

Pelatihan Membuka Cakrawala Peluang Bisnis Era Digitalisasi pada Siswa Paket C

Riki¹, Hazriyanto², Puspita Rama Nopiana³, Yuliadi⁴, Rudi Yanto Batara⁵, Silalahi⁵, Andri Hanico⁶

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo^{1,2,5,6}

Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo^{3,4}

e-mail: ryantobatara12@gmail.com

Abstrak

Era sekarang merupakan era digitalisasi yang semuanya berbasis teknologi dan informasi dalam genggaman tangan, yaitu hanya dengan menggunakan *smartphone* semua dapat dilakukan untuk mendukung kegiatan bisnis. Untuk memberikan pengetahuan tentang hal tersebut, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Siswa Paket C PKBM Sahabat Cendekia dengan tujuan agar mereka memperoleh pengetahuan tentang peluang bisnis di era digitalisasi. Peserta pada kegiatan pengabdian masyarakat ini sebanyak 55 peserta. Metode pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode OMPMMP (Obsevasi Lapangan, Mengkaji Permasalahan, Penyusunan Tahap Pelaksanaan, Melaksanakan Pengabdian, Mengevaluasi Hasil dan Pembuatan Laporan serta Publikasi). Hasil dari pengabdian ini peserta bisa memahami peluang bisnis di era digitalisasi seperti memahami tentang *sosial media audience profil*, wawasan tentang *market place*, *active social media platforms*, dan memahami tentang potensi bisnis dalam dirinya yang berupa *soft skil* dan komunikasi serta tantangan dalam berbisnis di era digitalisasi.

Kata Kunci: *Peluang Bisnis, Era Digitalisasi*

Abstract

The current era is an era of digitization that is all based on technology and information in the hands of only using a smartphone, it can all be done to support business activities. To provide knowledge about this, the activities of devotion to the community are carried out on Students of Package C PKBM Sahabat Cendekia with the aim that they get knowledge about business opportunities in the era of digitalization. Participants in this community service activity as many as 55 participants. This method of community service uses the OMPMMP method (Field Elevation, Reviewing Problems, Preparing implementation stages, carrying out service, evaluating results and making reports and publications). The result of this devotion participants can understand business opportunities in the era of digitization such as understanding about social media audience profiles, insights about market places, active social media platforms, and understanding about the potential of business in the form of soft skills and communication and challenges in doing business in the era of digitization.

Keyword: *Business Opportunities, Era of Digitalization*

PENDAHULUAN

Perkembangan internet yang begitu pesat di Indonesia membuat perubahan pola perilaku dan cara berpikir dimana pada masa ini generasi yang mendominasi era digital dikuasi oleh generasi millenial serta generasi Z. Generasi yang lahir pada era digital, dimana *smartphone* sudah menjadi salah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. Memasuki era digitalisasi pada saat ini ditandai dengan adanya suatu kegiatan dalam proses kehidupan sehari-hari dalam bermasyarakat yang serba digital dan otomatis. Era digitalisasi dapat meningkatkan potensi ekonomi Indonesia kearah yang lebih baik, namun dengan adanya digitalisasi pada bidang ekonomi memiliki tantangan tersendiri bagi masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial dan generasi Z yang harus mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan secara global. Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi di era digitalisasi saat ini membuat perkembangan bisnis di Indonesia menjadi maju dalam hal persaingan pasar global.

Sedangkan era digitalisasi pada dunia bisnis merupakan suatu keadaan dimana terdapat pergeseran proses dari bisnis berbasis industri ke bisnis berbasis informasi dengan menggunakan komputer, *smartphone* maupun perangkat teknologi lain sebagai media atau alat komunikasi dalam berbisnis. Kemudahan dalam hal bertransaksi pada masa digital, semua dapat dilakukan dengan hanya memanfaatkan fasilitas teknologi yang ditawarkan. *Smartphone* merupakan salah satu teknologi di era digitalisasi ini yang memberikan kontribusi secara dominan, hanya dengan mengaktifkannya berbagai fitur dan aplikasi segala sesuatu kebutuhan dapat terpenuhi dan dapat dilakukan secara mudah, cepat dan tepat. Begitu juga dalam hal kegiatan *marketing* yang mempermudah dalam hal penyampaian informasi untuk melakukan penawaran dan penjualan kepada calon konsumen. Media pemasaran secara *online* di era digital merupakan *problem solving* untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan jasa secara efektif, oleh sebab itu pelaku bisnis harus mampu memanfaatkan media pemasaran secara *online* sebagai motor penggerak roda bisnisnya. Pemasaran *online* menjadi solusi *intermediary* antara penjual dengan pembeli dengan efisiensi biaya. (Sukarnoto, Nurjati, & Rani, 2021). Menurut (Waqfin, Fanani, & Luyunah, 2020), sosial media mempunyai pengaruh signifikan dalam pertumbuhan bisnis, khususnya dalam hal bisnis berbasis *online* yang ada di Indonesia. *User Generated Content* menjadi hal yang penting pada masa era digitalisasi, yang menyumbang 65% waktu penggunaan media. Artinya media ini dapat digunakan sebagai peluang bisnis untuk memasarkan produk maupun jasanya.

Peluang bisnis yang perlu diperhatikan yaitu dari segi pemasaran dimana dalam beberapa tahun terakhir penggunaan *smartphone* dan komputer dalam bidang pemasaran maupun penjualan dalam terus mengalami perkembangan dengan pesat. Dengan adanya internet, maka proses pemasaran maupun penjualan dapat dilakukan dimana saja maupun kapan saja tanpa dibatasi oleh

ruang dan waktu. Kemajuan teknologi berbasis digital harus bisa dimanfaatkan secara baik dalam mengelola perekonomian Indonesia (Sari, Sayadi, & Hidayanti, 2020). Hal ini merupakan peluang bisnis bagi generasi milenial untuk terjun dan memahami akan konsep digitalisasi.

Tantangan bagi anak muda zaman sekarang dalam memahami transformasi dalam era digitalisasi adalah rendahnya kemampuan sumber daya manusia dalam menghadapi metode proses berbisnis yang biasanya dilakukan secara konvensional harus dirubah menjadi berbasis *online* bisnis. transformasi digitalisasi yang setiap hari semakin makin maju dan berkembang sangat memiliki manfaat untuk memajukan dan mengembangkan dunia bisnis pada saat ini. Fungsi dari teknologi yaitu penghematan waktu, biaya, maupun tenaga dengan memberikan hasil yang paling optimal.

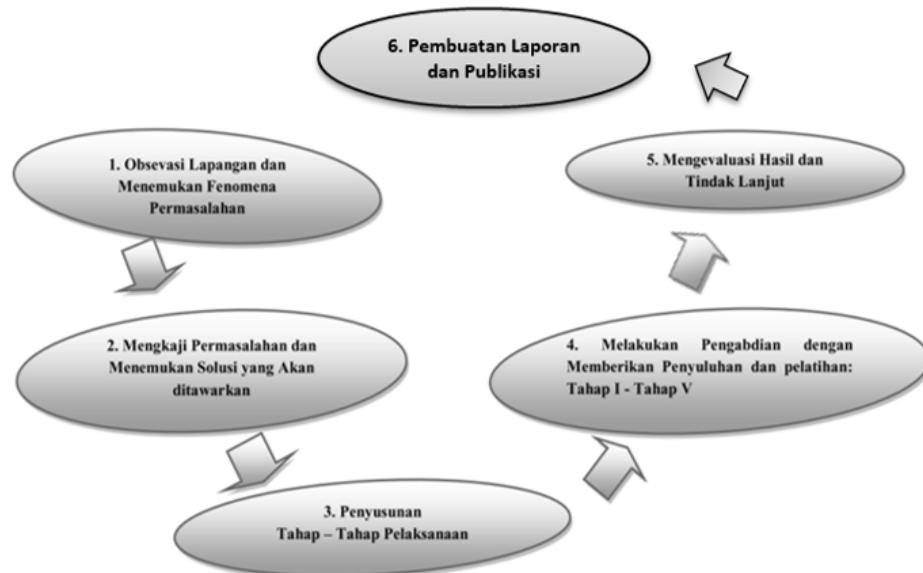
Pemuda merupakan pelaku utama dalam pembangunan Negara Indonesia, karena pemuda memiliki banyak ide-ide yang baru untuk digunakan di dalam perubahan (Ambarita, Sihombing, & Buaton, 2018). Peranan generasi Z dan milenial sebagai pemuda di Indonesia untuk saat ini memiliki pengaruh yang besar untuk membangun bangsa, cara berpikir dari generasi Z dan milenial yang luas dapat membuat sebuah perubahan dan menjadi pelopor dan pelaku utama bukan hanya sekadar mengikuti tren yang ada, melainkan dapat menciptakan suatu hal-hal yang baru di masyarakat (Sobari & Ambarwati, 2020). Cerminan generasi Z dan milenial dapat dilihat dari Siswa Paket C PKBM Sahabat Cendekia, dimana masih kurangnya pemahaman tentang peluang bisnis dan era digitalisasi, padahal pada saat ini era digitalisasi merupakan suatu tantangan yang harus dijalani bukan dihindari. Oleh sebab itu Tim Pengabdian Pada Masyarakat (P2M) STIE Galileo akan memberikan pelatihan tentang Membuka Cakrawala Peluang Bisnis Era Digitalisasi Pada Siswa Paket C.

METODE

Objek pengabdian pada kegiatan ini adalah Siswa Paket C PKBM Sahabat Cendekia yang beralamat di Perum Batu Aji Residence Blok B No. 12 Sagulung Kota Batam Kepulauan Riau. Berhubungan masih dalam suasana Pandemi Covid 19 dan dalam rangka mengurangi mobilitas dan interaksi antar individu, maka kegiatan pengabdian ini dilakukan secara *online* dengan menggunakan *zoom*. Kegiatan Pengabdian ini mulai dari tahap awal sampai dengan evaluasi dan publikasi berlangsung dari tanggal 01 Desember 2021 s/d 20 Januari 2022. Sedangkan untuk pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2021 pada pukul 09.45 wib s/d 12.00 wib dimana jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 55 peserta. Dimana *zoom Meeting* ID: 853 5773 6919 dan Passcode: 112233, sedangkan untuk *link zoom* <https://us02web.zoom.us/j/85357736919?pwd=OHJCN0U4dS9qN29ISzJZUTBiQTOrQT09>.

Metode pelaksanaan Pengabdian Masyarakat menggunakan 5 Tahap dengan menggunakan metode OMPMMP (Obsevasi Lapangan, Mengkaji

Permasalahan, Penyusunan Tahap Pelaksanaan, Melaksanakan Pengabdian, Mengevaluasi Hasil dan Pembuatan Laporan serta Publikasi). Untuk penjelasan detail dari setiap Tahap dapat dilihat pada pembahasan.



Gambar 1. Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat secara garis besarnya terdiri dari beberapa hal yaitu: 1) Ketercapaian tujuan dari pelatihan yang dilaksanakan, 2) Ketercapaian dari target materi yang telah ditentukan, 3) Kemampuan siswa paket C PKBM Sahabat Cendekia dalam penguasaan materi yang telah diberikan, 4) Peserta pelatihan dapat mengimplementasikan dan membuka pemahamannya untuk memanfaatkan peluang bisnis pada era digitalisasi.

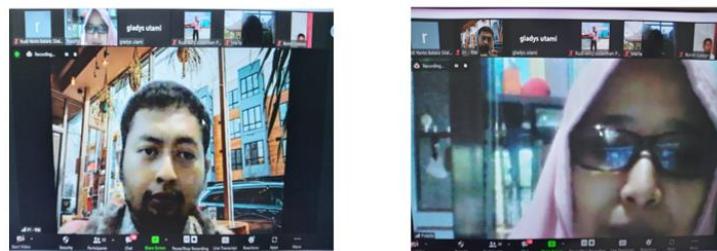
Proses kegiatan ini terdiri dari Tahap I yaitu observasi lapangan yang dilakukan oleh Bapak Yuliadi, S.Si., M.Ak untuk melihat permasalahan apa yang dialami oleh Siswa Paket C PKBM Sahabat Cendekia. Setelah ditemukan permasalahan yang dihadapi oleh siswa Paket C PKBM Sahabat Cendekia maka dilanjutkan kepada Tahap II yaitu mengkaji permasalahan dan mencari solusinya. Dimana permasalahannya adalah kurangnya pemahaman Siswa Paket C tentang peluang bisnis dan digitalisasi. Maka solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut maka UP2M (Unit Pengabdian Pada Masyarakat) STIE Galileo membentuk Tim Pengabdian Masyarakat untuk melakukan pelatihan membuka cakrawala peluang bisnis pada era digitalisasi dengan rincian tugas sebagai berikut: Riki, S.T., M.M., C.PSFM., C.FDM., CSEM sebagai Ketua Pelaksana, Hazriyanto, S.E., M.M., Ph.D., C.PSFM., CSEP., CPWA., CPMP., CLSP sebagai Pemateri, Puspita Rama Nopiana, S.E., Ak., M.M., CA, C.Ftax, sebagai Moderator, Yuliadi, S.Si., M.Ak sebagai Koordinator Lapangan, Rudi Yanto Batara Silalahi, S.E., M.Si sebagai Pembuat Laporan dan Publikasi, dan Andri Hanico, S.IP., M.TrI.P., C.PSFM sebagai IT. Karena pelaksanaan kegiatan

pegabdian dilakukan secara *online* maka teknis mulai dari persiapan *link zoom*, absensi *online*, *doorprice*, e sertifikat, *recording* disiapkan oleh Bapak Andri Hanico, S.I.P., M.TrI.P., C.PSFM. Pada Tahap III adalah tahap pelaksanaan kegiatan yang berlangsung secara *online* pada tanggal 19 Desember 2021. Adapun susunan acara pada kegiatan pegabdian masyarakat ini seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Susunan Acara

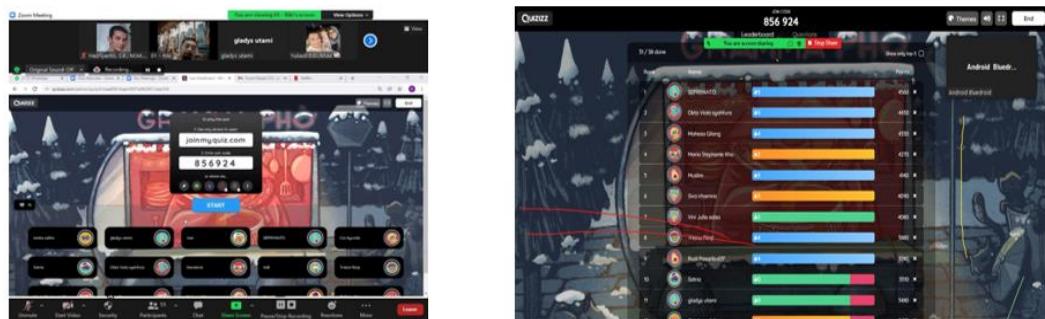
Waktu	Kegiatan
09.30 wib – 10.00 wib	Briefing dan Persiapan
10.00 wib – 10.05 wib	Pembukaan MC
10.06 wib – 10.15 wib	Kata Sambutan
10.16 wib – 10.45 wib	Pemateri I
10.46 wib – 10.59 wib	<i>Quiz</i>
11.00 wib - 11.30 wib	Pemateri II
11.31 wib – 11.51 wib	Tanya Jawab dan Diskusi
11.52 wib – 12.00 wib	Penutup

Tahap selanjutnya yaitu Tahap IV yaitu Memberikan Pelatihan kepada Siswa Paket C. Adapun yang menyampaikan materi pelatihan yaitu Bapak Hazriyanto, S.E., M.M., Ph.D., C.PSFM., CSEP., CPWA., CPMP., CLSP dan Bapak Riki, S.T., M.M., C.PSFM., C.FDM., CSEM, sedangkan yang bertindak sebagai moderator adalah Ibu Puspita Rama Nopiana, S.E., Ak., M.M., CA, C.Ftax.



Gambar 2. Proses Penyampaian Materi

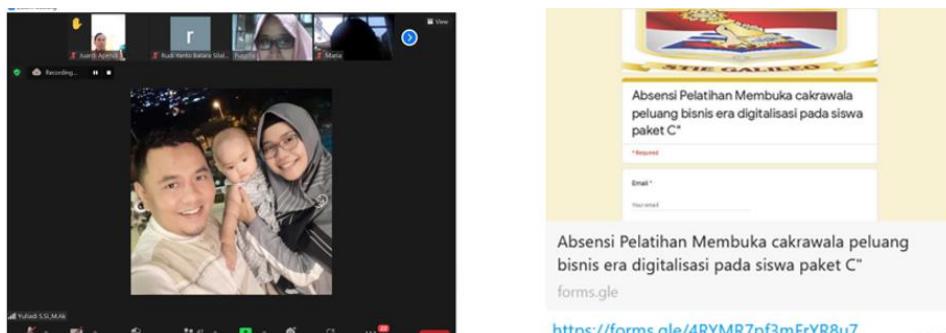
Untuk mengetahui pemahaman peserta terhadap materi pelatihan maka dibuatlah *quiz* pada saat *zoom* berlangsung dengan menggunakan joinmyquiz.com. Dimana dari 55 peserta yang mengikuti dipilihlah 3 orang dengan nilai tertinggi atas nama Sepriyanto, Octa Viola Syafura, dan Mahesa Gilang. Untuk memberikan semangat dan motivasi maka Tim Pegabdian memberikan *doorprize* berupa pulsa.



Gambar 3. Quiz Untuk Mengukur Pemahaman Siswa

Untuk mengetahui *feedback* dan masukan dari peserta maka diadakan sesi tanya jawab dan diskusi, dimana ada 5 peserta yang bertanya yaitu: gladys Utami, Siva Irhamma, Veby, Maria dan Juardi Apendi. Dimana yang memberikan jawaban atas pertanyaan peserta adalah Bapak Hazriyanto, S.E., M.M., Ph.D., C.PSFM., CSEP., CPWA., CPMP., CLSP dan Bapak Riki, S.T., M.M., C.PSFM., C.FDM., CSEM.

Selanjunya Pada Tahap V adalah tahap Evaluasi Dan Tindak Lanjut. Untuk Tahap Evaluasi peserta memberikan respon dengan mengisi kuesioner. Hasil kuesioner ini dapat dikembangkan sebagai bahan masukan untuk perbaiki dalam melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat.



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab dan Form Absensi

Tahap Terakhir adalah Tahap ke VI yaitu Pembuatan Laporan dan Publikasi. Pada Tahap ini merupakan luaran dari Pengabdian ini dimana *outputnya* adalah publikasi di Jurnal Pengabdian Masyarakat ABDIRA. Untuk proses pada Tahap ke VI ini dikerjakan oleh Bapak Rudi Yanto Batara Silalahi, S.E., M.Si.

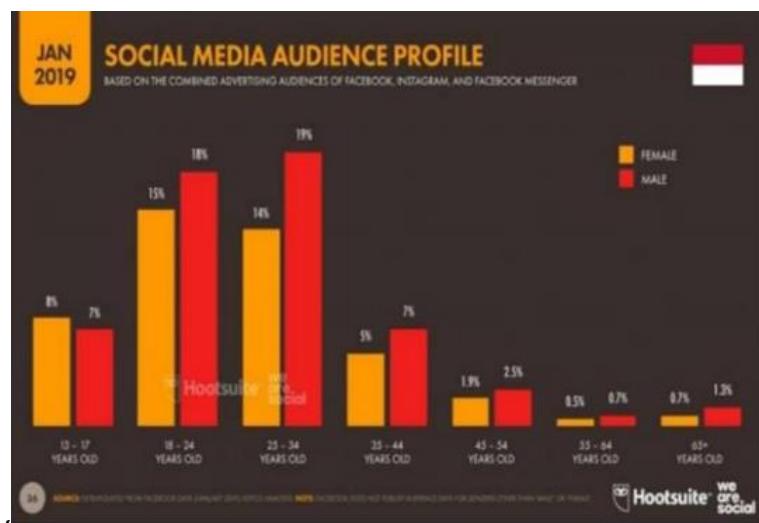
Pembahasan

Membuka cakrawala artinya memberikan pemahaman sehingga pemikiran terbuka terhadap suatu hal. Jika berbicara tentang peluang, ini memiliki arti kesempatan terbuka lebar kearah positif. Jika dikaitkan dengan peluang bisnis artinya banyak kesempatan diluar yang dapat dipergunakan untuk mendapatkan profit atau keuntungan. Oleh karena peluang bisnis sekecil apapun harus dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baik mungkin. Apalagi pada era digitalisasi kesempatan makin terbuka lebar karena akses apapun dapat dilakukan dengan mudah dengan menggunakan teknologi seperti penggunaan

smartphone yang hanya dalam gengaman tangan dapat melakukan apapun tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Oleh karena berpikir kritis untuk melihat peluang bisnis di era digitalisasi ini sangat diperlukan.

Dengan menyadari akan pentingnya kekuatan dari internet maupun perangkat digital dalam meningkatkan kinerja bisnisnya. Seperti penggunaan situs, aplikasi *mobile messaging*, dan media sosial merupakan media yang penting bagi pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen (Sari et al., 2020). Peluang bisnis secara online pun memiliki beberapa manfaat seperti; 1) Tidak memerlukan banyak tempat cukup laptop atau smartphone, transaksi pun dapat dilakukan dengan lancar; 2) Tidak memerlukan banyak modal dengan cara memanfaatkan media-media sosial gratis seperti whatsapp, instagram, facebook, *twitter*, *g+*, dan juga bisa memanfaatkan aplikasi gratis lainnya; 3) Promosi dapat dilakukan dengan mudah artinya dengan memanfaatkan media sosial saja bisnis anda dapat dikenal oleh seluruh pengguna internet yang ada di Indonesia. (Zain, Febriantina, dkk, 2017).

Menurut Nisa & Tamzil (2021), perkembangan pengguna internet yang ada di Indonesia mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahunnya, hingga telah jumlahnya telah mencapai lebih dari 175,4 juta pengguna pada Januari 2020, yang paling banyak didominasi pengguna internet melalui perangkat mobile (*Smartphone*) dari pada desktop (PC) yaitu 124% dari populasi penduduk yang ada di Indonesia.

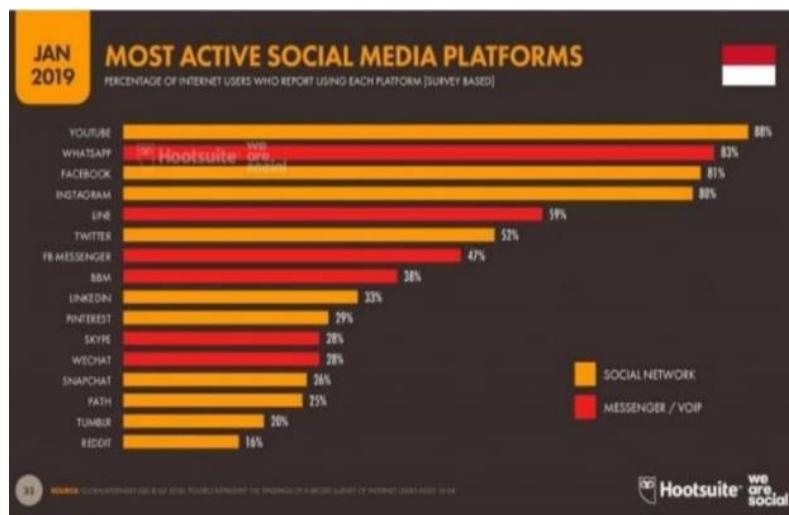


Gambar 5. Sosial Media Audience Profil di Indonesia

Sumber: Sukarnoto, dkk (2021)

Di Indonesia terdapat 132 juta pengguna internet dimana hampir setengahnya merupakan pengguna media sosial yang berkisar di angka 40% dan lebih dari 106 juta orang menggunakan media sosial tiap bulannya (Suhardi, Marinda, Rohendra, Putra, & Budiawan, 2021). Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa profil masyarakat Indonesia yang menggunakan media *online* paling banyak pada umur 18-24 tahun dan 25-34 tahun. Ini memberikan indikasi bahwa peluang bisnis yang paling menjanjikan adalah dengan menciptakan atau

membuat atau menjual suatu produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh kelompok dengan rentang waktu 18-24 tahun dan 25-34 tahun.



Gambar 6. Most Active Social Media Platforms

Sumber: Sukarnoto, dkk (2021)

Berdasarkan Gambar 6. Dapat dilihat bahwa masyarakat di Indonesia paling banyak menggunakan *platforms* media sosial yaitu paling tinggi youtube 88 %, Whatsapp sebanyak 83 %, Facebook sebanyak 81 %, Instagram sebanyak 80 %. Ini artinya dapat digunakan sebagai peluang bisnis dengan melakukan pemasaran di 4 platform media sosial yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia yaitu *youtube*, *whatshapp*, *facebook* dan *instagram* untuk mendongkrak penjualan. *Platform* dapat diklasifikasikan menjadi tiga yaitu *paltform* inovasi seperti *Google*, *platform* transaksi seperti *retail/permintaan pelayanan online*, dan *platform* integrasi merupakan gabungan antara *platform* inovasi dan *platform* transaksi. (Falahuddin, Fuadi, Munandar, Andriyani, & Arliansyah, 2021)

Oleh karena itu yang pertama kali dilakukan dengan memberikan wawasan maupun pendalaman pemahaman sehingga cakrawala pemikiran dari peserta terbuka. Walaupun ada beberapa peserta yang sudah tahu tentang peluang bisnis di era digitalisasi tetapi wawasan dari peserta tersebut sangat minim jika dilihat dari sisi peluang usaha. Dengan adanya penyampaian materi maka peserta mendapatkan wawasan serta pemahaman secara jelas tentang peluang bisnis di era digitalisasi dengan melihat kesempatan dari profil pengguna media sosial dan media platform.

Selanjutnya memberikan wawasan tentang *market place* kepada peserta. *Market place* merupakan *platform* untuk melakukan jual beli *online*. Di *market place* dapat dilihat jenis barang yang ditawarkan secara detail mulai dari spesifikasi barang tersebut, harga, dll. Contoh *market place* yang ada Indonesia yaitu Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, Blibli, dll. Walaupun demikian *E-commerce* jika menggunakan teknologi informasi secanggih apapun jika konsumen tidak mengetahui tentang produk, merek dan platform, maka nilai

bisnis *E-Commerce* sama dengan Nol dan tidak bernilai sedikitpun. (Isabella, 2021).

Disamping itu jika peserta memiliki kemampuan *soft skill* dan komunikasi yang baik maka peluang bisnis diera digitalisasi bisa dimanfaatkan dengan menjadi *Content Creator, Blogger, Web designer, Vlogger* atau sejenis. Artinya kesempatan untuk memperoleh keuntungan di era digitalisasi ini sangat terbuka lebar.

Materi terakhir yang diberikan adalah tentang tantangan dalam melihat peluang bisnis di era digitalisasi, yaitu 1) Transformasi Digital yang selalu berkembang setiap hari sehingga membuat pelaku usaha harus selalu mempebaharui ilmunya tentang teknologi dan informasi, 2) Memahami keinginan konsumen untuk selalu cepat sehingga harus benar-benar menguasai teknologi yang digunakan, 3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia mengadopsi teknologi, 4) Akan terjadi persaingan yang pesat antara pelaku bisnis, sehingga siapa yang bertahan dialah pemenangnya.

SIMPULAN

Kesimpulan dari pegabdian ini yaitu peluang bisnis di era digitalisasi harus dapat dimanfaatkan sebaik mungkin, dimana para peserta bisa memahami tentang *Sosial Media Audience Profil, Active Social Media Platforms*, wawasan tentang *Market Place*, dan memahami tentang potensi bisnis dalam dirinya yang berupa *soft skil* dan komunikasi serta tantangan dalam berbisnis di era digitalisasi. Saran untuk kedepannya jika ada yang melakukan kegiatan pengabdian serupa bisa di objek lain seperti pelatihan kepada pelaku usaha mikro.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarita, I., Sihombing, A., & Buaton, R. (2018). Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa dan Alumni Guna Era Digital. *METHOMIKA*, 2(2), 109–115.
- Falahuddin, F., Fuadi, F., Munandar, M., Andriyani, D., & Arliansyah, A. (2021). Pelatihan Digital Business Bagi Calon Entrepreneur Muda Kota Lhokseumawe Di Masa Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 1(1), 36.
- Isabella, astrid apricia, S. pipit novilasari. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Pengelolaan Keuangan Bisnis *Online Shop* Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepara Masyarakat*, 2(1), 15–21.
- Nisa, P. C., & Tamzil, F. (2021). Strategi *Digital Business* Untuk UMKM. *Abdimas*, 7(4).
- Sari, R., Sayadi, M. H., & Hidayanti, S. K. (2020). Pelatihan Dalam Menghadapi Tantangan Usaha Kecil Di Era Digital Pada Pelaku Usaha Kecil Di Kenten Palembang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 3(2), 87–92.
- Sobari, I. S., & Ambarwati. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan.

- Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140–144.
- Suhardi, A. R., Marinda, V. S., Rohendra, T., Putra, I. G. S., & Budiawan, A. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada Umkm Binaan Kadin Jawa Barat Dalam Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 100.
- Sukarnoto, T., Nurjati, N., & Rani, V. (2021). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Pengembangan Usaha Mikro Kecil. *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1.
- Waqfin, M. S. I., Fanani, M. R., & Luyunah, L. (2020). Potensi Herbarium untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Peluang Bisnis Melalui Digital Marketing. *Jumat Ekonomi*, 1(1).
- Zain, N., Febriantina, S., & . M. (2017). Sosialisasi Kewirausahaan dan Pendidikan Anak; Antara Bisnis *On Line* dan Mengasuh di Era Digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 267–279.