strategi Berwirausaha melalui Ponsel Pintar
10.45-11.15	MateriMateri	Chandra F. Arifianto, S.Psi., M.M.	Membuka Paradigma untuk Berwirausaha
11.15-12.00	Tanya Jawab	Pak Rahadyan Tajuddien, S.E., M.M. Pak Faisol Romdonih, S.Sos.i, M.Si.	
12.00-12.15	Penutup	Pak Anom ST., M.B.A.	

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh dosen-dosen manajemen Universitas Pamulang telah berjalan dengan lancar. Dikarenakan adanya pandemi Covid-19, PKM ini terpaksa dilakukan dengan melalui aplikasi *zoom*. Inilah yang lebih dikenal dengan istilah *webinar*. Meskipun pelatihan diberikan secara daring, tidak mengurangi antusias para peserta yang merupakan generasi milenial. Kegiatan ini dimoderasi dan dimanajementi oleh Bapak Anom Susilo, S.T., M.B.A.

Dosen-dosen memberikan penjelasan tentang bagaimana pemanfaatan teknologi untuk dapat dijadikan media untuk berwirausaha. Penggunaan ponsel pintar untuk media promosi dianggap efektif mengingat hampir semua orang memiliki ponsel pintar tersebut. Belum lagi ternyata banyak konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja menggunakan media daring, terlebih ponsel pintar.

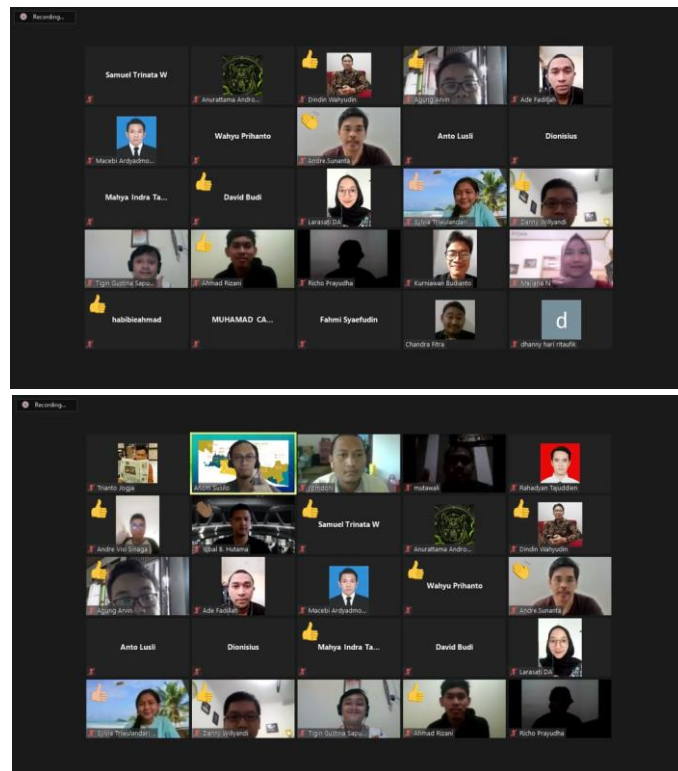
Salah satu pemateri Bapak Dr. Mutawali, S.E.I., M.M. membagikan tips dan triknya dalam mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi, yaitu ponsel pintar. Menurutnya di era teknologi seperti ini, sangatlah mudah dan menjanjikan berbisnis hanya dengan menggunakan gawai. Cukuplah bagi para pengusaha untuk memasarkan produknya di berbagai pilihan situs jual beli seperti tokopedia, bukalapak, shopee, *facebook ad*, *whatsapp business*, dan semacamnya. Saat ini sangatlah tinggi propabilitas penjualan produk melalui daring. Yang diperlukan hanyalah membuat akun, menggunggah gambar dan tunggulah pembeli datang.

Berikutnya materi yang dibawakan oleh Bapak Chandra Fitra Arifianto, S.Psi., M.M., lebih menitikberatkan ke paradigma berpikir para generasi milenial. Sangatlah tidak kekinian apabila hanya mereka berperan sebagai pembeli tanpa berperan juga menjadi penjual. Cara berpikir inilah yang perlu digaungkan kepada generasi milenial saat ini. Berbagai kemudahan yang ada, hendaklah dapat dimanfaatkan untuk menggali peluang berbisnis. Paling mudah ialah dengan menawarkan ke teman-teman baik dengan *whatsapp group* atau membuat *blasting* pesan. Namun pada dasarnya hal terpenting adalah ketertarikan dan kemauan. Untuk itulah pelatihan ini dilakukan.

Bentuk antusiasme peserta ialah ketika bermunculan banyak pertanyaan dengan memanfaatkan media *chat* yang ada di aplikasi *zoom* tersebut. Salah satu pertanyaan yang menarik ialah "Bagaimana untuk memulai bisnis ketika kita tidak memiliki modal?". Salah satu dosen, Bapak Rahadyan Tajuddien, S.E., M.M. yang memiliki kepakaran dalam pemasaran memberikan penjelasan dengan sederhana agar mudah dipahami. Menurut beliau "Bukankah *handphone* dan pikiran kalian

adalah modal? Karena hal itulah yang terpenting dan mutlak harus dimiliki dan dikuasai". Maksudnya di sini ialah pikiranlah yang menentukan barang apa yang bisa dijual. Apabila ternyata tidak punya barang, bukankah kita bisa menjadi *reseller* dengan menjualkan barang milik orang lain. Sedangkan *handphone* diperlukan untuk mempromosikan produk tersebut. Dimulai dengan mengambil foto, mengunggah hingga *memposting* di akun jual beli daring yang diinginkan.

Bapak Faisal Romdonih, S.Sos.i., M.Si., juga mengingatkan kembali kepada para generasi milenial bahwa *ikhtiar* atau usahalah yang terpenting. Seberapa beratnya jalan yang akan dilalui ketika berbisnis, percayalah bahwa hasil yang setimpal akan diterimanya. Itulah mengapa banyak pengusaha sukses yang harus jatuh bangun sebelum mereka meraih kesuksesannya setelah bertahun-tahun lamanya. Terlebih mental para milenial yang cenderung ingin menggapai kesuksesan secara singkat tentu saja akan menjadi hambatan tersendiri. Oleh karenanya, kepercayaan terhadap apa yang kita lakukan akan menelurkan hasil yang niscaya tidak akan mengecewakan. Jadi semuanya itu perlu proses dan pengorbanan.



Gambar 3. Tampilan kegiatan webinar

Keikutsertaan di dalam webinar ini serta merta telah tersampaikan pengetahuan untuk berwirausaha. Meskipun bentuk kegiatan ini berupa webinar, bukan berarti tidak dapat diukur tingkat keefektifan webinar itu sendiri. Ada

beberapa aspek yang dilihat sebagai indikator, ialah manfaat dan dampak bagi peserta, manfaat untuk penyelenggara, dan manfaat dan dampak bagi pemangku kepentingan (Triyono 2020). Secara detail disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Indikator Keefektifan Webinar

PIHAK	FAKTOR YANG DIUKUR		PERUBAHAN	
	DAMPAK	MANFAAT	SEBELUM	SESUDAH
PESERTA				
Usia 16-25 tahun	Positif bagi Kesiapan berwirausaha	Pemahaman terhadap Bisnis daring	belum memahami bagaimana cara memulai bisnis secara daring	Peserta telah memahami cara untuk berbisnis daring melalui Tokopedia, Bukalapak, FB Ads, dan WA <i>Business</i>
PENYELENGGARA				
Dosen-dosen Universitas Pamulang	Pengembangan diri dalam menjalankan PKM	Mendapatkan Informasi kondisi riil peserta	Sebatas mengetahui bahwa generasi milenial hanya berbelanja daring	Menjadi mengetahui bahwa ternyata banyak generasi milenial yang belum paham dan belum tersentuh
PEMANGKU KEPENTINGAN				
LPPM Universitas Pamulang	Institusi dikenal khalayak	Institusi dapat merencanakan langkah berikutnya	Jarang memberikan materi wirausaha kepada usia 16-25 tahun	Perlu diberikan fokus utama bagi institusi untuk mengembangkan dan mendukung gerakan wirausaha terutama untuk generasi milenial (termasuk mahasiswa Unpam)
Kaweroo Institute	Lembaga dapat dikenal	Mendapatkan informasi untuk pemberian materi selanjutnya	Belum pernah melakukan pelatihan sebagai bentuk <i>charity</i>	Dapat dimasukkan agenda rutin tahunan untuk pelatihan gratis

Pelaksanaan webinar ini sendiri telah mengubah pandangan peserta bahwa mereka dapat memanfaatkan media ponsel pintarnya untuk berbisnis. Memang ini baru tahap pengetahuan, sehingga perlu untuk dilakukan peninjauan lanjutan

tentang implementasi pasca keikutsertaan webinar ini. Berapa banyak peserta yang telah mampu menjalankan ke tahap selanjutnya, yaitu tindakan atau usaha untuk berwirausaha melalui ponsel pintarnya.

Telah banyak studi yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pemanfaatan ponsel pintar untuk bisnis daring (Ibrahim dkk. 2014, 1; Agarwal dan Bhagoliwal 2016, 453; Hussin dkk. 2019, 70). Di negara ketiga seperti Tanzania (Kapinga dkk. 2018, 13) atau negara-negara Sub Sahara (Aker dan Mbiti 2010, 28), keberadaan ponsel pintar mampu memudahkan untuk berwirausaha yang berdampak pertumbuhan ekonomi. Terlebih lagi pemanfaatan teknologi sebagai bentuk dari perekonomian digital akan menciptakan peluang wirausaha, terlebih untuk kemandirian wanita (Surahman dkk. 2019, 266) bahkan di seperti negara-negara Arab sekalipun (Ameen & Willis. 2016, 11).

Jadi dapat digambarkan bahwa memang keberadaan ponsel pintar tersebut akan memberikan peluang untuk berwirausaha. Bisnis daring yang dilakukan tersebut tidak hanya terjadi di Indonesia saja. Di belahan negara berkembang lainnya, peluang ini juga banyak diambil oleh wanita dan terutama generasi muda. Untuk itulah, fokus terhadap kewirausahaan secara daring hendaknya mampu dikembangkan dan ini juga yang merupakan strategi untuk mengurangi kemiskinan (Sutter dkk. 2018, 15) dan pengangguran (Dilanchiev 2014, 8).

Kesimpulan

Secara singkat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh dosen-dosen manajemen Universitas Pamulang telah berlangsung dengan lancar. Materi-materi yang disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh para peserta yang merupakan generasi milenial. Bentuk pertanyaan yang ditanyakan merupakan indikasi sinyal positif atas kegiatan PKM berbentuk webinar ini.

Namun ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki seperti keterbatasan sarana dan media di dalam menyampaikan materi. Sehingga kiranya apabila diperbolehkannya kegiatan pelatihan secara tatap muka seperti sedia kala, maka akan dilakukan praktik aplikasi menggunakan media ponsel pintar. Untuk itulah itu dapat dimasukkan sebagai perencanaan ke depan.

Ucapan Terima Kasih

Teriring ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Pamulang untuk pemberian dana PKM ini. Semua dana PKM ini dibiayai oleh Universitas Pamulang.

Referensi

- Apsari, F., Made Rama dan Eli Prasetyo. 2018. Pemanfaatan Teknologi bagi Generasi Millennial: Konseling Berbasis Teks Menggunakan Rilis-Aplikasi Android. *Jurnal Experientia* 6, no. 1 (Juli).
- Haryanto, Agus. Riset: ada 175,2 juta pengguna internet di Indonesia. Detik.com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> (diakses 31 Juli 2020).
- Kemp, Simon. Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. Wearesocial.com. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (diakses 10 Agustus 2020).
- Syafarudin. Disrupsi Pemerintah dan Politik Era 4.0. Universitas Lampung. <https://www.unila.ac.id/disrupsi-pemerintahan-dan-politik-era-4-0/> (diakses 31 Juli 2020).
- Saputro, Fathan. Peran dan Tantangan Pemuda “di Era Generasi Milenial”. Pustakabergerak.co.id. <https://pustakabergerak.id/artikel/peran-dan-tantangan-pemuda-di-era-generasi-millennial> (diakses 31 Juli 2020).
- Situmeang, Rosinta. 2018. Dampak Bisnis Online dan Lapangan Pekerjaan terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab di Kota Medan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 3, no. 3 (September).
- Izzati, Nurul. 2015. Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM* 2, no. 5 (Juli).
- Taufiq, Adhitya, Andina Mandasari dan Andhy Romdani. 2018. Analisis Faktor-faktor Pembentuk Konsumsi Status pada Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 4, no. 2 (November).
- LIPI. Kapasitas Inovasi dan Kapasitas Teknologi Industri Indonesia masih rendah. LIPI. <http://lipi.go.id/berita/single/Kapasitas-Inovasi-dan-Kapabilitas-Teknologi-Industri-Indonesia-Masih-Rendah/13650> (diakses 31 Juli 2020).
- Brahma, Ismail. 2020. Penggunaan Zoom sebagai Pembelajaran Berbasis Online dalam Mata Kuliah Sosiologi dan Antropologi pada Mahasiswa PPKN di STKIP Kusumanegara Jakarta. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal Aksara* 6, no. 2 (April).

- Harumiaty, Nurma. 2016. "Belajar Mandiri menggunakan Webinar untuk meningkatkan Kompetensi Pustakawan di Indonesia." Prosiding Konferensi Call for Paper & Musda III FPPTI Jawa Timur, Sumenep, 21-23 September.
- Dehghani, Milad dan Mustafa Tumer. 2015. A Research on Effectiveness of Facebook Advertising on Enhancing Purchase Intention of Consumers. *Computers in Human Behavior* 49 (April).
- Firoz, Nadeem dan Atif Noor. 2020. Learning from WhatsApp's Business Model: The World of Messaging Apps. *The Journal of American Academy of Business* 25, no. 2 (Maret).
- Mohansyah, Alessandro dan Rizaldi Parani. 2018. Digital Online dan Trust dalam Hubungan Antara Tokopedia dengan Pengguna Layanan. *Jurnal Lontar* 6, no. 1 (Januari-Juni).
- Fauziah. 2020. Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Abiwarra* 1, no. 2 (Maret).
- Sujanto, Raditia. 2018. Strategi Komunikasi Sosial Komunitas Pelapak Bukalapak. *Channel* 6, no. 1 (April).
- Triyono, Sigit. Mengukur Efektivitas Webinar. *MediaIndonesia.com*. <https://mediaindonesia.com/read/detail/331111-mengukur-efektivitas-webinar> (diakses 10 September 2020).
- Jamaluddin, Ibrahim, Rafidah Chee Ros, Nurul Faatihah Sulaiman, Roszaini Che Nordin dan Li Ze Yuan. 2014. Positive Impact of Smartphone Application: Whatsapp & Facebook for Online Business. *International Journal of Scientific and Research Publications* 4, no. 12 (Desember).
- Agarwal, Satish dan Priyanka Bhagoliwal. 2016. Smart Phones are a Potential Tool for Successful Business: A Literature Review. *International Journal of Management & Social Sciences* 5, no. 3.
- Hussin, Harniyati, Naqib Sholikhin, Zairul Ali, dan Sharina Shariff. 2019. Entrepreneurship Readiness in The Eyes of The Young Generation: A Case Study on Melaka District. *International Journal of Modern Tools in Social Sciences* 2, no. 6 (Maret).
- Kapinga, Alsen, Calkin Montero dan Esther Mbise. 2019. Mobile Marketing Application for Entrepreneurship Development: Codesign with Women Entrepreneurs in Iringa, Tanzania. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries* 85, no. 2 (Januari).
- Aker, Jenny dan Isaac Mbiti. 2010. Mobile Phones and Economic Development in Africa. *Center for Global Development (CGD) Working Paper* 211. <https://www.cgdev.org/publication/mobile-phones-and-economic-development-africa-working-paper-211> (diakses 10 September 2020).
- Surahman, Arif, Chandra Fitra Arifianto, Andriyani Hapsari. 2019. Faktor-faktor Determinan Kemandirian Wanita dalam Berwirausaha untuk Wilayah Banten. *Jurnal Mandiri* 3, no. 2 (Desember).

- Ameen, Nisreen dan Rob Willis. 2016. The Use of Mobile Phones to Support Women's Entrepreneurship in the Arab Countries. *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 8, no. 4 (November).
- Sutter, Christopher, Garry Bruton dan Juanyi Chen. 2018. Entrepreneurship as a Solution to Extreme Poverty: a Review and Future Reserach Directions. *Journal of Business Venturing* 34, no. 1 (Januari).
- Dilanchiev, Azer. 2014. Relationship Between Entrepreneurship and Unemployment: The Case of Georgia. *Journal of Social Science* 3, no. 2.